

## 1. SYNOPSIS

### 1.1. Campaigns

#### 1.1.1. Course Campaign May 2024 - Final

With the end of May, we also finalized the campaign to attract/enroll students for the May 2024 course (registration will continue until 06/06) we have a total of 42 students enrolled on 06/01. (comments made in the previous report – we continue to analyze causes)

#### 1.1.2. Phase II – Institutional Campaign

We started phase II of the plan, the institutional campaign. It will be the most difficult and challenging phase of the marketing plan, which will require weekly performance monitoring, in addition of the implementation and improvement of activities such as customer service, lectures, short courses and the formatting of distance learning courses.

At this stage we will place more emphasis on reels, both created by the agency and by our students. Posts will continue to be placed on our networks but will not be promoted on a paid basis.

The basis of the institutional campaign will be about the greatness of the Bnei Baruch of Israel and the Rav. The legacy that continues to be built to spread authentic Kabbalah. The collection of texts, classes transmitted with simultaneous translation into more than 25 languages; the diversity of cultures and religions; our presence in more than 80 countries, among other attributes.

**We will use the concept of humanization with the creation of reels made by the agency and our students.**

#### 1.1.3. Meeting with Oásis – BB Israel Marketing Actions

At the end of May, we held a meeting with Oásis to exchange ideas on how we can develop synergistic actions for BB Israel. Oásis will present a work proposal.

## Comments

### 1.2. Portal

1.2.1. In May, the portal had 3,164 visiting sessions and received 2,234 new users. The increase in new visitors is a consequence of the final paid campaign effort for the course.

The most visited pages were those containing information content about the course. In June and July this movement should return to normal.

1.2.2. New content was posted on the Portal such as Challenges of a New Era 1,2,3,4. History of You with 2 new contents, report and videos from the May 2024 congress.

1.2.3. We will be implementing new functions on the Portal looking to develop relationships with new visitors. Today we do not offer any solution.

1.2.4. Evolution of Sessions and New Users

<b>Período</b>	<b>Sessões</b>	<b>Novos Usuários</b>
Abril 2024	929	595
Maio 2024	3.164	2.234
Janeiro a Maio 2024	6.480	4.490

1.2.5. Rejection rate in May 2.65%, the lowest in the entire existence of the Portal.

### 1.3. Youtube

We continue with the revitalization actions of the Institute's YouTube, with the insertion of "shorts", video recordings made for radio arvut, videos made by our students.

In the same way as our social networks, progress has been taking place slowly and vegetatively, for the second month in a row we have added followers, few, but we have added them again.

It is interesting to note the change in the profile of the age group of our audience, which occurred more incisively in the month of May with our predominant age groups between 25-34 years old and 35 to 44 years old.

The largest audience continues to be male, compared to almost zero female participation.

We had 2,000 views, with a total of 247.3 hours of video viewing.

We highlight that in the month of May, clicks on content were:

1st Zohar Community (deactivated 2 years ago)

2nd Birth Pains–Conversations of a New Life (deactivated 2 years ago) - Rav Laitman

3rd Challenges of a New Era

4th Kabbalah Revealed – Perception of Reality

5th Kabbalah Revealed – Equivalence of Form

## 1.4. Instagram Iarvut

Item	Maio	Abril
Alcance	19.019	8.526
Engajamento	145	293
Taxa de Engajamento	0,76%	3,44%
Compartilhamentos	110	158
Impressões	27.207	24.172
Visitas	367	364
Interações	712	1.218
Curtidas	568	982
Comentários	13	12
Respostas	9	5
Cliques no link site	27	33

### 1.4.1. Seguidores

Mês/Seguidores	Início	Pico	Final
Maio	4.446	4.457	4.448
Abril	4.431	4.447	4.446

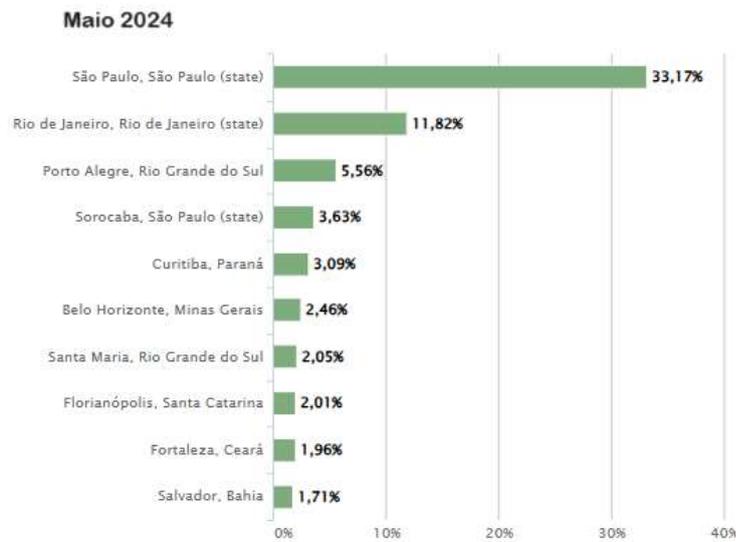
### 1.4.2. Seguidores por gênero

Mês	Masculino	Feminino	Indefinido
Maio	1.948	1.732	377
Abril	1.949	1.728	375
Variação	(-1)	(+4)	(+2)

### 1.4.3. Seguidores por faixa etária

Mês	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Maio	2%	13,8%	30,4%	29,1%	16,9%	7,7%
Abril	2%	13,9%	30,5%	28,8%	16,9%	7,7%

