

Frizon Construtora

Relatório de Google Ads

31/07/2023 - 31/07/2023

Comparado com: 30/07/2023 - 30/07/2023

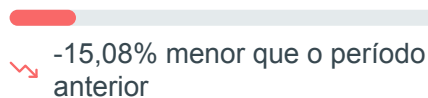
Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

Sothink

Visão Geral

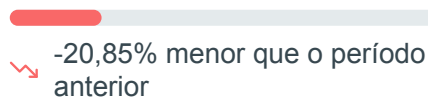
CLIQUE

169



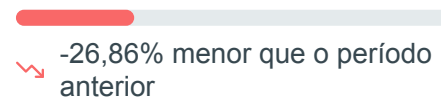
IMPRESSIONES

1.959



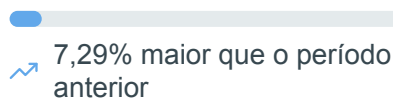
CUSTO POR CLIQUE

0,42



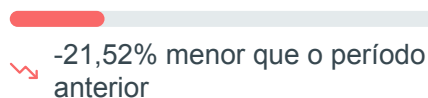
CTR

8,63%



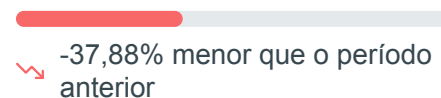
CPM MÉDIO

35,88



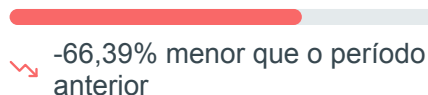
CUSTO

70,29



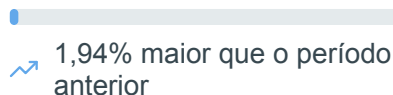
CPV MÉDIO

0,20



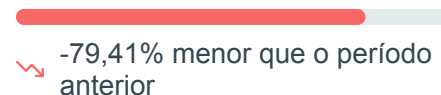
% DE IMPR. (1. POSIÇÃO)

3,98%



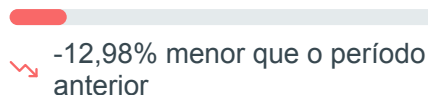
CLIQUE INVÁLIDOS

7



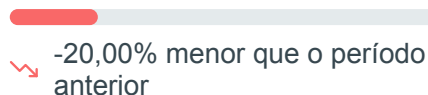
PARCELA DE IMPRESSÕES DE CORRESPONDÊNCIA EXATA

