

A curva encostou.

Esta foi a semana em que a distância para 2025 quase desapareceu. A receita saltou **R\$ 498 mil em sete dias** — a maior semana da operação — com dois dias batendo recorde (23/07 e 24/07, acima de R\$ 118 mil cada). O acumulado chegou a **R\$ 2,76M em 24/07**, e o gap contra 2025 caiu de -38,3% na virada para **-2,6%**. No mesmo período, a conversão voltou a ser medida ponta a ponta e a Meta passou pela maior reorganização de criativo desde a entrada.

RECEITA ACUMULADA · 24/07

R\$ 2,76M

~1.174 ingressos pagos · ticket médio R\$ 2.349

A SEMANA · 18 A 24/07

+R\$ 498k

maior semana da gestão · R\$ 95,4k/dia em dia útil

GAP VS 2025 · 24/07

-2,6%

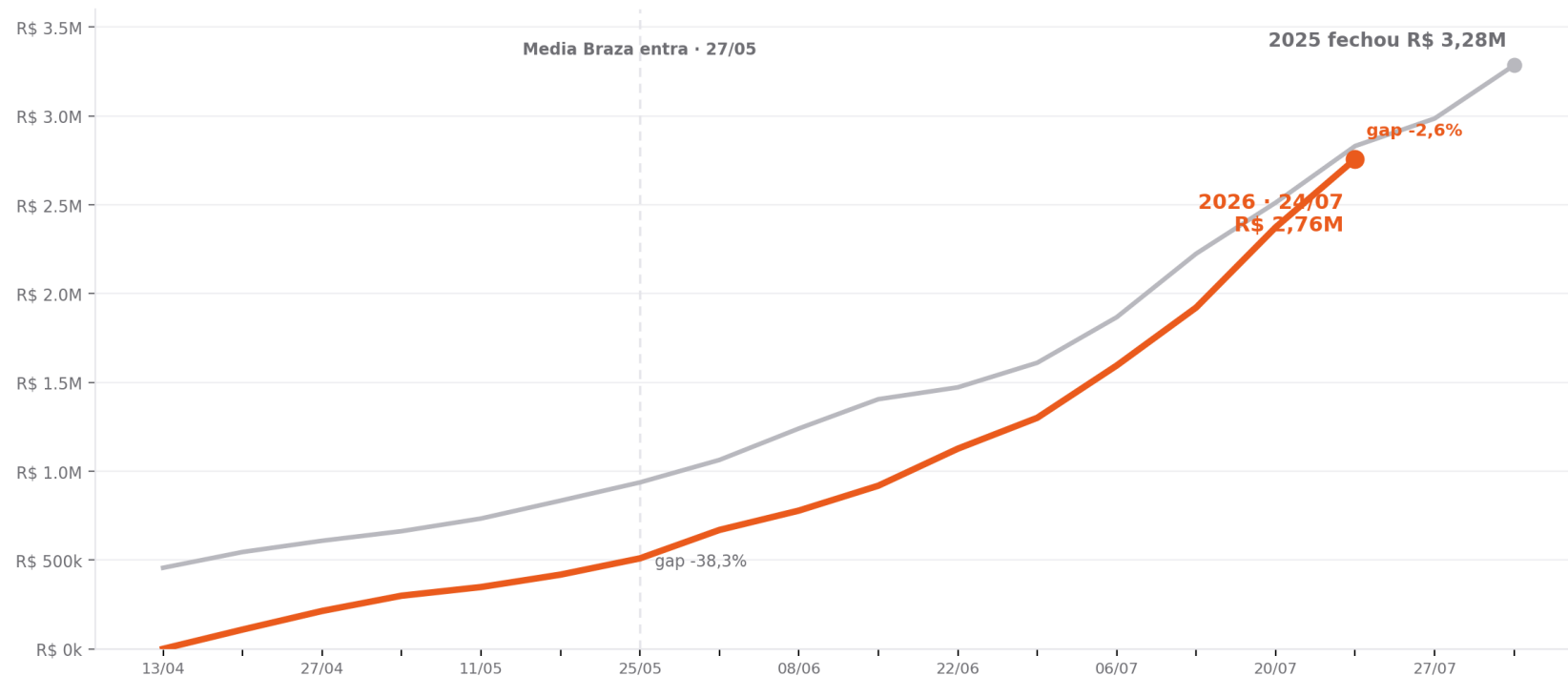
era -38,3% na virada (27/05) · quase zerado

