

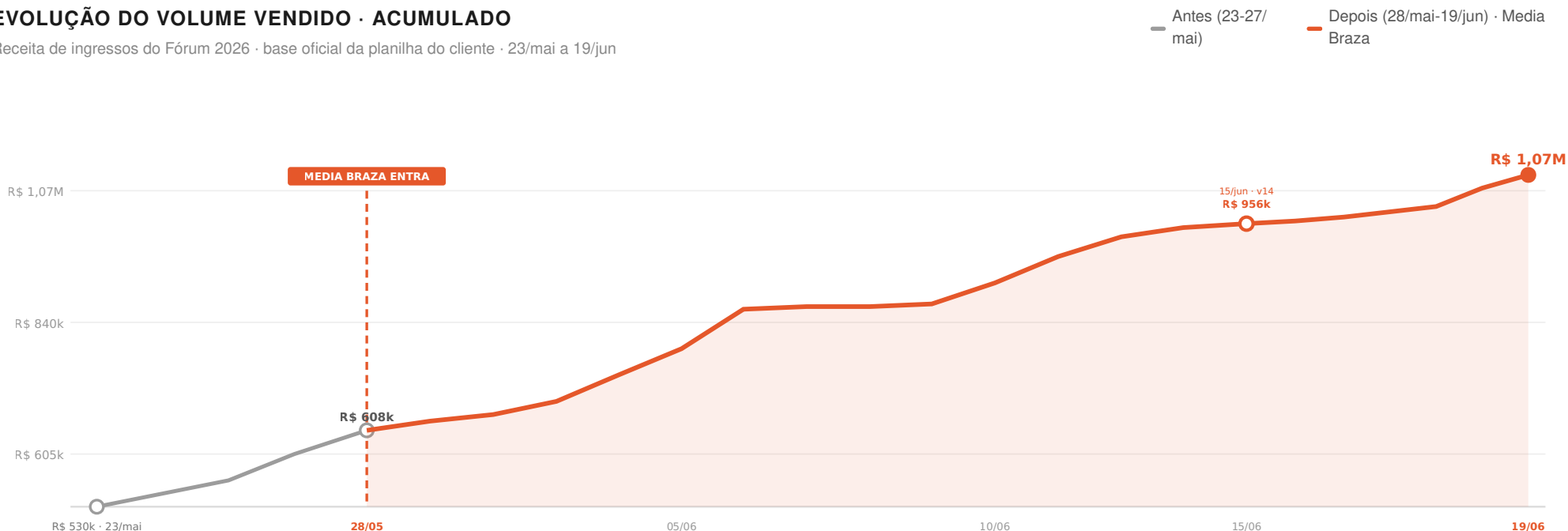
## 24 DIAS · O DELTA CONTINUA CAINDO

# O ritmo. O delta cai.

Em 24 dias, geramos **+R\$ 462 mil em volume vendido** e melhoramos o delta de saída em **9 pontos**. Faltam **R\$ 4,13M até a meta de R\$ 5,2M** em 39 dias — ritmo necessário **R\$ 106k/dia**. Foto de hoje e plano para chegar lá.

## EVOLUÇÃO DO VOLUME VENDIDO · ACUMULADO

Receita de ingressos do Fórum 2026 · base oficial da planilha do cliente · 23/mai a 19/jun



VENDIDO NOS 24 DIAS DA MEDIA BRAZA

# +R\$ 462 mil

De R\$ 608k (27/mai) para R\$ 1,07M (19/jun) · +76% em 24 dias

RITMO MÉDIO DIÁRIO

# ×1,53

R\$ 12,6k → R\$ 19,3k/dia · 53% mais rápido na operação Media Braza

DISTÂNCIA DA META R\$ 5,2M

# -64,9 → -55,9%

Caiu 9 pontos em 24 dias · Delta(Meta) na planilha oficial

## PROVA DE RESILIÊNCIA OPERACIONAL

# O incidente que travou a Meta. E o que **contornamos**.

Em 11-12 jun, o Meta sofreu uma falha global de infraestrutura que afetou Instagram, Facebook, Messenger e Threads — reels travaram em frame estático, usuários foram deslogados em massa e o Ads Manager exibiu "alta interrupção". A campanha do Fórum atravessou o incidente sem pausar. Veja o que aconteceu e como tratamos.

