

# Audit Report - Meta Ads - CA 02 Concierge IA

**Conta:** CA 02 - Concierge ( act\_821686023509191 )  
**Data da Auditoria:** 20/02/2026 | Período: 30 dias (21/01 - 19/02)  
**Auditor:** Gestor de Trafego

## Resumo Executivo

A conta **CA 02 - Concierge** ( act\_821686023509191 ) opera com 6 campanhas ativas e ~46 pausadas, investindo **R\$ 5.665 nos ultimos 30 dias** (~R\$ 189/dia). O produto vendido e uma **secretaria virtual com IA para clinicas medicas** (ticket a partir de R\$ 997/mes), comercializado via venda consultiva.

A conta gerou entre **19 e 28 leads** no periodo (dependendo do evento de conversao rastreado), resultando em um **CPL entre R\$ 202 e R\$ 298**. Existem campanhas com performance excelente (CPL R\$ 64) coexistindo com campanhas ineficientes (CPL R\$ 256+), indicando oportunidade clara de otimizacao por realocacao de budget.

O problema mais critico e a campanha MOFU com **frequencia 7.42** (audiencia de apenas 2.204 pessoas vendo o anuncio 7.5x em 30 dias), seguido por **tracking inconsistente** entre campanhas (dois eventos de conversao diferentes) e **duas campanhas top performers pausadas** sem justificativa aparente de performance.

## Sobre o Produto

Item	Detalhe
Produto	Concierge IA - Secretaria virtual com IA para clinicas medicas
Site	conciergeai.com.br
Publico-alvo	Medicos e cirurgioes plasticos que investem em trafego pago
Proposta de valor	Atendimento 24h no WhatsApp + qualificacao automatica + CRM integrado
Ticket	A partir de R\$ 997/mes
Modelo de venda	Consultiva (CTA: "Falar com especialista")
Diferencial	Especializado em medicina + WhatsApp nativo + CRM Kommo incluso

Mettricas Agregadas - 30 Dias

Metrica	Valor	Benchmark B2B SaaS Medico	Gap	Status
Spend total	R\$ 5.665	-	-	~R\$ 189/dia
Impressions	73.650	-	-	-
Reach	26.062	-	-	-
Frequencia	2.83	< 3.0	Limite	ATENCAO
Clicks	795	-	-	-
CTR	1.08%	1.0-2.0%	OK	OK
CPC	R\$ 7.13	R\$ 5-10	OK	OK
CPM	R\$ 76.92	R\$ 30-80	Limite	ATENCAO
LP Views	272	-	-	-
LP View Rate	48%	> 70%	-22pp	RUIM
Video Views	9.680	-	-	Bom
Leads (pixel padrao)	9	-	-	-
Lead-W-Concierge (custom)	19	-	-	-
CPL (melhor cenario)	R\$ 202	R\$ 100-200	Limite	ATENCAO
CPL (Lead-W-Concierge)	R\$ 298	R\$ 100-200	+49%	ACIMA

Performance por Campanha - 30 Dias

BOFU (Leads) - 74% do budget (R\$ 4.105)

Campanha	Status	Spend	Reach	Freq	CTR	LP Views	Leads	CPL	Veredicto
ABO 05/01	Ativa	R\$ 1.534	3.813	3.10	1.15%	68	6	R\$ 256	Freq alta, CPL alto
ESCALA 03	Pausada	R\$ 635	2.915	1.26	3.60%	76	6	R\$ 106	TOP PERFORMER
[LUANA]	Pausada	R\$ 548	2.567	1.30	1.92%	31	6	R\$ 137	Boa performance
ESCALA 04	Pausada	R\$ 423	1.569	1.30	2.30%	21	3	R\$ 141	OK
[LUANA]02	Ativa	R\$ 258	943	1.30	2.36%	16	4	R\$ 64	MELHOR CPL ATIVO
ESCALA 01	Ativa	R\$ 267	1.345	1.20	3.16%	21	2	R\$ 134	Promissora