A LEITURA DA SEMANA

O motor está provado e a curva encostou. Faltando poucos dias para o evento, a operação entrega o melhor ritmo do ano no momento em que mais importa — a semana que concentra Lote 4, Lote 5 e a corrida de última hora.

De **-38%**
para
-2,6%.

A linha laranja é a venda real de 2026; a cinza é 2025 no mesmo calendário. Quando a Media Braza entrou, em 27/05, a curva de 2026 estava **38,3% abaixo**. Sete semanas depois, as duas praticamente se encostaram: **R\$ 2,76M contra R\$ 2,83M** no mesmo dia do ano passado. E 2025 fechou em R\$ 3,28M — patamar que 2026 alcança na reta final do evento.



RITMO EM DIA ÚTIL · SEMANA

R\$ 95,4k

era R\$ 13,2k na fase da agência anterior · 7,2x

MELHORES DIAS DO ANO

R\$ 123k

23/07 · seguido de 24/07 com R\$ 119k

DISTÂNCIA PARA 2025

R\$ 74k

o que separava as duas curvas em 24/07 — antes eram R\$ 425k

A venda voltou ao radar.

A conta chegou sem medir a compra no site — uma limitação estrutural que a Media Braza identificou e corrigiu de ponta a ponta. Esta semana o sinal estabilizou: o **GA4 já registra R\$ 165 mil** em compras e o **pixel da Meta dispara Purchase desde 17/07**, cobrindo 73% da venda real. Pela primeira vez, os algoritmos aprendem com venda de ingresso de verdade. Resta uma oportunidade estrutural — a atribuição entre o site e o Doity — mapeada para potencializar 2027.

01

O que já funciona

Sinal de compra vivo

- GA4 registrando **R\$ 165 mil** em receita — era R\$ 0 até 14/07.
- Pixel da Meta com **Purchase desde 17/07**, browser + servidor deduplicados.
- Públicos de funil populados: carrinho, checkout e compradores.
- As duas plataformas agora otimizando diretamente pela compra.

02

O que ainda escapa

Diagnóstico honesto

- A compra fecha no **domínio do Doity**, separado do site do evento.
- Sem a ponte entre os dois, a venda cai em "não atribuído" no GA4.
- Efeito: cada canal converte, mas não consegue provar o retorno na tela.
- A planilha oficial segue sendo a **fonte de verdade** do número de venda.

03

Por que importa

Legado para 2027

- Resolver a atribuição no início da próxima edição multiplica o aprendizado.
- Com o funil ligado desde o dia 1, a mídia calibra em semanas, não em meses.
- É o maior ganho estrutural mapeado para a próxima temporada.
- Benchmark aponta **+15% de ROI** com a conversão 100% costurada.

RECEITA MEDIDA NO GA4

R\$ 165k

de R\$ 0 absoluto — sinal de compra estabilizado

COBERTURA DO PIXEL META

73%

Purchase registrado vs venda real da planilha

FONTE DE VERDADE

Planilha

todo número de venda deste relatório sai dela

A Meta afinada no que vende.

Com a compra medida de ponta a ponta, a Media Braza refinou a entrega da Meta para concentrar a verba nos criativos e públicos de maior retorno. O destaque da conta — o criativo "**Dor do Decisor**", vendendo a **R\$ 380 por compra** (ROAS 6,66x) — ganhou prioridade, as bases de ex-participantes recém-liberadas entraram em cena e a estrutura foi enxugada para render o máximo na reta final.

