

17/09 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [LUDOPATIA] [GP]
[BETS]

Período: 17/09/2026 a 17/09/2026 Duração: 1 dia Gerado em: 17/09/2026 às 15:00



Informações da Campanha

O que foi configurado nesta campanha

Nome	17/09 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [LUDOPATIA] [GP] [BETS]	Público-alvo	Minas Gerais, Rio de Janeiro (state), São Paulo (state), Goiás, Pernambuco
Status	ATIVA	Faixa etária	18 a 65 anos
Objetivo	OUTCOME_LEADS	Otimização	QUALITY_LEAD
Orçamento/dia	R\$ 0,00		



Resumo em Números

Os principais resultados da campanha de forma simples

ALCANCE E VISIBILIDADE

PESSOAS ALCANÇADAS

251

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

313

Quantas vezes o anúncio apareceu na tela

FREQUÊNCIA

1,2x

Média de vezes que cada pessoa viu o anúncio. Ideal: 1,5 a 3x

BAIXO

VIEWS DE VÍDEO

43

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

CLIQUE E CUSTO

TOTAL INVESTIDO

R\$ 5,58

Valor total gasto no período

TAXA DE CLIQUES (CTR)

2,88%

% de pessoas que clicaram. Média do setor: 1–2%

BOM

CUSTO POR CLIQUE (CPC)

R\$ 0,62

Quanto você pagou por cada clique no anúncio

BOM

CPM

R\$ 17,83

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

ENGAJAMENTO

REAÇÕES

1

Curtidas, amei, etc.



Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

4

Clicaram no link

Pessoas interessadas no anúncio



1

Conversas iniciadas

Enviaram a primeira mensagem

CUSTO POR CONVERSA

R\$ 5,58

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

EXCELENTE

TAXA DE CONVERSÃO

25,0%

De quem clicou, quantos % iniciaram conversa

Nível de Engajamento nas Conversas

Entenda o que aconteceu depois que as pessoas abriram o WhatsApp

0

Enviaram apenas 1 mensagem

Iniciaram contato mas não continuaram — podem ter sido atendidos ou desistido

0%

1

Trocaram 2 mensagens

Houve uma resposta — demonstra interesse inicial

100%

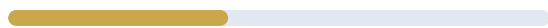


Quem Viu o Anúncio

Perfil do público que foi impactado

Por Gênero

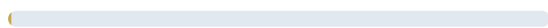
Feminino 40.6% | R\$ 2,54 | CTR 4.72%



Masculino 58.8% | R\$ 3,02 | CTR 1.63%

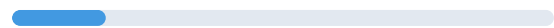


Desconhecido 0.6% | R\$ 0,02 | CTR 0.00%

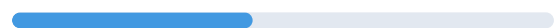


Por Faixa Etária

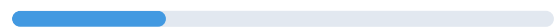
18-24 anos 17.3% | CTR 3.70%



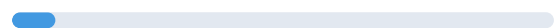
25-34 anos 44.4% | CTR 2.88%



35-44 anos 28.4% | CTR 0.00%



45-54 anos 8.0% | CTR 12.00%



55-64 anos 1.6% | CTR 0.00%

65+ anos 0.3% | CTR 0.00%

Por Plataforma

Instagram 77.3% | R\$ 4,23

Facebook 22.7% | R\$ 1,35

Por Estado

São Paulo (state) 36.7% | R\$ 1,98

Minas Gerais 24.6% | R\$ 1,17

Pernambuco 14.4% | R\$ 0,65

Goiás 12.5% | R\$ 0,86

Rio de Janeiro (state) 11.8% | R\$ 0,92



Análise e Próximos Passos

O que está funcionando e o que pode melhorar

A campanha **17/09 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [LUDOPATIA] [GP] [BETS]** rodou por **1 dia**, investindo **R\$ 5,58** e alcançando **251 pessoas** únicas. A taxa de cliques de **2.88%** está acima da média do setor jurídico (1–2%), o que indica que o anúncio está chamando atenção. Foram iniciadas **1 conversa no WhatsApp**, a um custo médio de **R\$ 5,58** por conversa.

❑ O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- ❑ CTR de 2.88% — acima da média do setor
- ❑ CPC de R\$ 0,62 — custo por clique bom
- ❑ 43 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- ❑ 1 reações — público aprovando o conteúdo
- ❑ 1 conversa iniciada no WhatsApp
- ❑ Custo por conversa de R\$ 5,58 — excelente

❑ O QUE PODE MELHORAR

- Frequência de 1.2x está baixa — aumentar orçamento pode melhorar o alcance
- Acompanhar conversões finais (clientes fechados) para medir o retorno real do investimento

❑ Desempenho por Conjunto de Anúncios

Conjunto	Status	Gasto	Impressões	CTR	CPC	Conv. WA
[CJ01] [ABERTO] [ADV+] [25 A 50]	ATIVA	R\$ 4,88	262	1.15%	R\$ 1,63	0
[CJ02] [ABERTO] [ADV+] [25 A 50]	ATIVA	R\$ 0,66	48	12.50%	R\$ 0,11	1
[CJ03] [ABERTO] [ADV+] [25 A 50]	ATIVA	R\$ 0,04	3	0.00%	R\$ 0,00	0