

Audit Report - Meta Ads - Dr. Leandro Gontijo

Conta: Leandro Gontijo [Principal](#)

Data da Auditoria: 20/02/2026

Auditor: Gestor de Trafego

1. Estrutura de Campanhas

Campanhas Ativas (19 total)

| # | Campanha | Objetivo | Budget Diario | Tipo | Criada em |
|----|------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|------|------------|
| 1 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BH] 10/12/025 | TRAFFIC | R\$ 27 | ABO | 10/12/2025 |
| 2 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BH] 10/12/025 | TRAFFIC | R\$ 20 | ABO | 10/12/2025 |
| 3 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BR] 14/11 01 | TRAFFIC | R\$ 137 | ABO | 14/11/2025 |
| 4 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BR] 14/11 02 | TRAFFIC | R\$ 137 | ABO | 14/11/2025 |
| 5 | R\$ 55,00 [BoFu] [VENDAS] [RESPONDI] [ABO] | SALES | ABO por ad set | ABO | 25/09/2025 |
| 6 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BR] 11/09 | TRAFFIC | R\$ 137 | ABO | 11/09/2025 |
| 7 | [TOFU] [SEGUIDORES] [SP] 11/09 | TRAFFIC | R\$ 137 | ABO | 11/09/2025 |
| 8 | [TOFU] [SEGUIDORES] [BH] 11/09 | TRAFFIC | R\$ 137 | ABO | 11/09/2025 |
| 9 | R\$ 55,00 [BoFu] [VENDAS] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] | SALES | ABO por ad set | ABO | 14/08/2025 |
| 10 | R\$ 50,00 [BoFu] [ENGAGEMENT] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #PAISES | ENGAGEMENT | ABO por ad set | ABO | 14/08/2025 |
| 11 | R\$ 30,00 [BoFu] [ENGAGEMENT] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #ESCALA #CIDADES | ENGAGEMENT | ABO por ad set | ABO | 14/08/2025 |
| 12 | [BoFu] [VENDAS] [MENSAGENS] [WPP] [CBO] #ESCALA 20/11 - Copia | SALES | R\$ 160 | CBO | 14/08/2025 |
| 13 | R\$ 95,00 [BoFu] [ENGAGEMENT] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] | ENGAGEMENT | ABO por ad set | ABO | 14/08/2025 |
| 14 | R\$ 116,67 [TOFU] [ROBUSTA] [LOL] [UFs] | TRAFFIC | ABO por ad set | ABO | 02/07/2025 |
| 15 | R\$ 60,00 [Mofu] [RECONHECIMENTO DE MARCA] [VIDEO VIEW] | AWARENESS | ABO por ad set | ABO | 04/06/2025 |
| 16 | R\$ 95,00 [BoFu] [ENGAGEMENT] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #ESCALA #UF | ENGAGEMENT | ABO por ad set | ABO | 10/12/2024 |
| 17 | [BoFu] [VENDAS] [MENSAGENS] [WPP] [CBO] #ESCALA 20/11 - Copia | SALES | R\$ 160 | CBO | 08/12/2024 |
| 18 | R\$ 50,00 [BoFu] [ENGAGEMENT] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #ESCALA #PAISES | ENGAGEMENT | ABO por ad set | ABO | 18/11/2024 |

| # | Campanha | Objetivo | Budget Diario | Tipo | Criada em |
|----|---------------------------------------------------|----------|----------------|------|------------|
| 19 | R\$ 55,00 [BoFu] [VENDAS] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] | SALES | ABO por ad set | ABO | 07/04/2024 |

Distribuicao por Funil

| Etapa | Qtd Campanhas | Objetivos |
|-------|---------------|------------------------------------|
| TOFU | 7 | TRAFFIC (seguidores) |
| MOFU | 1 | AWARENESS (video views) |
| BOFU | 11 | SALES + ENGAGEMENT (mensagens WPP) |

Problemas Estruturais Identificados

- Campanhas duplicadas:** Duas campanhas "[TOFU] [SEGUIDORES] [BH] 10/12/025" com budgets diferentes (R\$27 e R\$20) — provavel sobreposicao de audiencia
- Nomenclatura inconsistente:** Mix de formatos — algumas com valor no nome (R\$ 55,00 [BoFu]...), outras sem; sufixos "Copia - Copia"
- Campanhas antigas sem refresh:** Campanha de abril/2024 ainda ativa (10+ meses)
- Mix ABO/CBO sem estrategia clara:** 2 campanhas CBO (R\$160/dia cada) + 17 ABO

