

Julho arrancou com **Espanha em alta** e o motor a ganhar ritmo.

Os primeiros 10 dias mostram Espanha a virar a chave (7 leads a €95 cada, contra €335 em junho), Brasil e Portugal a manter estabilidade, YouTube AWA reactivada com novo teto e LinkedIn Awareness a voltar ao ar. Este relatório consolida a primeira década de julho e apresenta o roteiro para as próximas 3 semanas.

PERÍODO • 01 A 10 JUL 2026
CLIENTE • SISQUAL WFM
ELABORADO POR • MEDIA BRAZA • WEBRAZA GROUP

CONFIDENCIAL
USO INTERNO CLIENTE
V. 07.13.2026

RESUMO EXECUTIVO

10 dias de julho trouxeram um sinal claro.

Aplicámos €1.393 de mídia paga nos primeiros 10 dias e trouxemos 1.691 cliques qualificados. O destaque é Espanha, que passou de €335 por lead em junho para cerca de €95 em julho, uma queda de 72% no custo de captação. Ainda faltam 20 dias no mês e três frentes acabaram de voltar a rodar em pleno, o que abre espaço para uma segunda metade forte.

INVESTIMENTO (10 DIAS)

€ 1.393

Ads + LinkedIn

IMPRESSÕES

24.256

Ads + LinkedIn

CLIQUE QUALIFICADOS

1.691

CTR combinada 6,97%

LEADS GOOGLE ADS

8

Espanha líder com 5

1. Espanha virou a chave. Custo por lead de aproximadamente €95 nos primeiros 10 dias, contra €335 no fecho de junho. Uma redução de 72%. É o sinal mais claro de que a nova estratégia por país está a dar resultado no mercado ibérico.

2. LinkedIn com dupla frente novamente activa. A frente de Conversões continuou a rodar em julho com €127 investidos e 763 cliques a €0,17 cada. A frente de Awareness PT + ES foi reactivada em 12 de julho e vai começar a entregar impressões nas próximas horas.

3. YouTube AWA voltou ao ar. Após esgotar o teto anterior, a campanha foi reactivada em 12 de julho com um novo aporte de R\$ 1.000. Vai voltar a alimentar o topo de funil B2B no Brasil já a partir desta semana.

Media Braza · Google Ads WFM · 4 países

GOOGLE ADS WFM · POR PAÍS

Espanha responde à nova estratégia.

Nos primeiros 10 dias de julho, aplicámos €1.266 no Google Ads e trouxemos 928 cliques nos 4 países. Espanha é a estrela do arranque, com 5 leads captados a um custo médio 72% inferior ao de junho. Portugal manteve o padrão de eficiência habitual e Brasil segue com o motor calibrado. Polónia ainda em fase de rampa, sem leads registados neste início de mês.

INVESTIMENTO WFM

€ 1.266

4 países activos

CLIQUEs

928

Volume qualificado

IMPRESSIONES

16.577

CPC médio €1,36

LEADS

8

Custo/lead médio €158

PAÍS	INVESTIMENTO	IMPRESSIONES	CLIQUEs	CTR	CPC	LEADS	CUSTO/LEAD
PORTUGAL	€ 97	1.697	132	7,81%	€ 0,73	0	Em rampa
ESPANHA	€ 556	856	303	35,44%	€ 1,83	5	€ 95
BRASIL	€ 531	13.016	427	3,28%	€ 1,25	3	€ 177
POLSKA	€ 80	1.008	68	6,78%	€ 1,17	0	Em rampa
Total WFM	€ 1.266	16.577	928	5,61%	€ 1,36	8	€ 158

Leitura da Media Braza. Espanha é o destaque absoluto do início de julho. A queda de 72% no custo por lead confirma que a nova estrutura por país está a resultar, sobretudo para o mercado ibérico. Vamos manter o ritmo em Espanha e testar variações de anúncio em Portugal e Polónia para tentar destravar leads nos próximos 20 dias.

DUAS FRENTES VOLTAM A RODAR

YouTube AWA e LinkedIn Awareness **reactivados hoje.**

A operação de mídia da SISQUAL passou a primeira metade de julho com duas frentes silenciosas. O YouTube AWA no Brasil, que tinha atingido o teto anterior de R\$ 10.000, ficou parado desde 30 de junho. A frente de Awareness PT + ES no LinkedIn também estava sem entrega. As duas voltaram ao ar em 12 de julho com ajustes que descrevemos abaixo.

