sinqfy

O guia completo do Sinqfy

Rastreamento server-side, vendas casadas com o clique e o lucro real de cada anúncio. Como instalar, para que serve cada tela, como conectar tudo e como a venda volta para a Meta, o GA4 e o Google Ads.



Iegos Weber

Criador do Sinqfy · @iegos_

Versão 1.1 · novembro de 2026

Sumário

01 O que é o Sinqfy
O problema que ele resolve e o que você ganha com ele

02 Instalar no seu servidor
O que precisa, os três jeitos de publicar o painel e o passo a passo em qualquer VPS

03 Como funciona o rastreamento
O caminho do dado, do anúncio até a venda voltar para a Meta, o GA4 e o Google Ads

04 UTMs sem mistério
O que é uma UTM, as cinco que existem, o campo de cada uma e o modelo pronto para a Meta

05 rid, cookies e envio pelo servidor
Como a venda é ligada ao clique e chega a cada plataforma uma vez só

06 O painel, tela por tela
Para que serve cada tela, o que cada número significa e os recursos que ligam e desligam

07 Como conectar tudo
Script, domínio, Meta, Google Ads, plataformas de venda, GA4 e WhatsApp

08 Agências e clientes com vários funis
Equipes, papéis, um site por funil e a visão somada do cliente

09 Clientes em outra conta da Cloudflare
Para onde apontar e o passo a passo para agências

13 Métricas e glossário
Como cada número é calculado e as palavras que aparecem no painel

11 Privacidade e segurança
O que o Sinqfy guarda, o que nunca guarda e como fica a LGPD

12 Planos e licença
Lite, Pro e o que a licença FCL-1.0-MIT permite

13 Sobre o criador
Quem fez o Sinqfy e como falar comigo

Como ler este guia. Se você vai só usar o painel, leia os capítulos 1, 3, 4 e 6. Se vai instalar e conectar, siga os capítulos 2 e 7 com o painel aberto ao lado. Os capítulos 8 e 9 são para agências.

Saber, de verdade, qual anúncio vendeu

O Sinqfy junta num painel só quem visitou o seu site, quem comprou e quanto você gastou em anúncios na Meta. Depois devolve as vendas para a Meta pelo servidor, para os anúncios otimizarem com dado real.

O problema

O pixel do navegador perde cada vez mais informação: bloqueadores de anúncio, o Safari apagando cookies em poucos dias, o navegador do Instagram, o comprador que clica hoje e compra daqui a uma semana. O resultado é conhecido de quem anuncia:

- A Meta diz que vendeu 17 e a plataforma mostra 11, ou o contrário.
- Ninguém sabe qual criativo trouxe o comprador que voltou pela bio três dias depois.
- O order bump e o upsell viram compras separadas e a campanha parece melhor do que é.

O que o Sinqfy faz

Rastreia no seu domínio

O script roda em `t.seudominio.com.br`, num servidor da Cloudflare. O cookie é do seu domínio e reconhece a pessoa por até 400 dias, inclusive no iPhone.

Casa a venda com o clique

O id do visitante vai no link do checkout e volta no webhook da plataforma. A venda fica ligada à campanha, ao conjunto e ao anúncio certos.

Mostra o lucro real

Faturamento aprovado, gasto da Meta, imposto, reembolsos e chargeback no mesmo painel. ROAS e CPA calculados com venda de verdade.

Devolve para quem anuncia

Cada evento e cada compra seguem pelo servidor para a Meta (Conversions API), o GA4 e o Google Ads, com reenvio automático, deduplicação e uma compra só por checkout.

Para quem é

Para gestor de tráfego, infoprodutor, e-commerce e agência. Cada funil é um **site**; um cliente pode ter vários, com equipe e permissões separadas. Tudo roda no **seu servidor**: os dados ficam no seu banco.

Funciona com	Como
Hotmart, Kiwify, Eduzz	Webhook com parser próprio, rid em `xcod` ou `sck`
Shopify, WooCommerce, Stripe	Webhook com assinatura conferida
OnProfit e outras	Webhook personalizado: você diz onde está cada campo do JSON

Planilha e Pix próprio	Google Sheets a cada 5 minutos, ou checkout com Pix na sua chave

2 Instalar no seu servidor

O Sinqfy roda onde você quiser

O Sinqfy é instalado por você, num servidor seu. Ele não depende de um provedor: precisa de uma máquina Linux com Docker, de um endereço com HTTPS e, se quiser o cookie de 400 dias, de uma borda no seu domínio.

Peça	O que é	Exemplos
Servidor	Uma máquina Linux com Docker, ligada 24 horas	Oracle Cloud (Always Free), Hetzner, DigitalOcean, Contabo, Hostinger, Magalu Cloud, um computador seu
HTTPS	Como o painel chega à internet	Túnel da Cloudflare, Caddy ou o Nginx que você já usa
Borda	Serve o script no seu domínio e grava o cookie de 400 dias (opcional)	Cloudflare Workers

Requisitos

Mínimo

1 vCPU, 1 GB de memória e 10 GB de disco, x86 ou ARM.

Recomendado

Ubuntu 24.04, 2 vCPU, 2 GB de memória e 25 GB de disco.

Banco

PostgreSQL na mesma máquina, dentro do Docker, ou um banco gerenciado pelo `DATABASE_URL`.

Os três jeitos de publicar o painel

`COMPOSE_PROFILES`	Como funciona	Portas abertas
`cloudflare`	Um túnel sai da VPS para a Cloudflare, que entrega o HTTPS. O mais seguro	Nenhuma (só SSH)
`caddy`	O Caddy pede e renova o certificado Let's Encrypt sozinho, em qualquer DNS	80 e 443
(vazio)	O painel fica em `127.0.0.1:8080`, atrás do seu proxy	As do seu proxy

Passo a passo em qualquer VPS

1. **Máquina.** Crie a VPS com Ubuntu 24.04 e acesso por chave SSH.
2. **Instalar.** No servidor, rode `curl -fsSL https://github.com/igs-wbr/sinqfy/releases/latest/download/instalar.sh | bash`. Ele instala o Docker se faltar, baixa a versão mais recente, pergunta o e-mail do admin, o endereço do painel e o jeito de publicar, gera os segredos e sobe tudo. No fim, mostra o endereço e a senha.

3. **Atualizar.** Rode o mesmo comando. A configuração e o banco ficam como estão.
4. **À mão, se preferir.** Baixe o pacote .zip, envie ao servidor, e na pasta `deploy` rode `cp .env.example .env`, preencha e rode `docker compose up -d --build`.
5. **Backup.** `deploy/backup.sh` faz um `pg_dump` cifrado e manda para qualquer armazenamento do rclone (R2, B2, S3, Object Storage).

Guarde a DATA_KEY. Ela cifra nome, e-mail e telefone dos contatos. Sem ela, nem você lê esses dados de novo. Guarde num gerenciador de senhas, fora do servidor.

E sem Cloudflare? Tudo funciona. Sem a borda no seu domínio, o script vem do endereço do painel, o visitante é contado por um código que muda todo dia e a venda casa com o clique pelas UTMs, em vez do `rid`.

O caminho do dado

Do clique no anúncio até a compra voltar para a Meta, em seis passos. Cada número do diagrama é explicado logo abaixo.

