

RELATÓRIO DE PERFORMANCE - MÊS ATUAL

ABC da Construção

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 estratégica:

- 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.

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.