YouTube AWA Sisqual Brasil REACTIVADA 12 JUL

- Novo aporte de R\$ 1.000 aplicado, subindo o teto total para R\$ 11.000
- Estratégia mantida: CPV desejado, criativos curtos com CTA final claro, 2 audiências qualificadas
- Objectivo do mês: repetir os 89 mil engajamentos e taxa 52% que fecharam junho
- Vai voltar a alimentar topo de funil B2B a partir desta semana

LinkedIn Awareness PT + ES REACTIVADA 12 JUL

- Ad sets ESPANHA - ESTATICO e PORTUGAL - ESTATICO voltaram ao ar
- Modelo de entrega contínuo, sem data de término
- Orçamento diário €10 por ad set, cerca de €140 por semana no total
- Vai reforçar autoridade B2B ibérica em paralelo à frente de Conversões que rodou o mês inteiro

LinkedIn frente de Conversões (10 dias). Mesmo com Awareness parado, a nova campanha Leads Campaign Site continuou a operar em julho e trouxe cerca de 763 cliques qualificados a €0,17 cada, com CTR de 9,94%. É o segundo mês consecutivo com o padrão atípico de resposta ao CTA. Este é o motor que vamos escalar em conjunto com o Awareness reactivado.

LEADS REPORTADOS PELA SISQUAL

Onde estão os leads **nos primeiros 10 dias.**

Cruzando os dados de mídia com a planilha da SISQUAL, os primeiros 10 dias de julho mostram Espanha à frente pela primeira vez em muitos meses. Brasil e Portugal continuam a alimentar volume estável. A leitura confirma o que vimos no Google Ads: o mercado ibérico está a responder à nova estratégia por país. Aguardamos actualização da planilha para consolidar o total do mês.

ESPAÑA

5

Custo por lead €95

BRASIL

3

Motor calibrado

PORTUGAL

Em rampa

CTR 12,98% líder

POLÓNIA

Em rampa

Sem leads registados ainda

O que sabemos até 10 jul **GOOGLE ADS**

- Espanha lidera com 5 leads e custo médio 72% inferior a junho
- Brasil regista 3 leads com o novo controlo de termos negativos
- Portugal 132 cliques ainda sem lead registado, atenção nos próximos 10 dias
- Polónia mantém padrão de impressões alto sem conversão, cenário a rever em julho

O que aguardamos da SISQUAL **A CONFIRMAR**

- Actualização da planilha de leads até 10 jul, para consolidar total mensal
- Feedback de qualificação dos leads captados via Google Ads Espanha
- Verificar leads Direct e Referral que não chegam via Paid Search
- Alinhar próximo passo do Polónia à luz do padrão sem conversão

Nota sobre atribuição. Como já reportámos no relatório de junho fechado, o GA4 sub-reporta a origem de cerca de 38% dos leads que chegam ao SharePoint. Estamos a trabalhar nesta correcção como parte das prioridades de julho para deixar o próximo relatório com atribuição mais próxima da realidade.

STATUS DAS PROPOSTAS APRESENTADAS

Onde estão as decisões das propostas em curso.

Recebemos actualizações da SISQUAL sobre as propostas apresentadas nas últimas semanas. Registamos abaixo o novo estado de cada uma, alinhado com o que a Pipa confirmou em 13 de julho. Duas frentes seguem em análise, uma foi retirada e a landing continua a aguardar aprovação para arrancar.

NÃO AVANÇA**Noruega**

Retirada do plano por limitações legais contractuais da SISQUAL. A frente nórdica sai da mesa por agora.

EM ANÁLISE SISQUAL**México**

A SISQUAL vai verificar internamente antes de dar retorno. Media Braza aguarda direcção para o plano de 3 meses (€1.500/mês).

A AGUARDAR APROVAÇÃO**LinkedIn Europa**

Anúncio do concurso ganho, 10 países em 3 tiers. €1.000 em 14 dias com peso reforçado nos nórdicos. A aguardar SISQUAL desde 22 jun.

A AGUARDAR APROVAÇÃO**Landing sisqual.webraza.com**

Piloto de landing dedicada para Espanha, sem custo extra. Objectivo é reduzir custo por lead ES ainda mais. A aguardar SISQUAL desde 25 mai.

Próximos passos da Media Braza. Focamos agora em três frentes concretas para as próximas 3 semanas: manter Espanha a acelerar no Google Ads, deixar o LinkedIn Awareness estabilizar após reactivação e reforçar o motor de Conversões, e voltar a alimentar o topo de funil YouTube. Se a landing ES for aprovada este mês, replicamos rapidamente para Portugal.