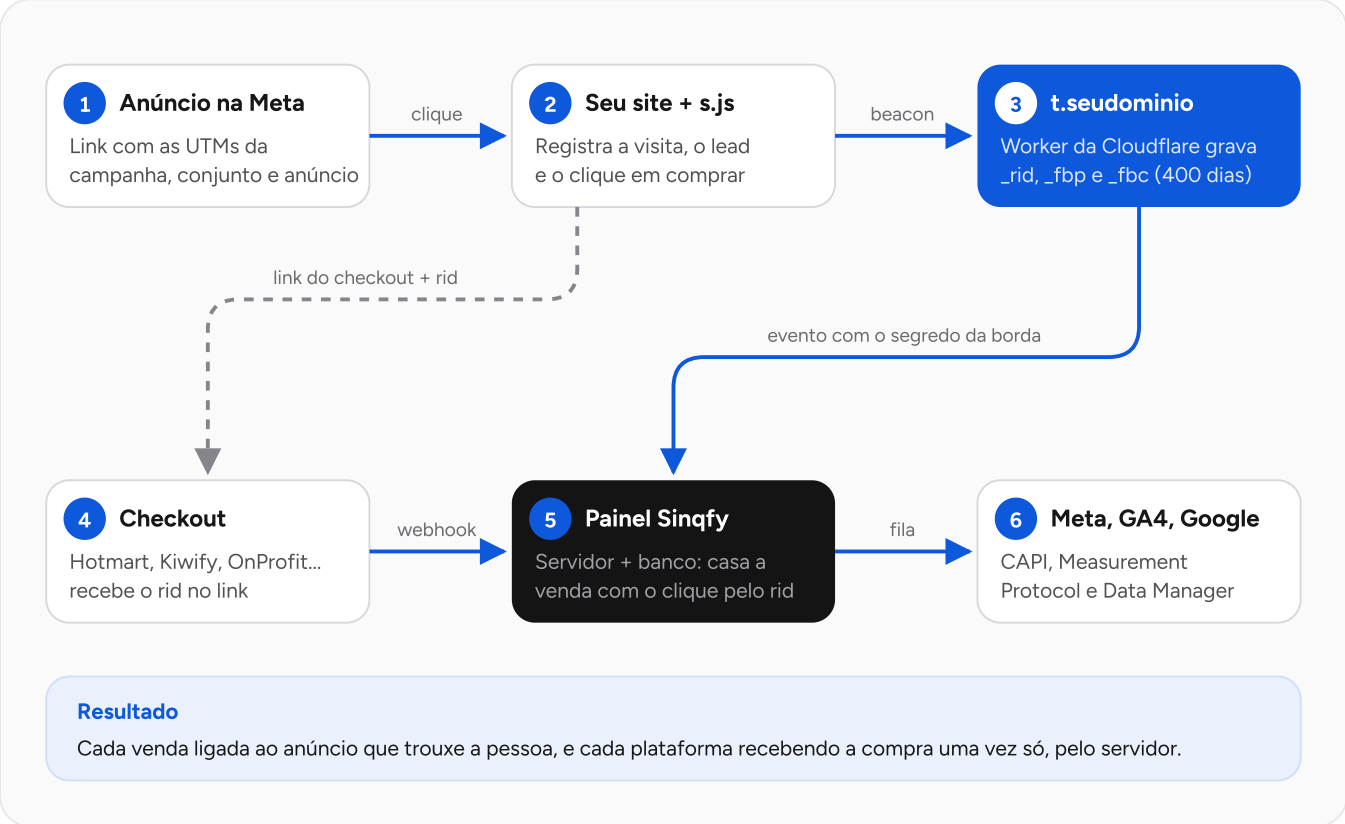


Figura 1. O fluxo completo do rastreamento no Sinqfy.

1. **Anúncio.** A pessoa clica no anúncio. O link leva as UTMs, que funcionam como o RG da campanha, do conjunto e do anúncio (capítulo 4).
2. **Site.** O site tem uma linha de script do Sinqfy. Ela registra a visita e cada ação importante: lead, clique em comprar, vídeo assistido.
3. **Borda.** O script fala com `t.seudominio`, um Worker da Cloudflare. Ele grava pelo servidor os cookies `_rid`, `_fbp` e `_fbc` no seu domínio e repassa o evento ao painel com uma senha só dele (o `EDGE_SECRET`).
4. **Checkout.** Ao clicar em comprar, o script copia as UTMs e põe o id da pessoa (`rid`) no link do checkout.
5. **Webhook.** A plataforma de venda avisa o Sinqfy a cada mudança no pedido: gerado, pago, reembolsado. O Sinqfy liga a venda ao clique pelo rid.
6. **Devolução.** A compra entra na fila e segue pelo servidor para a Meta (Conversions API), o GA4 (Measurement Protocol) e o Google Ads (Data Manager API), sem depender do navegador nem de bloqueador.

Por que um subdomínio `t.` no seu domínio

Cookie criado por JavaScript dura 7 dias no Safari, e às vezes só 24 horas. Cookie criado pelo servidor do próprio domínio do site dura até 400 dias. Por isso o rastreamento roda em `t.seudominio.com.br`, que é parte do seu domínio, e não num endereço do Sinqfy.

`_rid`

O id do visitante. É o que liga visitas de dias diferentes e a venda ao clique.

`_fbp`

O id de navegador que a Meta usa. Melhora a qualidade da correspondência dos eventos.

`_fbc`

Guarda o `fbclid` do clique no anúncio. Diz à Meta exatamente qual clique converteu.

O que o script registra sozinho

Evento	Quando
PageView	Cada página aberta, inclusive em sites de uma página só (troca de rota)
InitiateCheckout	Clique num link de checkout conhecido (Hotmart, Kiwify, Eduzz, OnProfit, Stripe, `pay.`, `checkout` ...). Cliques repetidos em menos de 2 segundos contam uma vez
Lead	Envio de formulário com e-mail ou telefone (o dado vai cifrado para o CRM, nunca para o evento)
video_25 a video_100	Quanto do vídeo da página foi assistido (recurso Retenção de vídeo)
Eventos seus	Qualquer botão com `data-rastro="nome"` ou a chamada `rastro('nome')`

Uma compra só por checkout

Quem compra o produto principal, o order bump e o upsell fez **uma** compra. O Sinqfy segura o Purchase por 5 minutos na fila e soma no mesmo evento tudo o que a mesma pessoa comprar nesse tempo. A Meta recebe uma conversão com o valor total, em vez de três conversões separadas.

Pedido	Valor	O que vai para a Meta
Edição com IA	R$ 67	1 Purchase de **R$ 311**, com os três produtos e os três pedidos
Order bump	R$ 47	
Upsell	R$ 197	

No Google Ads vale a mesma regra, com 5 minutos de espera. No painel, cada pedido continua aparecendo separado, com o seu valor. A soma é só para as plataformas de anúncio.

O que é uma UTM

UTM é um pedaço de texto no fim do link que diz de onde a pessoa veio. O nome vem de Urchin Tracking Module, a ferramenta que deu origem ao Google Analytics. Hoje é o padrão de todo o mercado.

Um link com UTMs fica assim. Cada parte depois do `?` é um par `nome=valor`, separado por `&`:

```
https://edicao.seudominio.com.br/?utm_source=FB&utm_campaign=VENDAS | CBO |
L07|1202518...0053&utm_medium=PÚBLICO ADV+|1202519...0053&utm_content=EI-027
VÍDEO|1202519...0053&utm_term=Instagram_Reels
```

Azul: o nome da UTM. Verde: o valor legível. Amarelo: o id da Meta depois da barra vertical.

As cinco UTMs e o campo de cada uma

UTM	Responde	No Sinqfy, guarde	Exemplo
`utm_source`	De onde veio	A origem do tráfego	`FB`, `google`, `instagram`
`utm_campaign`	Qual campanha	Nome e id da **campanha**	`{{campaign.name}}|{{campaign.id}}`
`utm_medium`	Qual público ou meio	Nome e id do **conjunto de anúncios**	`{{adset.name}}|{{adset.id}}`
`utm_content`	Qual criativo	Nome e id do **anúncio**	`{{ad.name}}|{{ad.id}}`
`utm_term`	Onde apareceu	O **posicionamento**	`{{placement}}`

O modelo pronto para a Meta

No Gerenciador de Anúncios, em cada anúncio, abra **Rastreamento** → **Parâmetros de URL** e cole a linha abaixo. A Meta troca cada `{{...}}` pelo valor real na hora do clique.

```
utm_source=FB&utm_campaign={{campaign.name}}|{{campaign.id}}&utm_medium={{adset.name}}|{{adset.id}}&utm_content={{ad.name}}|{{ad.id}}&utm_term={{placement}}
```

Por que o id depois da barra. Nomes mudam: você renomeia a campanha, duplica o conjunto, corrige um criativo. O id nunca muda. O Sinqfy usa o número depois do último `|` para ligar cada venda à campanha, ao conjunto e ao anúncio certos, e cruzar com o gasto que vem da Meta. Sem o id, a venda cai em "sem campanha".