2. Performance Geral

Metricas de Conta - Ultimos 30 Dias

| Metrica | Valor | Benchmark Saude | Status |
|---------------------|------------|-----------------|------------|
| Spend Total | R\$ 51.272 | - | - |
| Impressoes | 5.655.234 | - | - |
| Cliques | 135.756 | - | - |
| CTR | 2,40% | > 1,5% | OK |
| CPC | R\$ 0,38 | < R\$ 1,00 | OK |
| CPM | R\$ 9,07 | < R\$ 15 | OK |
| Reach | 2.411.356 | - | - |
| Frequencia | 2,35 | < 3,0 | ATENCAO |
| Mensagens Iniciadas | 6.902 | - | - |
| Custo/Mensagem | R\$ 7,43 | < R\$ 10 | OK (media) |
| First Reply | 6.296 | - | - |

| Metrica | Valor | Benchmark Saude | Status |
|---------------------|-----------|-----------------|---------|
| Custo/First Reply | R\$ 8,14 | - | - |
| Video Views | 1.044.778 | - | BOM |
| Conversoes Respondi | 582 | - | - |
| CPA Respondi | R\$ 88,10 | depende ticket | AVALIAR |
| Link Clicks | 117.584 | - | - |

Distribuicao de Spend por Funil (30 dias)

| Funil | Spend Estimado | % | Resultado Principal |
|------------------|----------------|-----|-------------------------|
| BOFU Mensagens | ~R\$ 34.000 | 66% | 6.902 msgs, R\$4,93/msg |
| TOFU Seguidores | ~R\$ 13.500 | 26% | CTR 3,3%, CPC R\$0,25 |
| MOFU Video/Brand | ~R\$ 1.800 | 4% | 1M+ video views |
| BOFU Respondi | ~R\$ 1.972 | 4% | 582 conversoes |

3. Performance por Campanha - Ultimos 7 Dias

BOFU - Campanhas de Mensagens (Top Performers)

| Campanha | Spend | Msgs | Cost/Msg | CTR | Freq |
|------------------------------------|-----------|------|-----------------|-------|------|
| BOFU Engaj WPP R\$30 BH | R\$ 382 | 152 | R\$ 2,52 | 2,42% | 1,41 |
| BOFU Engaj WPP R\$95 (set) | R\$ 662 | 236 | R\$ 2,81 | 2,44% | 1,32 |
| BOFU Engaj WPP R\$50 Escala | R\$ 213 | 76 | R\$ 2,81 | 2,12% | 1,22 |
| BOFU Vendas WPP CBO Escala | R\$ 1.125 | 351 | R\$ 3,20 | 2,44% | 1,43 |
| BOFU Engaj WPP R\$95 Escala UF | R\$ 1.124 | 318 | R\$ 3,54 | 2,48% | 1,44 |
| BOFU Vendas WPP R\$55 ABO | R\$ 352 | 101 | R\$ 3,48 | 1,87% | 1,33 |
| BOFU Engaj WPP R\$50 Paises | R\$ 392 | 127 | R\$ 3,08 | 2,32% | 1,46 |
| BOFU Vendas WPP CBO Escala (copia) | R\$ 667 | 212 | R\$ 3,14 | 2,34% | 1,30 |

BOFU - Underperformers

| Campanha | Spend | Msgs | Cost/Msg | Problema |
|------------------------------------|---------|------|------------------|-----------------------|
| BOFU Vendas WPP ABO R\$55 (antiga) | R\$ 417 | 5 | R\$ 83,43 | Freq 4,76 / CTR 0,30% |

TOFU - Campanhas de Seguidores

| Campanha | Spend | CTR | CPC | Link Clicks |
|-------------------------------|---------|-------|----------|-------------|
| TOFU ROUSTA LOL UFs | R\$ 967 | 4,29% | R\$ 0,23 | 4.347 |
| TOFU Seguidores BR 11/09 | R\$ 965 | 4,05% | R\$ 0,22 | 4.491 |
| TOFU Seguidores SP 11/09 | R\$ 949 | 4,17% | R\$ 0,27 | 3.736 |
| TOFU Seguidores BH 11/09 | R\$ 824 | 3,06% | R\$ 0,23 | 3.688 |
| TOFU Seguidores BR 14/11 01 | R\$ 967 | 3,63% | R\$ 0,24 | 4.185 |
| TOFU Seguidores BR 14/11 02 | R\$ 963 | 4,29% | R\$ 0,23 | 4.347 |
| TOFU Seguidores BH 10/12 (1) | R\$ 141 | 1,61% | R\$ 0,44 | 327 |
| TOFU Seguidores BH 10/12 (2) | R\$ 190 | 1,52% | R\$ 0,42 | 460 |

