

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

Período: 19/03/2026 a 09/04/2026 Duração: 22 dias Gerado em: 09/04/2026 às 19:56



## 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

7.155

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

10.631

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

**2.645**

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

☐ CLIQUES E CUSTO

TOTAL INVESTIDO

**R\$ 462,79**

Valor total gasto no período

TAXA DE CLIQUES (CTR)

**3,25%**

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

EXCELENTE ☐

CUSTO POR CLIQUE (CPC)

**R\$ 1,34**

Quanto você pagou por cada clique no anúncio

ALTO

CPM

**R\$ 43,53**

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

☐ ENGAJAMENTO

REAÇÕES

**93**

Curtidas, amei, etc.

COMENTÁRIOS

**11**

Comentários no anúncio

CURTIDAS

2

Curtidas na página/perfil



## Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

141

### Clicaram no link

Pessoas interessadas no anúncio



1

### Abriam o WhatsApp

Chegaram até a tela do WhatsApp



51

### Conversas iniciadas

Enviaram a primeira mensagem

CUSTO POR CONVERSA

R\$ 9,07

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

EXCELENTE

TAXA DE CONVERSÃO

36,2%

De quem clicou, quantos % iniciaram conversa

## Nível de Engajamento nas Conversas

Entenda o que aconteceu depois que as pessoas abriram o WhatsApp

27

### Enviaram apenas 1 mensagem

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

53%

24

### Trocaram 2 mensagens

Houve uma resposta — demonstra interesse inicial

47%

17

### Trocaram 3 mensagens

Engajamento real — demonstra interesse genuíno no serviço

33%

102

### Trocaram 5 ou mais mensagens

Alto engajamento — muito provável interesse real em contratar

200%

1

### Bloquearam

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

2%



### 33% das conversas tiveram engajamento real (3+ mensagens)

Ótimo resultado — o público está respondendo bem ao anúncio

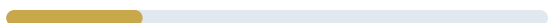


## Quem Viu o Anúncio

Perfil do público que foi impactado

### Por Gênero

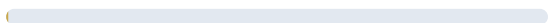
Feminino 25.2% | R\$ 144,50 | CTR 3.65%



Masculino 74.4% | R\$ 316,21 | CTR 3.12%

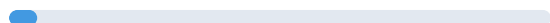


Desconhecido 0.4% | R\$ 2,08 | CTR 0.00%

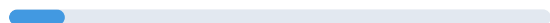


### Por Faixa Etária

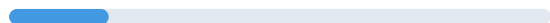
18-24 anos 5.2% | CTR 2.19%



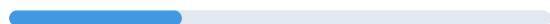
25-34 anos 10.3% | CTR 2.84%



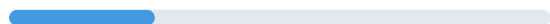
35-44 anos 18.4% | CTR 2.92%



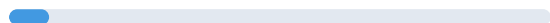
45-54 anos 31.9% | CTR 2.48%



55-64 anos 26.9% | CTR 4.19%



65+ anos 7.4% | CTR 5.22%

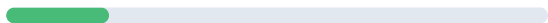


### Por Plataforma

Facebook 81.0% | R\$ 380,25

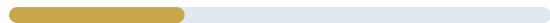


Instagram 19.0% | R\$ 82,54

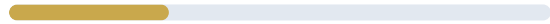


### Por Estado

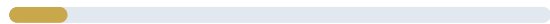
São Paulo (state) 32.4% | R\$ 188,47



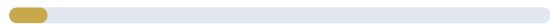
Minas Gerais 29.5% | R\$ 115,68



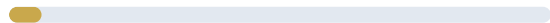
Rio de Janeiro (state) 10.8% | R\$ 52,29



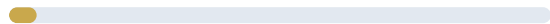
Pernambuco 7.1% | R\$ 28,16



Pará 6.0% | R\$ 25,58



Goiás 5.1% | R\$ 19,04





## 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\$ 14,24   207 pessoas   1 conv.
07/04		R\$ 31,46   490 pessoas   4 conv.
08/04		R\$ 33,30   634 pessoas   7 conv.
09/04		R\$ 23,93   444 pessoas   4 conv.



## Análise e Próximos Passos

O que está funcionando e o que pode melhorar

A campanha [01] [OM] [ONGOING] [FR] [MENSAGEM] - **Trabalhista** rodou por **22 dias**, investindo **R\$ 462,79** e alcançando **7.155 pessoas** únicas. A taxa de cliques

de **3.25%** está acima da média do setor jurídico (1–2%), o que indica que o anúncio está chamando atenção. Foram iniciadas **51 conversas no WhatsApp**, a um custo médio de **R\$ 9,07** por conversa.

#### ❑ O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- ❑ CTR de 3.25% — muito acima da média do setor (1–2%)
- ❑ 2.645 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- ❑ 93 reações — público aprovando o conteúdo
- ❑ 51 conversas iniciadas no WhatsApp
- ❑ Custo por conversa de R\$ 9,07 — excelente
- ❑ Alcance de 7.155 pessoas — boa visibilidade

#### ❑ O QUE PODE MELHORAR

- Frequência de 1.5x está baixa — aumentar orçamento pode melhorar o alcance
- CPC de R\$ 1,34 está alto — revisar segmentação e criativo
- Acompanhar conversões finais (clientes fechados) para medir o retorno real do investimento