#### 1.4.4. Localização - Cidades



#### 1.4.5. Total de Stories

Mês	Total	Interações	Média p/Stor
Maio	11	623	57
Abril	04	230	58

#### 1.4.6. Total de Posts

Mês	Total	Interações	Média p/Stor
Maio	11	363	33
Abril	19	840	44

#### 1.4.7. Reels

Mês	Total	Visualizações	Média p/Visua
Maio	4	1.738	435
Abril	1	367	367

### 1.5. Facebook Iarvut

#### 1.5.1. Total de Posts

Mês	Total	Interações	Média p/Stor
Maio	13	376	29
Abril	19	654	34

#### 1.5.2. Total de Reels

Mês	Total	Visualizações	Média p/Visua
Maio	3	27	9
Abril	0	0	0

### 1.5.3. Seguidores

<b>Mês/Seguidores</b>	<b>Início</b>	<b>Pico</b>	<b>Final</b>
Maio	2.142	2.142	2.141
Abril	2.105	2.142	2.142

## 1.6. Instagram Rádio Arvut

<b>Item</b>	<b>Maio</b>	<b>Abril</b>
Alcance	300	569
Engajamento	56	85
Taxa de Engajamento	18,7%	14,9%
Compartilhamentos	67	65
Impressões	1.199	1.757
Visitas	55	62
Interações	332	354
Curtidas	252	275
Comentários	8	3
Respostas	0	2
Cliques no link site	1	0

### 1.6.1. Seguidores

<b>Mês/Seguidores</b>	<b>Início</b>	<b>Pico</b>	<b>Final</b>
Maio	503	509	509
Abril	499	503	503

### 1.6.2. Seguidores por Gênero

<b>Mês</b>	<b>Masculino</b>	<b>Feminino</b>	<b>Indefinido</b>
Maio	203	219	75
Abril	202	216	72
Variação	(+1)	(+3)	(+3)

### 1.6.3. Seguidores por faixa etária

<b>Mês</b>	<b>18-24</b>	<b>25-34</b>	<b>35-44</b>	<b>45-54</b>	<b>55-64</b>	<b>65+</b>
Maio	1,2%	10,7%	25,2%	29,0%	21,9%	12,1%
Abril	1,2%	10,4%	25,7%	28,7%	21,8%	12,0%

### 1.6.4. Total de Reels

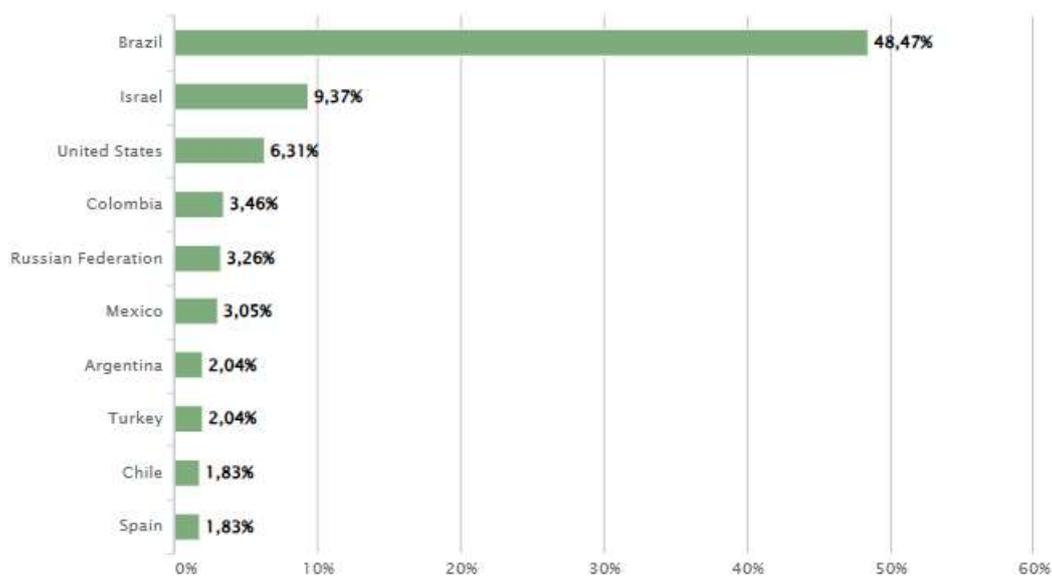
<b>Mês</b>	<b>Total</b>	<b>Visualizações</b>	<b>Média p/Visua</b>
Maio	7	679	97
Abril	6	822	137

### 1.6.5. Total de Posts

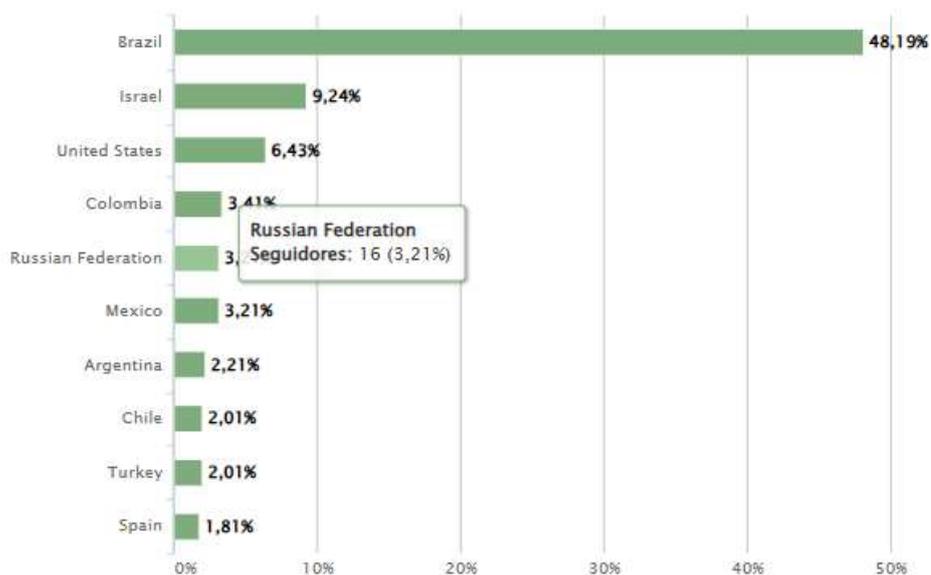
Mês	Total	Interações	Média p/Stor
Maio	7	125	18
Abril	7	118	17

