

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

Período: 19/03/2026 a 09/04/2026 Duração: 22 dias Gerado em: 10/04/2026 às 00:05



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

7.195

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

10.727

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

2.666

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

CLIQUE E CUSTO

TOTAL INVESTIDO

R\$ 466,87

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\$ 43,52

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

ENGAJAMENTO

REAÇÕES

94

Curtidas, amei, etc.

COMENTÁRIOS

11

Comentários no anúncio

CURTIDAS

2

Curtidas na página/perfil



Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

142

Clicaram no link

Pessoas interessadas no anúncio



1

Abriam o WhatsApp

Chegaram até a tela do WhatsApp



52

Conversas iniciadas

Enviaram a primeira mensagem

CUSTO POR CONVERSA

R\$ 8,98

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

EXCELENTE

TAXA DE CONVERSÃO

36,6%

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

52%

25

Trocaram 2 mensagens

Houve uma resposta — demonstra interesse inicial

48%

18

Trocaram 3 mensagens

Engajamento real — demonstra interesse genuíno no serviço

35%

109

Trocaram 5 ou mais mensagens

Alto engajamento — muito provável interesse real em contratar

210%

1

Bloquearam

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

2%



35% das conversas tiveram engajamento real (3+ mensagens)

Ótimo resultado — o público está respondendo bem ao anúncio

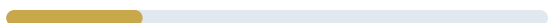


Quem Viu o Anúncio

Perfil do público que foi impactado

Por Gênero

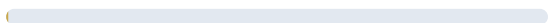
Feminino 25.2% | R\$ 145,53 | CTR 3.66%



Masculino 74.4% | R\$ 319,26 | CTR 3.13%

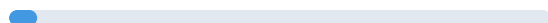


Desconhecido 0.4% | R\$ 2,08 | CTR 0.00%

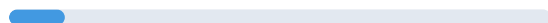


Por Faixa Etária

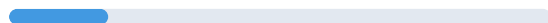
18-24 anos 5.2% | CTR 2.14%



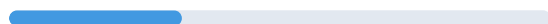
25-34 anos 10.3% | CTR 2.82%



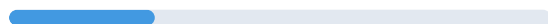
35-44 anos 18.3% | CTR 3.00%



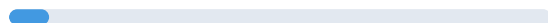
45-54 anos 31.9% | CTR 2.51%



55-64 anos 26.9% | CTR 4.16%



65+ anos 7.4% | CTR 5.20%

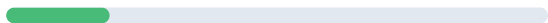


Por Plataforma

Facebook 80.9% | R\$ 383,39

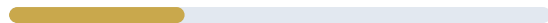


Instagram 19.1% | R\$ 83,48

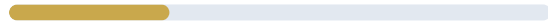


Por Estado

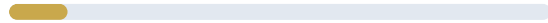
São Paulo (state) 32.4% | R\$ 189,80



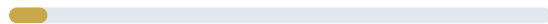
Minas Gerais 29.6% | R\$ 117,29



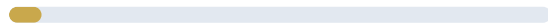
Rio de Janeiro (state) 10.8% | R\$ 52,77



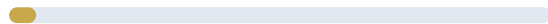
Pernambuco 7.1% | R\$ 28,47



Pará 6.0% | R\$ 25,64



Goiás 5.0% | R\$ 19,09





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\$ 28,01 508 pessoas 5 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\$ 466,87** e alcançando **7.195 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 **52 conversas no WhatsApp**, a um custo médio de **R\$ 8,98** por conversa.

❑ O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- ❑ CTR de 3.25% — muito acima da média do setor (1–2%)
- ❑ 2.666 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- ❑ 94 reações — público aprovando o conteúdo
- ❑ 52 conversas iniciadas no WhatsApp
- ❑ Custo por conversa de R\$ 8,98 — excelente
- ❑ Alcance de 7.195 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