

Savvy Partners

Relatório de Meta Ads · 11 a 17 de julho de 2026 (sábado a sexta)

Preparado pela ThinkLab · gestor: William

Resumo da semana

R\$ 342,27

INVESTIMENTO

estável (R\$ 344,86 na anterior)

21

LEADS

33 na semana anterior

R\$ 16,30

CUSTO POR LEAD

R\$ 10,45 na anterior

7.084

PESSOAS ALCANÇADAS

+17% vs semana anterior

O contexto desta semana

Esta foi a semana da **virada de estrutura**: na terça (14/07) os 5 anúncios antigos saíram do ar e entraram os **12 vídeos novos**, divididos em Aquisição e Remarketing, junto com o formulário novo de triagem. Quando isso acontece, o algoritmo do Meta reinicia o aprendizado e o custo por lead sobe temporariamente, exatamente o que os números mostram. É esperado e se normaliza nos próximos dias.

O que melhorou

- **Ficou mais barato alcançar as pessoas:** o custo por mil impressões caiu 18% (R\$ 43,65 → R\$ 35,72), e alcançamos 17% mais gente com o mesmo investimento.
- **Os criativos novos já geram resultado:** metade dos leads da semana veio deles, com destaque pro vídeo **Dor 1**, que fechou a semana com o melhor custo por lead da conta (R\$ 7,58).
- **A triagem nova está funcionando:** os leads agora chegam com perfil completo (tempo de mercado, dificuldade, tipo de negócio, faturamento, nicho e Instagram), prontos pra vocês priorizarem o contato.

O que piorou / vigiar

- **Custo por lead subiu e o volume caiu** (21 vs 33), efeito direto da troca de anúncios no meio da semana: os novos reiniciam o aprendizado e alguns ficaram algumas horas em análise do Meta antes de entrar no ar.
- **Taxa de cliques caiu** (1,82% → 1,46%) na média da semana, puxada pela transição; os criativos novos de melhor desempenho já rodam acima de 2%.

Plano da próxima semana

Deixar a estrutura nova rodar **sem alterações** pra completar o aprendizado, acompanhando o custo por lead diariamente. Validar a qualidade dos leads na planilha (quem tem perfil de call e quem foi direcionado ao Foundations). Na próxima sexta teremos a **primeira semana cheia** da estrutura nova, com comparação limpa de Aquisição vs Remarketing e leitura por criativo pra começar a otimizar com dados.

Detalhe (anexo técnico)

Métrica	Esta semana (11–17/07)	Semana anterior (04–10/07)
Investimento	R\$ 342,27	R\$ 344,86
Leads (formulário)	21	33
Custo por lead	R\$ 16,30	R\$ 10,45
Alcance	7.084	6.074
Impressões	9.582	7.901
CPM	R\$ 35,72	R\$ 43,65
CTR	1,46%	1,82%
Frequência	1,35	1,30