

# Performance Geral

R\$ 119,80 Mil

Custo Total

16,745 Mi

Total Impressões

482,591 Mil

Videos Assistidos Até 100

7,15

CPM

28,56

Taxa Engajamento

0,25

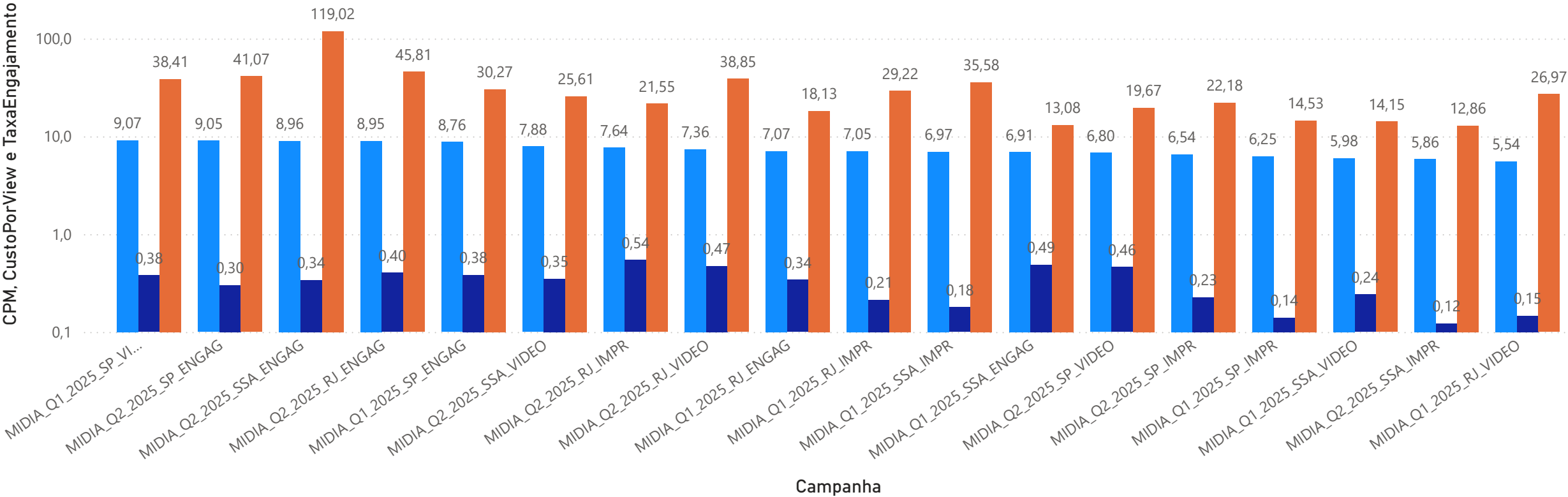
Custo Por View

664

Total Clique nos Links

CPM, Custo Por Visualização e Taxa Engajamento por Campanha

CPM CustoPorView TaxaEngajamento



# Análise Por Regional

plataforma  
Todos

Regional  
Todos

Q1\_Q2  
