

Luma Beauty Studio

Análise de Conversas e Conversão

Instagram, WhatsApp e Messenger | Setembro de 2026

Todas as empresas, mensagens e cifras deste relatório são inventadas para demonstrar o formato. Este não é um estudo de caso de cliente nem uma evidência de resultados da Entagl.

Neste mês fictício, a Luma recebeu 480 conversas. Houve sinais de interesse em agendar em 156, e 48 continham linguagem de confirmação de agendamento. Outras 74 ficaram sem resposta da empresa na amostra. A oportunidade mais clara é ajudar os clientes interessados a escolher o próximo passo: responder à pergunta, oferecer um horário realmente disponível e deixar clara a transferência do atendimento.

480

Conversas na amostra

156

Com interesse inferido em agendar

48

Com linguagem de confirmação

74

Sem resposta da empresa

Principais conclusões

- O interesse nem sempre leva a um próximo passo claro. Das 156 conversas com interesse em agendar, 108 não contêm linguagem de confirmação nas mensagens disponíveis.
- O WhatsApp tem uma proporção maior de confirmações neste exemplo. Quem entra em contato por ele pode já estar mais decidido. Isso não prova que o canal ou quem respondeu tenha causado a diferença.
- A cobertura de respostas é um ponto de partida prático. Defina um responsável para cada conversa recebida e verifique se há perguntas sem resposta antes de investir mais na aquisição de clientes.

O que esses números significam

Uma confirmação em uma mensagem não equivale a um agendamento verificado, a um atendimento realizado ou a um pagamento. Esta amostra não inclui registros de agenda, pagamentos ou comparecimento.

De onde vêm as conversas

A visão por canal mostra onde investigar. Ela não identifica a melhor campanha publicitária nem comprova qual canal gera mais receita.

Este exemplo combina três canais fictícios. Seu relatório cobre apenas a conta e o histórico disponível que você autorizar.

Canal	Conversas	Com resposta da empresa	Interesse em agendar	Linguagem de confirmação	Sem resposta da empresa
Instagram	360	302	112	28	58
WhatsApp	80	72	32	16	8
Messenger	40	32	12	4	8
Total	480	406	156	48	74

Cada conversa é contada uma vez por canal. As contagens com e sem resposta são mutuamente exclusivas. Interesse e confirmação são sinais que podem se sobrepor nessas conversas, não conversas adicionais.

Comece pela caixa de entrada do Instagram

O Instagram concentra 360 das 480 conversas e 58 das 74 sem resposta da empresa. Uma verificação diária dessa fila permitiria tratar o maior grupo sem resposta da amostra.

Uma pessoa pode usar mais de um canal. Estes totais descrevem conversas, não clientes únicos. A origem por anúncio não está disponível aqui; a ausência de dados de anúncios não é classificada como tráfego orgânico.

Como está o desempenho das respostas

O proprietário fictício descreve um atendimento dividido entre membros da equipe e um chatbot. A amostra não identifica com segurança quem escreveu cada mensagem. Por isso, estes números descrevem a gestão conjunta da caixa de entrada.

35 minutos

Mediana do tempo até a primeira resposta

406 de 480

Conversas que receberam resposta

Tempo até a primeira resposta	Conversas
Menos de 15 minutos	166
De 15 minutos a 1 hora	140
De 1 a 4 horas	70
Mais de 4 horas	30

O tempo de resposta é o intervalo entre a primeira mensagem do cliente e a primeira resposta da empresa, nas 406 conversas com ambos os registros de data e hora. Ele inclui noites e fins de semana. Conversas sem resposta são excluídas da mediana, não contadas como respostas instantâneas.

Separe rapidez de qualidade

Uma resposta rápida ainda pode deixar o cliente sem saber como avançar. Verifique se ela respondeu à pergunta, ofereceu um próximo passo útil e deixou clara qualquer transferência para atendimento humano. Não classifique funcionários, agências ou bots sem identificar com segurança quem respondeu.

Estes números de tempo de resposta são fictícios. Em uma auditoria real, os atrasos são calculados com base nos registros de data e hora disponíveis. Um atraso, por si só, não prova que uma venda foi perdida.

Onde o interesse deixa de avançar

As 108 conversas com interesse, mas sem confirmação, estão agrupadas abaixo. Elas indicam possíveis melhorias no acompanhamento ou nos processos, não 108 clientes perdidos.

Padrão na conversa	Quantidade
Pediu um horário, mas nenhum foi confirmado	46
Conversou sobre o preço, mas não confirmou	32
Disse que voltaria mais tarde	18
Pediu um horário fora dos períodos oferecidos	12

Os grupos são mutuamente exclusivos nesta amostra fictícia. Se mais de um padrão se aplicar, será usada a primeira linha correspondente acima. Todas as 108 conversas pertencem ao grupo com interesse em agendar, e nenhuma contém linguagem de confirmação.

Conversa fictícia S-014

Cliente: "Têm algum horário disponível este sábado?"

Empresa: "Sim, estamos abertos das 9 às 6."

A resposta indica o horário de funcionamento, mas o cliente ainda tem de perguntar novamente para escolher um horário. Ofereça horários específicos apenas depois de verificar a disponibilidade real.

A ausência de confirmação nas mensagens disponíveis não significa que não houve marcação. O cliente pode ter telefonado, ido ao estabelecimento, marcado por outro meio ou respondido depois do fim da amostra.