Regras que evitam dor de cabeça

- Use sempre o modelo inteiro, com as cinco UTMs, em todos os anúncios.
- Não troque a ordem dos campos: `utm_medium` é o conjunto e `utm_content` é o anúncio.
- Para tráfego orgânico (bio, stories, e-mail), use UTMs simples sem id: `utm_source=instagram&utm_medium=bio&utm_campaign=lancamento`. O painel monta esse link para você em **Integrações → Rastreamento no site → Gerar UTMs orgânicas**, com campos para as cinco UTMs e parâmetros extras como `sck`.
- O script do Sinqfy repassa as UTMs da página para o link do checkout sozinho. Na Hotmart, copia também `utm_source` para `src` e `utm_campaign` para `sck`, que são os campos que ela devolve.

Como a venda encontra o clique

A plataforma de venda não sabe de qual anúncio a pessoa veio. O Sinqfy resolve isso levando um id no link do checkout e lendo esse id de volta no webhook.

A ordem do casamento

Origem	Como	Confiança
Clique (rid)	O rid voltou no webhook. A venda herda UTMs, fbc, fbp, navegador e página da última visita com campanha	a melhor
Lead	O e-mail ou telefone do comprador bate com um lead do CRM que tem origem	boa
UTM	A plataforma devolveu as UTMs do link	média
Sem origem	Nada disso: a venda entra no faturamento, mas sem campanha	nenhuma

Onde cada plataforma devolve o rid

Plataforma	Campo
Hotmart	`xcod`
Kiwify e OnProfit	`sck`
Stripe	`client_reference_id`
Hubla	`rid` no link `pay.hub.la`, lido da sessão de pagamento
Shopify	`rid` na página de entrada (`landing_site`)
Genérico e personalizado	O campo que você indicar no mapa

Primeiro toque, último toque e participação

Vendas

Último toque: o anúncio que trouxe a pessoa na visita da compra. É o que vai para ROAS e CPA.

Abriu

Primeiro toque pago: o anúncio que trouxe a pessoa pela primeira vez, até 30 dias antes.

Participou

O anúncio apareceu em alguma visita da mesma pessoa nos 30 dias antes da compra.

Conversions API e deduplicação

Todo evento do site e toda compra aprovada vão para a Meta pela Conversions API, com reenvio automático se a Meta estiver instável. E-mail e telefone seguem só em SHA-256, um código que não dá para desfazer.

- **Mesmo id em todo lugar.** Se o Pixel do navegador também estiver no site, o modo espelho manda cada evento com o mesmo `eventID` do servidor, e a Meta conta uma vez.
- **Compra só pelo webhook.** O Purchase nunca sai do navegador, porque lá ele pode ser forjado. Sai só da venda confirmada.
- **Webhook repetido não duplica.** A mesma venda chegando três vezes, ou fora de ordem, vira um evento.
- **Duas fontes do mesmo pedido** (webhook e planilha, por exemplo) também viram um evento.
- **Compra única por checkout.** Produto, order bump e upsell da mesma pessoa somam num Purchase só.
- **Venda antiga não vira compra de hoje.** Venda aprovada há mais de 3 dias (como a "compra completa" da Hotmart no fim da garantia) é gravada no painel, mas não vai à Meta, ao GA4 nem ao Google Ads.

O que vai junto com a compra

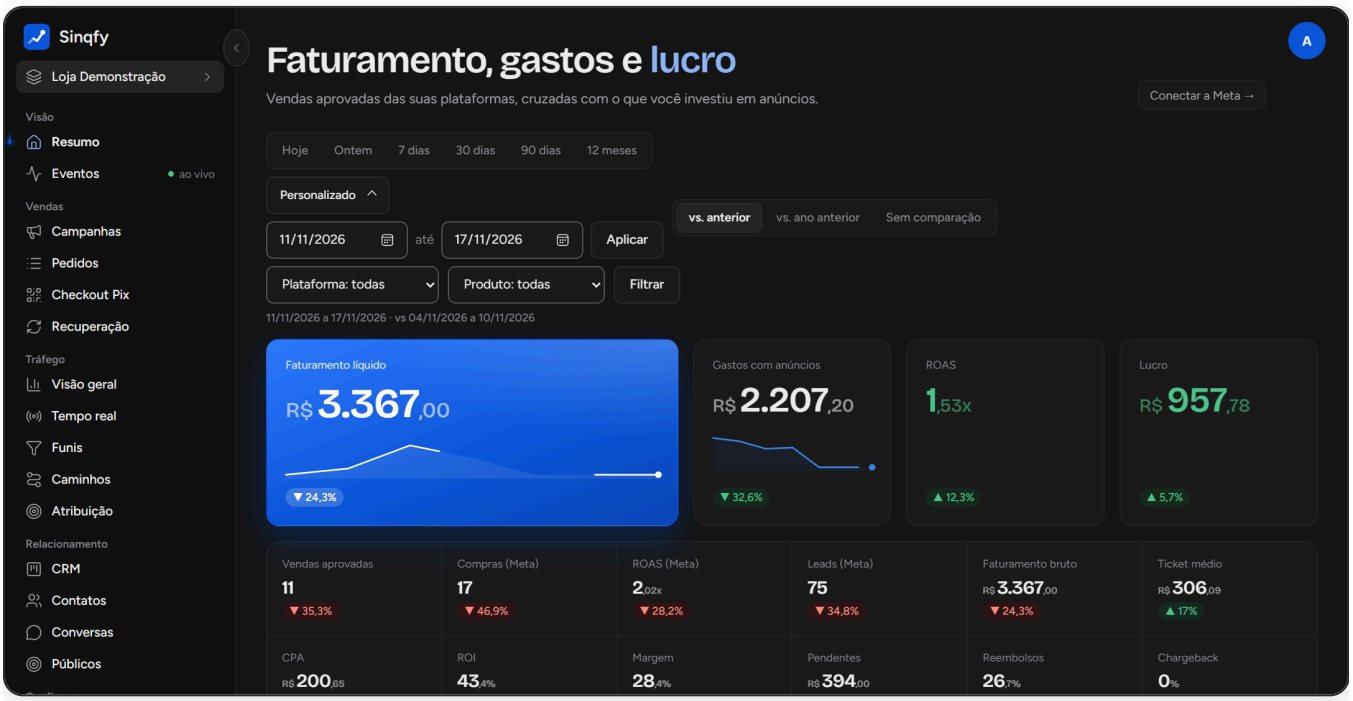
Quanto mais dados do comprador a Meta recebe, melhor ela encontra a pessoa que clicou. Tudo que identifica alguém vai em SHA-256.

Dado	De onde vem
fbc, fbp e navegador	Da visita casada com a venda pelo `rid`
IP, cidade e UF	Do clique no checkout, guardados cifrados até a compra ou por no máximo 7 dias
Nome, cidade, UF, CEP e país	Do webhook, quando a plataforma manda o endereço (Hotmart, Kiwify, webhook personalizado)
UF pelo DDD	Quando a venda vem sem endereço e sem o local do clique, a UF sai do DDD do celular brasileiro
E-mail e telefone	Do webhook ou do lead do CRM com o mesmo `rid`

Google Ads e o último clique

- A compra e os eventos que você escolher viram conversões no Google Ads pela **Data Manager API**, com o `gclid`, `gbraid` ou `wbraid` do visitante nos 90 dias anteriores, e e-mail e telefone em SHA-256.
- Sem nenhum identificador do Google, a conversão não vai. O id da transação evita contagem dupla.
- **Último clique entre plataformas.** Se a Meta e o Google Ads estão ligados e a pessoa clicou em anúncio dos dois antes de comprar, a compra vai só para a plataforma do clique mais recente. Leads e outros eventos continuam indo aos dois.

Resumo: o lucro em 10 segundos



Resumo. Faturamento líquido, gasto, ROAS e lucro do período, sempre comparados com o período anterior.