MOFU - Reconhecimento de Marca

| Campanha | Spend | Video Views | CPM | CTR |
|-----------------------|---------|-------------|----------|-------|
| MOFU Video View R\$60 | R\$ 386 | alto volume | R\$ 1,31 | 3,94% |

4. Analise Completa de Criativos - Ultimos 3 Dias

Periodo: 17-19/02/2026

Total de ads ativos: 100 (59 com spend >= R\$5)

Spend total 3 dias: R\$ 3.959

Total de mensagens: 732

4.1 Ranking Geral - Todos os Criativos com Spend >= R\$5

BOFU - CBO Vendas WPP #CAMPANHA ESCALA (Copia)

Campaign: [BoFu] [VENDAS] [MENSAGENS] [WPP] [CBO] #CAMPANHA ESCALA - 20/11 - Copia

Ad Set: [ENGAJAMENTO + SEGUIDORES] 365 #BRASIL

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|------------|--------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD01] | 120229110377730461 | R\$ 296,23 | 21.116 | 2,54% | R\$ 0,55 | 95 | R\$ 3,12 | 202 | 3 | 4 |
| [AD02] | 120212474556250461 | R\$ 283,53 | 20.823 | 2,20% | R\$ 0,62 | 85 | R\$ 3,34 | 150 | 4 | 3 |
| [AD01] | 120212474556280461 | R\$ 123,05 | 8.388 | 2,34% | R\$ 0,63 | 32 | R\$ 3,85 | 93 | 1 | 1 |
| [AD03] | 120229110377710461 | R\$ 114,31 | 7.940 | 2,59% | R\$ 0,55 | 30 | R\$ 3,81 | 53 | 3 | 6 |
| [AD03] | 120212474556230461 | R\$ 53,10 | 3.494 | 2,63% | R\$ 0,58 | 18 | R\$ 2,95 | 15 | 0 | 4 |
| [AD02] | 120229110377770461 | R\$ 52,51 | 3.801 | 2,16% | R\$ 0,64 | 15 | R\$ 3,50 | 31 | 1 | 4 |

Ad Set: [ENGAJAMENTO + SEGUIDORES] 365 #BH - Copia

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg |
|--------|--------------------|----------|-----|-------|----------|------|----------|
| [AD03] | 120212474556320461 | R\$ 9,12 | 763 | 2,62% | R\$ 0,46 | 0 | - |
| [AD03] | 120229110377790461 | R\$ 6,04 | 345 | 1,74% | R\$ 1,01 | 1 | R\$ 6,04 |

Analise: A campanha CBO Escala e o maior investimento BOFU. [AD01] e [AD02] no ad set Brasil sao os cavalos de batalha — alto volume (95 e 85 msgs) com custo aceitavel (R\$3,12-3,34). O ad set BH Copia recebe pouco budget e entrega pouco — considerar pausar ou consolidar.

BOFU - Engajamento WPP ABO R\$95 #CAMPANHA ESCALA #UF

Campaign: R\$ 95,00 [BoFu] [ENGAJAMENTO] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #CAMPANHA ESCALA #UF

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [UF] [MINAS GERAIS]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|------------|-------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD03] | 120212530056610461 | R\$ 130,05 | 9.089 | 2,13% | R\$ 0,67 | 43 | R\$ 3,02 | 38 | 3 | 2 |

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [UF] [SAO PAULO]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|-----------------|-----------|----------|-------|
| [AD02] | 120212530056660461 | R\$ 91,42 | 5.251 | 1,92% | R\$ 0,91 | 26 | R\$ 3,52 | 27 | 4 | 3 |
| [AD03] | 120212530056640461 | R\$ 53,14 | 2.718 | 2,91% | R\$ 0,67 | 21 | R\$ 2,53 | 12 | 1 | 2 |

BOFU - Engajamento WPP ABO R\$95

Campaign: R\$ 95,00 [BoFu] [ENGAJAMENTO] [MENSAGENS] [WPP] [ABO]

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [UF] [MINAS GERAIS]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|------------|--------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD02] | 120229110337880461 | R\$ 127,24 | 10.095 | 1,96% | R\$ 0,64 | 50 | R\$ 2,54 | 33 | 3 | 0 |

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [UF] [SAO PAULO]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD03] | 120229110337930461 | R\$ 94,71 | 4.855 | 2,70% | R\$ 0,72 | 26 | R\$ 3,64 | 27 | 0 | 5 |
| [AD02] | 120229110337910461 | R\$ 48,76 | 2.980 | 1,98% | R\$ 0,83 | 17 | R\$ 2,87 | 13 | 1 | 1 |

Analise: [AD02] em MG e destaque absoluto — 50 msgs a R\$2,54 com alto volume. [AD03] em SP tambem performa bem com CTR de 2,70%.