Todos

R\$ 119,80 Mil

Custo Total

16,745 Mi

Impressões

482,591 Mil

Videos Assistidos Até 100

7,15

CPM

28,56

Taxa Engajamento

0,25

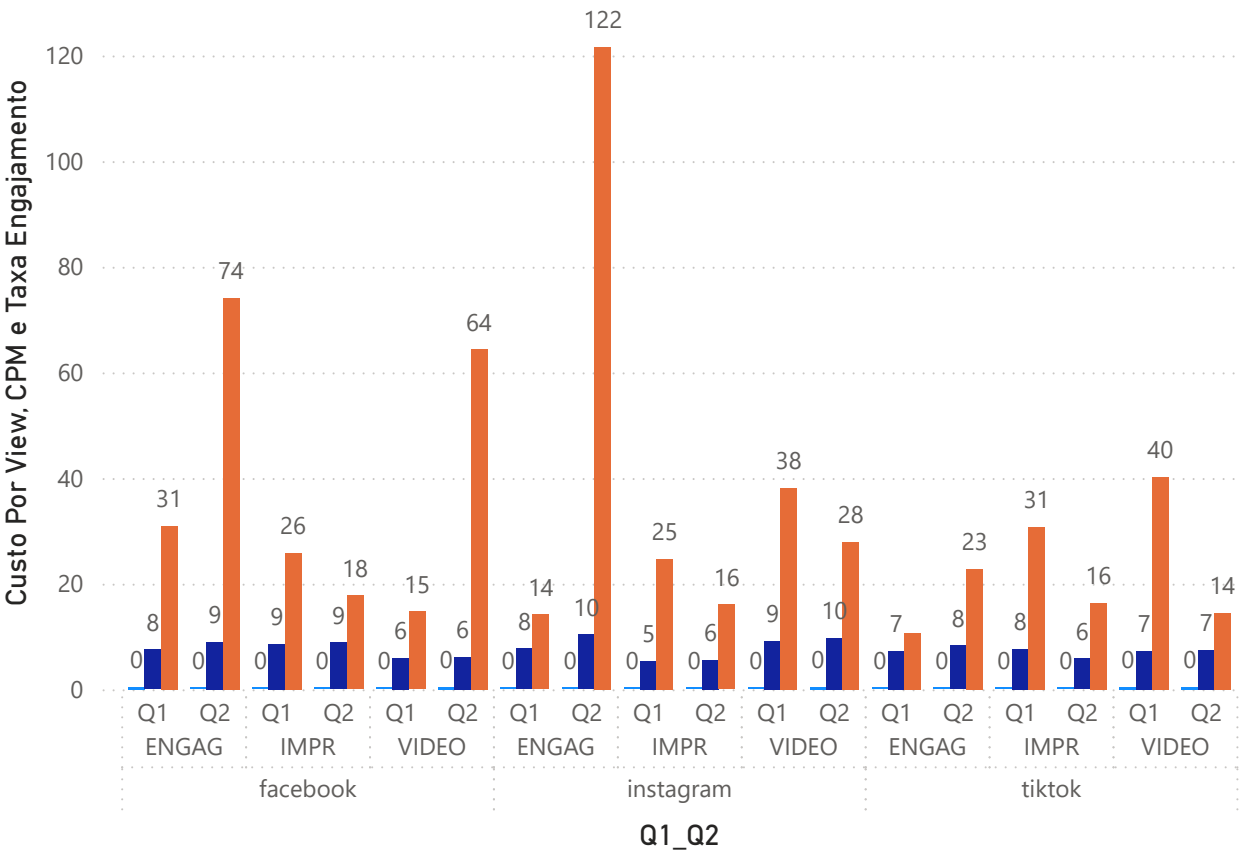
Custo Por View

664

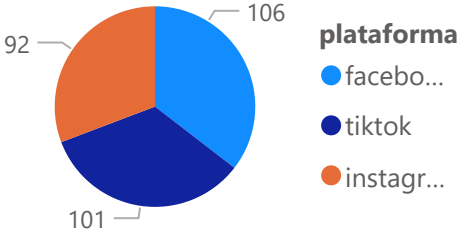
Clique nos Links

Custo Por View, CPM e Taxa de Engajamento Por Tipo de Midia

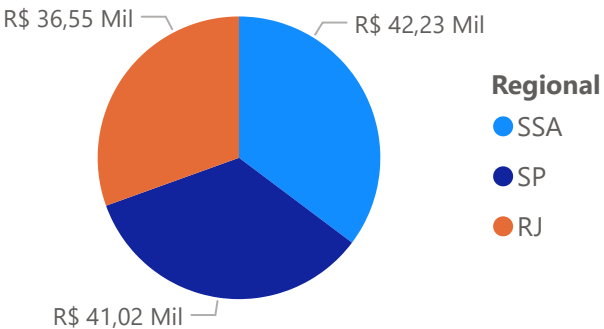
● Custo Por View ● CPM ● Taxa Engajamento