## CONFIRMADO POR FONTES INDEPENDENTES · DOWNDETECTOR + IMPRENSA TECH

+100.000 reportes no Downtdetector às 10h ET de 12/jun · Meta status page registrou "high disruptions" em Ads Manager, Messenger Platform, Messenger API for Instagram e WhatsApp Business Platform · Meta orientou anunciantes a pausar campanhas · recuperação total às 13h ET de 12/jun.

## 01 CRONOLOGIA

O que aconteceu na sexta 12/jun (e na quinta 11/jun)

- 11/jun · primeiros relatos do cliente: reels travando em frame estático no Instagram
- 12/jun · 10h ET · Downtdetector registra +100k reportes · falha global atinge IG, FB, Messenger e Threads
- 12/jun · Ads Manager exibe "high disruptions" · Meta orienta pausar · serviços normalizam às 13h ET

## 02 IMPACTO NA CAMPANHA

Os números reais do dia 12/jun na conta EcBr

- R\$ 4.614,59 gastos · 582k impressões + 1.798 cliques · entrega manteve
- ROAS Pixel: 0,74 · único dia abaixo de 1 · atribuição prejudicada pelos logouts
- Sábado 13/jun: leilão normalizado · R\$ 3.862 + 561k impressões

## 03 O QUE A MEDIA BRAZA FEZ

Decisão consciente de manter no ar durante o incidente

- Não pausamos as campanhas: recuperação esperada em ~3h · pausar/despausar custaria mais em re-aprendizagem que em CPM perdido
- Comunicamos ao cliente de forma proativa: frame congelado era falha do Meta, não do criativo
- Validamos GA4 + Doity: conversões caíram sexta, voltaram sábado · sinal de plataforma, não de criativo

## COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI

# Consertamos a base. Escalamos. E corrigimos o número.

Em 24 dias reorganizamos a casa por completo. Esta é a história em 4 fases, cada uma com seu delta de saída real, conferido na planilha oficial do cliente.

## INVESTIMENTO MEDIA BRAZA · 27/MAI A 19/JUN

R\$ 45.934 em Meta Ads (R\$ 1.914/dia médio) + R\$ 5.000 de saldo carregado em Google Ads (rampada das Search + PMax a partir de 18/jun). **Total operação: R\$ 50.934 em 24 dias** · ritmo controlado, escala progressiva conforme funil aquece.



## DIAGNÓSTICO

27-28 MAIO · A OPERAÇÃO QUE RECEBEMOS

## Encontramos uma casa desorganizada

- 23 anúncios diferentes brigando entre si por R\$ 13k/dia no Meta
- Pixel sem medir compras no site institucional
- CAPI desligado — Meta sem confirmação das vendas
- 158 campanhas históricas no Google, sem critério ativo

DELTA DE SAÍDA

-64,90%

## RECONSTRUÇÃO

29 MAI — 01 JUN · O QUE RECONSTRUÍMOS

## Refizemos toda a base técnica

- Pixel e CAPI reinstalados e validados ao vivo
- GTM próprio no site institucional integrado ao Doity
- 4 campanhas Media Braza criadas no Meta
- 11 anúncios herdados restaurados com targeting corrigido

DELTA DE SAÍDA

-61,21%

## ACELERAÇÃO

02-05 JUN · ESTRUTURA GOOGLE NO AR

## Quatro campanhas Search nascem do zero

- 4 campanhas Search Brand · Genérica · Concorrência · Remarketing
- 45 palavras-chave + 167 negativas filtrando lixo
- Taxonomia padronizada com UTMs nos 4 RSAs principais
- Volume vendido entra em curva ascendente · base estrutural pronta

