GP ADVOGADOS

ADVOCACIA E CONSULTORIA JURÍDICA

RELATÓRIO DE CAMPANHA

06/10 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [PLANO DE SAUDE] [GP]

Período: **06/10/2026 a 13/10/2026** Duração: **8 dias** Gerado em: **13/10/2026 às 14:01**

Informações da Campanha

O que foi configurado nesta campanha

Nome	06/10 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [PLANO DE SAUDE] [GP]
Status	ATIVA
Objetivo	OUTCOME_LEADS
Orçamento/dia	**R$ 0,00**

Público-alvo	—
Faixa etária	18 a 65 anos
Otimização	—

Resumo em Números

Os principais resultados da campanha de forma simples

ALCANCE E VISIBILIDADE

PESSOAS ALCANÇADAS

6.632

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

8.956

Quantas vezes o anúncio apareceu na tela

FREQUÊNCIA

1,4x

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

BAIXO

VIEWS DE VÍDEO

2.307

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

CLIQUES E CUSTO

TOTAL INVESTIDO

R$ 422,12

Valor total gasto no período

TAXA DE CLIQUES (CTR)

2,04%

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

BOM

CUSTO POR CLIQUE (CPC)

R$ 2,31

Quanto você pagou por cada clique no anúncio

ALTO

CPM

R$ 47,13

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

ENGAJAMENTO

REAÇÕES

53

Curtidas, amei, etc.

CURTIDAS

2

Curtidas na página/perfil

Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

113 **Clicaram no link**
Pessoas interessadas no anúncio

↓

18 **Conversas iniciadas**
Enviaram a primeira mensagem

CUSTO POR CONVERSA

R$ 23,45

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

BOM

TAXA DE CONVERSÃO

15,9%

De quem clicou, quantos % iniciaram conversa

Nível de Engajamento nas Conversas

Entenda o que aconteceu depois que as pessoas abriram o WhatsApp

13	**Enviaram apenas 1 mensagem** Iniciaram contato mas não continuaram — podem ter sido atendidos ou desistido	72%
5	**Trocaram 2 mensagens** Houve uma resposta — demonstra interesse inicial	28%
4	**Trocaram 3 mensagens** Engajamento real — demonstra interesse genuíno no serviço	22%
1	**Bloquearam** Bloquearam o contato após receber a mensagem — sinal de abordagem inadequada	6%

22% das conversas tiveram engajamento real (3+ mensagens)
Ótimo resultado — o público está respondendo bem ao anúncio

Quem Viu o Anúncio

Perfil do público que foi impactado

Por Gênero

Feminino	45.4%	R$ 226,60	CTR 2.17%
Masculino	54.3%	R$ 194,04	CTR 1.95%
Desconhecido	0.3%	R$ 1,48	CTR 0.00%

Por Faixa Etária

18-24 anos	0.6%	CTR 0.00%
25-34 anos	8.7%	CTR 1.16%
35-44 anos	21.3%	CTR 1.20%
45-54 anos	28.2%	CTR 1.70%
55-64 anos	30.5%	CTR 2.24%
65+ anos	10.7%	CTR 4.92%

Por Plataforma

Instagram	60.3%	R$ 246,70
Facebook	34.4%	R$ 170,75
WhatsApp	5.3%	R$ 4,67

Por Estado

Rio de Janeiro (state)	27.2%	R$ 97,77
Bahia	17.0%	R$ 46,05
Pernambuco	12.7%	R$ 38,61
Minas Gerais	7.0%	R$ 18,91
Mato Grosso	4.8%	R$ 15,77
Goiás	4.3%	R$ 11,23

Evolução Dia a Dia

Como a campanha se comportou ao longo do tempo

06/10	R$ 30,36	721 pessoas	□2 conv.
07/10	R$ 55,56	1.271 pessoas	□4 conv.
08/10	R$ 69,15	1.110 pessoas	□2 conv.
09/10	R$ 79,43	977 pessoas	□4 conv.
10/10	R$ 59,67	945 pessoas	□1 conv.
11/10	R$ 96,13	1.970 pessoas	□5 conv.

12/10		R$ 31,82 | 775 pessoas | 0 conv.

Análise e Próximos Passos

O que está funcionando e o que pode melhorar

A campanha **06/10 - [OM] [ONGOING] [FR] [FORM] [PLANO DE SAUDE] [GP]** rodou por **8 dias**, investindo **R$ 422,12** e alcançando **6.632 pessoas** únicas. A taxa de cliques de **2.04%** está acima da média do setor jurídico (1–2%), o que indica que o anúncio está chamando atenção. Foram iniciadas **18 conversas no WhatsApp** , a um custo médio de **R$ 23,45** por conversa.

O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- CTR de 2.04% — acima da média do setor
- 2.307 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- 53 reações — público aprovando o conteúdo
- 18 conversas iniciadas no WhatsApp
- Alcance de 6.632 pessoas — boa visibilidade

O QUE PODE MELHORAR

- → Frequência de 1.4x está baixa — aumentar orçamento pode melhorar o alcance
- → CPC de R$ 2,31 está alto — revisar segmentação e criativo
- → Acompanhar conversões finais (clientes fechados) para medir o retorno real do investimento