A primeira tela responde se a operação está dando lucro. O cartão azul é o faturamento líquido; ao lado, gasto com anúncios, ROAS e lucro. A faixa de baixo detalha: vendas aprovadas, compras e ROAS que a própria Meta reporta, ticket médio, CPA, margem, pendentes, reembolsos, chargeback e imposto.

- **Período:** hoje, ontem, 7, 30 e 90 dias, 12 meses ou personalizado.
- **Comparação:** com o período anterior ou com o mesmo período do ano passado. A linha tracejada nos gráficos é sempre o período anterior.
- **Filtros:** por plataforma e por produto.
- **Atualização:** o gasto da Meta sincroniza a cada 5 minutos, e a tela recarrega sozinha no mesmo ritmo.

Campanhas: onde pôr e onde tirar dinheiro

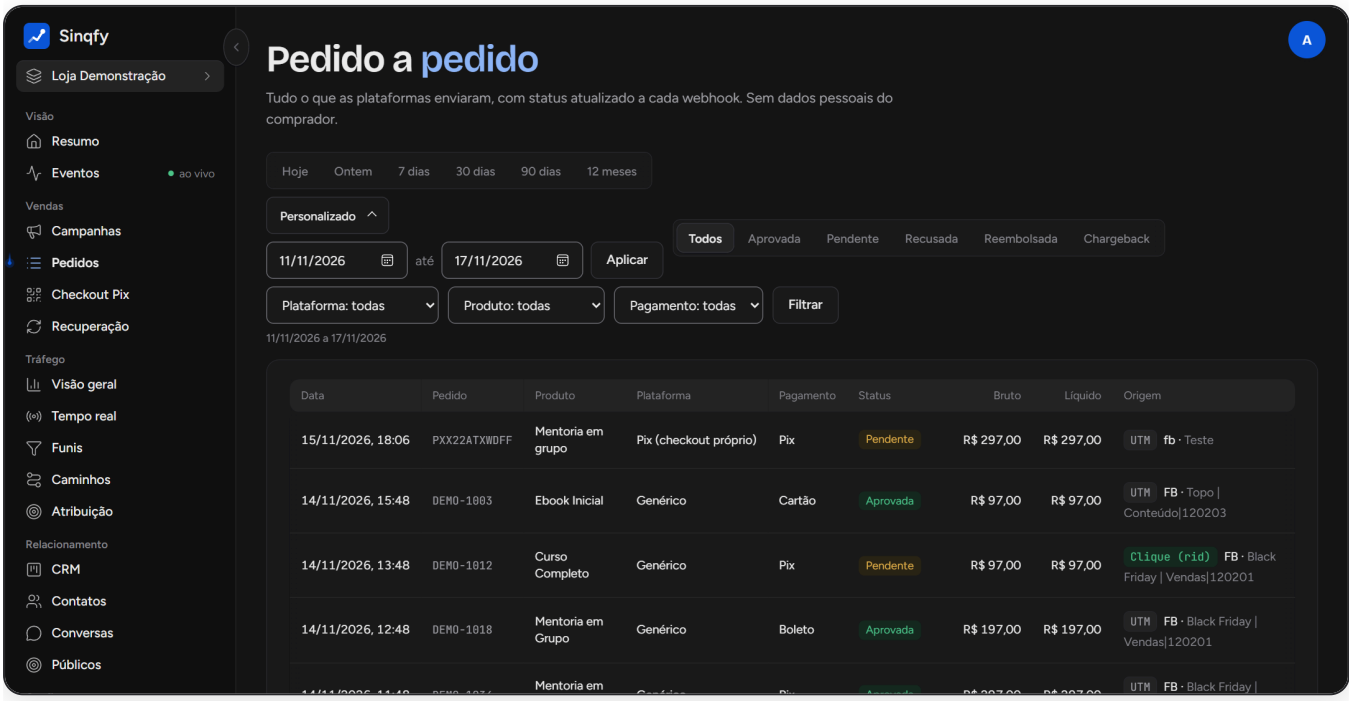


Campanhas. Funil dos anúncios, gargalo da etapa que mais caiu e a tabela de campanhas, conjuntos e anúncios.

Cada campanha, conjunto e anúncio com gasto, vendas reais, ROAS real e o que a Meta reporta lado a lado. O funil mostra impressões, cliques, visitas à página, checkouts e compras, cada etapa pela fonte mais confiável: impressão e clique pela Meta, página pelo script, compra pelo webhook. O **gargalo** é a etapa que mais caiu contra o período anterior da própria campanha, nunca uma média de mercado.

As colunas **Vendas**, **Abriu** e **Participou** mostram o último toque, o primeiro toque e a participação de cada anúncio.

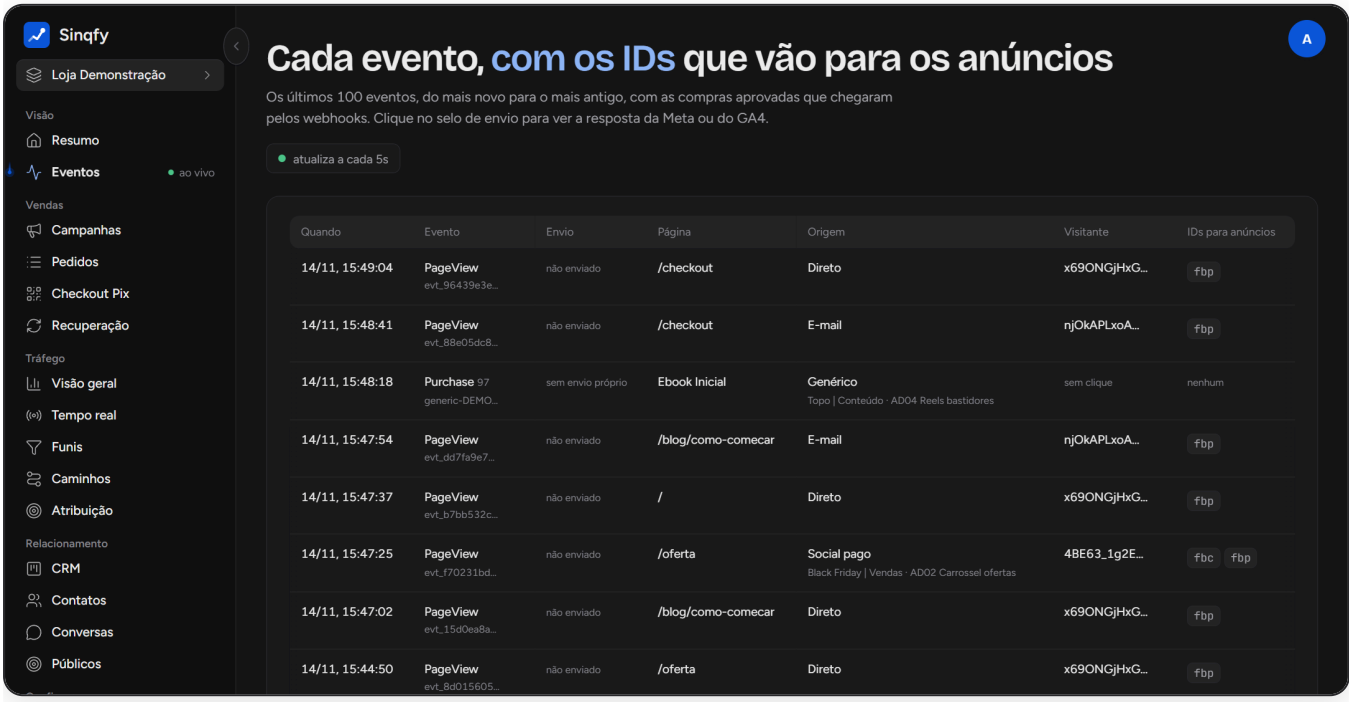
Pedidos: auditar venda a venda



Pedidos. Status, valor, forma de pagamento e a origem de cada venda.

Cada pedido com status (aprovada, pendente, recusada, reembolsada, chargeback), valor, forma de pagamento, produto e a **origem**: clique (rid), lead, UTM ou sem origem. É aqui que você confere se as vendas estão chegando e casando com os anúncios.

Eventos: o rastreamento ao vivo



Eventos. Os últimos 100 eventos com os IDs de clique e o selo de envio para a Meta e o GA4.

