

Por que a loja parou de performar

Diagnóstico técnico de conversão da Moniê Joias, com os pontos que estão travando a venda e o plano priorizado para retomar o resultado.

LOJA

joiasmonie.com.br

PLATAFORMA

Shopify

PREPARADO PARA

Agência Mesh

DATA

02 / 07 / 2026

CONTEXTO

O que esta auditoria é (e o que ainda falta)

Análise heurística das páginas reais da loja (home, coleção, página de produto e checkout), cruzada com a inspeção técnica do HTML e dos apps instalados. Ela mapeia a **fricção de conversão da própria loja**. O que ela ainda não fecha é a origem do tráfego: para isolar de vez a causa da queda dos últimos 2 meses, é preciso ler o GA4 e a conta de Meta Ads (detalhado no fim).

LEITURA DE PARTIDA

Uma loja não vai de "vende" para "zero" só por causa do site.

Os problemas de página abaixo são **desgaste crônico** de conversão, sempre presentes. A queda **aguda** de 2 meses quase sempre mora em **tráfego ou rastreamento**. Esta auditoria fortalece o caso e aponta um atalho de diagnóstico que já está instalado na loja.

HEALTH SCORE DE CONVERSÃO

≈ 52 / 100 • Atenção

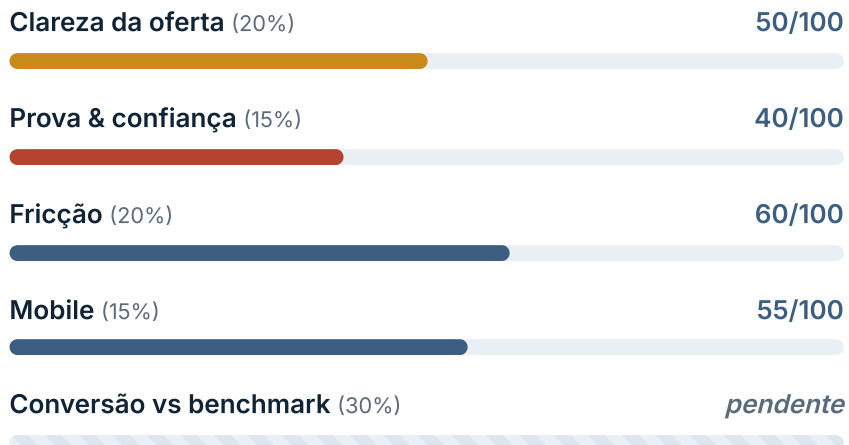
Nota provisória. A dimensão de maior peso (Conversão vs benchmark, 30%) só fecha com o GA4. O que dá para medir na página hoje pontua assim:

52

de 100

ATENÇÃO

Provisório. Faltam os 30% de conversão que dependem do GA4.



Três coisas que a inspeção técnica revelou

CRÍTICO · PROVA SOCIAL

O app de avaliações está instalado, mas as páginas de produto estão vazias

A loja tem o **Judge.me** ativo, mas ao inspecionar um dos mais-vendidos (Anel Cherry Diva) o contador de avaliações está **em branco, zero estrelas**. Em semijoia, que é compra de confiança, página de produto sem avaliação é a maior fuga de conversão que existe. Mostrar o widget vazio é **pior** do que não ter. Correção: importar avaliações e disparar pedido automático de review para a base que já comprou.

OPORTUNIDADE · DIAGNÓSTICO

O Microsoft Clarity já está rodando na loja

O Clarity grava a sessão de cada visitante e gera mapa de calor, **de graça**. Ou seja: a resposta de "o que travou nos últimos 2 meses" pode já estar **gravada lá dentro**. Dá para assistir onde a pessoa desiste, se o botão de comprar some no celular, se o checkout dá erro. É o atalho mais barato de diagnóstico e provavelmente está sem uso.

VERIFICAR AO VIVO · RASTREAMENTO

O disparo do Pixel na página de produto e no checkout precisa ser testado

No HTML da home aparecem Meta Pixel, TikTok Pixel e GA4. Na página de produto, o teste estático só confirmou o Clarity. Isso **não prova** que quebrou (o Shopify carrega o Pixel numa sandbox invisível ao HTML cru), mas com a loja parada há 2 meses **tem que ser testado ao vivo** com o Meta Pixel Helper na página de produto e no checkout. Se o evento de compra parou de disparar, é exatamente isso que derruba a venda sem nada visível mudar.

O que mais está pesando

CATÁLOGO

Cerca de 20% da vitrine está esgotada

Dos ~139 produtos, **25 a 30 aparecem como esgotados**. Anúncio ou clique que cai em produto sem estoque queima verba e mata a sessão. Repor os campeões ou ocultá-los, e nunca anunciar para eles.

PRIMEIRA DOBRA

A home abre só com promoção, sem proposta de valor de marca

A primeira dobra tem **4 a 5 chamadas competindo** (Compre 2 Pague 1, PIX 6%, Grupo VIP, login, carrinho) e nenhuma frase que diga por que comprar na Moniê. Foco: 1 promessa clara + 1 CTA dominante + selo de prova.

VELOCIDADE MOBILE

Páginas pesadas para o 4G

Home com **459KB** e página de produto com **333KB** de HTML, além de 13+ scripts externos. A resposta do servidor está boa (TTFB ~0,6s), mas o peso total é risco de lentidão no celular, onde está a maior parte do tráfego. Comprimir imagem e adiar apps não-críticos.

Por retorno sobre esforço

Ordenado por ICE (Impacto × Confiança × Facilidade). As ações 1, 2 e 4 são gratuitas e podem estar segurando a venda hoje. As ações 3 e 5 são as que recuperam receita mais rápido.

#	Ação	Custo	ICE	Prazo
1	Abrir o Microsoft Clarity e assistir 20-30 sessões dos últimos 30 dias + ver onde o funil abandona	Grátis	29	Hoje
2	Testar Pixel / CAPI ao vivo na página de produto e no checkout (Meta Pixel Helper)	Grátis	28	Hoje
3	Popular as páginas de produto com avaliações (importar no Judge.me + disparo automático pós-compra para a base antiga)	Baixo	27	Esta semana
4	Repor ou ocultar os ~25-30 esgotados e retirá-los de qualquer anúncio	Grátis	26	Esta semana
5	Reativar a base que já comprou (WhatsApp + e-mail): a venda mais barata que existe agora	Baixo	25	Esta semana
6	Reescrever a primeira dobra: 1 promessa + 1 CTA dominante + selo de prova, no lugar das 5 promoções competindo	Médio	22	30 dias
7	Aliviar o peso mobile: comprimir imagem, adiar apps não-críticos	Médio	18	30 dias

Sobre impacto em R\$: a estimativa financeira de cada ação depende do volume de sessões da loja, que é lido no GA4. A mecânica está pronta e será aplicada assim que o acesso ao GA4 for liberado, transformando cada ganho de conversão em R\$/mês.

O que falta liberar

Com estes três acessos, fechamos os 30% de conversão que faltam no score e isolamos de vez a causa da queda dos 2 meses (tráfego x rastreamento x conversão).

1

GA4

Sessões, taxa de conversão e receita — 90 dias vs 90 anteriores. Diz se caiu tráfego ou caiu conversão.

2

Meta Ads

Acesso ou print da conta. Confirma se é fadiga de criativo, verba, reprovação de conta ou pixel cego.

3

Microsoft Clarity

Login (provavelmente com a Mesh). A gravação dos últimos 2 meses é o atalho para o diagnóstico.