### 1.6.6. Localizações

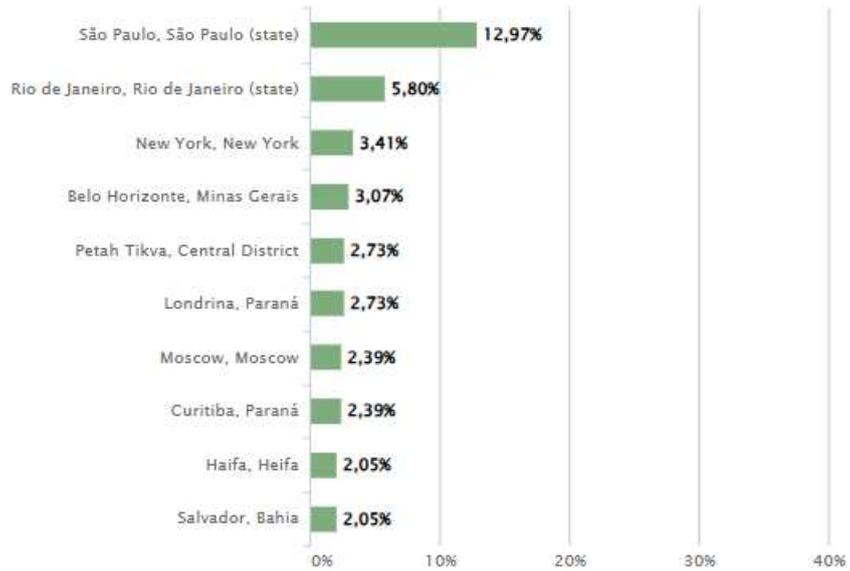
#### 1.6.6.1. Por País-Base Abril



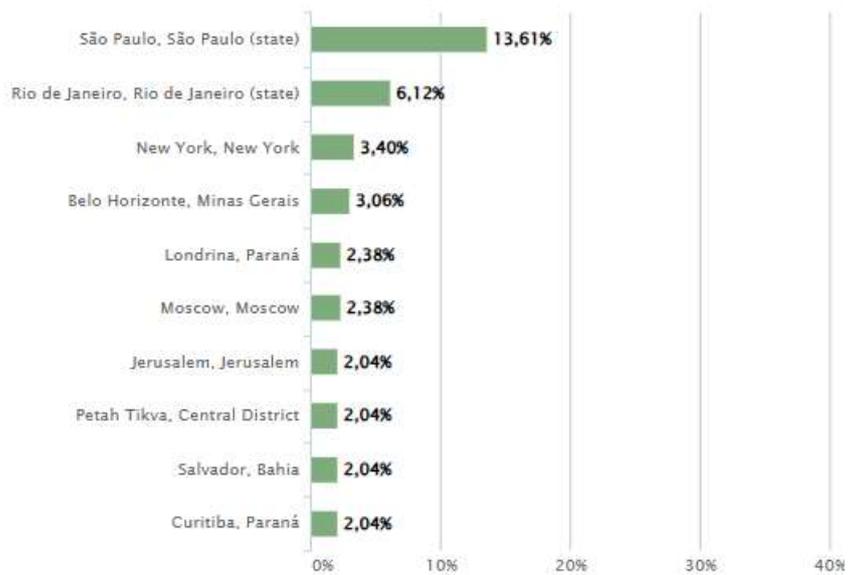
#### 1.6.6.2. Por País-Base Maio



### 1.6.6.3. Por cidade – Base Abril



### 1.6.6.4. Por cidade – Base Maio



## 1.7. Facebook Rádio Arvut

### 1.7.1. Total de Posts

Mês	Total	Interações	Média p/Stor
Maio	14	243	17
Abril	11	149	14

### 1.7.2. Total de Reels

Mês	Total	Visualizações	Média p/Visua
Maio	0	0	0
Abril	0	0	0

### 1.7.3. Seguidores

<b>Mês/Seguidores</b>	<b>Início</b>	<b>Pico</b>	<b>Final</b>
Maio	418	421	421
Abril	389	418	418

## 1.8. Estatísticas da Rádio Arvut – BR LOGIC

Mês	Total de Sessões	Sessões Simultân	Horas Ouvidas
Janeiro	466	8	145
Fevereiro	478	16	244
Março	312	9	100
Abril	863	8	172
Maio	649	12	160