DELTA DE SAÍDA

-60,17%

## 04 · OTIMIZAÇÃO CONTÍNUA

06-19 JUNHO · 35+ ENTREGAS NESTA JANELA

## Mantemos o ritmo, renovamos o estoque e abrimos Google

- Meta: 4 vídeos + 3 ads · escala R\$ 0,4k → R\$ 6,8k/dia
- Google Ads: 5ª campanha PMax Leads no ar · saldo R\$ 5k
- Otimização: Geo +25% SP · day-parting · 41 negativas B2C
- Resultado: +R\$ 271k em 14 dias (R\$ 799k → R\$ 1,07M)

DELTA DE SAÍDA

-55,92%

## COMO RECEBEMOS · COMO ESTÁ AGORA

## Em todas as frentes, a mudança.

Comparativo direto da operação na véspera da entrada Media Braza versus a foto após 24 dias. 4 blocos: resultado comercial, infraestrutura técnica, estrutura Meta, estrutura Google Ads.

## 01 INFRAESTRUTURA TÉCNICA

## Pixel + CAPI Meta

medidor e canal servidor → Meta

## Off · sem sinal

mídia rodando sem confirmação



## Reinstalados · validados

VC · ATC · BC · Purchase · cobertura &gt;95%

OPERANDO

## GA4 + 4 audiences retargeting

analytics + audiências cross-channel

## GA4 inexistente

sem analytics no Fórum



## GA4 ativo + 4 audiences

vinculado ao Google Ads · 11 eventos · 9,1k usuários

NOVO

## 02 ESTRUTURA META

## Anúncios + frentes

o que rodava vs. estrutura atual

## 23 brigando · sem frentes

disputavam público por R\$ 13k/dia



## 18 ativos · 4 frentes · 4 vídeos novos

3 perdedores pausados · 11 herdados corrigidos · 4 Media Braza + 4 vídeos + 3 ads

+18  
corrigidos

## Investimento Meta · 24 dias

conta ECBR · 27/mai a 19/jun

—

Media Braza ainda não havia entrado



## R\$ 45.934 BRL

R\$ 1.914/dia médio · escala controlada de R\$ 0,4k → R\$ 6,8k/dia

EXECUTADO

## 03 ESTRUTURA GOOGLE ADS

## Campanhas ativas + saldo

conta 730-399-1705 · modelo pré-pago

## 0 ativas · R\$ 0

158 históricas paradas, sem pagamento



## 5 ON AIR · R\$ 5.000 saldo

4 Search (Brand · Genérica · Concorrência · RLSA) + PMax Leads · 45 kw · 41 negativas B2C · Geo +25% SP · day-parting Seg-Sex 7-22h

OPERANDO

## FECHANDO O GAP

Faltam **R\$ 4,13M**  
em 39 dias.

Hoje vendemos R\$ 19,3k/dia. Pra fechar a meta precisamos chegar a **R\$ 106k/dia** — 5,5x mais rápido. Os 3 cenários abaixo mostram onde chegamos com o ritmo atual, com escala progressiva, e com escala agressiva — e em que ponto recomendamos revisar budget de mídia pra cima.

