

# Relatório de Performance

## ABC da Construção Florianópolis

raiseUP

### 1. Visão Executiva

- Investimento total: **R\$ 1.168,52**
- Total de mensagens geradas: **81**
- Custo médio geral por mensagem: **R\$ 14,42**
- Alcance total: **18.182 pessoas**
- Impressões: **43.473**
- Frequência média: **2,39x**
- Engajamento com o perfil: **+2.000 ações**

#### \* Resumo estratégico:

A campanha gerou 81 oportunidades diretas de venda via WhatsApp, impactando mais de 18 mil pessoas da região e fortalecendo significativamente a presença da marca no mercado local.

### 2. Performance por Campanha

| Campanha              | Mensagens | Custo por Mensagem |
|-----------------------|-----------|--------------------|
| Chance Única          | 23        | R\$ 13,67          |
| Metais e Louças       | 9         | R\$ 29,28          |
| Pisos e Revestimentos | 49        | R\$ 12,05          |

#### \* Análise das métricas:

- A campanha de Pisos e Revestimentos foi a mais eficiente em volume e custo.
- A campanha de Metais e Louças apresentou custo mais elevado, novos testes de criativos foram feitos para melhora do custo e entrega.
- A campanha Chance Única manteve boa eficiência e potencial de escala

raiseUP

### 3. Impacto de Marca e Consciência

Além das mensagens diretas, os anúncios geraram forte movimentação de marca:

- **18.182 pessoas impactadas na região**
- **43.473 exibições dos anúncios**
- **Frequência média de 2,39 vezes por pessoa**
- **Mais de 2.000 interações com o perfil**

Isso fortalece lembrança de marca, influência na decisão de compra e visitas presenciais indiretas.

### 4. Contexto de Mercado | Comportamento Omnichannel

Dados de mercado no Brasil indicam que **72% das compras realizadas em loja física começam com alguma interação digital**, como busca por localização, estoque ou avaliação da empresa.

Isso reforça que campanhas digitais não geram apenas mensagens diretas, mas também **alimentam a consciência da marca e influenciam visitas presenciais e decisões futuras de compra.**