## DADOS ANALÍTICOS – ANALYTIC DATA PORTAL - YOUTUBE

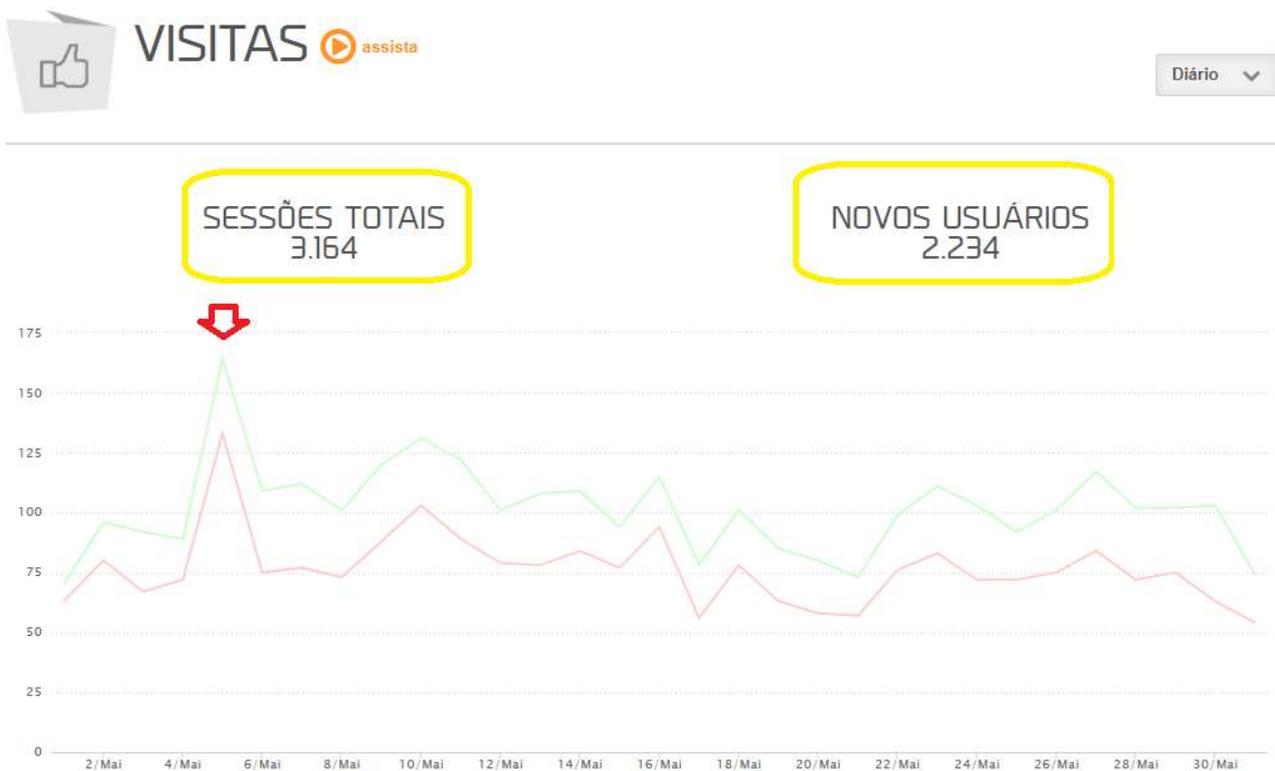
### 2. Portal Web Instituto Arvut

#### 2.1. Dados de Maio de 2024

##### 1.1.1 No de Sessões e Novos Usuários

iarvut - https://www.iarvut.org.br – GA4 01/05/2024 até 31/05/2024

[VISITAS](#) [FONTES DE TRÁFEGO](#) [TAXA DE REJEIÇÃO](#)



PÁGINAS POR VISITA  
2,32

TEMPO POR VISITA  
00:01:44



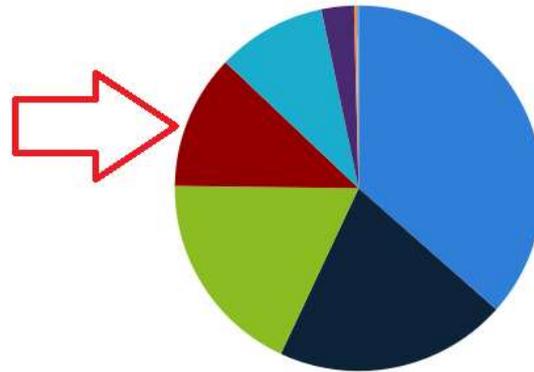
### 2.1.1. Páginas Visitadas

#### PÁGINAS MAIS VISITADAS [assista ao video](#) [?](#)

URL	Porcentagem	Visitas
/Blog/Exibir/2/53/518/As_Forcas_do_Universo	48,56%	2.519
/	12,24%	635
/curso_cadastro/	2,12%	110
/Conteudo/Subcategoria/2/53/Cursos_On_Line	1,68%	87
/Conteudo/Subcategoria/2/42/Cursos_Presenciais	0,89%	46
/Area_do_Usuario	0,85%	44
/Conteudo/Exibir/2/52/348/BERESHEET_A	0,81%	42
/Conteudo/Exibir/2/53/518/As_Forcas_do_Universo	0,79%	41
/meu_cadastro/	0,77%	40
/Conteudo/Subcategoria/2/52/Zohar_Estudantes	0,77%	40
/loja_arvut	0,69%	36
/Conteudo/Subcategoria/2/1/Palestras_Nova_Vida	0,66%	34
/Conteudo/Subcategoria/3/17/Quem_somos	0,64%	33
/Conteudo/Exibir/9/14/554/Momentos_do_Congresso_Espelho_Maio_2024	0,56%	29
/Conteudo/Exibir/9/15/556/Congressos_Espelhos_2024	0,52%	27
/Conteudo/Subcategoria/3/48/Estudar_Cabala	0,50%	26
/Blog/Exibir/4/5/531/O_Estudo_das_Dez_Sefirot	0,50%	26
/Blog/Exibir/2/53/520/Praticando_a_Cabala	0,50%	26
/Blog/Exibir/2/53/519/Os_Mundos_Superiores	0,46%	24
/Blog/Exibir/2/58/546/Desafios_de_Uma_Nova_Era_-_Piloto_1	0,42%	22

## 2.1.2. Tráfego – Fontes e Origem

### FONTES DE TRÁFEGO ?



Não Atribuído - 4 (0,13%)	Vídeo Orgânico - 8 (0,25%)	Tráfego de referência - 91 (2,89%)	Busca Orgânica - 302 (9,60%)	Busca Paga - 375 (11,92%)
Social Orgânico - 574 (18,24%)	Tráfego direto - 643 (20,43%)	Display - 1.150 (36,54%)		