## CENÁRIO BASE · RITMO ATUAL

Mantemos R\$ 19,3k/dia

**R\$ 1,82M**

total acumulado até 28/jul · 35% da meta

- R\$ 19,3k/dia × 39 dias = **+R\$ 753k** orgânico esperado
- Gap final: **R\$ 3,38M abaixo da meta** (-65%)
- **Risco:** investimento Meta R\$ 1.914/dia · sem novos canais
- **Decisão:** não recomendamos · meta inviável neste ritmo

## CENÁRIO PROGRESSIVO · ESCALA CONTROLADA

×2,5 nos próximos 39 dias

**R\$ 2,95M**

total acumulado até 28/jul · 57% da meta

- R\$ 48k/dia médio · escala progressiva ao longo do mês
- +R\$ 1,88M orgânico esperado · **gap R\$ 2,25M**
- **Alavancas:** LinkedIn (R\$ 200/dia) + Spotify (R\$ 150/dia) + injeção 100 criativos Meta + Google PMax escalonada
- **Investimento adicional Meta:** ~R\$ 6k/dia (vs R\$ 1,9k hoje)
- **Decisão:** nossa recomendação · viabilidade alta

## CENÁRIO AGRESSIVO · TODO O BUDGET

Investimento full · todos os canais

**R\$ 4,8M+**

total estimado · 92% da meta · sob revisão

- Plano de mídia R\$ 865k aprovado · ativar tudo até 28/jul
- Digital Premium (10/jul) + Spotify + LinkedIn + The News + DOOH
- **Investimento adicional:** ~R\$ 22k/dia em todos os canais combinados
- **Risco:** requer aprovação imediata do budget expansão
- **Decisão:** alternativa se cenário progressivo não acelerar até 30/jun

PONTO DE REVISÃO

**30/JUN**

Se até 30/jun não atingirmos **R\$ 40k/dia em ritmo médio**, recomendamos migrar para o cenário Agressivo. Briefing diário 6h continua acompanhando.

META REAL

**R\$ 106k/  
dia**

## PLANO 39 DIAS

## Abrir 3 frentes novas.

Faltam R\$ 4,13 milhões para a meta. No ritmo atual (R\$ 19,3k/dia) chegamos a R\$ 1,82M até 28/jul — precisamos acelerar com 2 canais novos de aquisição (LinkedIn + Spotify) e injetar criativos novos no Meta. O foco passa de remediar para acelerar.

## 01

## LINKEDIN ADS · TOPO DE FUNIL B2B

## Atingir os tomadores de decisão direto na rede deles

O Fórum vende ingresso para C-level, heads e gerentes de e-commerce. O LinkedIn é o único canal que entrega **segmentação por cargo, empresa e indústria** com precisão real. Sub-utilizá-lo é deixar dinheiro na mesa.

**Aguardando:** acesso ao Business Manager LinkedIn do EcBr

**Verba inicial:** R\$ 200/dia · awareness + tráfego qualificado

**Públicos:** Diretor / Head / CMO / Founder + indústria e-com + plataformas Shopify/VTEX/Magento

## 02

## SPOTIFY ADS · TOPO DE FUNIL ÁUDIO

## Marca + memória no ouvido de quem decide

Spotify entrega áudio + display + vídeo com targeting comportamental e por playlist. Atinge empreendedores e profissionais de tecnologia em momentos de baixa atenção visual (carro, deslocamento, treino). **Awareness barato para alimentar Meta e LinkedIn.**

**Aguardando:** acesso à conta Spotify Ad Studio do EcBr

**Verba inicial:** R\$ 150/dia · audio ads 15-30s

**Targeting:** empreendedores + tecnologia + e-commerce + capitais SP/RJ/MG/Sul

## 03

## META ADS · INJEÇÃO DE CRIATIVOS NOVOS

## Renovar o estoque de criativo para destravar ROAS

Frequência da ANTIGA MOOTAG chegou em 3,63 — saturação de criativo. Vamos injetar peças novas para resetar a curva: **até 100 artes + 200 legendas A/B + 4 vídeos verticais 9:16** (formato Reels com áudio reduz CPA em 16% conforme o próprio Meta).

**Em produção:** 12 peças do briefing atual (3 vídeos + 3 carrosséis + 6 estáticos)

**Próximo lote:** sob proposta complementar (R\$ 27k / 100 artes)

**Ângulos novos:** autoridade (line-up) · urgência (lote) · prova social (case)