Campanha	Status	Spend	Reach	Freq	CTR	LP Views	Leads	CPL	Veredicto
ESCALA 02	Ativa	R\$ 179	693	1.24	1.51%	5	2	R\$ 90	Boa, pouco volume
FORMS #STARK	Pausada	R\$ 261	1.231	1.94	0.92%	14	0	-	Sem conversao

TOFU/MOFU (Trafego/Awareness) - 26% do budget (R\$ 1.562)

Campanha	Status	Spend	Reach	Freq	CTR	Video Views	Veredicto
TOFU Seguidores	Ativa	R\$ 590	11.899	2.41	0.40%	2.204	CTR baixo, CPM R\$20 = bom alcance
MOFU Gerar Acao	Ativa	R\$ 889	2.204	7.42	1.06%	1.611	CRITICO: audiencia esgotada
STARK Trafego	Pausada	R\$ 83	786	2.16	0.76%	351	Residual

Distribuicao de Budget

BOFU (Leads):	R\$ 4.105	(72.5%)
MOFU (Trafego):	R\$ 889	(15.7%)
TOFU (Awareness):	R\$ 590	(10.4%)
Outros:	R\$ 83	( 1.5%)

Problemas Encontrados

1. MOFU com frequencia 7.42

- **Severidade:** CRITICA
- **Impacto estimado:** ~15% do budget desperdicado
- **Descricao:** A campanha MOFU atingiu apenas 2.204 pessoas em 30 dias com frequencia 7.42. Cada pessoa viu o anuncio ~7.5 vezes. A audiencia esta completamente saturada.
- **Causa provavel:** Publico muito restrito para o budget de R\$ 30/dia. O publico provavelmente e um retargeting ou lookalike muito pequeno.
- **Impacto financeiro:** ~R\$ 889 com retorno decrescente. Estimativa de desperdicio: R\$ 400-500.

2. Duas campanhas top performers pausadas

- **Severidade:** ALTA
- **Impacto estimado:** Perda de ~10-15 leads/mes
- **Descricao:** ESCALA 03 (CPL R\$ 106, CTR 3.60%) e [LUANA] (CPL R\$ 137, 6 leads) foram pausadas. Sao as campanhas com melhor eficiencia historica.
- **Recomendacao:** Se foram pausadas por motivo operacional (e nao performance), considerar reativacao.

### 3. Tracking inconsistente entre campanhas

- **Severidade:** ALTA
- **Impacto estimado:** Impossibilidade de comparar campanhas com precisao
- **Descricao:** Campanhas antigas rastreiam via `Lead-W-Concierge` (evento custom ID 2287816701718228), campanhas novas rastreiam via `lead` (evento padrao do pixel). Isso cria dois universos de dados incompativeis.
- **Recomendacao:** Unificar para um unico evento de conversao em todas as campanhas.

### 4. ABO 05/01 e a maior gastadora mas nao a mais eficiente

- **Severidade:** MEDIA
- **Impacto estimado:** ~R\$ 500/mes desperdicado em ineficiencia
- **Descricao:** Consome 27% do budget (R\$ 1.534) com CPL de R\$ 256, enquanto [LUANA]02 entrega leads a R\$ 64. A frequencia de 3.10 indica saturacao iniciando.
- **Recomendacao:** Reduzir budget e realocar para campanhas mais eficientes.

### 5. LP View Rate de 48%

- **Severidade:** MEDIA
- **Impacto estimado:** ~52% dos clicks nao convertem em visita
- **Descricao:** De 795 clicks, apenas 272 geraram LP views. Quase metade dos clicks nao resultam em visita efetiva a landing page.
- **Causas provaveis:** LP lenta no mobile (> 3s), clicks acidentais em video/imagem, bounce antes do carregamento.
- **Recomendacao:** Testar velocidade da LP em PageSpeed Insights. Otimizar para < 2.5s no mobile.

### 6. CTR baixo no TOFU (0.40%)

- **Severidade:** BAIXA
- **Impacto estimado:** Menor eficiencia de awareness
- **Descricao:** CTR de 0.40% no TOFU esta abaixo do benchmark minimo de 0.8%. Porem, o CPM de R\$ 20.60 e excelente, gerando bom alcance.
- **Trade-off:** Alcance alto (11.9k) a custo baixo compensa o CTR. Ainda assim, novos criativos poderiam melhorar.

