

## Direitos Previdenciário - 29/04

Período: 29/04/2026 a 11/05/2026 | Duração: 13 dias | Gerado em: 12/05/2026 às 02:00



## Informações da Campanha

O que foi configurado nesta campanha

Nome	Direitos Previdenciário - 29/04	Público-alvo	Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro (state), São Paulo (state), Goiás
Status	ATIVA		
Objetivo	OUTCOME_SALES	Cidades excluídas	Barretos, Conceição das Alagoas, Guaiá, Ipuã, Uberaba
Orçamento/dia	R\$ 10,00	Faixa etária	18 a 65 anos
		Otimização	Conversas (WhatsApp)



## Resumo em Números

Os principais resultados da campanha de forma simples

## ALCANCE E VISIBILIDADE

PESSOAS ALCANÇADAS

14.999

Pessoas únicas que viram o anúncio

EXIBIÇÕES TOTAIS

22.069

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

**4.589**

Pessoas que assistiram ao vídeo do anúncio

#### CLIQUE E CUSTO

#### TOTAL INVESTIDO

**R\$ 542,63**

Valor total gasto no período

#### TAXA DE CLIQUES (CTR)

**1,53%**

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

NA MÉDIA

#### CUSTO POR CLIQUE (CPC)

**R\$ 1,61**

Quanto você pagou por cada clique no anúncio

ALTO

#### CPM

**R\$ 24,59**

Custo para mostrar o anúncio 1.000 vezes

#### ENGAJAMENTO

#### REAÇÕES

**159**

Curtidas, amei, etc.

#### COMENTÁRIOS

**3**

Comentários no anúncio



## Funil do WhatsApp

Quantas pessoas chegaram até o WhatsApp

161

### Clicaram no link

Pessoas interessadas no anúncio



67

### Conversas iniciadas

Enviaram a primeira mensagem

### CUSTO POR CONVERSA

**R\$ 8,10**

Quanto custou cada pessoa que entrou em contato

EXCELENTE

### TAXA DE CONVERSÃO

**41,6%**

De quem clicou, quantos % iniciaram conversa

## Nível de Engajamento nas Conversas

Entenda o que aconteceu depois que as pessoas abriram o WhatsApp

29

### Enviaram apenas 1 mensagem

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

43%

38

### Trocaram 2 mensagens

Houve uma resposta — demonstra interesse inicial

57%

34

### Trocaram 3 mensagens

Engajamento real — demonstra interesse genuíno no serviço

51%

481

### Trocaram 5 ou mais mensagens

Alto engajamento — muito provável interesse real em contratar

718%



### 51% das conversas tiveram engajamento real (3+ mensagens)

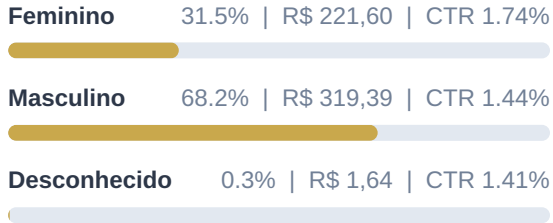
Ótimo resultado — o público está respondendo bem ao anúncio



## Quem Viu o Anúncio

Perfil do público que foi impactado

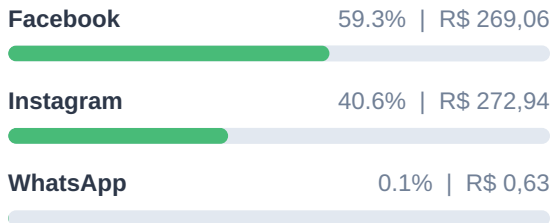
### Por Gênero



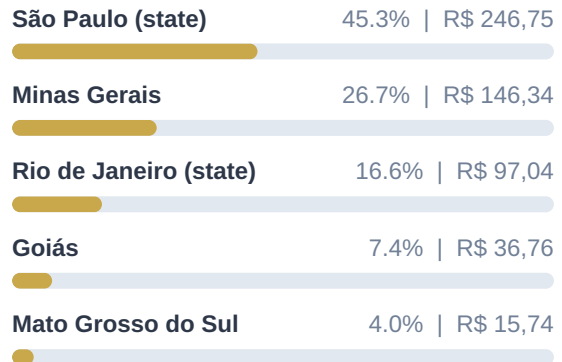
### Por Faixa Etária



### Por Plataforma

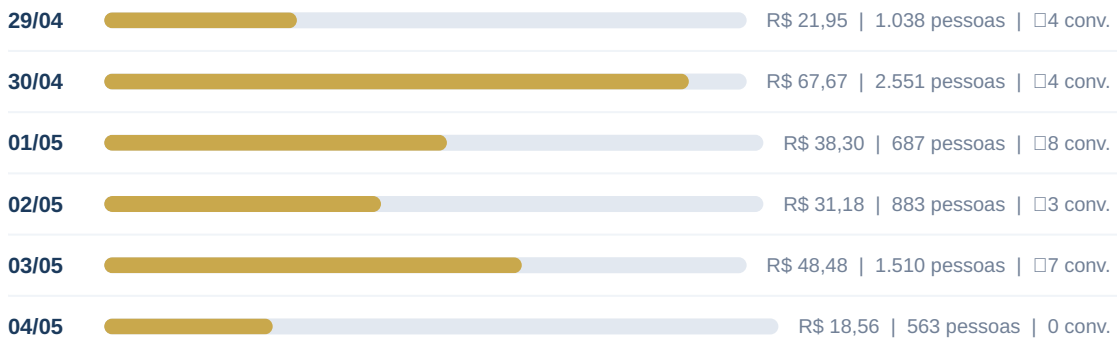


### Por Estado



## Evolução Dia a Dia

Como a campanha se comportou ao longo do tempo



05/05		R\$ 46,68   1.328 pessoas   7 conv.
06/05		R\$ 41,67   1.789 pessoas   2 conv.
07/05		R\$ 74,07   2.872 pessoas   14 conv.
08/05		R\$ 63,10   2.827 pessoas   7 conv.
09/05		R\$ 38,81   1.732 pessoas   2 conv.
10/05		R\$ 35,31   1.322 pessoas   8 conv.
11/05		R\$ 16,85   565 pessoas   1 conv.



### Análise e Próximos Passos

O que está funcionando e o que pode melhorar

A campanha **Direitos Previdenciário - 29/04** rodou por **13 dias**, investindo **R\$ 542,63** e alcançando **14.999 pessoas** únicas. A taxa de cliques de **1.53%** está dentro da média do setor jurídico. Foram iniciadas **67 conversas no WhatsApp**, a um custo médio de **R\$ 8,10** por conversa.

#### O QUE ESTÁ FUNCIONANDO BEM

- 4.589 visualizações de vídeo — anúncio atraente
- 159 reações — público aprovando o conteúdo
- 67 conversas iniciadas no WhatsApp
- Custo por conversa de R\$ 8,10 — excelente
- Alcance de 14.999 pessoas — boa visibilidade

#### O QUE PODE MELHORAR

- Frequência de 1.5x está baixa — aumentar orçamento pode melhorar o alcance
- CPC de R\$ 1,61 está alto — revisar segmentação e criativo
- 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
idade 30-50	PAUSADA	R\$ 542,63	22.069	1.53%	R\$ 1,61	67