Contagem de Regional por plataforma

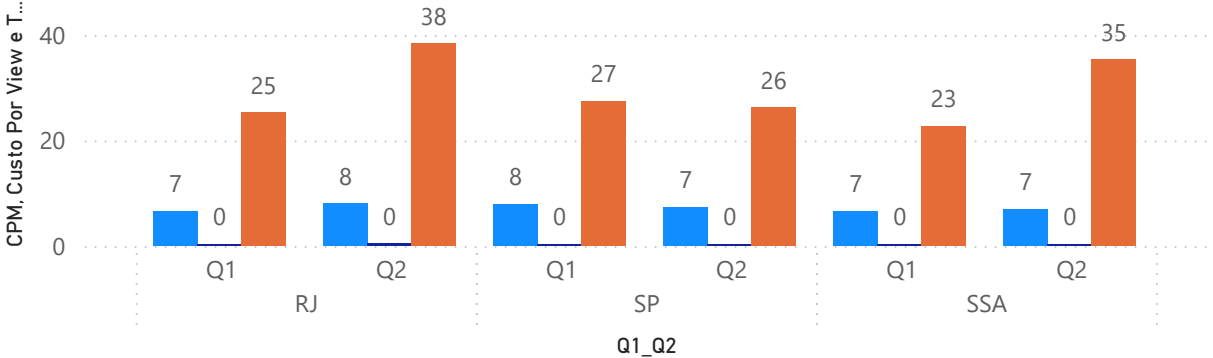


Valor Total por Regional por Regional



CPM, Custo Por View e Taxa Engajamento por Regional

● CPM ● Custo Por View ● Taxa Engajamento



# Análise Por Regional

plataforma  
Todos

Regional  
Todos