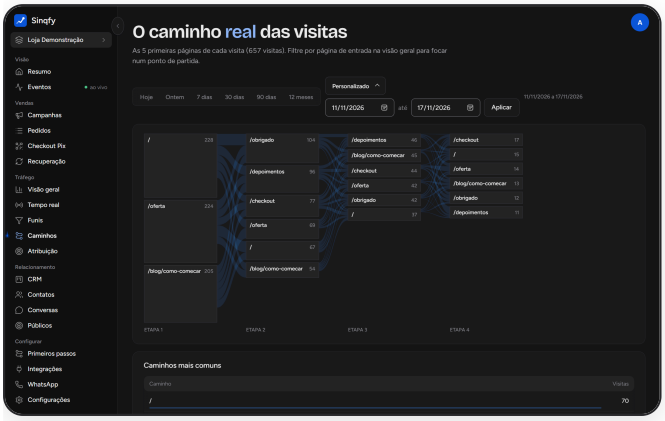
Use para conferir a instalação. Cada linha mostra o evento, a página, a origem e os IDs que vão para os anúncios (`fbc`, `fbp`, `gclid`). Clique no selo de envio para ver a resposta da Meta.

Tráfego: de onde vem o público

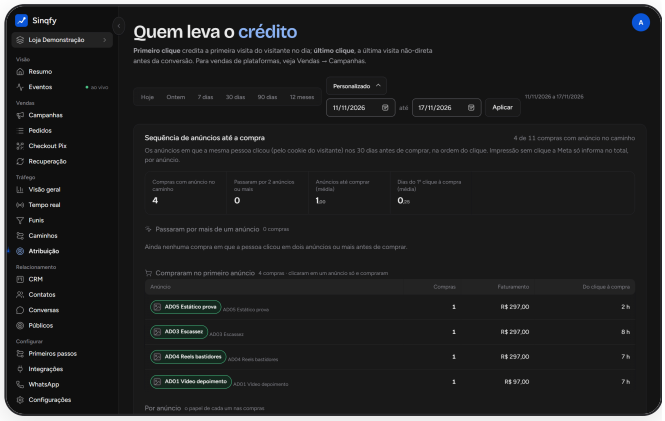


Visão geral do tráfego. Visitantes, visitas, fontes, campanhas, páginas, dispositivos e navegadores.

Visitantes, visitas, duração e páginas por visita, com fontes, campanhas, páginas de entrada, países e dispositivos. Clique em qualquer linha para filtrar a tela inteira. O cartão de navegador mostra quanto do tráfego vem de dentro do Instagram, Facebook ou TikTok e quanto desse público chega ao checkout. O cartão **Primeira visita ou retorno** mostra em qual visita as pessoas compram.



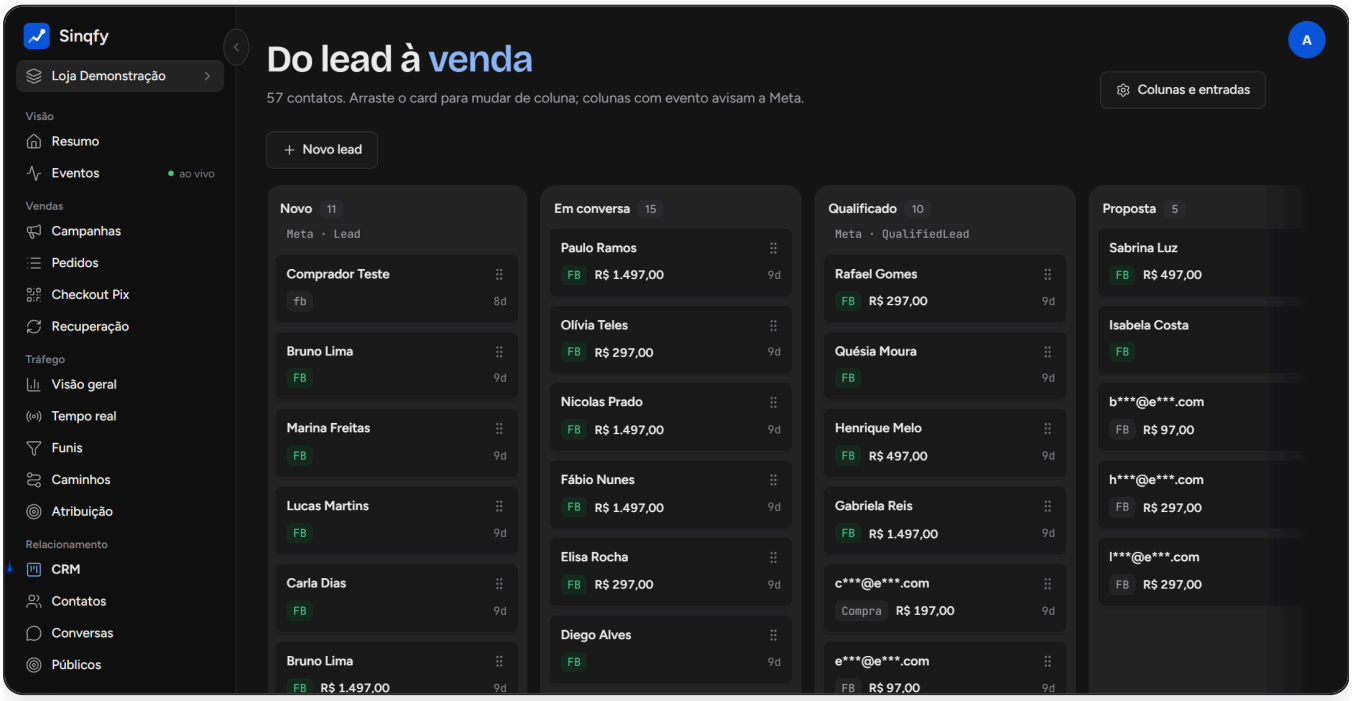
Caminhos. As primeiras páginas de cada visita, em fluxo.



Atribuição. Primeiro clique contra último clique, por canal e campanha.

Tela	Para que serve
Tempo real	Quem está no site nos últimos 5 minutos. Bom para lançamento e live
Funis	Em qual etapa as pessoas desistem. Monte com páginas (`/checkout`) ou eventos (`evento:Lead`)
Caminhos	O trajeto real das visitas, página a página
Comportamento	Até onde leem cada página, quanto tempo ficam com a aba aberta, onde clicam (mapa de calor e links e botões mais clicados) e quem volta em 1, 7 e 30 dias
Atribuição	Quem leva o crédito pela conversão: primeiro ou último clique

CRM: do lead à venda

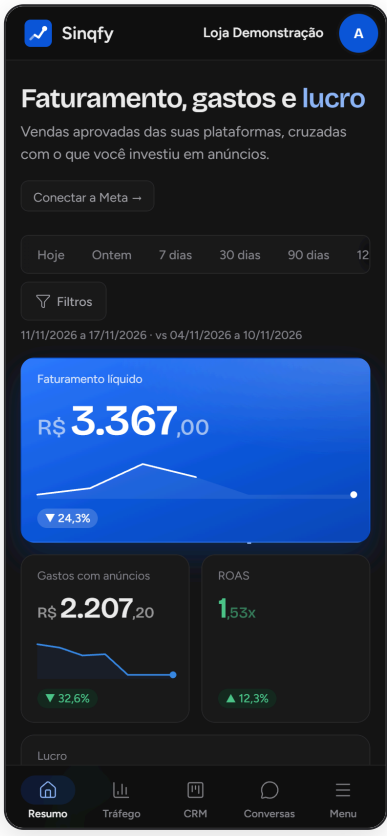


CRM. Quadro com as colunas do funil comercial; colunas com evento avisam a Meta.

Quadro com Novo, Em conversa, Qualificado, Proposta, Ganhou e Perdeu. Arraste o card de coluna; as colunas com evento (por exemplo, Ganhou manda Purchase) avisam a Meta, para ela aprender quem vira cliente de verdade. Nome, e-mail e telefone ficam cifrados. Ao lado ficam **Contatos** (lista e ficha com a linha do tempo), **Conversas** (WhatsApp ligado ao anúncio) e **Públicos** (CSV em hash para remarketing).

