

Veja o sinal. Entenda o problema. Saiba o que fazer.

Só o que pede atenção urgente - sem transformar todos os imóveis em uma lista de tarefas.

VERMELHO: bloqueio ou critério de decisão. **LARANJA:** revisar antes de investir mais. **VERDE:** sinal a preservar, não escala aprovada.

Campanha	Investimento	Lead Online	Custo por evento
Ilha	R\$ 1.518,58	13	R\$ 116,81
Continente	R\$ 1.502,11	16	R\$ 93,88

O Continente captou por um custo menor. Isso é bom para aquisição, mas ainda não prova maior qualidade, mais visitas ou mais vendas.

Quatro urgências - e só elas

Sinal	Veja onde	Conduta imediata
E1 Critério de decisão	Duas campanhas; eventos novos + antigos	Comparar só Lead Online e revisar a meta antes de mudar verba/lances.
E2 Bloqueio confirmado	Belluno, Continente	Validar o destino antes de voltar a anunciar.
E3 Risco de verba	Zenn, Ilha	Revisar contatos e buscas antes de ampliar.
E4 Resultado frágil	Cais, Ilha	Preservar o sinal; corrigir qualidade antes de escalar.

Urgente não significa “pausar tudo”. Significa resolver o bloqueio ou esclarecer a decisão antes de colocar mais dinheiro.

Dois pontos para agir com cuidado

E3 | RISCO DE VERBA

Zenn: revisar a concentração antes de investir mais

Sinal: O maior consumidor de verba da Ilha não acompanha essa concentração em resultado.

Veja aqui: Zenn: R\$ 611,62, 433 cliques e 3 Lead Online. Consome 40,3% da verba da Ilha e gera 23,1% dos eventos. Custo de R\$ 203,87 por evento.

Fazer: Conferir os três contatos no CRM e revisar as buscas genéricas “florianopolis” e “apartamento novo”. Se houver incompatibilidade, ajustar a captação; se forem boas oportunidades, preservar e medir.

Não fazer: Não ampliar esse tráfego pelo volume de cliques. Não chamar todo o gasto de desperdício nem pausar o grupo sem validar os contatos.

Momento: Antes de qualquer aumento no tráfego do Zenn.

E4 | BOM SINAL, MAS FRÁGIL

Cais: preservar o resultado e corrigir a fragilidade

Sinal: A palavra que trouxe resultado tem qualidade 1/10, com relevância e experiência da página abaixo da média.

Veja aqui: Cais, Ilha. A palavra “apartamento cais” trouxe os dois eventos. O grupo gastou R\$ 72,84: custo de R\$ 36,42 por Lead Online.

Fazer: Alinhar anúncio e página à oferta pesquisada e verificar os dois contatos no CRM antes de ampliar investimento.

Não fazer: Não pausar automaticamente a palavra que converteu. Não escalar só porque o custo foi baixo: são apenas dois eventos.

Momento: Antes de ampliar a exposição do Cais.

Corrigir o bloqueio e a forma de medir

E2 | BLOQUEIO CONFIRMADO

Belluno: destino reprovado e grupo pausado

Sinal: O grupo não está apto a anunciar normalmente no status observado: o Google sinalizou que a página aberta pelo anúncio não funciona e confirmou a reprovação.

Veja aqui: Belluno Residence, Continente. 22 palavras reprovadas; reprovação também no anúncio capturado. R\$ 0,00 gastos e nenhum clique na janela.

Fazer: Se o imóvel deve voltar à mídia, corrigir e testar o destino; validar a aprovação antes de reativar. Até lá, manter o grupo pausado.

Não fazer: Não aumentar verba nem reativar antes de validar. Este bloqueio não explica o gasto dos outros imóveis.

Momento: Antes de voltar a anunciar o Belluno.

E1 | CRITÉRIO DE DECISÃO

Não decidir verba pela conversão misturada

Sinal: A coluna geral junta o Lead Online adotado nesta análise com eventos de uma ação antiga.

Veja aqui: Ilha e Continente. Foram 29 Lead Online e 15 eventos antigos. No Zenn, 8 eventos da coluna geral viram 3 na ação correta; o custo passa de R\$ 76,45 para R\$ 203,87 por evento.

Fazer: Usar só Lead Online para comparar custos. O gestor deve conferir quais metas cada campanha usa antes de mudar verba ou lances.

Não fazer: Não desligar a ação antiga automaticamente: revisar seu uso e dependências. Não somar eventos como se fossem pessoas únicas.

Momento: Antes de qualquer decisão de escala ou mudança de lances.

Onde há bom sinal - e onde não agir agora

Onde está o sinal	Lead Online	Custo por evento	Leitura
Cota 365 Continente	3	R\$ 18,81	Sinal inicial favorável
Acqua Continentale Residence Continente	2	R\$ 23,50	Sinal inicial favorável
Park View Residence Continente	2	R\$ 31,57	Boa cobertura; preservar
Luminae Urban Residence Ilha	2	R\$ 9,41	Sinal inicial favorável
Vistage Residence Continente	3	R\$ 95,44	Sinal inicial favorável
Cais Ilha	2	R\$ 36,42	Bom custo, mas corrigir fragilidade E4

Conduta: preservar o que está gerando resultado e validar os contatos. Estes sinais têm apenas dois ou três eventos por grupo; não aprovar escala por esse quadro sozinho.

Fora da fila emergencial

Os outros 82 grupos não receberam uma emergência específica nesta revisão. Grupos sem resultado continuam em monitoramento: a ausência de conversão, sozinha, não comprova erro ou desperdício. API desconectada, série diária e expansão de palavras são pendências técnicas, não motivo para aumentar ou pausar verba nesta leitura.

Base e limite da leitura

Dados do Google Ads coletados no Chrome autenticado em 14/10/2026. API indisponível por OAuth expirado/revogado. Custos e eventos referem-se aos 30 dias de 14/09 a 13/10; status e qualidade são o retrato da coleta. Anúncios parcialmente capturados; termos têm omissões por privacidade. A ação Lead Online foi criada em 03/09; o primeiro registro válido conhecido é de 14/09. A publicação final da tag não foi comprovada.

Esta revisão simplifica os relatórios anteriores; não acrescenta uma nova coleta ou atribuição de visitas/vendas. A análise técnica e a matriz dos 85 grupos continuam no [DataHub](#). Nenhuma campanha foi alterada.