51,19



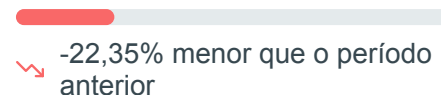
CONVERSÕES

4,00



CUSTO/CONVERSÃO

17,57

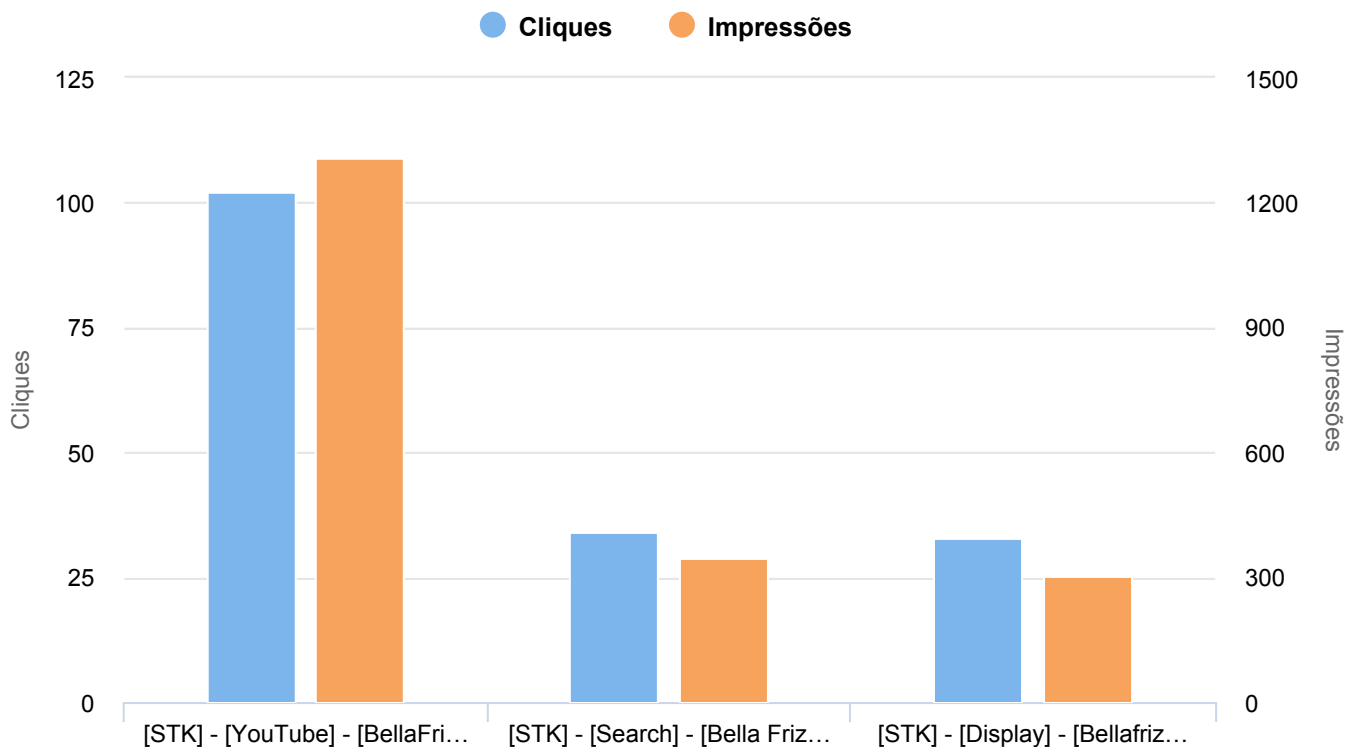


As campanhas do Google Ads durante o período de 31/07/2023 a 31/07/2023 originaram **169 cliques** (visitas ao site) e **1.959 impressões** dos anúncios com um **CTR de 8,63%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de -15,08% nos cliques e -20,85% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$70,29** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$0,42**. Diferença de -26,86% comparado com o período anterior.

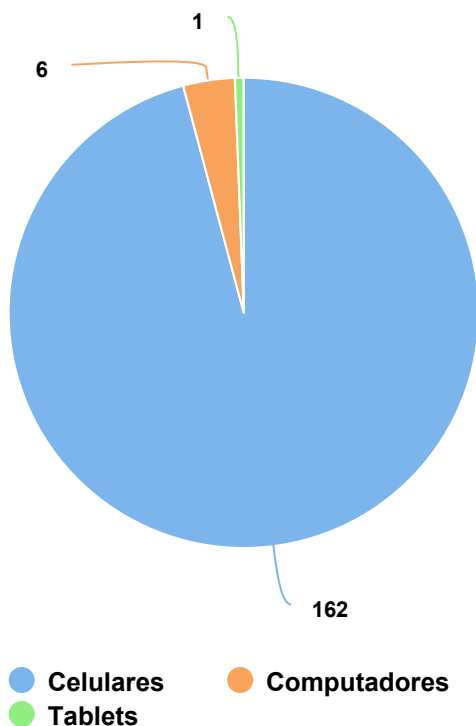
As campanhas originaram um total de **4,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$17,57. **Uma diferença de -22,35% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