No celular

O painel abre como app no celular: adicione à tela inicial pelo navegador. A barra de baixo leva ao Resumo, Tráfego, CRM e Conversas, e os números se ajustam à tela pequena.



Resumo no celular.

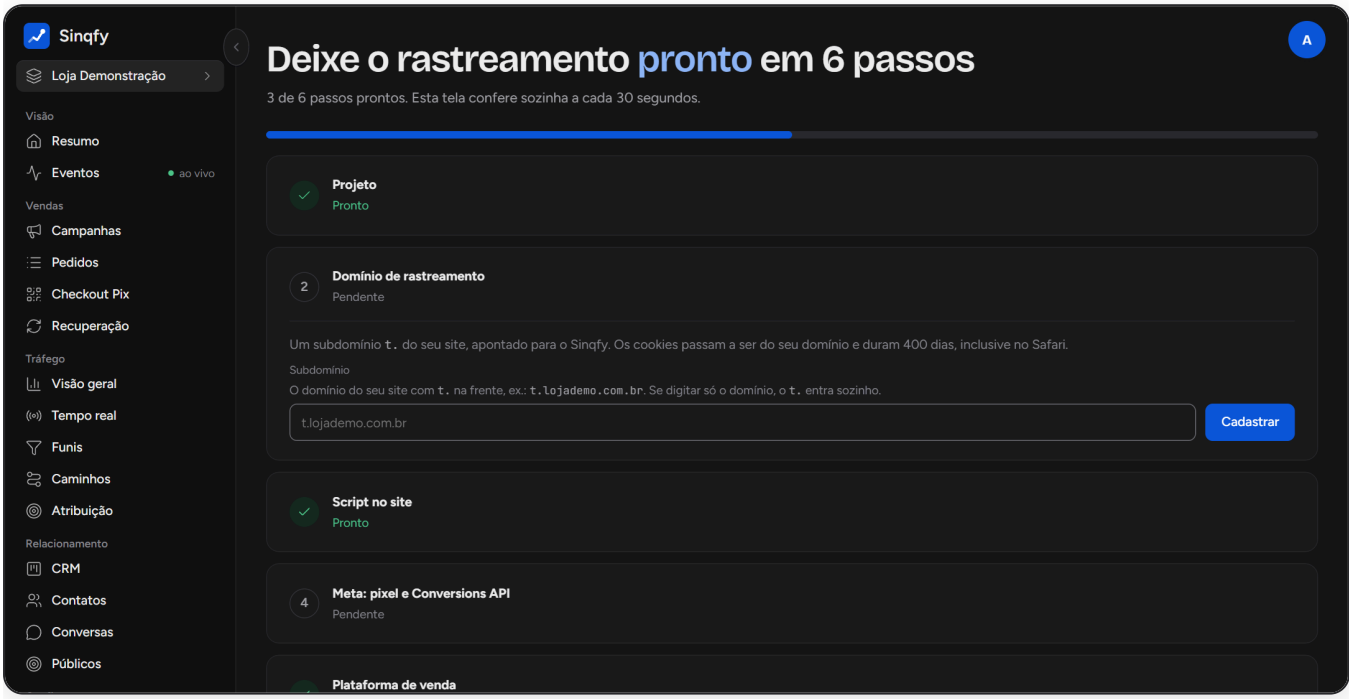
Recursos que ligam e desligam

Em **Configurações** → **Recursos**, cada site liga só o que usa. Recurso desligado some do menu.

Recurso	O que faz
Checkout com Pix	Página de pagamento própria com Pix copia e cola na sua chave, sem intermediador
Recuperação	Sequência no WhatsApp para quem gerou boleto ou Pix e não pagou. Para sozinha quando o pagamento chega ou a pessoa responde
Públicos	CSV com e-mail e telefone em SHA-256 de compradores, de quem não pagou e de cada coluna do CRM, para subir na Meta
Retenção de vídeo	Eventos video_25 a video_100 dos vídeos do site, para usar nos funis
Robô no WhatsApp	Responde quando a mensagem recebida tem uma palavra-chave

Do zero ao primeiro evento

A tela **Primeiros passos** conduz a configuração em 6 passos e confere cada um sozinha. Este capítulo explica o que acontece em cada passo e o que preencher em cada integração.



Primeiros passos. Cada passo fica verde quando o dado chega.

1. **Projeto.** Crie o site com nome, fuso e moeda.
2. **Domínio de rastreamento.** Informe o domínio do site. O subdomínio `t.` passa a servir o script e gravar os cookies (veja o capítulo 9 se o domínio estiver em outra conta da Cloudflare).
3. **Script no site.** Cole a linha no `<head>` de todas as páginas. O passo fica verde no primeiro evento.
4. **Meta.** Conecte a conta de anúncios (gasto) e a Conversions API (envio).
5. **Plataforma de venda.** Cadastre a URL do webhook. O passo fica verde na primeira venda, inclusive a de teste.
6. **Teste final.** Confere cookie, clique, venda casada e envio para a Meta, ponta a ponta.

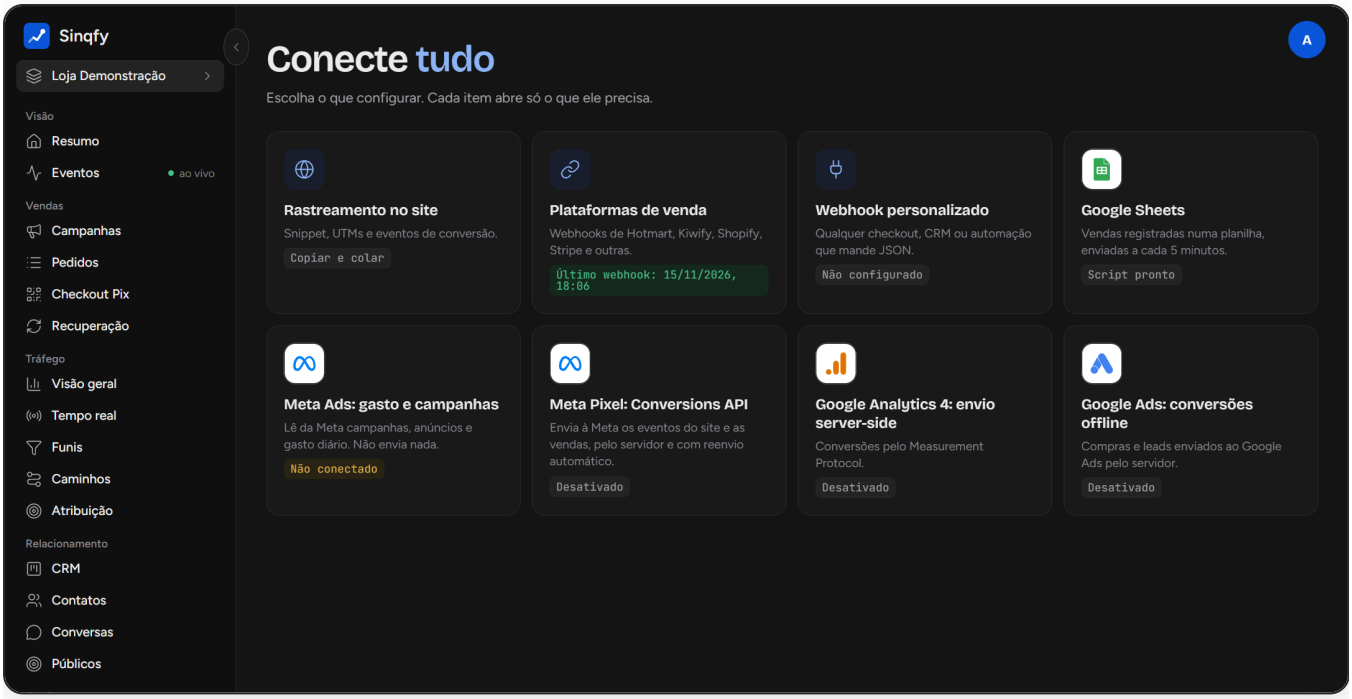
O script

Uma linha no `<head>` de todas as páginas do site, inclusive páginas de obrigado e de upsell. Copie a sua em **Integrações → Rastreamento no site**.

```
<script defer data-site="id-do-site" src="https://t.seudominio.com.br/s.js"></script>
```

Opção	O que faz

`data-consent="required"`	Nada de cookie nem envio a terceiros até o banner chamar `rastro('consent')`
`data-pixel="mirror"`	Repete cada evento no Pixel do navegador com o mesmo `eventID`. Tire o `fbq('track','PageView')` do código base
`data-rastro="nome"`	Em qualquer botão ou link: registra o evento `nome` no clique
`rastro('nome', {...}, valor)`	Registra um evento pelo seu código, com propriedades e valor



Integrações. Cada cartão abre só a configuração dele.

