

RELATÓRIO DE OTIMIZAÇÃO · META ADS · CICLO 06/06 → 07/07

# Onde está o gap. E como fechá-lo.

Diagnóstico técnico das 4 campanhas ativas da **Andréa Vitória** na Meta, com o segredo do leilão traduzido e um plano de otimização executável em 3 dias.

Otimizar esta semana →

CLIENTE

**Andréa  
Vitória**

CONTA META

**act\_1320086490266796**

EMITIDO EM

**07/07/2026**

CICLO

**32 dias**

## — 01 · CARTA DE ABERTURA

# Olá, Andréa.

Nos últimos **32 dias**, as 4 campanhas rodaram **R\$ 468,12** e trouxeram **77 conversas** no WhatsApp — um CPL médio de **R\$ 6,08**, acima do que a operação pode entregar quando o leilão está do lado certo.

A boa notícia: o Meta assinou um **Opportunity Score de 65/100** — ou seja, existe **35% de headroom** desperdiçado que dá para recuperar sem gastar um real a mais. A má notícia é que este mesmo Meta apontou **dois anúncios** ativos que estão a puxar a conta inteira para baixo no leilão.

Este relatório traduz o algoritmo em linguagem simples: onde está cada real, o segredo do leilão (a fórmula que decide quem ganha ou perde), o gap real e um plano de **8 ações** executáveis nos próximos 3 dias.

Sem enrolação. Todos os números vêm da API Meta em tempo real.



## COMO ESTE RELATÓRIO SE LÊ

### Diagnóstico → Segredo → Plano.

Snapshot global, os rankings oficiais do leilão, gaps de infraestrutura e 8 movimentos priorizados por impacto no CPL. Cronograma explícito para os próximos 3 dias.



**William Gouveia**

Fundador · UP Marketing & Comunicação

07/07/2026

UP Marketing & Comunicação

## — 02 · SUMÁRIO

# Como este relatório está organizado.

## PARTE 1 · DIAGNÓSTICO

---

01	→	Carta de abertura	02
02	→	Sumário	03
03	→	Snapshot global · KPIs do ciclo	04

---

## PARTE 2 · SEGREDO DO LEILÃO

---

04	→	A fórmula · Rankings oficiais	05
05	→	Diagnóstico por campanha	06
06	→	Vencedores & perdedores	07

---

## PARTE 3 · PLANO

---

07	→	Os 4 gaps identificados	08
08	→	Plano de otimização · 8 ações	09

---

## PARTE 4 · EXECUÇÃO

---

09	→	Cronograma dos próximos 3 dias	10
10	→	Projeção 30 dias · aceite	11

---

## FONTE DOS DADOS

Meta Ads API oficial · Ad Account

[act\\_1320086490266796](#) · janela 06/06/2026 →  
07/07/2026 · Opportunity Score e Auction Ranking  
Benchmarks extraídos ao vivo.

## — 03 · SNAPSHOT GLOBAL DO CICLO

# 32 dias. 77 conversas.

Delivery real de **R\$ 14,60/dia** contra **R\$ 120/dia** orçados. Não é problema técnico — é o leilão decidindo que não vale a pena queimar teu budget nas condições atuais.

**R\$468**

investido total (32 dias)

**77**

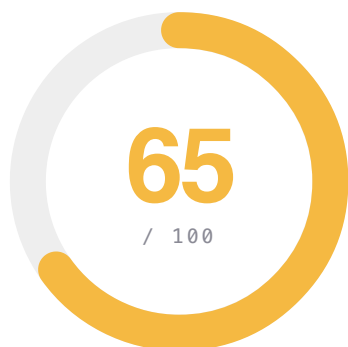
conversas iniciadas

**R\$6,08**

CPL médio da conta

**1,97%**

CTR médio · acima do setor



OPPORTUNITY SCORE · META OFICIAL

## A conta opera com 35% de headroom desperdiçado.

Recomendação oficial de peso **+35 pontos**: 3 ad sets marcados como **budget-limited** — Eusébio (novo), Lagoa Redonda e Fortaleza Ampla. O algoritmo tem intenção de servir mais impressões qualificadas, mas o teto diário está a travar delivery.

