

INTERNO · NÃO ENVIAR

Clínica Carol — análise do gestor

Ciclo 29/07 a 04/08/2026 · conta 9250793341 · campanha 00 Pesquisa Crianças · tCPA R\$ 30
· orçamento R\$ 30/dia

⚠ **A OTIMIZAÇÃO APROVADA EM 29/07 NÃO FOI APLICADA.** Change history confirma: zero alterações na conta desde 03/07 (34 dias). O pacote (remover 10 negativas que cortam lead bom, desvincular 2 sitelinks do ad group que sobrepõem os 4 da campanha, criar 2 sitelinks + snippet) está validado em dry-run e parado esperando 1 comando: `python aplicar.py -aplicar em clientes/carolina-orottino/campanhas/otimizacao-2026-07-29/`. O bloqueio foi de permissão do ambiente, não técnico. Rodar ANTES do próximo ciclo pra não misturar variável com a volta às aulas.

Cinco semanas na mesa (o filme completo)

Semana	Invest.	Impr.	Cliques	CTR	CPC	Conv.*	CPL	Conv/clique
01-07/07	R\$ 219,46	175	27	15,4%	R\$ 8,13	5	R\$ 43,89	19%
08-14/07	R\$ 216,96	131	33	25,2%	R\$ 6,57	14	R\$ 15,50	42%
15-21/07	R\$ 158,57	120	21	17,5%	R\$ 7,55	4	R\$ 39,64	19%
22-28/07	R\$ 149,48	203	18	8,9%	R\$ 8,30	4	R\$ 37,37	22%
29/07-04/08	R\$ 115,53	180	17	9,4%	R\$ 6,80	6	R\$ 19,26	35%

* Conversão = clique no botão de WhatsApp (AW-11435299007), não agendamento. Julho fechado (01-28): R\$ 744,47 · 99 cliques · 27 conv · CPL R\$ 27,57 (dentro da meta R\$ 30 só por causa da semana 08-14).

Leilão: a campanha segue comprando TUDO

Semana	IS	Topo absoluto	Perdido por verba	Perdido por rank
08-14/07	57,7%	45,0%	36,3%	6,0%
22-28/07	90,9%	71,9%	0,0%	9,1%
29/07-04/08	90,7%	72,0%	0,0%	9,3%

Leitura: IS ~91% com 0% perdido por verba = zero espaço de escala por orçamento; a conta subgasta (R\$ 115 de R\$ 210 disponíveis). O CTR baixo (9,4%) persiste porque o anúncio entra

em toda variante fraca, MAS quem clica converte a 35%. Ou seja: a impressão fraca não custa (CPC só no clique) e o lead que passa é bom, confirmado pelo Rafael ("mais qualificados").

Decisão mantida: NÃO apertar correspondência, NÃO subir verba. Na semana 08-14, com verba apertada (36% perdido), o lance escolhia melhor e fez CPL R\$ 15,50; vale re-testar essa dinâmica DEPOIS de aplicar as negativas/sitelinks, uma variável por vez.

Quality Score — D+33 da LP, sem reação

Keyword	QS	Exp. CTR	Ad Rel.	LP Exp.	Desde 02/07
otorrinolaringologista infantil (phrase)	7	média	ACIMA	média	=
[otorrinolaringologista pediatra]	7	média	ACIMA	média	= (nova)
Otorrino pediatra BH (phrase)	5	média	ACIMA	ABAIXO	=
Otorrino infantil BH (phrase)	5	média	ACIMA	ABAIXO	=
[otorrino pediatra em bh]	5	média	ACIMA	ABAIXO	caiu de 7
[otorrino pediatrico bh]	4	ABAIXO	média	média	estреou mal
otorrino para criança (phrase)	3	ABAIXO	ACIMA	ABAIXO	=
[Carolina de Castro Santos Rodrigues] (marca)	8	ACIMA	abaixo (esperado)	ACIMA	=

A tese "LP nova puxa o QS" não pagou em 33 dias. LP Experience segue ABAIXO em todas as keywords geo "BH". Endereço na página não bastou. Próximo suspeito: **velocidade mobile** (WordPress + Elementor + WP Rocket; nunca medida, a cota anônima do PageSpeed estourou nas 2 tentativas). Medir em pagespeed.web.dev e, se < 50, acionar o gestor-landing-pages. Não mexer no conteúdo da página de novo sem esse dado.

Termos de pesquisa do ciclo (13, zero lixo)

Termo	Impr.	Cliques	Conv.	Custo
otorrinolaringologista pediatra	13	4	3	R\$ 48,09
otorrino pediatra belo horizonte	4	1	0	R\$ 10,61
otorrinolaringologista infantil bh	2	1	0	R\$ 8,31
otorrino infantil bh	9	1	1	R\$ 6,80
carolina de castro santos rodrigues (marca)	15	3	1	R\$ 5,70
otorrino pediatra bh	10	1	0	R\$ 3,47

+ 7 termos sem custo (todos on-theme). Nenhuma negativa nova necessária.

Campeã em conversão de novo: **[otorrinolaringologista pediatra]** (harvest de 02/07), 3 conv a R\$ 16,03. A marca cresceu (15 impressões na semana): indicação/Instagram alimentando a pesquisa, CPL de marca R\$ 5,70.

Device

Device	Impr.	Cliques	Conv.	Custo	CPL
Mobile	123	13	5	R\$ 80,81	R\$ 16,16
Desktop	57	4	1	R\$ 34,72	R\$ 34,72

Mobile é 83% das conversões a metade do CPL. Amostra ainda pequena pra ajuste de lance por device (● de qualquer forma); observar mais 2 ciclos. Reforça a prioridade de medir a velocidade MOBILE da LP.

Fila de ações (estado em 05/08)

#	Ação	Nível	Status
1	Aplicar pacote 29/07 (10 negativas fora, sitelinks do ad group fora, 2 sitelinks novos + snippet)	● aprovado	PARADO — rodar <code>aplicar.py --aplicar</code>
2	Medir PageSpeed mobile da LP; se <50, acionar gestor-landing-pages	●	pendente (cota do PSI)
3	Medição de AGENDAMENTO real com Rafael (dono + prazo)	● externo	aberta desde 02/07, sem dono
4	Apertar correspondência das phrase BH	●	ADIADO de propósito (lead qualificado chegando)
5	Verba/estratégia de lance	●	NÃO MEXER (volta às aulas normalizando; 1 variável por vez)
6	Re-teste da dinâmica de verba apertada (padrão da semana 08-14)	●	só após #1 assentar 14 dias

Teste do pronto (decisão que o William toma lendo isto)

- **Rodar o `aplicar.py --aplicar` hoje.** É a única mudança pendente aprovada, reversível, e quanto mais tarde, mais ela se mistura com o efeito volta às aulas.
- **Definir dono e prazo da medição de agendamento com o Rafael** nesta semana (ele já dá feedback qualitativo; formalizar numa planilha simples fecha o ciclo).
- Sexta 07/08: próximo relatório da série, janela 05-11/08... a cadência oficial volta a ser sexta; este ciclo saiu na quarta pra zerar o atraso (24/07 e 31/07 furaram).