BOFU - Engajamento WPP ABO R\$50 #ESCALA

Campaign: R\$ 50,00 [BoFu] [ENGAJAMENTO] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #CAMPANHA ESCALA #PAISES

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [BRASIL]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|------------|--------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD02] | 120211930125390461 | R\$ 146,14 | 11.323 | 2,02% | R\$ 0,64 | 47 | R\$ 3,11 | 57 | 7 | 2 |

BOFU - Engajamento WPP ABO R\$50 #PAISES

Campaign: R\$ 50,00 [BoFu] [ENGAJAMENTO] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #PAISES

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] [BRASIL]

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD02] | 120229110487970461 | R\$ 78,07 | 5.714 | 2,07% | R\$ 0,66 | 20 | R\$ 3,90 | 34 | 4 | 6 |
| [AD03] | 120229110487950461 | R\$ 68,37 | 5.065 | 2,45% | R\$ 0,55 | 27 | R\$ 2,53 | 25 | 3 | 2 |

BOFU - Engajamento WPP ABO R\$30 #BAIRROS NOBRES BH

Campaign: R\$ 30,00 [BoFu] [ENGAJAMENTO] [MENSAGENS] [WPP] [ABO] #CAMPANHA ESCALA #CIDADES

Ad Set: [ENGAJAMENTO 365D] #BAIRROS NOBRES BH

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|-----------------|-----------|----------|-------|
| [AD02] | 120229110404620461 | R\$ 47,33 | 3.271 | 1,77% | R\$ 0,82 | 24 | R\$ 1,97 | 12 | 0 | 1 |
| [AD03] | 120229110404600461 | R\$ 25,04 | 949 | 1,79% | R\$ 1,47 | 4 | R\$ 6,26 | 4 | 1 | 0 |
| [AD01] | 120229110404610461 | R\$ 14,82 | 845 | 3,91% | R\$ 0,45 | 9 | R\$ 1,65 | 10 | 1 | 1 |

Analise: Melhor ad set da conta para custo/msg! [AD01] a R\$1,65 e [AD02] a R\$1,97. Budget muito baixo (R\$30/dia) – forte candidato a scaling. [AD03] esta 3x mais caro que os outros — pausar ou trocar criativo.

BOFU - Vendas WPP ABO R\$55 (WhatsApp)

Campaign: R\$ 55,00 [BoFu] [VENDAS] [MENSANGES] [WHATSAPP] [ABO]

Ad Set: [MIX PERSONALIZADO 30D] [MG] 25/11

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------------------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|-----------------|-----------|----------|-------|
| [AD12] Copia Copia | 120214578643170461 | R\$ 39,52 | 2.876 | 2,71% | R\$ 0,51 | 24 | R\$ 1,65 | 14 | 3 | 2 |
| [AD01] Copia Copia | 120229110592410461 | R\$ 38,87 | 1.542 | 2,46% | R\$ 1,02 | 15 | R\$ 2,59 | 20 | 2 | 0 |
| [AD02] Copia Copia | 120214578643120461 | R\$ 27,23 | 2.440 | 1,72% | R\$ 0,65 | 18 | R\$ 1,51 | 5 | 0 | 0 |
| [AD02] Copia Copia | 120229110592420461 | R\$ 18,40 | 1.312 | 2,36% | R\$ 0,59 | 11 | R\$ 1,67 | 12 | 0 | 0 |
| [AD12] Copia Copia | 120229110592390461 | R\$ 13,96 | 883 | 2,60% | R\$ 0,61 | 9 | R\$ 1,55 | 4 | 0 | 0 |

