onner | Dantas e Oliveira Advogados Associados

PLANO DE TRABALHO

DIREITO À SAÚDE

Onde estamos e o que vamos fazer

Campanha no ar desde 21/08/2026 · números até 30/09/2026

O retrato até aqui

21/08 a 30/09/2026

R$ 1.683,79 Investido	**84** Pessoas que clicaram	**13** Contatos no WhatsApp
R$ 129,52 Custo por contato	**R$ 20,05** Custo por clique	**0** Contratos fechados

O problema não é o anúncio. É que ele quase não aparece.

De cada 100 buscas em que poderíamos estar na tela, aparecemos em 12



Apareceu · Deixou de aparecer porque a verba do dia acabou · Deixou de aparecer porque outro escritório ficou à frente

No período houve cerca de **10 mil buscas** em que o anúncio poderia ter aparecido. Ele apareceu em **1.206**. Com tão pouca exposição, 13 contatos é o resultado esperado — não é um problema de texto nem de página, é de volume.

E as palavras que descrevem o serviço não estão rodando

O ponto central do diagnóstico

57	41	4 de 70
Palavras-chave ativas	Nunca apareceram uma vez	Buscas de quem teve um procedimento negado

Termos como **"liminar contra plano de saúde"**, **"plano de saúde negou medicamento"** e **"processar convênio"** — exatamente o que o escritório resolve — não tiveram **nenhuma** aparição. Com a verba apertada, o Google concentra o pouco orçamento em duas ou três palavras mais genéricas e deixa o resto sem disputa.

O efeito aparece em quem chega: das **70 buscas diferentes** que trouxeram o anúncio, só **4** eram de alguém com um procedimento negado. O restante é quem procura "advogado da área da saúde" de forma ampla — pessoas mais distantes do caso que o escritório atende.

O que já foi ajustado

Correções feitas em setembro

- ✓ **Área de atendimento corrigida.** A campanha passou a exibir apenas para quem está em São Paulo. Antes alcançava também quem apenas demonstrava interesse pela região — havia cliques vindos de Salvador, Brasília e Fortaleza, sem nenhum contato.
- ✓ **24 termos bloqueados.** Buscas que remetem a SUS, defensoria pública, atendimento gratuito, INSS e aposentadoria não acionam mais o anúncio — é público que o escritório não atende.
- ✓ **Faixa de menor renda excluída.** Os 50% de menor renda saíram da segmentação, para concentrar a verba em quem tem condição de contratar.
- ✓ **Dias de exibição concentrados.** A campanha roda de segunda a quinta, quando a procura por atendimento jurídico é maior.
- ✓ **Orçamento diário ampliado** de R$ 30 para R$ 60, para reduzir as horas em que o anúncio sai do ar por falta de verba.

A estratégia para os próximos 30 dias

Três frentes, nesta ordem

1. **Ampliar o alcance das palavras-chave.** Hoje o anúncio só entra em buscas muito parecidas com os termos cadastrados — por isso 41 deles nunca apareceram. Vamos liberar o Google para encontrar também as formas diferentes de descrever o mesmo problema: quem escreve "meu convênio não autorizou a cirurgia" procura a mesma coisa que quem escreve "negativa de cobertura". As exclusões de SUS, defensoria e gratuidade e o filtro de renda continuam valendo — são justamente a contenção que permite ampliar com segurança.

2. **Ajustar a linguagem da página.** Hoje o anúncio fala de negativa de plano e a página responde em termos jurídicos mais amplos. Vamos aproximar a página das situações reais que levam alguém a buscar ajuda — cirurgia negada, medicamento de alto custo recusado, tratamento interrompido —, nas palavras que a pessoa usa. Isso melhora tanto a confiança de quem chega quanto a avaliação de relevância que o Google faz do anúncio.

3. **Passar a medir por caso, não por contato.** Hoje o número que temos é o contato no WhatsApp. O que interessa é quantos viram cliente. Com o preenchimento da planilha pelo escritório, passamos a acompanhar o custo por caso de fato — que é a métrica que decide se a frente de saúde se paga.

Como vamos saber se funcionou

Os números que vamos acompanhar, e onde queremos chegar em 30 dias

INDICADOR	HOJE	META EM 30 DIAS
Aparições do anúncio	1.206	o dobro
De cada 100 buscas, aparecemos em	12	25 a 30
Palavras-chave que realmente rodam	16 de 57	a maioria
Buscas de quem teve negativa	4 de 70	um terço
Contatos no mês	13	25 a 30
Casos fechados	0	os primeiros

A ampliação será acompanhada semana a semana. Se as buscas que chegarem não tiverem relação com negativa de plano, o alcance volta a ser fechado e seguimos pela estratégia de palavras específicas — **o teste tem prazo e tem critério de parada**.