



ZapSign



Case de Sucesso

Quando o produto é de qualidade e o tráfego eficiente, temos os resultados que vamos demonstrar agora.

REVITTO

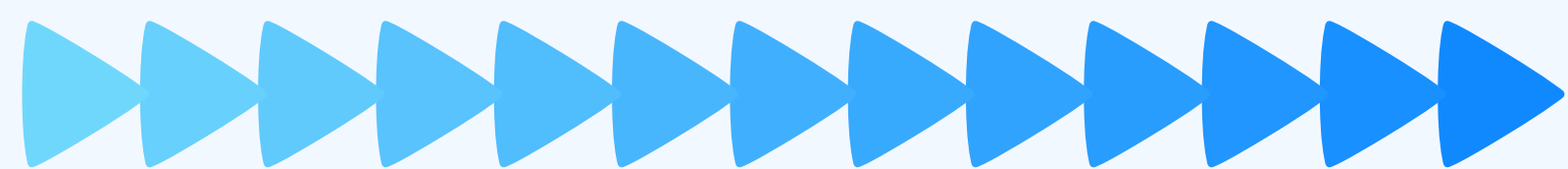


Neste material você encontra algumas estratégias que usamos para:

Sair de

200

clientes pagantes



Para

2100

clientes pagantes

Total de investimentos - 01/12/20 - 29/07/21

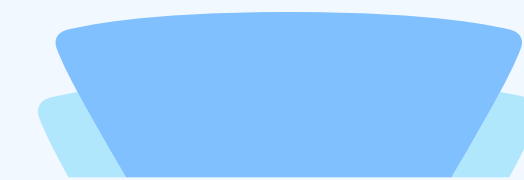


Google Ads: R\$ 180.000,00




Facebook Ads: R\$ 67.980,69

Total: R\$ 247.980,69



✕ Problemas

 Estratégia

 Resultados

Problemas

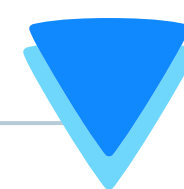
Começamos enfrentando alguns problemas de traqueamento, pois algumas conversões que eles utilizavam principalmente no facebook não estavam corretas, focamos em resolver tudo isso no primeiro momento e ir implementando aos poucos a nossa “cultura” de anúncios.



Empresa já vinha fazendo Ads, usavam o [Google Ads como canal principal](#) devido a intenção de busca do usuário mas estavam com problemas para escalar o negócio.

Estratégias

Nossa estratégia se baseia basicamente em um funil de objetivos. No Google Ads mantemos as campanhas a um CPA baseado em Cadastro e Compra. No Facebook, campanhas focadas em conversão de cadastro e conversão de compras.



ZapSign

facebook

- ✓ Definimos metas
- ✓ OKR's
- ✓ CAC de 15 reais por usuário
- ✓ 150 - 200 reais para um usuário pagante

✕ Problemas

📁 Estratégias

📄 Resultados

Resultados

O tráfego foi essencial para o aumento da base de usuários e consequentemente, os usuários pagantes.

Número de
Usuários
pagantes

200

01/12/2020:

2100

29/07/2021

950% ▲

01/12/20 a 29/07/21:

Número de
Usuários
cadastrados

11538


01/12/2020:

55521


29/07/2021

381.2% ▲

01/12/20 a 29/07/21:

 Problemas

 Estratégias

 Resultados

Resultados

Por este ser um serviço de assinatura,
o ganho acaba sendo recorrente devido ao valor de investimento.

R\$ 247.980,69

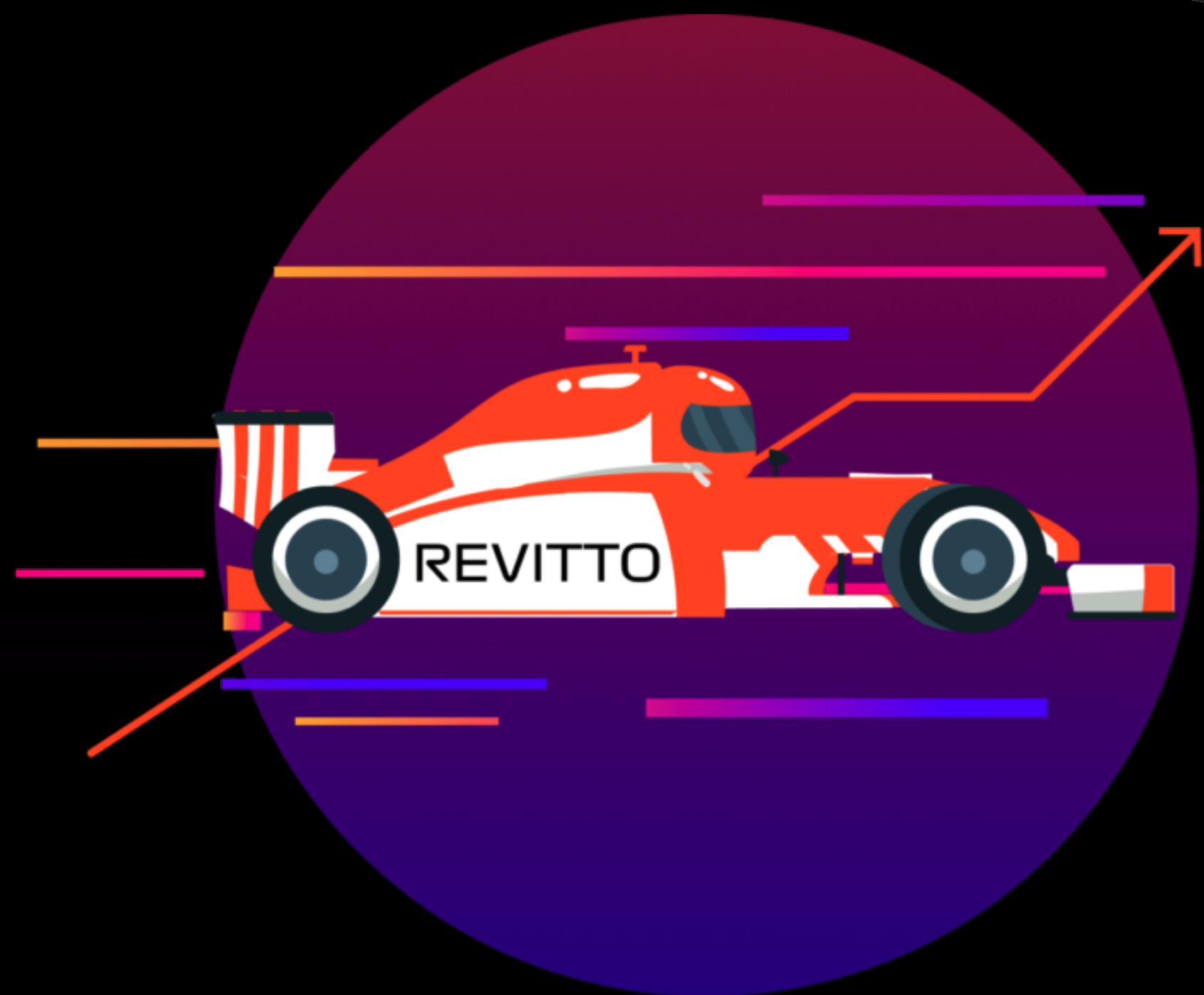
Valor investido

4

ROAS

Anual





REVITTO

www.revitto.com.br