Q1\_Q2  
Todos

R\$ 119,80 Mil  
Custo Total

16,745 Mi  
Impressões

482,591 Mil  
Videos Assistidos Até 100

7,15  
CPM

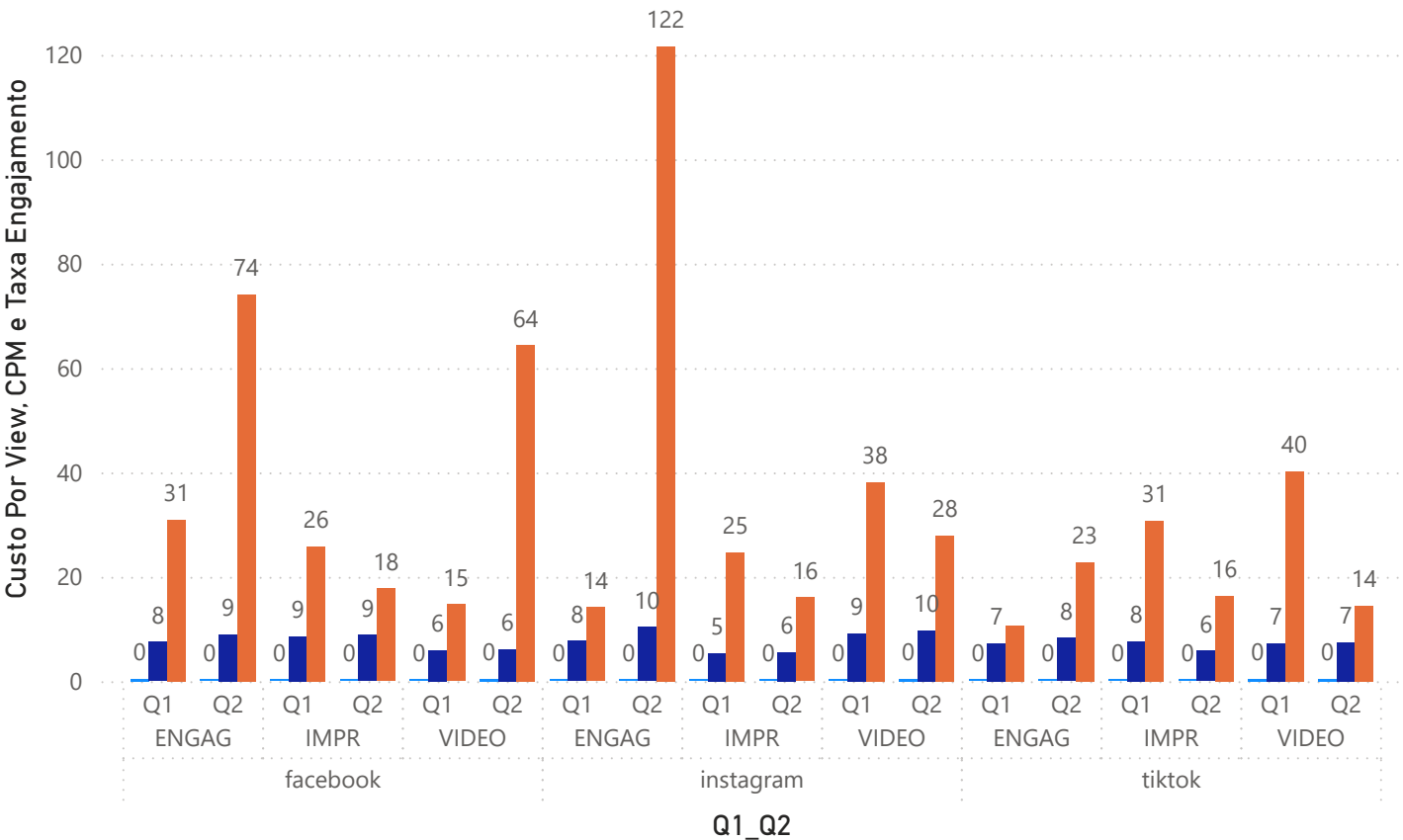
28,56  
Taxa Engajamento

0,25  
Custo Por View

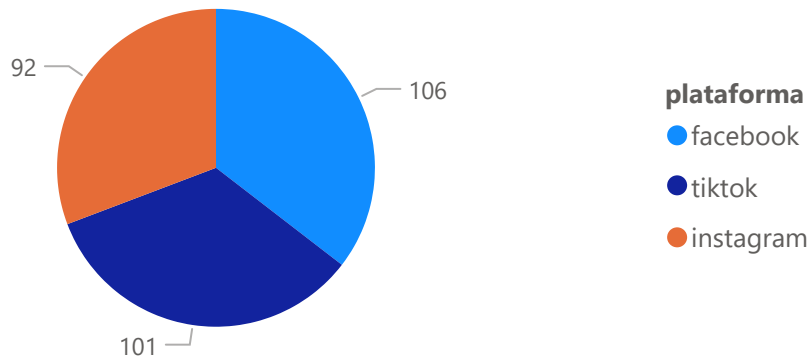
664  
Clique nos Links

