

[01] [OM] [ONGOING] [FR] [MENSAGEM] - Trabalhista

Período: 19/03/2026 a 06/04/2026 Duração: 19 dias Gerado em: 07/04/2026 às 00:55



Informações da Campanha

O que foi configurado nesta campanha

Nome	[01] [OM] [ONGOING] [FR] [MENSAGEM] - Trabalhista	Público-alvo	Alagoas, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Rio de Janeiro (state), São Paulo (state), Goiás, Pernambuco
Status	ATIVA	Faixa etária	20 a 65 anos
Objetivo	OUTCOME_ENGAGEMENT	Otimização	Conversas (WhatsApp)
Orçamento/dia	R\$ 0,00		



Resumo em Números

Os principais resultados da campanha de forma simples

ALCANCE E VISIBILIDADE

PESSOAS ALCANÇADAS

5.970

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

8.715

Quantas vezes o anúncio apareceu na tela

FREQUÊNCIA

1,5x

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

BAIXO

VIEWS DE VÍDEO

2.242

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

□ CLIQUES E CUSTO

TOTAL INVESTIDO

R\$ 364,43

Valor total gasto no período

TAXA DE CLIQUES (CTR)

3,33%

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

EXCELENTE □

CUSTO POR CLIQUE (CPC)

R\$ 1,26

Quanto você pagou por cada clique no anúncio

ALTO

CPM

R\$ 41,82

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

□ ENGAJAMENTO

REAÇÕES

75

Curtidas, amei, etc.

COMENTÁRIOS

11

Comentários no anúncio

CURTIDAS

2

Curtidas na página/perfil



Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

114 **Clicaram no link**
Pessoas interessadas no anúncio



1 **Abriam o WhatsApp**
Chegaram até a tela do WhatsApp



35 **Conversas iniciadas**
Enviaram a primeira mensagem

CUSTO POR CONVERSA

R\$ 10,41

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

EXCELENTE

TAXA DE CONVERSÃO

30,7%

De quem clicou, quantos % iniciaram conversa

Nível de Engajamento nas Conversas

Entenda o que aconteceu depois que as pessoas abriram o WhatsApp

18 **Enviaram apenas 1 mensagem** **51%**
Iniciaram contato mas não continuaram — podem ter sido atendidos ou desistido

17 **Trocaram 2 mensagens** **49%**
Houve uma resposta — demonstra interesse inicial

12 **Trocaram 3 mensagens** **34%**
Engajamento real — demonstra interesse genuíno no serviço

86 **Trocaram 5 ou mais mensagens** **246%**
Alto engajamento — muito provável interesse real em contratar

1**Bloquearam**

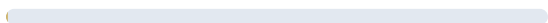
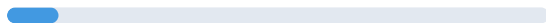
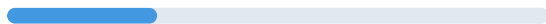
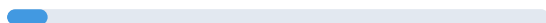
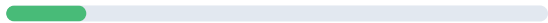
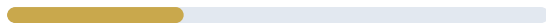
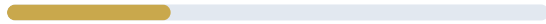
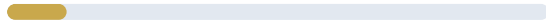
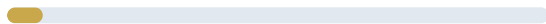
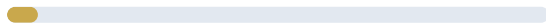
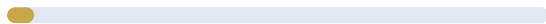
Bloquearam o contato após receber a mensagem — sinal de abordagem inadequada

3%**34% 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** 24.4% | R\$ 113,22 | CTR 3.81%**Masculino** 75.2% | R\$ 249,46 | CTR 3.19%**Desconhecido** 0.3% | R\$ 1,75 | CTR 0.00%**Por Faixa Etária****18-24 anos** 3.1% | CTR 4.04%**25-34 anos** 9.5% | CTR 3.03%**35-44 anos** 19.0% | CTR 3.02%**45-54 anos** 33.2% | CTR 2.42%**55-64 anos** 27.7% | CTR 4.07%**65+ anos** 7.5% | CTR 5.49%**Por Plataforma****Facebook** 85.2% | R\$ 305,23**Instagram** 14.8% | R\$ 59,49**Por Estado****São Paulo (state)** 32.6% | R\$ 139,35**Minas Gerais** 30.2% | R\$ 94,17**Rio de Janeiro (state)** 11.0% | R\$ 42,37**Pernambuco** 6.6% | R\$ 24,69**Pará** 5.7% | R\$ 20,39**Goiás** 5.0% | R\$ 15,38



Evolução Dia a Dia

Como a campanha se comportou ao longo do tempo

19/03		R\$ 13,96 371 pessoas 0 conv.
20/03		R\$ 20,77 349 pessoas 1 conv.
21/03		R\$ 17,30 400 pessoas 2 conv.
22/03		R\$ 18,49 439 pessoas 2 conv.
23/03		R\$ 28,24 620 pessoas 7 conv.
24/03		R\$ 27,98 564 pessoas 3 conv.
25/03		R\$ 28,30 468 pessoas 1 conv.
26/03		R\$ 17,73 237 pessoas 3 conv.
27/03		R\$ 14,98 407 pessoas 1 conv.
28/03		R\$ 18,18 683 pessoas 0 conv.
29/03		R\$ 6,24 373 pessoas 2 conv.
31/03		R\$ 2,90 113 pessoas 1 conv.
01/04		R\$ 38,30 623 pessoas 5 conv.
02/04		R\$ 36,20 619 pessoas 2 conv.
03/04		R\$ 35,34 628 pessoas 4 conv.
04/04		R\$ 33,90 857 pessoas 1 conv.
05/04		R\$ 1,05 25 pessoas 0 conv.
06/04		R\$ 4,57 122 pessoas 0 conv.



Análise e Próximos Passos

O que está funcionando e o que pode melhorar

A campanha [01] [OM] [ONGOING] [FR] [MENSAGEM] - **Trabalhista** rodou por **19 dias**, investindo **R\$ 364,43** e alcançando **5.970 pessoas** únicas. A taxa de cliques de **3.33%** está acima da média do setor jurídico (1–2%), o que indica que o anúncio

está chamando atenção. Foram iniciadas **35 conversas no WhatsApp**, a um custo médio de **R\$ 10,41** por conversa.

❑ O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- ❑ CTR de 3.33% — muito acima da média do setor (1–2%)
- ❑ 2.242 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- ❑ 75 reações — público aprovando o conteúdo
- ❑ 35 conversas iniciadas no WhatsApp
- ❑ Custo por conversa de R\$ 10,41 — excelente
- ❑ Alcance de 5.970 pessoas — boa visibilidade

❑ O QUE PODE MELHORAR

- Frequência de 1.5x está baixa — aumentar orçamento pode melhorar o alcance
- CPC de R\$ 1,26 está alto — revisar segmentação e criativo
- Acompanhar conversões finais (clientes fechados) para medir o retorno real do investimento