Meta Ads: gasto e campanhas

lê da Meta

Importa campanhas, conjuntos, anúncios, status, orçamento e gasto diário a cada 5 minutos (90 dias na primeira vez). Precisa do id da conta (`act_...`) e de um token com a permissão `ads_read`, de preferência de um usuário do sistema no Business Manager. Somente leitura: o Sinqfy nunca altera anúncios.

Meta Pixel: Conversions API

envia para a Meta

Envia os eventos do site e as vendas pelo servidor. Precisa do id do pixel (conjunto de dados) e do token da Conversions API, gerado no Gerenciador de Eventos. O código de teste opcional faz os eventos aparecerem só na aba Testar eventos.

Google Ads: conversões pelo servidor novo

1. No Google Cloud, crie uma **conta de serviço**, ative a Data Manager API e baixe a chave JSON.
2. No Google Ads, adicione o e-mail da conta de serviço como usuário da conta.
3. Crie as ações de conversão do tipo **Importar, de cliques**.
4. Em **Integrações → Google Ads**, cole a chave JSON (fica cifrada no banco), o ID da conta dona das conversões, o ID da MCC se houver, e o mapa `evento = ID da ação`. Compras usam `Purchase`.

Uma ação de conversão recebe um evento só: o mapa recusa o mesmo ID em dois eventos.

Plataformas de venda

Em **Integrações → Plataformas de venda** há uma URL de webhook para cada plataforma: escolha a loja na lista (com o logo de cada uma) e a URL e o campo de segredo dela aparecem. As lojas que já mandaram webhook ou têm segredo salvo ficam no card **Plataformas conectadas**, com o último webhook recebido. Cadastre a URL na plataforma com os eventos de compra aprovada, pendente, reembolso e chargeback. O token na URL identifica o site; a URL de uma plataforma não serve para outra.

Plataforma	Onde cadastrar	Assinatura
Hotmart	Ferramentas → Webhook (versão 2.0)	Hottok, conferido pelo Sinqfy
Kiwify	Apps → Webhooks	Token na URL
Eduzz	Webhook novo ou legado	Token na URL
Shopify	Configurações → Notificações → Webhooks	Segredo do webhook
WooCommerce	Configurações → Avançado → Webhooks	Segredo do webhook
Stripe	Developers → Webhooks	Segredo de assinatura (whsec_)
Hubla	Integrações → Webhook (eventos de fatura, como `invoice.status_updated`)	Token do webhook, conferido no cabeçalho

Webhook personalizado (exemplo: OnProfit)

Para qualquer checkout que mande JSON, diga onde está cada campo. Caminhos com ponto, como `customer.email` ou `product.name`. Além dos campos do pedido, dá para mapear nome, sobrenome, cidade, UF, CEP e país do comprador, que melhoram a correspondência na Meta. Teste com um exemplo antes de salvar.

Campo do Sinqfy	Na OnProfit (payload V2)
Id do pedido	`id`
Status	`status` (Aprovada: `paid,authorized`; Pendente: `waiting`; Reembolsada: `refunded`)
Valor pago	`price`, em centavos. Não use `transactions.0.amount`: no Pix com order bump ele traz o total do pagamento em cada pedido
Valor líquido	`comission`, em centavos (assim mesmo, com um "m")
Forma de pagamento	`payment_type`
Produto	`product.name`
E-mail e telefone	`customer.email`, `customer.cell`
Sobrenome e país	`customer.lastname` (somado ao nome) e `customer_address.country` ("Brasil" por extenso vira BR)
Id do visitante (rid)	`sck`

UTMs	`utm_source` a `utm_term`, na raiz

Google Sheets, GA4 e WhatsApp

- **Google Sheets:** para vendas que você anota numa planilha. Um script dentro dela envia as linhas novas a cada 5 minutos e escreve o resultado numa coluna.
- **GA4:** id de medição (`G-...`) e segredo da API do Measurement Protocol. Conversões vão na mesma sessão do navegador; as visitas continuam com o gtag do site.
- **WhatsApp:** links rastreáveis `/w/nome` que levam o código do clique para a conversa, e a Cloud API oficial para ligar cada contato ao anúncio.

Uma instalação, todos os seus clientes

Uma instalação do Sinqfy atende várias agências, e cada agência atende vários clientes. Cada funil é um site, com script, webhook, pixel e painel próprios.

Agências separadas

Cada agência tem equipe, papéis e sites próprios. Ninguém de uma agência vê os sites de outra.

Um site por funil

Lançamento, perpétuo e produto físico do mesmo cliente ficam em sites separados, cada um com os seus números.

Visão Todos os funis

Marque o mesmo cliente nos sites dele e o seletor agrupa tudo. A visão somada mostra Resumo, Campanhas e Pedidos de todos os funis, e o pedido que chegou a dois sites conta uma vez.

Gasto dividido

Uma conta de anúncio para vários funis? Cada site recebe as campanhas cujo nome contém o trecho da regra dele, com conjuntos e anúncios.

Como montar

1. Crie um site para cada funil, já com o nome do cliente.
2. Ligue a conta de anúncios num dos sites. Nos outros, em **Configurações** → **Campanhas deste site**, escreva o trecho que aparece no nome das campanhas daquele funil.
3. Abra **Todos os funis** no seletor de sites para ver o cliente inteiro, com a tabela de comparação dos funis.
4. Para o cliente acompanhar, dê a ele o papel **Cliente** (só leitura) ou o link público de tráfego.

Mudou a regra? A próxima sincronização refaz 90 dias e tira dos outros sites o que mudou de lugar. A visão somada é só leitura e aparece para quem vê dois ou mais sites do cliente.

Um cliente, outra Cloudflare

Cada cliente precisa do próprio `t.dominiodocliente`, para o cookie ser do domínio dele. Quando o domínio do cliente está em outra conta da Cloudflare (ou em qualquer outro DNS), ele só aponta um registro para a sua instalação. Quem cuida do certificado e do tráfego é o Cloudflare for SaaS da sua conta.