Ad Set: [MIX PERSONALIZADO 30D] [SP] - ATUALIZADO

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Msgs | Cost/Msg | Reactions | Comments | Saves |
|--------------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------|----------|-----------|----------|-------|
| [AD01] Copia | 120229110592460461 | R\$ 60,64 | 2.887 | 2,18% | R\$ 0,96 | 14 | R\$ 4,33 | 28 | 0 | 1 |
| [AD01] Copia | 120212474615630461 | R\$ 36,58 | 2.155 | 1,81% | R\$ 0,94 | 6 | R\$ 6,10 | 16 | 1 | 0 |
| [AD12] Copia | 120212474615610461 | R\$ 27,71 | 1.193 | 2,93% | R\$ 0,79 | 8 | R\$ 3,46 | 6 | 1 | 3 |
| [AD02] Copia | 120229110592450461 | R\$ 18,43 | 881 | 1,70% | R\$ 1,23 | 2 | R\$ 9,21 | 6 | 1 | 0 |
| [AD02] Copia | 120212474615560461 | R\$ 16,12 | 794 | 2,27% | R\$ 0,90 | 3 | R\$ 5,37 | 4 | 2 | 0 |
| [AD12] Copia | 120229110592490461 | R\$ 9,21 | 411 | 2,92% | R\$ 0,77 | 2 | R\$ 4,61 | 1 | 0 | 0 |
| [AD03] Copia | 120212474615600461 | R\$ 6,88 | 359 | 6,13% | R\$ 0,31 | 1 | R\$ 6,88 | 1 | 0 | 1 |

Analise: Diferenca brutal entre MG e SP. Ad set MG entrega mensagens a R\$1,51-1,67 enquanto SP fica em R\$3,46-9,21. Os criativos [AD12] e [AD02] sao os campeoes em MG. Considerar realocar budget de SP para MG ou testar criativos novos em SP.

BOFU - Vendas RESPONDI ABO R\$55 (Conversao Pixel)

Campaign: R\$ 55,00 [BoFu] [VENDAS] [RESPONDI] [ABO]

Ad Set: [MIX PERSONALIZADO 30D] [SP] - ATUALIZADO

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Conversoes | Cost/Conv | Freq |
|--------------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------------|-----------|------|
| [AD12] Copia | 120231153361340461 | R\$ 63,67 | 4.163 | 2,86% | R\$ 0,54 | 13 | R\$ 4,90 | 1,21 |
| [AD03] Copia | 120231153361350461 | R\$ 22,54 | 1.053 | 5,32% | R\$ 0,40 | 8 | R\$ 2,82 | 1,56 |

Ad Set: [MIX PERSONALIZADO 30D] [MG] 25/11

| Ad | ID | Spend | Imp | CTR | CPC | Conversoes | Cost/Conv | Freq |
|--------------------|--------------------|-----------|-------|-------|----------|------------|-----------|------|
| [AD02] Copia Copia | 120231153361410461 | R\$ 17,55 | 1.374 | 4,44% | R\$ 0,29 | 9 | R\$ 1,95 | 1,21 |

Analise: Performance excepcional! CPA de R\$1,95 a R\$4,90 por conversao Respondi. [AD02] em MG é o melhor criativo da conta inteira em termos de conversao. [AD03] em SP tem CTR de 5,32% — criativo muito engajante. **Forte candidato a scaling imediato.**

TOFU - Seguidores BR/SP/BH

Campaign: [TOFU] [SEGUIDORES] [BR/SP/BH] 11/09

| Ad | Campaign | Ad Set | Spend | CTR | CPC | CPM | Reach | Video Views |
|--------|----------|--------|------------|-------|----------|-----------|--------|-------------|
| 31/mar | BR 11/09 | LUXO | R\$ 260,18 | 3,80% | R\$ 0,19 | R\$ 7,40 | 34.340 | 11.979 |
| 31/mar | SP 11/09 | LUXO | R\$ 250,01 | 3,93% | R\$ 0,23 | R\$ 9,08 | 27.429 | 10.087 |
| 31/mar | BH 11/09 | LUXO | R\$ 157,19 | 2,15% | R\$ 0,34 | R\$ 7,37 | 19.761 | 6.010 |
| 31/mar | BH 11/09 | LAL2% | R\$ 134,90 | 1,99% | R\$ 0,42 | R\$ 8,40 | 14.992 | 3.344 |
| 29/mai | SP 11/09 | LAL1% | R\$ 104,34 | 4,30% | R\$ 0,27 | R\$ 11,46 | 8.522 | 2.970 |
| 29/mai | BR 11/09 | LAL1% | R\$ 82,46 | 3,55% | R\$ 0,26 | R\$ 9,18 | 8.490 | 2.756 |
| 29/mai | BH 11/09 | LAL3% | R\$ 48,14 | 1,86% | R\$ 0,35 | R\$ 6,45 | 7.090 | 1.882 |
| 4/ago | BH 11/09 | LUXO | R\$ 38,00 | 2,38% | R\$ 0,43 | R\$ 10,30 | 3.305 | 972 |
| 4/ago | SP 11/09 | LUXO | R\$ 29,07 | 6,73% | R\$ 0,19 | R\$ 12,79 | 2.110 | 930 |
| 31/mar | BR 11/09 | LAL1% | R\$ 27,55 | 4,82% | R\$ 0,21 | R\$ 9,98 | 2.721 | 945 |
| 4/ago | BR 11/09 | LUXO | R\$ 18,27 | 5,02% | R\$ 0,19 | R\$ 9,46 | 1.852 | 717 |
| 31/mar | SP 11/09 | LAL2% | R\$ 10,20 | 3,08% | R\$ 0,34 | R\$ 10,47 | 961 | 317 |

