

Savvy Partners • ANÁLISE INTERNA

Meta Ads · dados de 14 a 21/08/2026 · NÃO ENVIAR AO CLIENTE

ThinkLab · gestor: William · gerado em 25/08/2026 · conta act_723973663753137

Placar e dinheiro em jogo

R\$ 354,72

GASTO NO PERÍODO

8 dias

R\$ 0,26

CUSTO POR CLIQUE

1.345 cliques

R\$ 6,89

CPM

era R\$ 65 na fase de leads

R\$ 200

NÃO INVESTIDO

4 dias parada

ACHADO CRÍTICO: campanha parada há 4 dias (corrigido hoje)

Entrega zerada de 22 a 25/08. Gasto: 20/08 R\$ 57,96 · 21/08 R\$ 7,58 · 22 a 25/08 **R\$ 0,00.**

Causa raiz: os 4 anúncios estavam em WITH_ISSUES com o erro "A conta de anúncios não está qualificada para anúncios de Visita ao perfil". A meta PROFILE_VISIT (aplicada em 14/08 pela interface) exige uma habilitação que esta conta não possui. O Meta aceitou salvar a configuração e só bloqueou a entrega depois, sem alerta por e-mail ou painel.

Prejuízo: R\$ 200 não investidos e, pior, 4 dias de momentum perdido logo após a troca de público.

Correção aplicada hoje (25/08): meta revertida para cliques no link, destino alterado de perfil do Instagram para site apontando ao perfil, e os 4 creatives recriados com CTA padrão (o botão "Ver perfil do Instagram" carrega a mesma restrição). Anúncios saíram de WITH_ISSUES para IN_PROCESS. O destino final para o usuário é idêntico.

Lição para a operação: depois de qualquer troca de meta de desempenho, conferir os avisos dos anúncios em 24h. Status ACTIVE no conjunto não garante entrega.

Funil (método Rodinei) · 14 a 21/08

Etapa	Número	Taxa	Leitura
Impressões	51.480	CPM R\$ 6,89	Excelente. 10x mais barato que a fase de leads
Alcance	39.525	freq 1,30	Sem saturação, muito espaço para escalar

Reproduções 3s	48.839	hook 94,9%	Inflado por autoplay em Reels, não é indicador confiável aqui
ThruPlay (15s+)	1.395	hold 2,9%	Gargalo do criativo. Só 3 em 100 passam de 15s
Cliques	1.345	CTR 2,50% · CPC R\$ 0,28	CTR saudável para topo de funil
Assistiram 100%	268	0,5% das reproduções	Base qualificada para remarketing
Seguidores ganhos	~9	0,67% dos cliques	Gargalo maior. Saudável seria 5% a 15%

Público novo x antigo (a validação da semana)

Conjunto	Gasto	CPM	CTR	Cliques	Custo/clique
Perfil IG (amplo, nacional)	R\$ 256,03	R\$ 5,53	2,10%	1.024	R\$ 0,25
Praças + Nichos (novo)	R\$ 91,42	R\$ 20,99	7,12%	321	R\$ 0,28

A tese das praças e nichos se confirmou com folga. O público segmentado tem CPM **3,8x maior**, mas o **CTR é 3,4x melhor** (7,12% contra 2,10%). O CTR compensa quase todo o prêmio de CPM: custo por clique de R\$ 0,28 contra R\$ 0,25, diferença de 12%.

Por 12% a mais no clique, alcançamos gente muito mais próxima do cliente da Savvy (dermatologistas, advogadas, fisioterapeutas nas capitais, com estilo de vida premium). Manter e escalar quando houver caixa.

Por criativo

Vídeo	Gasto	Hold (15s+)	CTR	Cliques	Custo/clique	Leitura
NE2 · Case Linho (público novo)	R\$ 47,42	15,4%	11,69%	196	R\$ 0,24	Destaque absoluto
NE3 · Case Arquitetura	R\$ 138,55	2,1% a 3,0%	2,06% a 4,22%	523	R\$ 0,26	Maior volume, consistente
NE2 · Case Linho (amplo)	R\$ 49,70	5,1%	4,22%	201	R\$ 0,25	Bom também no amplo
NE4 · IA vs Olhar Humano	R\$ 90,29	1,4%	1,79%	359	R\$ 0,25	Atrai clique, retém pouco

NE1 · Quem Somos	R\$ 21,49	1,4%	1,46%	66	R\$ 0,33	Pior dos quatro
------------------	--------------	------	-------	----	----------	------------------------

Padrão claro: o Case Linho no público segmentado tem hold de **15,4%** contra 1,4% do institucional. O mesmo criativo no público amplo faz 5,1%. A combinação criativo mais público certo **triplica a retenção**, e caso concreto vence apresentação institucional de forma consistente.

Plano de ação

- **FAÇO SOZINHO** **Monitorar a retomada da entrega** nas próximas 24h. Se não voltar a gastar, escalar para o suporte do Meta.
- **FAÇO SOZINHO** **Pausar o NE1 (Quem Somos)** se mantiver custo por clique 30% acima dos demais na próxima leitura.
- **CONFIRMA** **Concentrar verba no público segmentado** e manter o amplo pausado. O CTR de 7,12% justifica.
- **CONFIRMA** **Próxima leva de criativos no formato do Case Linho:** caso concreto, cliente real, transformação. De 15 a 25 segundos.
- **PRECISA DO CLIENTE** **Revisão do perfil do Instagram** (bio, destaques, primeiros 9 posts). Com 1.345 visitas gerando cerca de 9 seguidores (0,67%), o gargalo não está no anúncio. Levando a conversão para 5%, os mesmos cliques renderiam cerca de 67 seguidores no período.
- **PRECISA DO CLIENTE** **Criar os públicos de vídeo** (25%, 50%, 75%, retenção 365 dias). Já existem 1.395 pessoas com 15s+ e 268 que assistiram o vídeo inteiro. É a base da fase de venda e a API bloqueia a criação.
- **ESPERAR** **Decisão sobre escalar verba** só depois de 7 dias corridos de entrega estável no público novo.

ThinkLab · Savvy Partners · análise interna gerada em 25/08/2026 · dados reais de 14 a 21/08/2026 (últimos dias com entrega). Correções feitas durante esta análise: meta revertida para cliques no link, destino alterado para site, 4 creatives recriados com CTA padrão. Campanha desbloqueada.