01

Prioridade ao que converte

Leitura por criativo

- **Dor do Decisor:** R\$ 380/compra, ROAS 6,66x — o destaque da conta, priorizado na entrega.
- Grandiosidade: custo por compra abaixo do ticket, mantido em escala.
- Verba concentrada nos criativos de melhor retorno.
- Frequência do remarketing calibrada para preservar a eficiência da base.

02

Novos públicos ativados

Bases estratégicas

- Base de **pagantes 2019–2024** e inscritos 2025 ativadas na conta.
- Lookalike 1% construído a partir dos compradores reais de edições anteriores.
- Público de interesse e-commerce ampliando o alcance qualificado.
- Exclusão de compradores 2026 em todos os conjuntos de conversão.

03

Estratégia da reta final

Foco em compra

- Alocação por **capacidade real** de cada público — máximo aproveitamento de verba.
- Ex-participantes como **alvo prioritário**: o prospect mais qualificado da base.
- Estrutura enxuta e estável, sem reiniciar aprendizado na reta final.
- Otimização por compra nas duas plataformas.

MELHOR CUSTO POR COMPRA · META

R\$ 380

criativo de maior retorno · ticket de R\$ 2.349

MELHOR ROAS · CRIATIVO

6,66x

Dor do Decisor · o destaque da conta, no topo da entrega

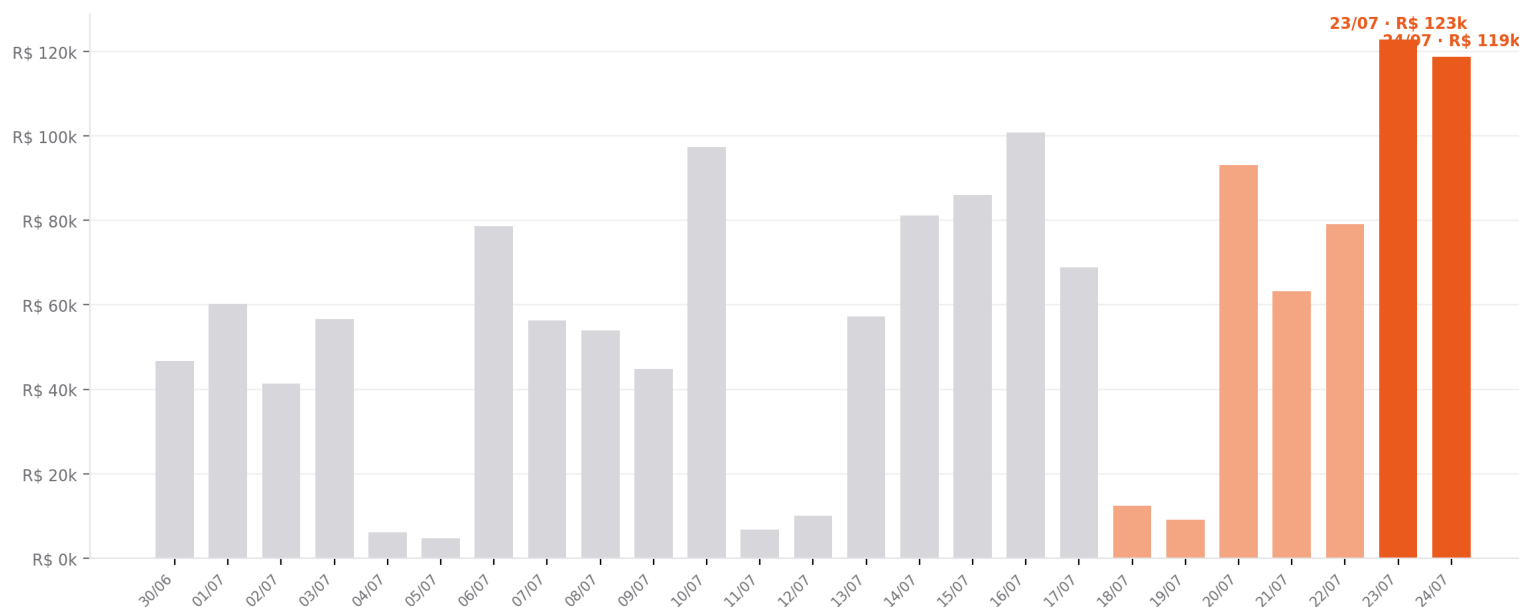
BASES NOVAS NA CONTA

5,4 mil

pagantes 2019–2024 + inscritos 2025 + lookalike

Cada real na venda certa.