| Ad | Campaign | Ad Set | Spend | CTR | CPC | CPM | Reach | Video Views |
|--------|----------|--------|----------|-------|----------|----------|-------|-------------|
| 31/mar | BR 11/09 | LAL2% | R\$ 9,13 | 5,13% | R\$ 0,19 | R\$ 9,76 | 932 | 317 |

Analise: Os criativos de "31 de mar" e "4 de ago" sao os mesmos posts organicos impulsionados. Sao muito eficientes (CPC R\$0,19-0,42) e geram muito alcance. O criativo "4/ago" em SP tem **CTR 6,73%** — impressionante. Os ad sets LUXO recebem mais budget que LAL, o que faz sentido pelo alcance.

TOFU - ROBUSTA LOL UFs

Campaign: R\$ 116,67 [TOFU] [ROBUSTA] [LOL] [UFs]

| Ad | Ad Set | Spend | CTR | CPC | CPM | Reach | Video Views |
|----------------------------------|---------------|------------|-------|----------|----------|--------|-------------|
| ad01 - Voce ja imaginou... Copia | LOL 1-4% [BR] | R\$ 147,07 | 2,91% | R\$ 0,20 | R\$ 5,72 | 23.871 | 7.886 |
| ad04 - Desde a primeira... Copia | LOL 1-4% [MG] | R\$ 97,47 | 2,70% | R\$ 0,22 | R\$ 5,90 | 15.263 | 4.375 |
| ad04 - Desde a primeira... Copia | LOL 1-4% [SP] | R\$ 97,07 | 3,30% | R\$ 0,26 | R\$ 8,45 | 11.469 | 3.368 |

Analise: CPM muito baixo (R\$5,72-8,45) e CPC excelente (R\$0,20-0,26). Campanhas Lookalike performando bem para crescimento de audiencia.

MOFU - Reconhecimento de Marca / Video Views

Campaign: R\$ 60,00 [Mofu] [RECONHECIMENTO DE MARCA] [VIDEO VIEW]

| Ad | Ad Set | Spend | Impressoes | Video Views | CPM | CTR |
|--------|-----------------------------|-----------|------------|--------------|-----------------|-------|
| [AD01] | Prova Social [Carrosel] | R\$ 29,21 | 35.733 | 0 | R\$ 0,82 | 0,14% |
| [AD02] | Quebra Objecao [Carrosel] | R\$ 28,62 | 35.679 | 0 | R\$ 0,80 | 0,14% |
| [AD04] | Elevar Nivel [Carrosel] | R\$ 27,81 | 33.034 | 0 | R\$ 0,84 | 0,23% |
| [AD01] | Depoimento [Video View] | R\$ 24,59 | 10.750 | 3.220 | R\$ 2,29 | 0,36% |
| [AD01] | Quebra Objecao [Video View] | R\$ 19,97 | 13.581 | 2.905 | R\$ 1,47 | 0,27% |
| [AD03] | Storytelling [Video View] | R\$ 18,17 | 8.241 | 3.066 | R\$ 2,20 | 1,61% |
| [AD02] | Storytelling [Video View] | R\$ 10,43 | 4.092 | 1.333 | R\$ 2,55 | 1,25% |
| [AD03] | Quebra Objecao [Video View] | R\$ 9,04 | 4.337 | 1.298 | R\$ 2,08 | 0,30% |

Analise: Carrosseis tem CPM absurdamente baixo (R\$0,80-0,84) — otimos para frequencia e reconhecimento, mas CTR baixo (0,14%). Videos tem mais engajamento (CTR 1,61% em Storytelling). O [AD03] Storytelling é o mais engajante de todos os MOFU.