Custo Por View, CPM e Taxa de Engajamento Por Tipo de Midia

● Custo Por View ● CPM ● Taxa Engajamento

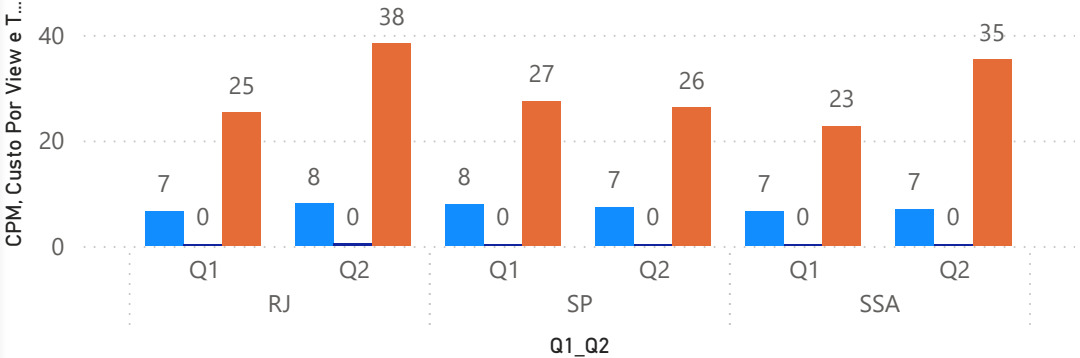


Contagem de Regional por plataforma



CPM, Custo Por View e Taxa Engajamento por Regional

● CPM ● Custo Por View ● Taxa Engajamento