### ORIGENS [assista ao vídeo](#) ?



### 2.1.3. Palavras Chave



### PALAVRAS-CHAVE [assista ao video](#) [?](#)

	Porcentagem	Visitas
(not set) [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	36,35%	1.150
(not set) (referral)	21,37%	676
(not set) (direct)	20,32%	643
(not set) (organic)	9,48%	300
cabala [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	5,21%	165
(not set) (not set)	3,86%	122
curso de cabala [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	2,02%	64
cabala judaica [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	0,66%	21
bnei baruch [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	0,13%	4
curso kabala [OASIS] Search - Curso 05/05/2024	0,06%	2

### 2.1.4. Locais Países e Regiões Brasil

### PAÍS/REGIÃO [assista ao video](#) [?](#)

Brazil	<b>2.207</b> VISITAS (96,84%)
United States	<b>33</b> VISITAS (1,45%)
Portugal	<b>9</b> VISITAS (0,39%)
Canada	<b>4</b> VISITAS (0,18%)
Seychelles	<b>3</b> VISITAS (0,13%)
Ireland	<b>3</b> VISITAS (0,13%)

### REGIÕES

State of Sao Paulo	486 visitas (22,02%)
State of Rio de Janeiro	224 visitas (10,15%)
State of Rio Grande do Sul	151 visitas (6,84%)
State of Minas Gerais	148 visitas (6,71%)
State of Parana	130 visitas (5,89%)
State of Bahia	130 visitas (5,89%)