4.2 TOP 10 Criativos por Custo/Mensagem

| # | Ad | Campaign | Ad Set | Spend | Msgs | Cost/Msg |
|----|--------------------|------------------------|-------------------|---------|------|----------|
| 1 | [AD02] Copia Copia | Vendas WPP R\$55 | Mix 30D [MG] | R\$ 27 | 18 | R\$ 1,51 |
| 2 | [AD12] Copia Copia | Vendas WPP R\$55 | Mix 30D [MG] | R\$ 14 | 9 | R\$ 1,55 |
| 3 | [AD01] | Engaj WPP R\$30 | Bairros Nobres BH | R\$ 15 | 9 | R\$ 1,65 |
| 4 | [AD12] Copia Copia | Vendas WPP R\$55 | Mix 30D [MG] | R\$ 40 | 24 | R\$ 1,65 |
| 5 | [AD02] Copia Copia | Vendas WPP R\$55 | Mix 30D [MG] | R\$ 18 | 11 | R\$ 1,67 |
| 6 | [AD02] | Engaj WPP R\$30 | Bairros Nobres BH | R\$ 47 | 24 | R\$ 1,97 |
| 7 | [AD03] | Engaj WPP R\$95 Escala | Engaj 365D [MG] | R\$ 53 | 21 | R\$ 2,53 |
| 8 | [AD03] | Engaj WPP R\$50 Países | Engaj 365D [BR] | R\$ 68 | 27 | R\$ 2,53 |
| 9 | [AD02] | Engaj WPP R\$95 | Engaj 365D [MG] | R\$ 127 | 50 | R\$ 2,54 |
| 10 | [AD01] Copia Copia | Vendas WPP R\$55 | Mix 30D [MG] | R\$ 39 | 15 | R\$ 2,59 |

4.3 TOP 5 Criativos por Volume de Mensagens

| # | Ad | Campaign | Spend | Msgs | Cost/Msg |
|---|--------|-------------------------|---------|------|----------|
| 1 | [AD01] | CBO Escala 20/11 | R\$ 296 | 95 | R\$ 3,12 |
| 2 | [AD02] | CBO Escala 20/11 | R\$ 284 | 85 | R\$ 3,34 |
| 3 | [AD02] | Engaj R\$95 [MG] | R\$ 127 | 50 | R\$ 2,54 |
| 4 | [AD02] | Engaj R\$50 Escala [BR] | R\$ 146 | 47 | R\$ 3,11 |
| 5 | [AD03] | Engaj R\$95 Escala [MG] | R\$ 130 | 43 | R\$ 3,02 |

4.4 TOP 3 Criativos por Conversao Respondi

| Ad | Ad Set | Spend | Conversoes | Cost/Conv | CTR |
|--------------------|--------------|--------|------------|-----------|-------|
| [AD02] Copia Copia | Mix 30D [MG] | R\$ 18 | 9 | R\$ 1,95 | 4,44% |
| [AD03] Copia | Mix 30D [SP] | R\$ 23 | 8 | R\$ 2,82 | 5,32% |
| [AD12] Copia | Mix 30D [SP] | R\$ 64 | 13 | R\$ 4,90 | 2,86% |

4.5 Criativos com Performance Problematica

| Ad | Problema | Spend | Resultado | Recomendacao |
|------------------------|-------------------------|--------|-----------------|---------------------------------------------------|
| [AD03] Engaj R\$30 BH | Cost/Msg alto | R\$ 25 | 4 msgs, R\$6,26 | Pausar - outros ads no mesmo adset a R\$1,65-1,97 |
| [AD02] Copia SP | CPC alto + poucos msgs | R\$ 18 | 2 msgs, R\$9,21 | Pausar ou trocar criativo |
| [AD01] Copia SP | Freq subindo + CPC alto | R\$ 37 | 6 msgs, R\$6,10 | Monitorar - freq 1,34 |
| Ads no ad set BH Copia | Volume minimo | R\$ 15 | 1 msg total | Pausar ad set inteiro |

5. Problemas Encontrados (Consolidado)

Severidade ALTA

| # | Problema | Impacto | Evidencia |
|---|----------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------|
| 1 | Creative fatigue na campanha BOFU Vendas R\$55 (antiga) | R\$417/semana desperdidos | Freq 4,76, CTR 0,30%, R\$83/msg (7d) |
| 2 | Disparidade MG vs SP nos criativos | SP paga 3-6x mais por msg | MG: R\$1,51-1,67/msg vs SP: R\$4,33-9,21/msg |
| 3 | Budget sub-alocado em Bairros Nobres BH | Oportunidade perdida | R\$30/dia com R\$1,65-1,97/msg — melhor da conta |