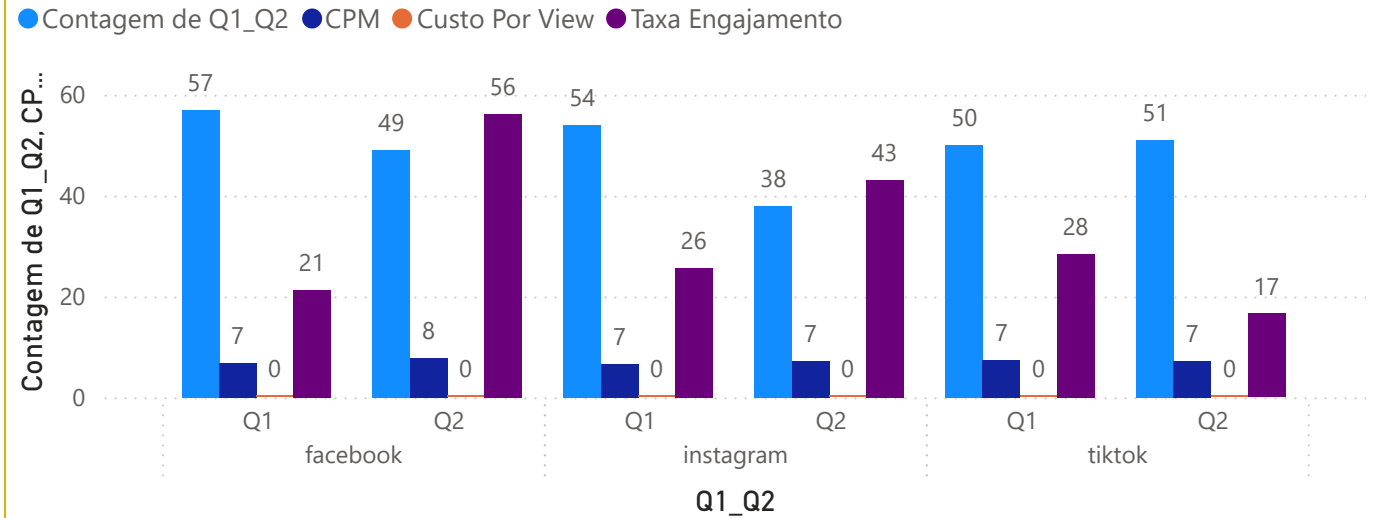
# Análise dos Criativos

plataforma ▼  
Todos ▼

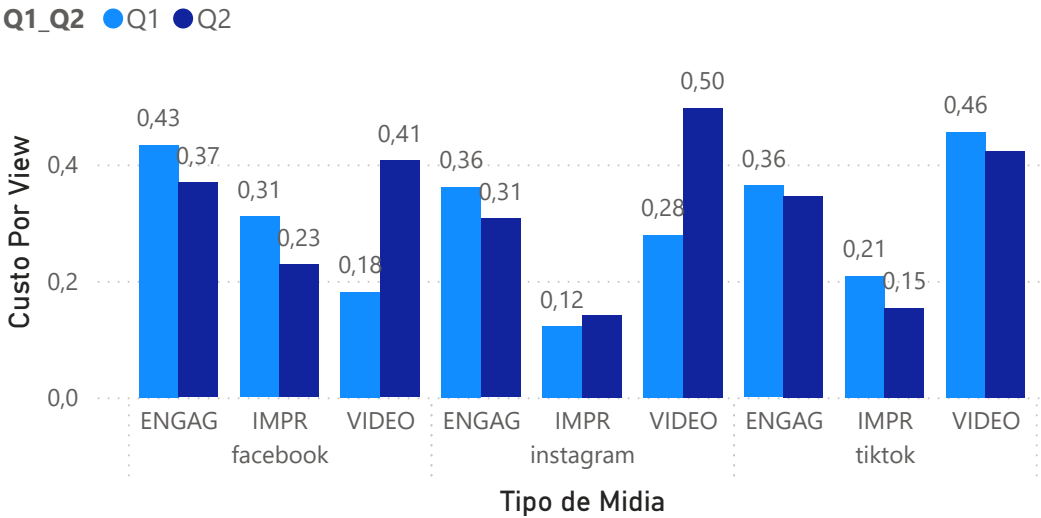
Regional ▼  
Todos ▼

Q1\_Q2 ▼  
Todos ▼

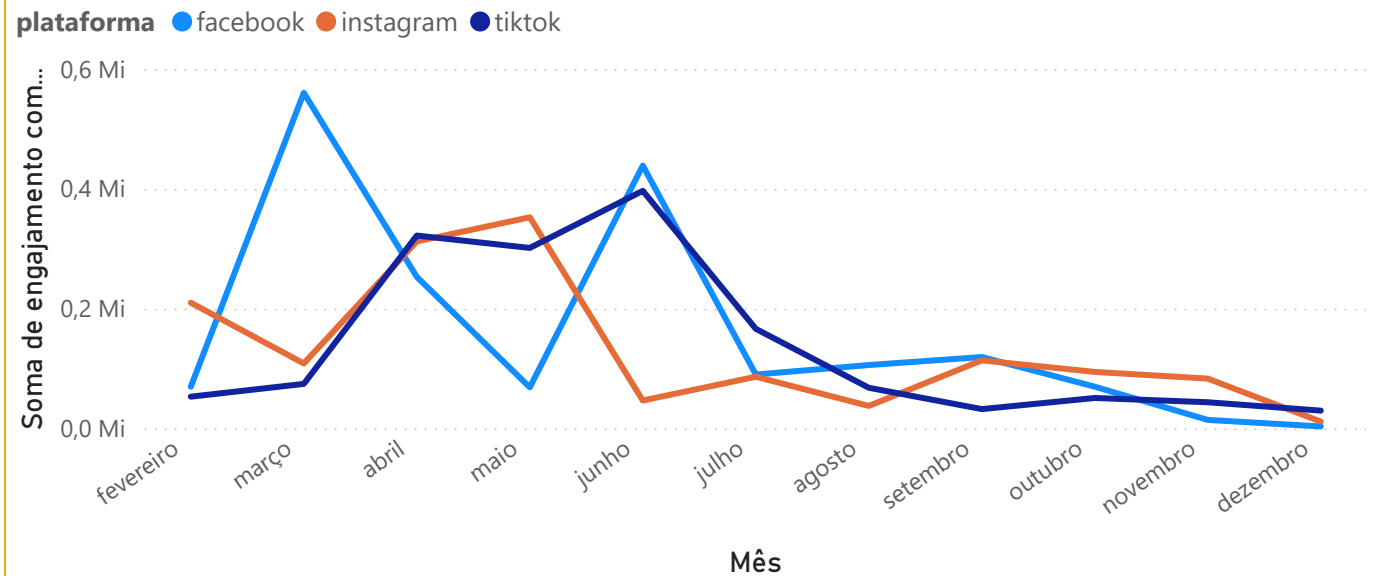
CPM, Custo Por View e Taxa Engajamento Por Plataforma