O Google roda quase todo o inventário disponível — a alavanca agora é priorização, não verba. Preparamos as listas de ex-participantes para Customer Match e mantivemos rigor de qualidade no tráfego: a programática **Groovinads** virou a 3ª maior fonte do site, e concentramos a verba nas frentes que efetivamente convertem, contendo inventário de baixa performance.



SESSÕES · GA4, 30 DIAS

292 mil

engajamento 34,7% · mídia paga soma 72% do tráfego

GROOVINADS · PROGRAMÁTICA

8,5 mil

3ª maior fonte do site · 38% de engajamento

RIGOR DE QUALIDADE

Verba focada

inventário de baixa conversão contido · foco no que vende

Dois números, uma **verdade.**

A ENTREGA CONCRETA · FATO	VALOR
Receita acumulada em 24/07	R\$ 2,76M
Gap vs 2025 (era -38,3%)	-2,6%
Ticket médio por venda (era R\$ 1.300)	R\$ 3.451
Ritmo de venda em dia útil	R\$ 95,4k
Vendido sob a gestão desde 27/05	R\$ 2,23M

Para não confundir o que já aconteceu com o que pode acontecer, o fechamento se lê em duas camadas. A **entrega concreta** é um fato registrado na planilha. O **potencial da reta final** é um intervalo, dependente do ritmo dos últimos dias e da aplicação do saldo de mídia.

O POTENCIAL DA RETA FINAL · CENÁRIO	FECHAMENTO
Tendência, sem forçar o retorno	~R\$ 3,4M
Piso · ROAS 5,5x sobre o plano	R\$ 3,90M
Provável · ROAS 6,0x	R\$ 4,21M
Força total · ROAS 6,5x	R\$ 4,51M
Todos superam a meta mínima e 2025	> R\$ 3,28M

Os cenários aplicam o ROAS-alvo sobre o plano de mídia de R\$ 614k. São metas de retorno, não previsão de tendência — por isso apresentados separados do fato.

O FATO

R\$ 2,76M

a virada de -38,3% para -2,6% já está na planilha

O PISO DO POTENCIAL

R\$ 3,90M

acima do fechamento de 2025 (R\$ 3,28M) em 19%

A TENDÊNCIA REALISTA

~R\$ 3,4M

se a reta final repetir o padrão de aceleração de 2025

Reta final e legado.

A campanha encerra com o evento, em 30/07. Os próximos dias são de execução e blindagem do que já converte — sem mudança estrutural que reinicie aprendizado. Em paralelo, começa a construção do **relatório de encerramento**, que fecha o ROI por canal e organiza os aprendizados para a próxima edição.

01

Reta final · até 30/07

Blindar o que vende

- Data-fim **27–30/07** nas campanhas — o produto expira com o evento.
- Remarketing e carrinho no talo: última chamada para quem já demonstrou intenção.
- Congelamento estrutural: nos últimos dias, ajusta-se verba, não segmentação.
- Excluir compradores 2026 de toda campanha de conversão.

02

Com a equipe ECBR

Pontos abertos

- Upload das listas de Customer Match no Google + aceite da política.
- Confirmar a contagem exata de ingressos para fechar o número final.
- Mapear acesso ao Doity para a correção de atribuição em 2027.

03

Pós-evento

O fechamento

- **Relatório de encerramento** com ROI fechado por canal.
- Retrospectiva completa: da virada de -38% ao número final.
- Legado técnico para 2027: atribuição, funil e bases prontas.

A LEITURA DA SEMANA

A curva encostou. Agora é fechar.

O melhor ritmo do ano chegou na semana que decide o evento. O que resta é execução limpa e o relatório final para consolidar a virada.

CONTAGEM

Reta final

Fórum E-Commerce Brasil 2026 · 28–30/07