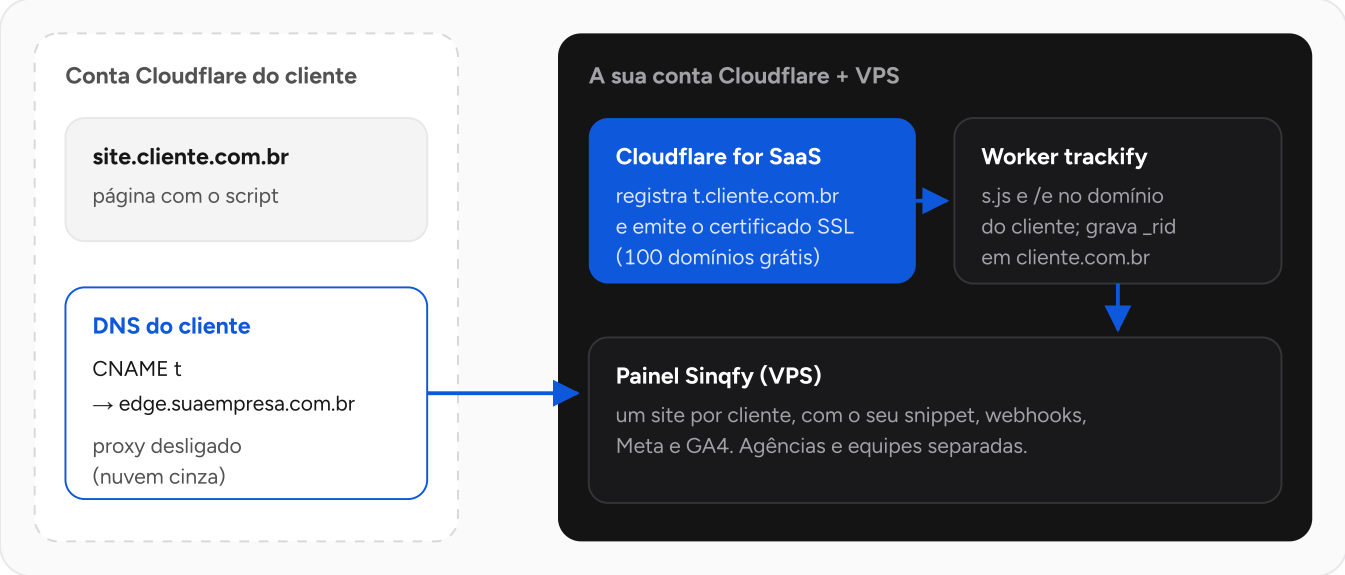


Figura 2. O cliente aponta um CNAME; o resto fica na sua conta.

Uma vez só, na sua conta

1. **Endereço de destino.** No DNS do seu domínio, crie `AAAA edge 100::` com proxy ligado (nuvem laranja). É só um endereço para a Cloudflare receber o tráfego; quem responde é o Worker.
2. **Ative o SaaS.** No seu domínio: SSL/TLS → Custom Hostnames → ative o Cloudflare for SaaS → Add fallback origin → `edge.seudominio.com.br`. Espere o status Active.
3. **Token da API.** My Profile → API Tokens → Create Custom Token com a permissão Zone · SSL and Certificates · Edit, só na sua zona. Junte o Zone ID, que fica na página inicial do domínio.
4. **Servidor.** No `.env` da VPS: `CF_API_TOKEN`, `CF_ZONE_ID` e `CF_SAAS_TARGET=edge.seudominio.com.br`. Reinicie o app.
5. **Rota do Worker.** Adicione ao Worker a rota de cada domínio de cliente (`t.cliente.com.br/*`, na sua zona). Evite a rota coringa `*/*` se o seu domínio tiver outros sites na Cloudflare: ela faria o Worker responder por eles também.

Para cada cliente novo

1. Crie o site do cliente no Sinqfy (ou uma agência separada para ele, com a equipe dele).
2. Em **Primeiros passos**, informe o domínio do cliente. O Sinqfy registra `t.cliente.com.br` no Cloudflare for SaaS sozinha.

3. O cliente cria no DNS dele: **CNAME** `t` → `edge.seudominio.com.br`, **proxy desligado**. Se o DNS dele também é Cloudflare, a nuvem tem de ficar cinza; laranja dá o erro 1014.
4. O Sinqfy confere DNS e certificado a cada 5 minutos. Em geral fica pronto em menos de 15 minutos.
5. Cole no site do cliente o snippet com `src="https://t.cliente.com.br/s.js"` e siga os demais passos.

Alternativa sem SaaS. Se o cliente der acesso à conta Cloudflare dele, dá para publicar uma cópia do Worker lá, em `t.cliente.com.br`, com `ORIGIN` apontando para o seu painel e o mesmo `EDGE_SECRET`. Funciona, mas cada cliente vira um Worker para manter. O Cloudflare for SaaS centraliza tudo na sua conta.

Cada número, de onde vem

Métrica	Conta
Faturamento bruto	Soma do valor pago das vendas aprovadas no período
Faturamento líquido	O que sobra para você depois das taxas da plataforma
Gastos com anúncios	Gasto diário importado da Meta, por anúncio
ROAS	Faturamento líquido dividido pelo gasto. ROAS 3 = cada R$ 1 voltou R$ 3
CPA	Gasto dividido pelo número de vendas aprovadas
Lucro	Faturamento líquido menos gastos e imposto
ROI e Margem	Lucro sobre o gasto, e lucro sobre o faturamento
Ticket médio	Faturamento dividido pelo número de vendas
Compras e ROAS (Meta)	O que a própria Meta diz que vendeu. Comparar com as vendas reais mostra se ela atribui a mais
Imposto	Percentual configurável (ex.: 6% no Simples), descontado do lucro

Glossário

Palavra	O que é
Site	Um projeto: um domínio, um checkout, uma conta de anúncios
Visitante e visita	Uma pessoa; uma sequência de páginas sem pausa maior que 30 minutos
Evento	Qualquer coisa registrada: página, lead, clique em comprar, vídeo
rid	O id do visitante que vai no link do checkout e volta no webhook
Webhook	O aviso automático que a plataforma manda ("o pedido 123 foi pago")
Pixel	O conjunto de dados da Meta que recebe os eventos
Conversions API	O envio de eventos para a Meta pelo servidor, sem depender do navegador
fbc e fbp	Os ids do clique e do navegador que a Meta usa para casar o evento com a pessoa
Worker	O programa da Cloudflare que roda em `t.seudominio`

Dado útil, sem guardar o que não deve

- O Sinqfy **não guarda IP, e-mail nem telefone** de visitante.
- Nome, e-mail e telefone de contatos e compradores ficam **cifrados**. Quem roubar o banco não lê nada sem a chave `DATA_KEY`, que fica fora do banco.
- Para a Meta e o Google, e-mail, telefone e endereço vão **só em hash** SHA-256.
- IP e navegador existem só enquanto o envio para a Meta está pendente, e saem do banco depois. O IP do clique no checkout fica cifrado, com cidade e UF, até a compra ou por no máximo 7 dias.
- O Sinqfy **não manda nada para o criador**: sem telemetria, e a licença é conferida offline.
- Com `data-consent="required"`, nada de cookie ou dado pessoal sai antes do aceite no banner.
- Uma pessoa pode pedir para ser apagada: botão na ficha do contato. Ela não volta a ser cadastrada.
- Anúncios em **somente leitura**: o token da Meta precisa só de `ads_read`.
- Painel com login, papéis (Dono, Gestor, Cliente), proteção contra força bruta e link público só da visão de tráfego. Vendas nunca ficam públicas.

Quem vê o quê

Papel	Pode
Dono	Tudo na agência: sites, equipe, integrações, exclusão
Gestor	Ver e configurar os sites liberados para ele
Cliente	Só ver os sites liberados, sem mudar nada

Comece grátis, cresça com a gente

Lite

grátis, para sempre

- 1 site (1 funil)
- Todos os recursos do painel
- Meta, GA4 e Google Ads pelo servidor
- CRM, WhatsApp e checkout com Pix

Pro

R$ 45, pagamento único

- Sites ilimitados
- Visão por cliente, com todos os funis somados
- Vitalício: atualizações e uso para sempre
- Até 2 instalações e 7 dias de teste grátis

Sem o Pro, nada se perde: os sites além do primeiro continuam coletando visitas, recebendo vendas e enviando conversões. Só o painel deles fica fechado.

A licença

O código segue a **Fair Core License 1.0 com MIT futura (FCL-1.0-MIT)**:

- Você pode usar, copiar, alterar e redistribuir para qualquer fim que não seja concorrente, isto é, vender um produto que substitua o Sinqfy.
- É proibido remover ou contornar a checagem de licença e os limites de cada plano.
- Cada versão vira MIT dois anos depois de publicada.
- Agência pode dar acesso ao painel aos próprios clientes.

Feito por Iegos Weber

O Sinqfy nasceu de uma pergunta simples que todo anunciante faz e quase nenhuma ferramenta responde direito: qual anúncio vendeu de verdade, e quanto sobrou no fim do mês?

Ele foi pensado, desenhado e construído por mim, Iegos Weber, para juntar rastreamento server-side, vendas casadas com o clique e o lucro real num painel só, rápido e honesto com os números. Se você tem uma dúvida, uma ideia ou quer usar o Sinqfy na sua operação ou agência, fale comigo.

Instagram
@iegos_

E-mail
contato@sinqfy.app