## CIDADE ?



### 2.1.5. Taxa de Rejeição



## TAXA DE REJEIÇÃO assista

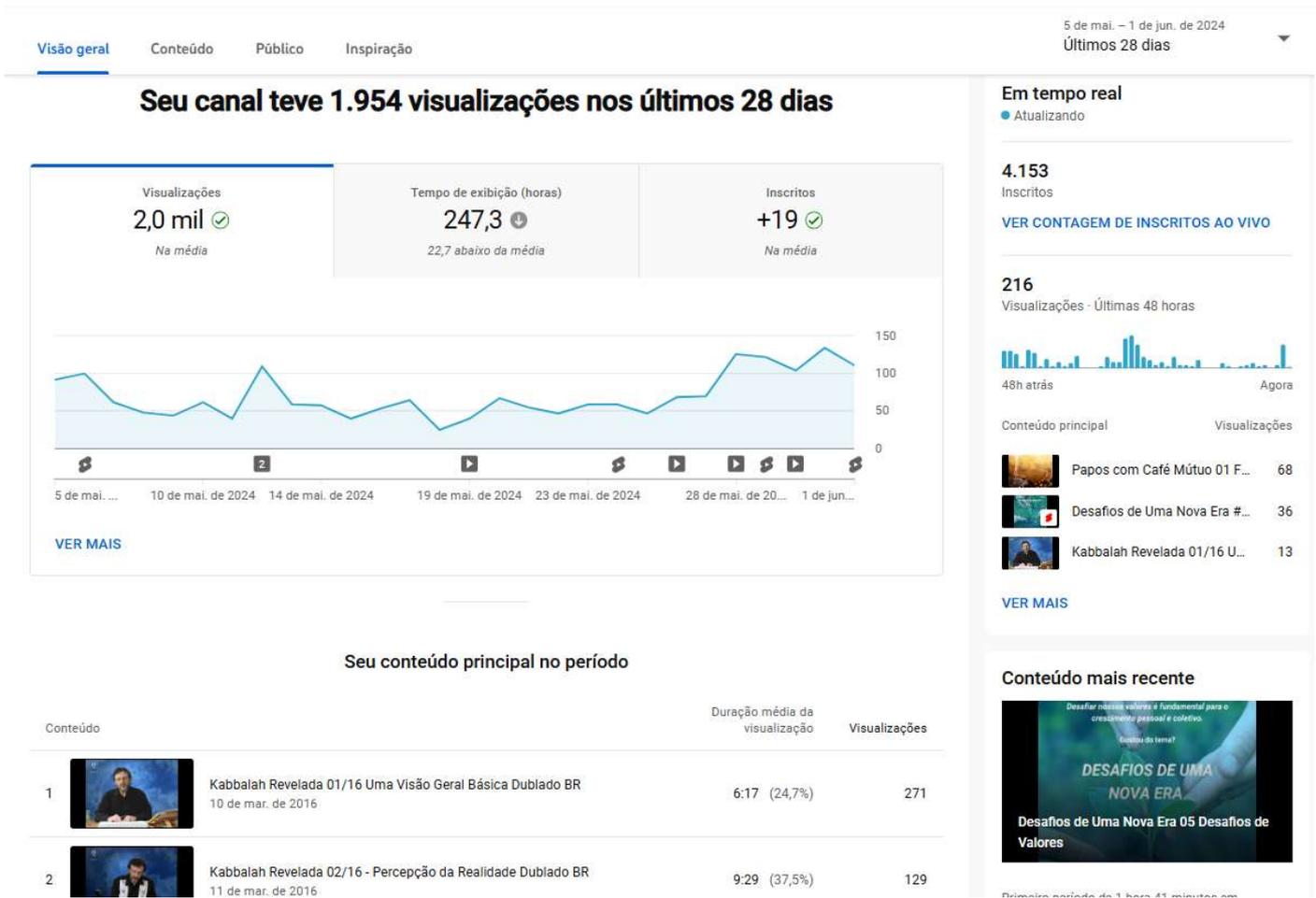
Semanal 

TAXA DE REJEIÇÃO  
2,65%



### 3. Dados Youtube Maio de 2024

#### 3.1. Dados dos últimos 28 dias de Maio

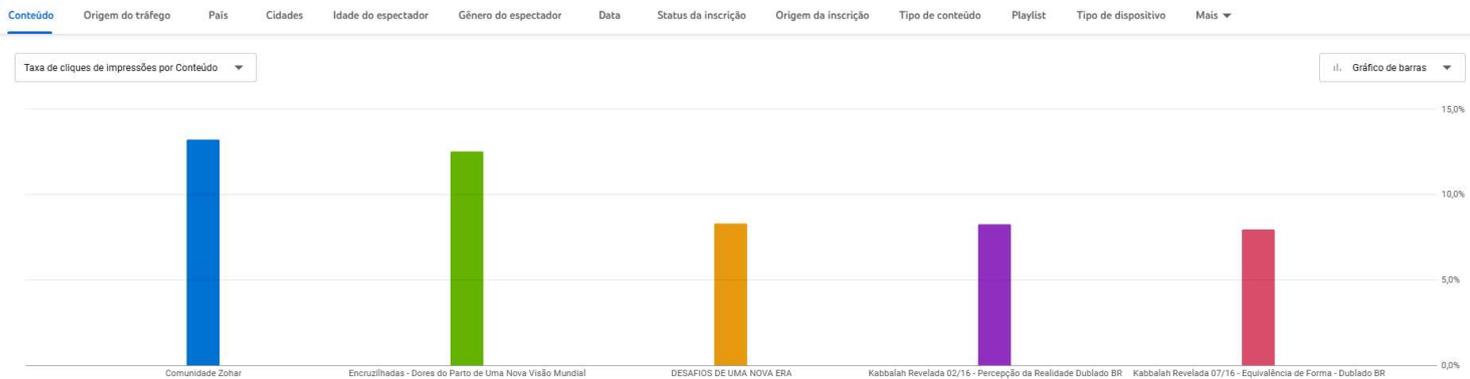


#### 3.1.1. Comparativos

Discriminação	Visualizações	Tempo de Exibição	Inscritos
Abril 2024	1.900	290,6 Hs	+18
Maio 2024	2.000	247,3 Hs	+19

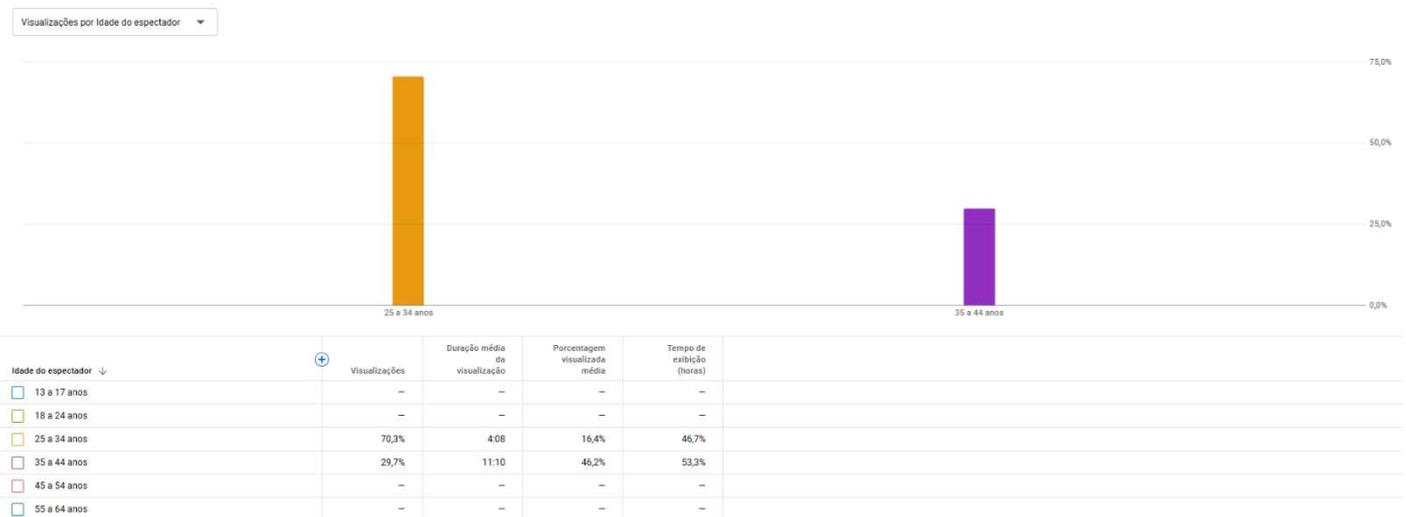
#### 3.1.2. Total de Inscritos no Canal em 31/05/2024 – 4.153