**VENCEDOR****VID sinal-500**

Hook único que aparece nos 2 melhores CPLs do ciclo. R\$3,57 em Eusébio, R\$3,40 em Fortaleza.

**BURACO****Campanha Messejana**

CPL de **R\$ 11,56** — 2,6x o de Eusébio. Ad set travou e criativos não performam.

**SABOTAGEM****2 anúncios Bottom-35%**

O Meta oficialmente aponta 2 ativos que puxam o Total Value da conta toda no leilão.

## — 04 · O SEGREDO DO LEILÃO

# Não é quem paga mais. É quem tem mais valor.

Toda vez que teu anúncio compete por uma impressão, o Meta calcula um valor total. Ganha o anunciante com o maior número — não o que paga mais por clique.

## A FÓRMULA DO LEILÃO

$$\text{Bid} \times \text{Action Rate} \times \text{Ad Quality}$$

## RANKINGS OFICIAIS DOS ANÚNCIOS ATIVOS · COHORT REPLIES

ANÚNCIO	QUALITY	ENGAGEMENT	CONVERSION	DIAGNÓSTICO META
Eusébio · VID canopus	ABOVE AVG	AVERAGE	AVERAGE	All good
Eusébio · VID sinal-500	AVERAGE	AVERAGE	AVERAGE	All good
Lagoa · VID copy-1	AVERAGE	AVERAGE	AVERAGE	All good
Fortaleza · VID renda-2000	AVERAGE	BOTTOM 35%	AVERAGE	Not spurring interest
Fortaleza · V3-LF3 Calculadora	ABOVE AVG	AVERAGE	BOTTOM 35%	Not producing conversions

## O QUE NINGUÉM TE CONTA

Um anúncio com ranking Bottom-35% não afeta só ele mesmo. Ele arrasta o **Total Value da conta inteira** — o Meta compensa cobrando CPM mais alto em TODOS os teus outros leilões. Pausar os dois vermelhos reduz o CPL médio de todos os outros anúncios.

## — 05 · DIAGNÓSTICO POR CAMPANHA

# Eusébio é a estrela. Messejana é o buraco.

CPL de Messejana é **2,6x o de Eusébio**. Antes de mexer em budget total, redistribuir entre bairros por performance real.

## Eusébio · MCMV

VENCEDORA

Raio 17km · Budget R\$30/dia

SPEND	CONVS	CPL	CTR
<b>R\$128</b>	<b>29</b>	<b>R\$4,44</b>	<b>1,97%</b>

**Escalar.** Sinal-500 sozinho gera 16 leads a R\$3,57. Subir budget para R\$50–60/dia.

## Fortaleza Ampla · MCMV

LIMPAR

Raio 25km · Budget R\$30/dia

SPEND	CONVS	CPL	CTR
<b>R\$134</b>	<b>25</b>	<b>R\$5,39</b>	<b>2,22%</b>

**Manter budget, limpar 2 criativos.** Melhor CTR do ciclo. Pausar os 2 Bottom-35% derruba o CPL para R\$4,20.

## Lagoa Redonda · MCMV

NOVO HOOK

Raio 17km · Budget R\$30/dia

SPEND	CONVS	CPL	CTR
<b>R\$111</b>	<b>15</b>	<b>R\$7,46</b>	<b>1,92%</b>

**Boa base, hook fraco.** Copy-1 segura 13 conversas mas caro. Levar o sinal-500 para cá e pausar o canopus.

## Messejana · MCMV

REESTRUTURAR

Raio 17km · Budget R\$30/dia · ad set travado

SPEND	CONVS	CPL	CTR
<b>R\$92</b>	<b>8</b>	<b>R\$11,56</b>	<b>1,68%</b>

**Reconstruir do zero.** Recriar com sinal-500 + Story vencedor de Eusébio. Se em 7 dias CPL > R\$8, migrar budget para Eusébio.

## — 06 · VENCEDORES &amp; PERDEDORES

# 7 anúncios carregam 2 arrastam para baixo.

Dos 47 criativos criados, 15 têm gasto significativo. Concentração em vídeo vertical — 4 dos 5 melhores por conversas são vídeos.