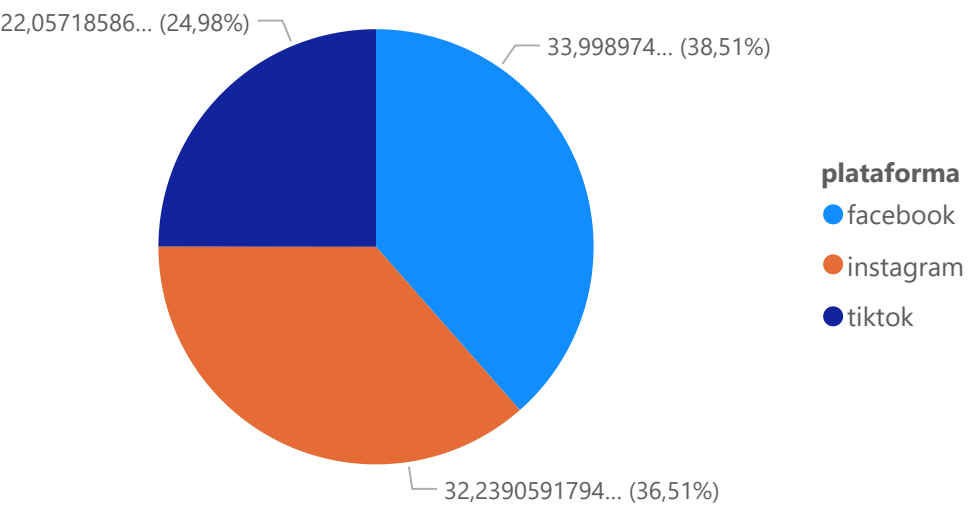
Custo Por View, CPM e Taxa de Engajamento Por Tipo de Midia



Total de Egajamento por Mês e Plataforma



Taxa Engajamento por plataforma



# Análise dos Criativos

plataforma   

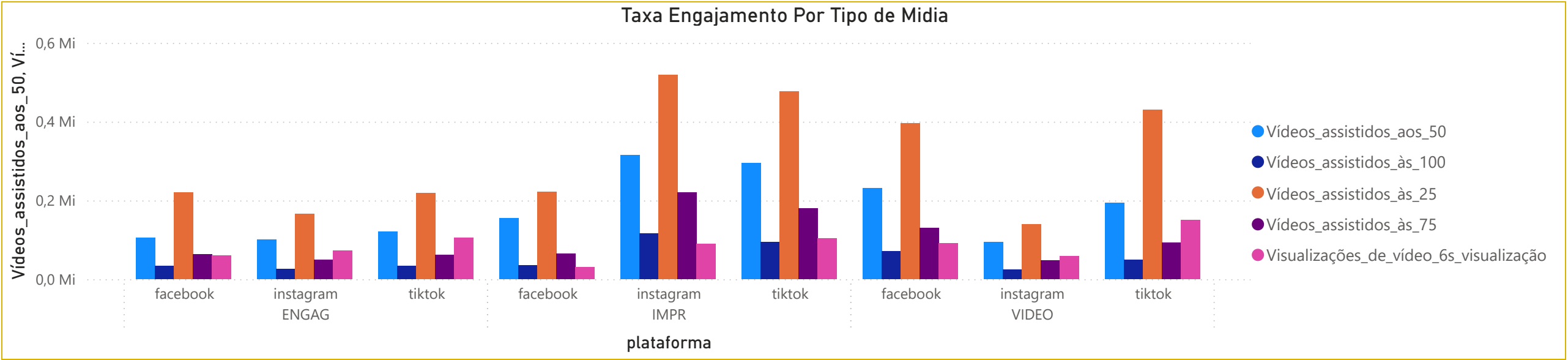
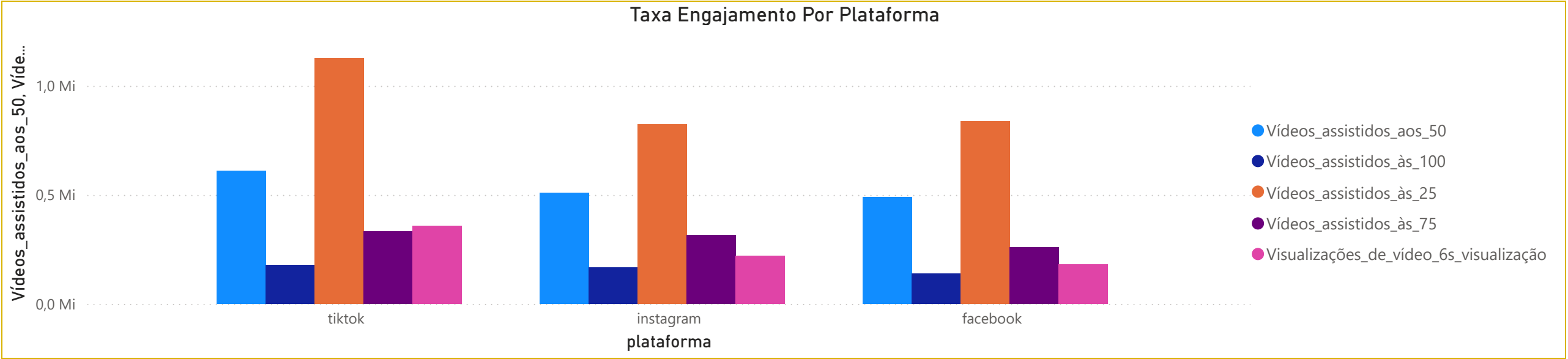
Todos 