### 3.1.3. Cliques em Conteúdos

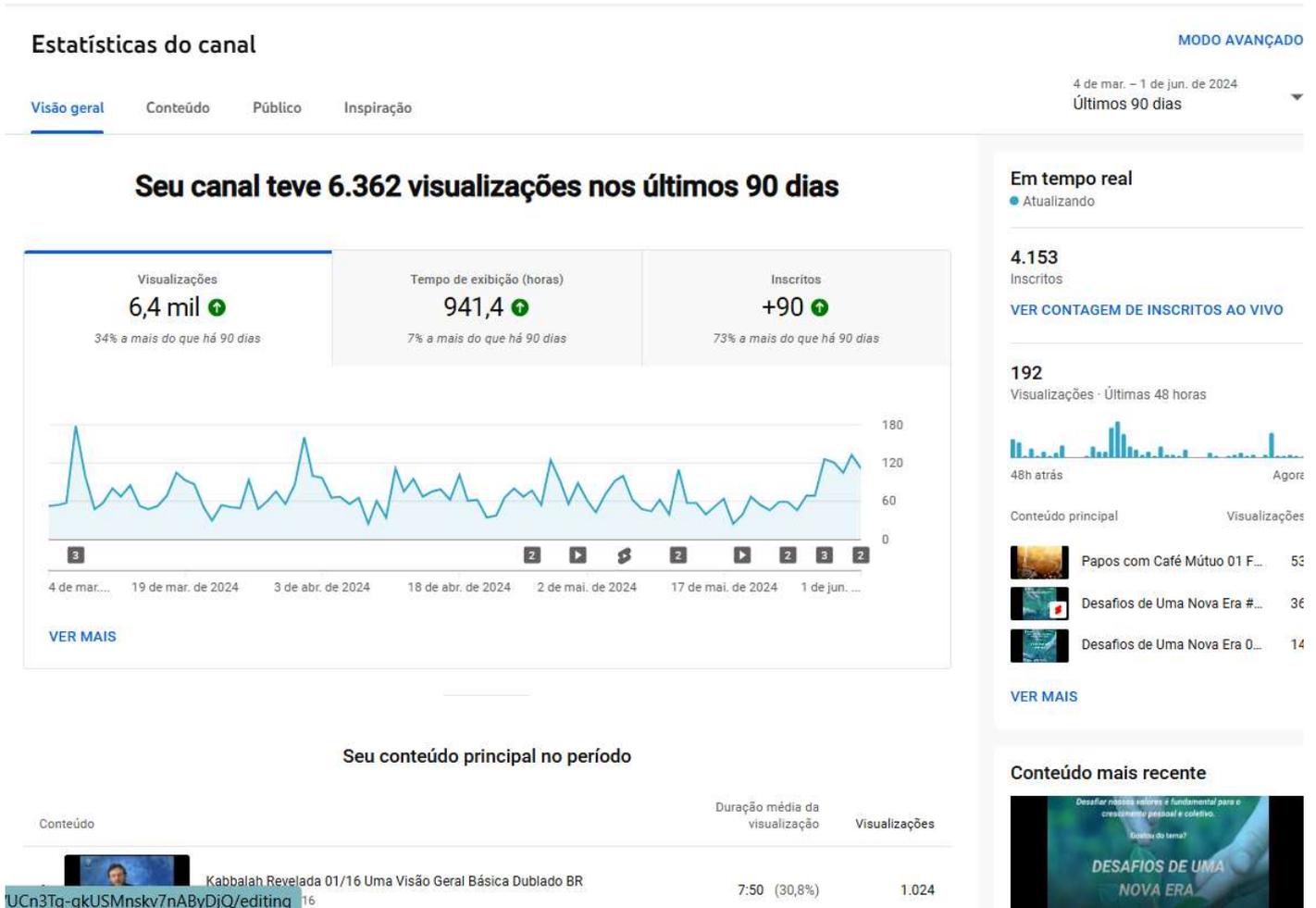


- 1º Comunidade Zohar (desativado há 2 anos)
- 2º Dores do Parto – Conversas de Uma nova Vida (desativado 2 anos)
- 3º Desafios de Uma Nova Era
- 4º Kabbalah Revelada – Percepção da Realidade
- 5º Kabbalah Revelada – Equivalência de Forma

### 3.1.4. Faixa Etária – Maio 2024



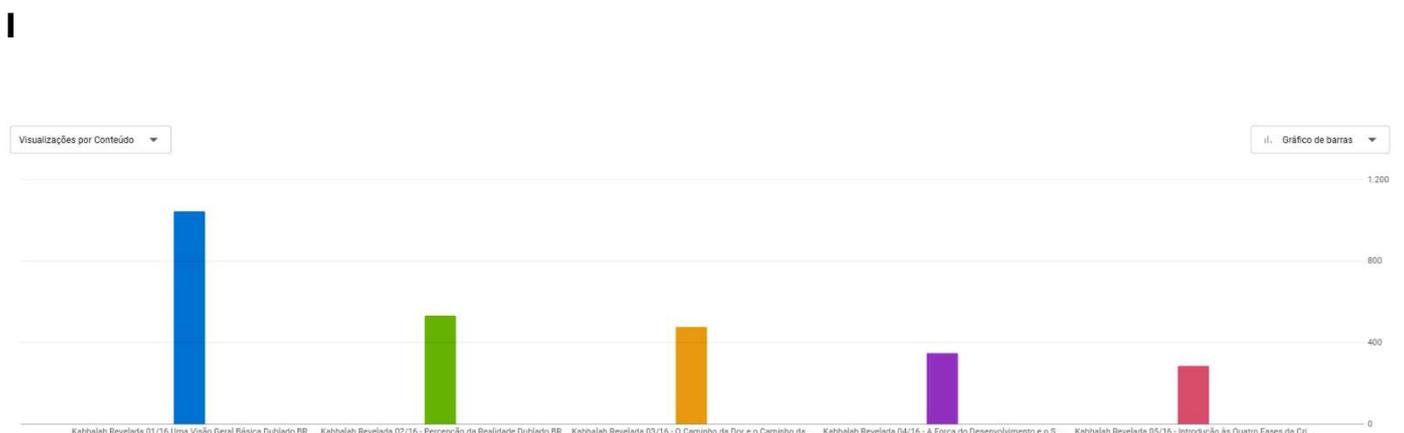
### 3.2. Dados dos últimos 90 dias base 31 de Maio