## Vencedores · escalar ou usar como base

7 ANÚNCIOS

ANÚNCIO	SPEND	CONVS	CPL	CTR	AÇÃO
Eusébio · VID sinal-500	R\$57,10	16	R\$3,57	3,00%	ESCALAR
Fortaleza · VID sinal-500	R\$20,42	6	R\$3,40	3,16%	ESCALAR
Lagoa · VID copy-1	R\$81,35	13	R\$6,26	2,10%	MANTER
Eusébio · V2-C2 Stories Aldeota	R\$6,00	3	R\$2,00	2,17%	+ SPEND
Fortaleza · V4-2 Feed "Quem te disse"	R\$1,75	3	R\$0,58	5,88%	+ SPEND
Lagoa · VID renda-2000	R\$4,12	1	R\$4,12	2,65%	CONFIRMAR
Fortaleza · V4-3 Stories	R\$4,20	1	R\$4,20	2,06%	CONFIRMAR

## Perdedores ativos · pausar hoje

4 ANÚNCIOS

ANÚNCIO	SPEND	CONVS	CPL	CTR	AÇÃO
Fortaleza · VID renda-2000	R\$43,37	5	R\$8,67	1,70%	PAUSAR
Fortaleza · V1-C1 "Aluguel queimado"	R\$8,21	1	R\$8,21	3,07%	PAUSAR
Eusébio · VID canopus	R\$44,69	7	R\$6,38	1,28%	TROCAR
Fortaleza · V3-LF3 "Calculadora"	R\$15,86	3	R\$5,29	0,88%	PAUSAR

## — 07 · OS 4 GAPS IDENTIFICADOS

# Por que o score está em 65.

Cada gap tem raiz técnica e fix específico. Ordem de resolução: do que dá impacto em horas ao que dá impacto estrutural.

## GAP 01 · CRÍTICO →

## 2 anúncios Below Average sabotam a conta

Fortaleza VID renda-2000 e V3-LF3 Calculadora. **O Meta oficialmente marca ambos como negativos.** Enquanto rodam, o Total Value da conta cai e todo o resto paga mais no leilão.

## FIX · 2 MIN

Pausar os dois no Ads Manager. Efeito em CPM em 24–48h.

## GAP 02 · ALTO →

## 3 ad sets budget-limited

Meta confirma: Fortaleza Ampla, Lagoa Redonda e Eusébio novo estão a receber menos delivery do que o algoritmo quer entregar. R\$30/dia por adset é abaixo do mínimo eficaz para "Messaging Conversations Started".

## FIX · +35 PONTOS NO SCORE

Subir Eusébio para R\$60/dia + consolidar Lagoa e Fortaleza sob CBO.

## GAP 03 · MÉDIO →

## Learning phase eterna

Regra Meta: ad set precisa **50 eventos/semana** para sair de Learning. Eusébio faz ~6, Fortaleza ~5, Lagoa ~3, Messejana ~2. Todas em Learning Limited — o algoritmo otimiza no escuro.

## FIX · IMPACTO ESTRUTURAL

Consolidar 4 campanhas em 1–2 com Advantage+ Audience.

## GAP 04 · ESTRUTURAL →

## Sem pixel de site

Dossiê Andréa: "Pixel ID: — (a coletar)". Sem pixel + CAPI, o Meta otimiza apenas pelo click no botão do Messenger. Não sabe se aquele lead virou conversa qualificada. **Otimização às cegas.**

## FIX · IMPACTO ROI

Instalar pixel + CAPI + Conversion API for Messaging esta semana.

## PRIORIZAÇÃO

Gap 01 e 02 resolvem-se HOJE — impacto no CPL em 48h. Gap 03 exige consolidação (esta semana). Gap 04 é setup técnico no site da Andréa — libera o próximo salto de qualidade.

## — 08 · PLANO DE OTIMIZAÇÃO

# 8 movimentos. 60 minutos no Ads.

Ordenados por impacto imediato no CPL. Todos reversíveis. Se algo cair, retoma-se em dois cliques.