O que os clientes perguntam

Os temas são agrupados pelo primeiro serviço mencionado. Isto ajuda a decidir que respostas e etapas de marcação melhorar primeiro.

Primeiro serviço mencionado	Conversas	Interesse em agendar	Linguagem de confirmação
Cortes de cabelo	160	52	18
Coloração de cabelo	140	52	16
Penteados para eventos	80	24	6
Pacotes de serviços	60	16	6
Outro ou não indicado	40	12	2

Os cortes e a coloração de cabelo representam 300 conversas, das quais 104 mostram interesse em marcar. Comece por rever estas respostas, pois estes serviços representam a maior parte da procura na amostra.

Idioma da primeira mensagem do cliente

Idioma	Conversas
Inglês	240
Turco	168
Árabe	72

As contagens usam a primeira mensagem legível do cliente, pelo que cada conversa aparece uma única vez. Isto não significa que todas as mensagens seguintes tenham usado o mesmo idioma. Os casos de idioma desconhecido ou misto seriam apresentados separadamente, quando existentes.

Respostas que a sua equipa pode usar

Estes exemplos apresentam um próximo passo mais claro. Adapte-os aos seus preços, disponibilidade, preferências dos clientes e regras do canal. Nada é enviado automaticamente.

Quando alguém pede uma marcação

Antes: "Estamos abertos das 9 às 6."

Experimente: "Temos disponibilidade às 10:30 ou às 14:00 este sábado. Algum destes horários lhe convém?"

Porquê: transforma o horário de funcionamento numa escolha. Use estes horários apenas se estiverem realmente disponíveis.

Quando o preço é uma preocupação

Antes: "Esse é o nosso preço."

Experimente: "Esse valor inclui a consulta, o serviço e a finalização. Que parte gostaria que explicássemos?"

Porquê: esclarece o valor sem inventar um desconto. Descreva apenas o que o seu serviço realmente inclui.

Quando alguém diz "mais tarde"

Antes: "Está bem, diga-nos quando quiser."

Experimente: "Claro. Gostaria que voltássemos a contactar no próximo mês ou prefere enviar-nos uma mensagem quando estiver pronto?"

Porquê: pergunta pela preferência em vez de presumir autorização para enviar mais mensagens. Qualquer contacto posterior continua a exigir a autorização adequada e tem de respeitar as regras do canal.

Os seus próximos 30 dias

Atribua um responsável e um indicador a cada alteração. Compare amostras de conversas semelhantes antes e depois da alteração, em vez de avaliar o sucesso apenas pelo volume de mensagens.

Semana 1

Designe um responsável pela caixa de entrada e reveja diariamente as mensagens sem resposta.

Responsável: Responsável da equipa

Indicador: Percentagem de conversas com resposta da empresa.

Semana 2

Atualize as respostas sobre os principais serviços e verifique a disponibilidade antes de oferecer horários.

Responsável: Equipa de receção / responsável pelo chatbot

Indicador: Percentagem de conversas com interesse em marcar em que foi proposto um próximo passo claro.

Semana 3

Reveja as transferências de atendimento da agência e do chatbot, usando identificações fiáveis de quem responde.

Responsável: Proprietário da empresa / agência

Indicador: Confirmação de receção das transferências e perguntas posteriores sem resposta.

Semana 4

Registe os resultados de comparência, cancelamento e pagamento no sistema de gestão adequado.

Responsável: Responsável de operações

Indicador: Cobertura dos resultados verificados associados às conversas.

Comece por definir quem responde e oferecer opções mais claras de agendamento. Avalie os resultados antes de adicionar mais automação ou alterar os orçamentos de anúncios.

Valor potencial, com limites claros

Um exemplo de sensibilidade, não uma previsão: se 5% ou 10% das 108 conversas com interesse não resolvido passassem a conter linguagem de confirmação, isso representaria cerca de 5 ou 11 confirmações adicionais. Essas taxas presumidas não são taxas de conversão observadas.

Taxa presumida	Confirmações adicionais aproximadas
5%	5
10%	11

Uma confirmação ainda não comprova comparecimento ou receita. Este exemplo não atribui valor monetário nem afirma que uma mudança específica produzirá esses resultados.

Evidências e limitações

- Todo este relatório é fictício, incluindo a empresa, os trechos de conversas, os tempos de resposta e as estatísticas. Nenhuma mensagem de cliente real foi utilizada.
- Em uma auditoria real, o relatório informa as mensagens, o período e os canais efetivamente disponíveis. Limites de importação e lacunas no histórico podem alterar as conclusões.
- Os sinais são inferidos do texto e verificados com base nas referências das mensagens. Não comprovam contatos comerciais qualificados, pedidos pagos, comparecimento a agendamentos ou receita.
- Ligações, visitas e pagamentos fora da plataforma não são visíveis, a menos que registros externos confiáveis dos resultados sejam incluídos e identificados separadamente.
- As comparações entre canais são observacionais. A identidade de quem responde, a atribuição a campanhas e a identidade do cliente permanecem desconhecidas quando a fonte não as comprova.

O que suas conversas poderiam revelar?

Gere sua própria auditoria gratuita para ver conclusões e próximos passos práticos com base nas conversas disponíveis da sua empresa.

[Inicie sua auditoria gratuita entagl.com/free-dm-analysis](https://entagl.com/free-dm-analysis)