

Savvy Partners

Meta Ads · relatório de 22 a 28 de agosto de 2026

Preparado pela ThinkLab · gestor: William · gerado em 28/08/2026

Os números da semana

R\$ 219,34

INVESTIMENTO
no período

25.983

PESSOAS ALCANÇADAS
público novo

1.155

VISITAS AO PERFIL
R\$ 0,19 cada

3,45%

TAXA DE CLIQUES
era 2,50%

A semana foi de ganho de eficiência em toda a linha. O custo por visita ao perfil caiu de **R\$ 0,26 para R\$ 0,19**, uma redução de 27%, e a taxa de cliques subiu de 2,50% para 3,45%. Na prática, cada real investido está trazendo mais gente ao perfil de vocês do que na semana anterior.

O conteúdo também está sendo consumido: **851 pessoas passaram de 15 segundos** de vídeo e **103 assistiram até o fim**. Esse comportamento é o que constrói a base que a gente vai usar agora.

O que a gente construiu por trás dos números

Ao longo dessas semanas, cada pessoa que assistiu a um vídeo, visitou o perfil ou interagiu com um post foi sendo guardada. Não era só tráfego passando: era **audiência sendo formada**.

Esse trabalho terminou nesta semana, e o resultado é este:

Grupo	Pessoas
Já interagiram com o Instagram da Savvy nos últimos 12 meses	7.000 a 8.200
Engajaram com um post ou anúncio da Savvy	3.700 a 4.400
Interagiram com o perfil nos últimos 3 meses	2.100 a 2.500
Já acompanham o perfil da Carolina	conectado em 27/08

O perfil pessoal da **Carolina** foi conectado com sucesso ontem, e isso soma ao alcance da marca as pessoas que já acompanham ela diretamente. Quando o da Nana entrar, esse grupo cresce mais uma vez.

A virada: começa hoje a fase de conversa

ATÉ AQUI

Construir audiência

Levar a pessoa certa até o perfil e deixar que ela conhecesse a Savvy no próprio ritmo. Falávamos com quem ainda não conhecia a marca.

A PARTIR DE HOJE

Abrir conversa no WhatsApp

Falar com quem **já conhece** vocês e convidar para uma conversa. Anúncio com botão direto para o WhatsApp, com os vídeos que a Carolina gravou para esta fase.

O PONTO MAIS IMPORTANTE

Nesta nova campanha, 100% das pessoas impactadas já conhecem ou já viram vocês. Não é público frio. É gente que assistiu um vídeo até o fim, visitou o perfil, engajou com um post ou já acompanha a Carolina.

Por isso a expectativa de qualidade é outra. Quando alguém que já viu vocês três ou quatro vezes decide abrir uma conversa, ela chega em outro nível de conhecimento sobre o que a Savvy faz. É a diferença entre responder a um estranho e responder a alguém que já vinha acompanhando.

Os criativos desta fase já estão prontos

Os dois vídeos que a Carolina gravou especificamente para o remarketing já estão preparados para subir, em duas durações, para testarmos qual segura mais atenção. Os dois terminam convidando para a conversa no WhatsApp, exatamente como a fase pede.

Junto deles, o vídeo de **estudo de caso** e o **Sobre a Savvy** entram na campanha de perfil com textos novos, escritos para o formato do Instagram.

O que precisamos de vocês

1. Vincular o WhatsApp Business na Página do Facebook

A conta já está corretamente cadastrada no gerenciador. Faltava apenas apontar a Página para ela, que é o cadastro que o anúncio usa para abrir a conversa. É rápido: na Página Savvy Partners, ir em Configurações, depois WhatsApp, e conectar o número **11 5198-8477**. Chega um código por WhatsApp, então é bom fazer com o celular em mãos e o aplicativo aberto.

É o único item que separa a campanha de entrar no ar hoje.

2. Uma planilha ou CRM para registrar a qualidade dos leads

A partir do momento em que as conversas começarem a chegar, precisamos saber **quem era quem**. Não o número de conversas, mas a qualidade delas.

Uma planilha simples já resolve, com data, nome, de onde veio, e uma classificação de vocês: se é perfil para a Savvy, se avançou para uma call, se fechou.

Por que isso muda o resultado: com esse retorno, a gente para de otimizar por volume de conversa e passa a otimizar por **conversa que vira cliente**. O sistema do Meta aprende com o que vocês marcarem como bom, e começa a buscar mais gente parecida com quem fecha. Sem esse retorno, ele só sabe buscar quem conversa, e conversa barata nem sempre é conversa boa.

3. A Nana compartilhar o perfil do Instagram dela

Mesmo caminho que a Carolina já fez e que funcionou. Soma ao alcance da marca as pessoas que acompanham a Nana diretamente, que é público de alta confiança.

Próximos passos do nosso lado

- Subir a campanha de remarketing para WhatsApp assim que o número estiver vinculado, com os públicos já prontos.
- Acompanhar as primeiras conversas de perto nos primeiros dias, ajustando o que for necessário.
- Seguir com a campanha de perfil rodando em paralelo, para continuar alimentando a base de audiência.
- Cruzar o retorno de qualidade de vocês com os dados da campanha assim que a planilha começar a receber registros.