#### 3.2.1. Dados Comparativos base 90 dias

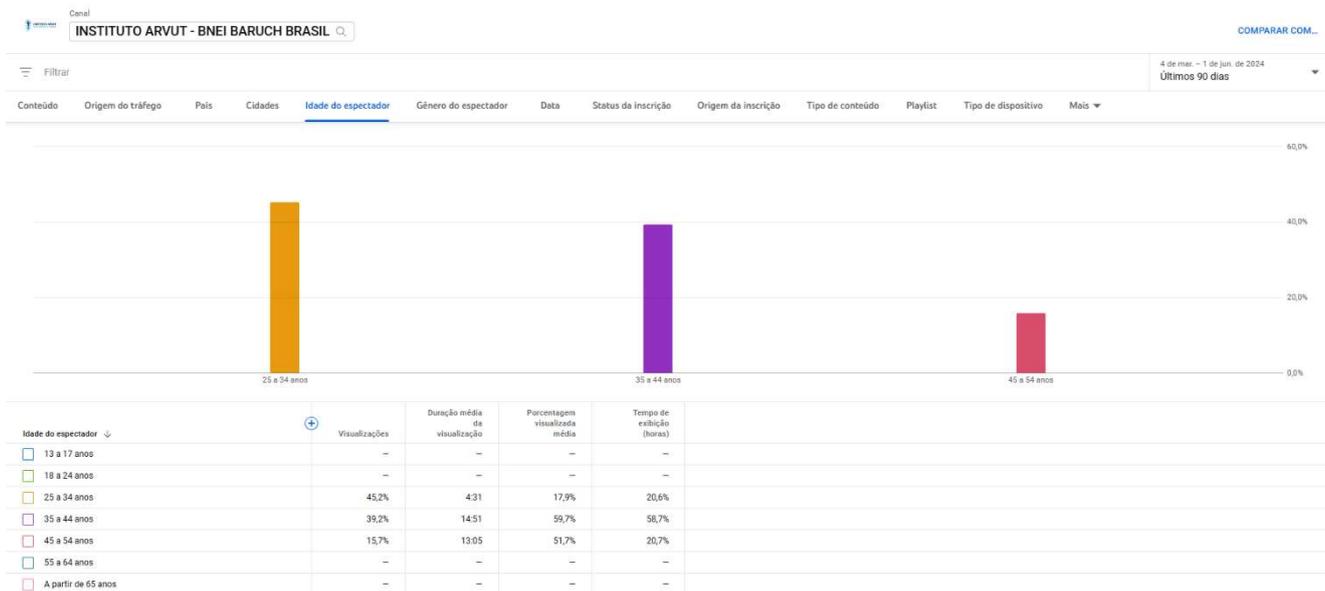
Discriminação	Visualizações	Tempo de Exibição	Inscritos
Base Abril 2024	5.900	940,4 Hs	+92
Base Maio 2024	6.400	941,4 Hs	+90

#### 3.2.2. Cliques em Conteúdos – 90 dias

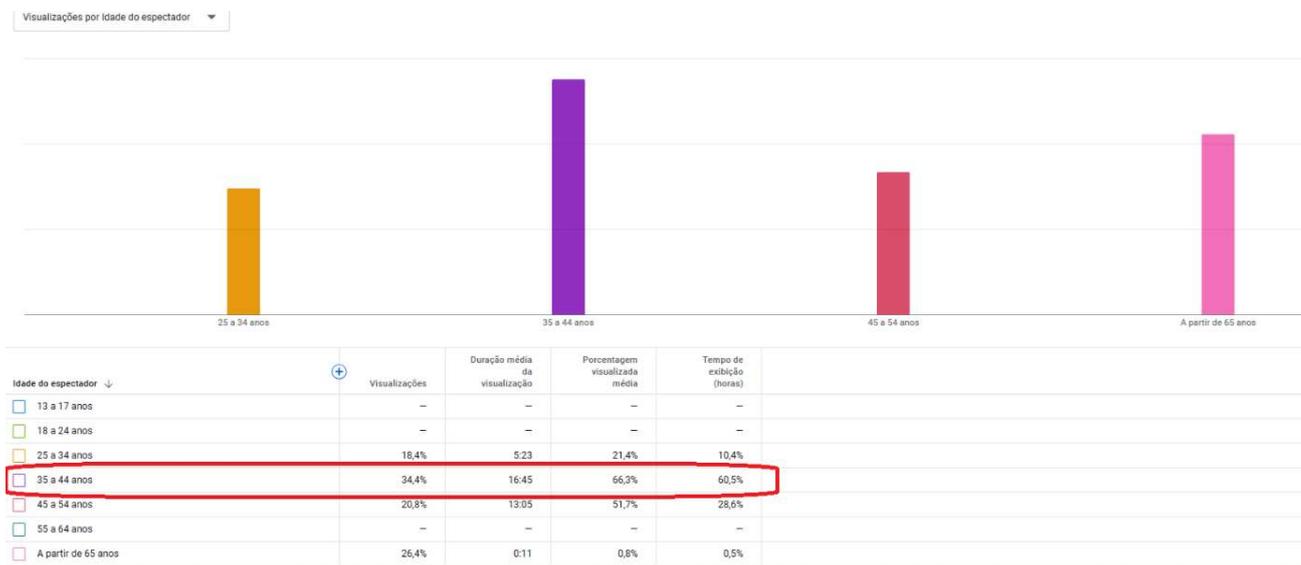


- 1º Kabbalah Revelada – Uma Visão Geral
- 2º Kabbalah Revelada – Percepção da Realidade
- 3º Kabbalah Revelada – O Caminho da Dor
- 4º Kabbalah Revelada – A Força do Desenvolvimento
- 5º Kabbalah Revelada – Introdução as 4 fases da Criação

### 3.2.3. Faixa etária 90 dias base Maio 2024



### 3.2.4. Faixa Etária 90 dias base Abril 2024



### 3.2.5. Dados Comparativos Faixa Etária 90 dias Visualizações

Faixa	Base Maio 90 d	Base Abril 90 d
25 a 34 anos	45,2%	18,4%
35 a 44 anos	39,2%	34,4%
45 a 54 anos	15,7%	20,8%
55 a 64 anos	0	0
Acima 65 anos	0	26,4%

**PARA DADOS ANALÍTICOS INSTAGRAM –  
FACEBOOK – CONSULTAR RELATÓRIOS EM PDF**

**FOR ANALYTIC DATA INSTAGRAM–FACEBOOK –  
SEE PDF REPORTS**