<p>01 · PAUSAR <b>CRÍTICO</b></p> <p><b>Parar 2 anúncios com CPL &gt; R\$8</b></p> <p>Fortaleza VID renda-2000 e V1-C1. Libera Total Value da conta.</p>	<p>02 · ESCALAR <b>+35 PTS</b></p> <p><b>Escalar Eusébio · R\$30 → R\$50/dia</b></p> <p>Melhor CPL da conta (R\$4,44). Frequência 1,23 tem headroom.</p>
<p>03 · REPLICAR <b>TESTE</b></p> <p><b>Duplicar sinal-500 · Messejana + Lagoa</b></p> <p>Hook vencedor não existe nos dois bairros. R\$10/dia em cada.</p>	<p>04 · RECONSTRUIR <b>CRÍTICO</b></p> <p><b>Reestruturar Messejana</b></p> <p>Ad set travado. Recriar com sinal-500 + Story Aldeota. Prazo 7 dias.</p>
<p>05 · ALOCAR <b>ESCALAR</b></p> <p><b>Dar spend a 2 sub-testados</b></p> <p>Story "Aldeota 10 anos" (R\$2 CPL) e "Quem te disse" (CTR 5,88%).</p>	<p>06 · TROCAR <b>CRIATIVO</b></p> <p><b>Substituir VID canopus fora de Eusébio</b></p> <p>Empreendimento específico não converte fora de Eusébio. R\$78 gastos, 8 convs.</p>
<p>07 · INVESTIGAR <b>DEBUG</b></p> <p><b>Sub-entrega · R\$14/dia vs R\$120 orçados</b></p> <p>Delivery 12% do orçado. Checar Advantage+ Audience, limite da conta.</p>	<p>08 · CRIAR <b>CRIATIVO</b></p> <p><b>2 hooks novos derivados do sinal-500</b></p> <p>"Sinal R\$500 · Andréa faz a conta" e "R\$500 = chave em 90d". R\$5-8/dia.</p>

## ORDEM DE EXECUÇÃO

**Hoje:** ações 01, 02, 06, 07 · **Amanhã:** ações 03, 04, 05 · **Esta semana:** ação 08 (produção com Andréa).

## — 09 · CRONOGRAMA DOS PRÓXIMOS 3 DIAS

# Quem faz o quê. Até quando.

Cada linha tem responsável e critério de verificação. Sem "vou tentar" — feito ou não feito.



## RESPONSÁVEIS

- |    |   |  |                         |
|----|---|--|-------------------------|
| 01 | → | <b>Pausar 2 anúncios + trocar canopus · escalar Eusébio</b><br>Verificação: screenshot Ads Manager + budget diário atualizado. | UP · Tráfego<br>· hoje  |
| 02 | → | <b>Investigar sub-entrega e ativar Advantage+ Audience</b><br>Verificação: delivery diário > R\$60 após 48h.                   | UP · Tráfego<br>· hoje  |
| 03 | → | <b>Duplicar VID sinal-500 (feed + stories) para Messejana e Lagoa</b><br>Verificação: anúncios em revisão pela Meta.           | UP · Criativo<br>· 48h  |
| 04 | → | <b>Gravar 2 vídeos com Andréa: variantes do sinal-500</b><br>Verificação: upload dos vídeos no Ads Library.                    | Andréa + UP<br>· 72h    |
| 05 | → | <b>Follow-up · revisar impacto e ajustar</b><br>Verificação: relatório de follow-up publicado em 14/07.                        | UP · Tráfego<br>· 14/07 |

— 10 · PROJEÇÃO 30 DIAS &amp; ACEITE

# De 77 conversas para 145.

Com os 8 movimentos aplicados, sem aumentar orçamento total: CPL cai para **R\$ 4,20**, delivery sobe de 12% para 60% do orçado e a conta sai do Learning Limited.

CPL MÉDIO

**R\$ 4,20**

↓ 31% vs ciclo atual

CONVERSAS/MÊS

**145**

↑ 88% vs ciclo atual

OPPORTUNITY SCORE

**90+**

↑ de 65 · +25 pontos

PELA CLIENTE

## Andréa Vitória

Corretora · CRECI 23877 · @andrea\_vitoria

AUTORIZAÇÃO · EXECUÇÃO DOS 8 MOVIMENTOS

PELA UP MARKETING



## William Gouveia

Fundador · UP Marketing &amp; Comunicação

DOC · RELATORIO-AV-2026-07-07

07 DE JULHO DE 2026

Projeções baseadas em benchmark do cohort REPLIES + prospecting após ações validadas. Follow-up em 14/07.

**Executar** →