Severidade MEDIA

| # | Problema | Impacto | Evidencia |
|---|-------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------|
| 4 | Campanhas duplicadas TOFU BH | Competicao interna | 2 campanhas identicas, budgets diferentes |
| 5 | Campanhas antigas sem refresh (abr/2024) | Criativos desgastados | 10+ meses sem atualizacao |
| 6 | Nomenclatura inconsistente | Dificulta gestao | "Copia Copia", datas no nome, R\$ no nome |
| 7 | Mix ABO/CBO sem estrategia documentada | Otimizacao subotima | 2 CBO + 17 ABO sem criterio claro |
| 8 | 41 ads com spend < R\$5 em 3 dias | Fragmentacao | Budget pulverizado em ads inativos |

Severidade BAIXA

| # | Problema | Impacto | Evidencia |
|----|--------------------------------------|--------------------|------------------------------------|
| 9 | MOFU carrosseis com CTR 0,14% | Baixo engajamento | CPM barato mas quase sem interacao |
| 10 | Contas inativas no BM | Limpeza necessaria | 2 contas desabilitadas |

6. Acoes Recomendadas

Quick Wins (implementar esta semana)

| # | Acao | Impacto Estimado | Esforco |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------|
| 1 | Pausar campanha BOFU Vendas R\$55 com freq 4,76 | Economia ~R\$420/semana | 5 min |
| 2 | Aumentar budget de Bairros Nobres BH de R\$30 para R\$50/dia | +33 msgs/semana a R\$1,80 | 5 min |
| 3 | Pausar [AD03] no ad set Bairros Nobres BH (R\$6,26/msg vs R\$1,65 dos outros) | Melhora CPA medio do adset | 5 min |
| 4 | Pausar [AD02] Copia SP (R\$9,21/msg) na campanha Vendas WPP R\$55 | Economia ~R\$18/3d | 5 min |
| 5 | Consolidar TOFU BH duplicadas em 1 campanha | Elimina competicao interna | 15 min |

Medium Term (proximo mes)

| # | Acao | Impacto Estimado | Esforco |
|----|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------|
| 6 | Escalar campanha RESPONDI — aumentar budget 20%/dia | Mais conversoes a R\$1,95-4,90 | Progressivo |
| 7 | Realocar budget SP → MG nas campanhas Vendas WPP R\$55 | Reducir CPA medio de R\$4,33 para R\$2,00 | 15 min |
| 8 | Testar 3 criativos novos nos ad sets MG (onde performance e melhor) | Descobrir novos winners | 2h |
| 9 | Padronizar nomenclatura: [FUNNEL]–[OBJ]–[GEO]–[DATA]–[VER] | Facilitar gestao | 1h |
| 10 | Criar campanha de retargeting para viewers >50% dos videos MOFU | Nutrir audiencia aquecida | 2h |

Long Term (proximo trimestre)

| # | Acao | Impacto Estimado | Esforco |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------|
| 11 | Implementar testes A/B sistematicos com hipoteses documentadas | Melhoria continua | Ongoing |
| 12 | Estruturar funil exclusivo: TOFU → MOFU → BOFU com audiences exclusivas | Eliminar sobreposicao | 4h |
| 13 | Avaliar ROAS real do CPA Respondi (R\$88/30d) vs ticket medio | Dimensionar ROI verdadeiro | 1h |
| 14 | Limpar ads com spend < R\$1 (41 ads fantasma) | Simplificar conta | 30 min |
| 15 | Documentar estrategia ABO vs CBO com criterios de uso | Padronizar decisoes | 1h |

7. Resumo Executivo

A conta Leandro Gontijo [Principal] movimenta **R\$51k/mes** em Meta Ads com uma estrutura de funil completa (TOFU/MOFU/BOFU). Os pontos fortes sao:

- **CPC e CPM abaixo do benchmark** — a conta compra bem
- **Criativos BOFU performam bem em MG** — custo/msg de R\$1,51-2,54
- **Campanha RESPONDI com CPA excelente** — R\$1,95-4,90/conversao
- **TOFU com CTR alto (3-6%)** e bom volume de alcance

Os principais pontos de melhoria sao:

- **67% do budget esta em BOFU** com disparidade enorme entre geos (MG performa 3-6x melhor que SP)
- **Creative fatigue** em campanhas antigas sem refresh
- **Budget mal distribuido** — melhor campanha (Bairros Nobres BH, R\$1,65/msg) recebe apenas R\$30/dia
- **41 ads com spend minimo** fragmentando a conta
- **Nomenclatura e organizacao** dificultam analise e otimizacao

Estimativa de impacto das otimizacoes Quick Wins: reducao de ~15% no CPA medio de mensagens (de R\$7,43 para ~R\$6,30) apenas com realocacao de budget e pausas de underperformers.

Gerado por Gestor de Trafego - 20/02/2026