Regional   

Todos 

Q1\_Q2   

Todos 



# Recomendações

## REDISTRIBUIÇÃO DE ORÇAMENTO POR REGIÃO

### ATUAL:

- SSA: R\$ 42,23k (35,25%) - **REDUZIR**
- SP: R\$ 41,02k (34,24%) - **AUMENTAR**
- RJ: R\$ 36,55k (30,51%) - **MANTER/AJUSTAR**

### NOVA DISTRIBUIÇÃO SUGERIDA:

- **SP: 45% (R\$ 53,9k)** - +10,76%
- Maior volume de impressões e engajamento
- Melhor performance em vídeos
- ROI superior demonstrado
- **RJ: 32% (R\$ 38,3k)** - +1,49%
- Performance estável
- Potencial para crescimento em vídeos
- Manter investimento atual
- **SSA: 23% (R\$ 27,5k)** - -12,25%
- Menor eficiência por real investido
- Realocação para mercados mais performáticos

## Onde Focar os Anúncios

### 1. PRIORIDADE MÁXIMA: Vídeos

- **TikTok:** Usar 70% do dinheiro em vídeos
- **Instagram:** 50% em Reels + 30% em Stories
- **Facebook:** 40% em vídeos

**Motivo:** As pessoas assistem os vídeos até o final (sinal de interesse!)

### 2. SEGUNDA PRIORIDADE: Posts Interativos

- **Instagram: Posts com várias imagens educativas**
- **Facebook: Posts que chamam para ação**
- **Foco: Fazer as pessoas interagirem, não só verem**

### 3. TERCEIRA PRIORIDADE: Imagens Simples

- **Usar apenas para lembrar a marca**
- **20% do orçamento**
- **Formatos básicos**

### Que Tipo de Conteúdo Criar por Região

- **São Paulo:** Vídeos inspiradores + depoimentos de clientes
- **Rio de Janeiro:** Conteúdo sobre estilo de vida + exemplos práticos
- **Salvador:** Focar no preço justo + mostrar outras pessoas usando



# Recomendações

## Como Reconquistar Quem Já Viu os Anúncios

Grupo 1 - Muito Interessados (40% do orçamento)

- **Quem assistiu quase todo o vídeo mas não comprou**
- **Quem clicou no link mas não finalizou**
- **Quem curtiu/comentou várias vezes**

Grupo 2 - Interesse Médio (35% do orçamento)

- **Quem assistiu metade do vídeo**
- **Quem interagiu uma vez no último mês**
- **Visitou o site mas não comprou**

Grupo 3 - Interesse Baixo (25% do orçamento)

- **Quem teve algum contato nos últimos 3 meses**
- **Pessoas parecidas com quem já comprou**

## Resumo dos Principais Benefícios

1. **Mais dinheiro onde funciona:** São Paulo recebe mais investimento
2. **Formato certo:** Prioridade em vídeos que as pessoas assistem
3. **Reconquista inteligente:** Focar em quem já mostrou interesse
4. **Implementação gradual:** Testar antes de expandir

**Resultado esperado:** Melhor retorno do investimento em publicidade com a mesma verba total.