## Analise do Funil

TOFU (Awareness)	MOFU (Engajamento)	BOFU (Conversao)
R\$ 590 (10.4%)	R\$ 889 (15.7%)	R\$ 4.105 (72.5%)
Reach: 11.899	Reach: 2.204	Reach: ~12.000
Video Views: 2.204	Video Views: 1.611	LP Views: 272
CPM: R\$ 20.60	CPM: R\$ 54.38	CPL: R\$ 106-256
	Freq: 7.42 (CRITICO)	Leads: 19-28

## Gaps do Funil

1. **TOFU → MOFU**: Sem retargeting estruturado. Os 11.9k que viram conteudo no TOFU nao estao sendo impactados de forma eficiente no MOFU (audiencia de apenas 2.2k).
  2. **MOFU → BOFU**: Sem sequencia logica. O MOFU nao esta alimentando o BOFU com audiencia aquecida. Campanhas BOFU dependem de publicos frios (lookalikes).
  3. **BOFU → Conversao**: Taxa LP View → Lead de ~7-10% (19-28 leads de 272 LP views). Razoavel para B2B, mas melhoravel com otimizacao da LP.
- 

## Analise da Landing Page (conciergeai.com.br)

---

### Pontos Positivos

- Proposta de valor clara logo no header
- Comparacao antes/depois eficiente
- FAQ respondendo objecoes comuns
- Widget WhatsApp flutuante (CTA acessivel)
- Foco em dor real do medico (leads perdidos por falta de resposta)

### Pontos Negativos

- **Zero depoimentos/social proof** - Para vender para medicos (publico cetico), ausencia de cases e critica
- **Sem preco/ancora** - Poderia comparar com custo de secretaria CLT (R\$ 3-5k/mes) para ancorar valor
- **CTA generico** - "Falar com especialista" e frio para primeiro contato
- **Sem video demonstrativo** - Nao mostra a IA funcionando no WhatsApp
- **Sem dados de resultado** - Nao ha metricas ("37 clinicas", "98% de taxa de resposta")
- **Possivel lentidao** - LP View Rate de 48% sugere problemas de carregamento

### Recomendacoes para LP

1. Adicionar 3-5 depoimentos de medicos (video ideal)
  2. Incluir metricas reais de resultado
  3. Adicionar video demo da IA conversando no WhatsApp
  4. Testar CTA "Ver demonstracao ao vivo" vs atual
  5. Otimizar velocidade de carregamento (target < 2.5s mobile)
  6. Adicionar ancora de preco vs secretaria CLT
-

# Unit Economics

## Dados Base

Item	Valor
Ticket mensal	R\$ 997
Spend mensal	R\$ 5.665
Leads (30 dias)	19-28
CPL medio	R\$ 202-298

## Cenarios de Viabilidade

Cenario	Taxa Fechamento	Clientes/mes	MRR Novo	ROI Mes 1	Payback
Conservador	10%	2-3	R\$ 1.994-2.792	0.35-0.49x	2-3 meses
Moderado	15%	3-4	R\$ 2.991-4.189	0.53-0.74x	1.4-1.9 meses
Otimista	20%	4-6	R\$ 3.988-5.583	0.70-0.99x	~1 mes

## Analise de LTV

Permanencia	LTV	CAC Max (LTV/3)	CAC Atual (10% close)	Margem
6 meses	R\$ 5.982	R\$ 1.994	R\$ 2.020-2.980	Apertado
12 meses	R\$ 11.964	R\$ 3.988	R\$ 2.020-2.980	Saudavel
18 meses	R\$ 17.946	R\$ 5.982	R\$ 2.020-2.980	Muito bom

## Conclusao Financeira

O trafego e **viavel pelo LTV** (se retencao > 6 meses), mas a eficiencia pode melhorar ~2x com as otimizacoes propostas. O breakeven no mes 1 requer ~21% de taxa de fechamento ou ~6 clientes. Considerando LTV de 12+ meses, basta fechar 1 cliente por mes para ter ROI positivo no agregado.