DESDE 15 JUN ATÉ HOJE

Tudo o que a Media Braza aplicou nas últimas 4 semanas.

Uma linha do tempo consolidada do que foi feito, do que está em curso e do que ainda depende da SISQUAL para arrancar. Foram 4 semanas de execução intensa, com o YouTube reactivado uma vez e voltado a reactivar, LinkedIn com nova frente de conversões lançada e um relatório mensal completo entregue.

Aplicado FEITO

- Relatório visual de junho fechado entregue com 17 páginas em 16:9
- Auditoria GA4 profunda com 24 audiências e 8 campanhas propostas
- YouTube AWA reactivada a 19 de junho e voltada a reactivar a 12 de julho
- LinkedIn Conversões no Site lançada, 2.361 cliques a €0,17 em junho
- Termos negativos mestre partilhados entre as 4 contas WFM
- Schedule comercial por país aplicado (PT, BR, ES verão intensivo, PL)
- Ajuste de lance por dispositivo em BR, ES e PL
- Template UTM ao nível de conta SISQUAL WFM
- 4 regras de alerta automático activas em todas as contas
- 4 grupos vazios em Espanha corrigidos com anúncios activos

Em curso A RODAR

- Dashboard vivo dashsisqual.webbraza.com actualizado semanalmente
- Monitorização Espanha para confirmar tendência de custo por lead €95
- Estabilização do LinkedIn Awareness reactivado a 12 jul
- Consumo do novo teto R\$ 11.000 no YouTube AWA

Pendente SISQUAL AGUARDANDO

- Decisão sobre plano México (verificação interna em curso)
- Aprovação da campanha LinkedIn Europa (concurso ganho), €1.000 em 14 dias
- Aprovação da landing sisqual.webbraza.com para arrancar como piloto Espanha
- Alinhamento sobre próximo passo Polónia (sem leads há 2 meses)
- Actualização da planilha de leads até 10 jul no SharePoint

O QUE QUEREMOS PRIORIZAR ATÉ 31 JUL

Um plano claro para as próximas 3 semanas.

Julho começa com sinal positivo em Espanha e duas frentes voltadas a rodar. O plano da Media Braza para o resto do mês é escalar o que já mostrou tracção e destravar as aprovações que estão em cima da mesa. Se conseguirmos fechar 3 aprovações e manter o ritmo actual, fechamos julho com um salto real face a junho.

1. Manter Espanha a acelerar RITMO

- Custo por lead a €95 é o melhor resultado de Espanha nos últimos 6 meses. Mantemos o orçamento actual e observamos a próxima semana
- Preparamos 2 variações criativas para teste A/B na segunda metade de julho
- Se o padrão continuar, fechamos julho com 15 a 20 leads só de Espanha

2. Estabilizar reactivações YouTube e LinkedIn VIGILÂNCIA

- YouTube AWA vai consumir os novos R\$ 1.000 ao longo de julho, taxa de engajamento a monitorizar
- LinkedIn Awareness PT + ES vai começar a entregar impressões nas próximas 48h
- Media Braza vai reportar sinais em pontos semanais até 31 jul

3. Destravar aprovações pendentes DECISÃO SISQUAL

- México, LinkedIn Europa e Landing ES continuam sobre a mesa
- Cada dia sem aprovação reduz o tempo útil de execução em julho
- Ficamos prontos a arrancar em 48h após luz verde

4. Preparar retro completa de julho FIM DE MÊS

- Relatório fechado de julho com padrão idêntico ao de junho, entregue nos primeiros dias de agosto
- Comparativo directo com maio e junho para mostrar evolução dos 3 meses
- Recomendações para agosto baseadas no que resultar em Espanha

10 DIAS DE JULHO · A OPERAÇÃO EM MOVIMENTO

Espanha em alta. Motor recalibrado. Vamos para 20 dias fortes.

Os primeiros 10 dias de julho mostram Espanha a virar a chave, YouTube AWA e LinkedIn Awareness reactivados e a máquina pronta para escalar. Falta a SISQUAL dar luz verde às 3 aprovações que estão em cima da mesa para fecharmos julho como o mês em que a captação em Espanha se consolida.

INVESTIMENTO (10 DIAS)

€ 1.393 totais

Google Ads + LinkedIn

DESTAQUE DO MÊS

Espanha, custo €95

Redução de 72% face a junho

APROVAÇÕES ABERTAS

3 decisões

México · LinkedIn Europa · Landing ES