## Acoes Recomendadas

### Urgente (esta semana)

#	Acao	Impacto	Esforco
1	Pausar ou reformular MOFU (freq 7.42)	Alto - para desperdicio imediato	Baixo
2	Escalar [LUANA]02 (CPL R\$ 64) - aumentar 20%/dia	Alto - mais leads no melhor CPL	Baixo
3	Unificar tracking - padronizar evento de conversao	Alto - dados confiaveis	Medio

### Curto Prazo (proximas 2 semanas)

#	Acao	Impacto	Esforco
4	Considerar reativar ESCALA 03 (CPL R\$ 106, CTR 3.60%)	Alto	Baixo
5	Reduzir budget ABO 05/01 de R\$ 50 para R\$ 30/dia	Medio	Baixo
6	Testar velocidade da LP (PageSpeed Insights mobile)	Medio	Baixo
7	Novos criativos TOFU (video curto com hook nos 3s)	Medio	Medio

### Medio Prazo (proximo mes)

#	Acao	Impacto	Esforco
8	Reconstruir MOFU com audiencia maior (retargeting TOFU)	Alto	Medio
9	Criar video demo da IA no WhatsApp para ads	Alto	Medio
10	Adicionar social proof na LP (depoimentos, metricas)	Alto	Medio
11	Testar CTA "Ver demonstracao ao vivo" na LP	Medio	Baixo
12	Limpar conta - arquivar ~46 campanhas pausadas	Baixo	Baixo

### Longo Prazo (proximo trimestre)

#	Acao	Impacto	Esforco
13	Implementar retargeting estruturado (TOFU→MOFU→BOFU)	Alto	Alto
14	Testar Google Ads Search (capturar demanda ativa)	Alto	Alto
15	A/B test de Landing Pages	Medio	Medio
16	Diversificar criativos (carrossel cases, before/after)	Medio	Medio

## Projecao com Otimizacoes

### Cenario Atual vs Otimizado

Metrica	Atual (30d)	Otimizado (projecao)	Variacao
Spend	R\$ 5.665	R\$ 5.665 (mesmo budget)	-
CPL medio	R\$ 202-298	R\$ 100-150	-50%
Leads/mes	19-28	38-57	+100%
Clientes (15% close)	3-4	6-9	+100%
MRR novo	R\$ 2.991-3.988	R\$ 5.982-8.973	+100%

### Como chegar la

- 1. Eliminar desperdicio (MOFU saturado, ABO 05/01 ineficiente) = -R\$ 1.300 desperdicado
- 2. Concentrar em campanhas com CPL < R\$ 150 (LUANA02, ESCALA 03)
- 3. Melhorar LP View Rate de 48% para 70% = +45% mais leads
- 4. Adicionar social proof na LP = estimativa +20% na taxa de conversao da LP

## Anexo: IDs de Referencia

### Campanhas Ativas

ID	Nome
120242123828890349	[Bofu] [LEADS] [CONCIERGE] [CBO] [LP02] [LUANA]02
120242123173340349	[Bofu] [LEADS] [CONCIERGE] [CBO] [LP02] #ESCALA 02
120242123173240349	[Bofu] [LEADS] [CONCIERGE] [CBO] [LP02] #ESCALA 01
120240674930710349	R\$ 50,00 [Bofu] [LEADS] [CONCIERGE] [ABO] [LP02] 05/01
120239026106410349	[Mofu] [TRAFEGO] #SEGUIDORES + GERAR ACAO
120239025064460349	[Tofu] [TRAFEGO] #SEGUIDORES



Eventos de Conversao

Evento	Tipo	Campanhas
lead	Pixel padrao	ESCALA 01, ESCALA 02, LUANA02
Lead-W-Concierge (ID 2287816701718228)	Custom conversion	ABO 05/01, ESCALA 03, ESCALA 04, LUANA
Lead WhatsApp	Custom conversion	LUANA

Account ID

act\_821686023509191

Gerado por Gestor de Trafego - 20/02/2026  
Data: 20/02/2026