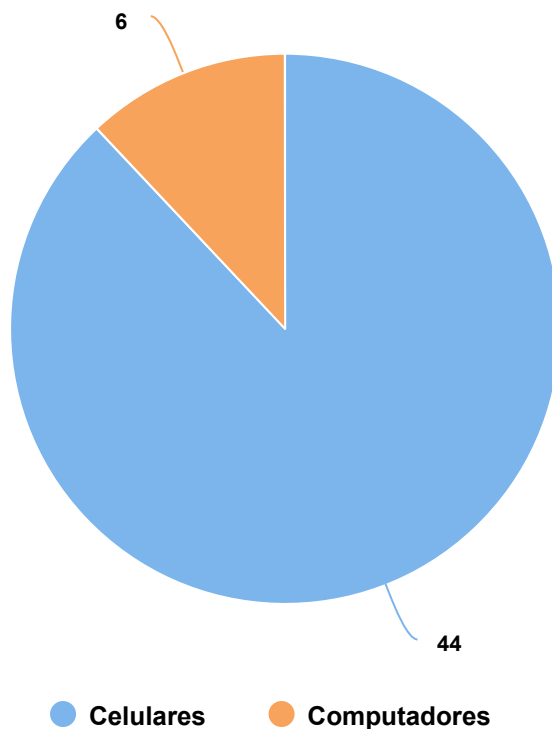


Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
[STK] - [YouTube] - [BellaFrizon]	102	1.309	0,14	14,39	30,00	0,48
[STK] - [Search] - [Bella Frizson]	34	348	1,30	44,23	20,00	2,21
[STK] - [Display] - [Bellafrizon]	33	302	0,35	11,67	11,00	1,06

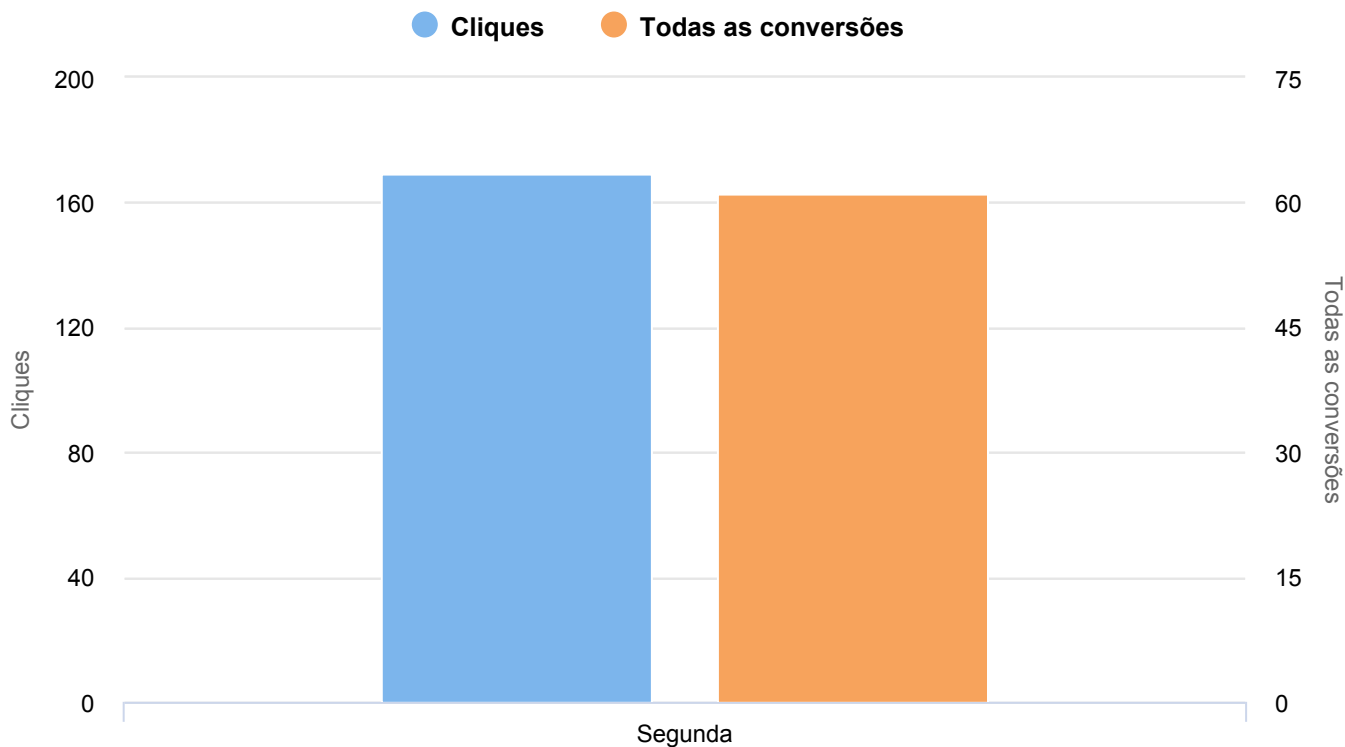
Tipo de dispositivo



Conversões por dispositivo



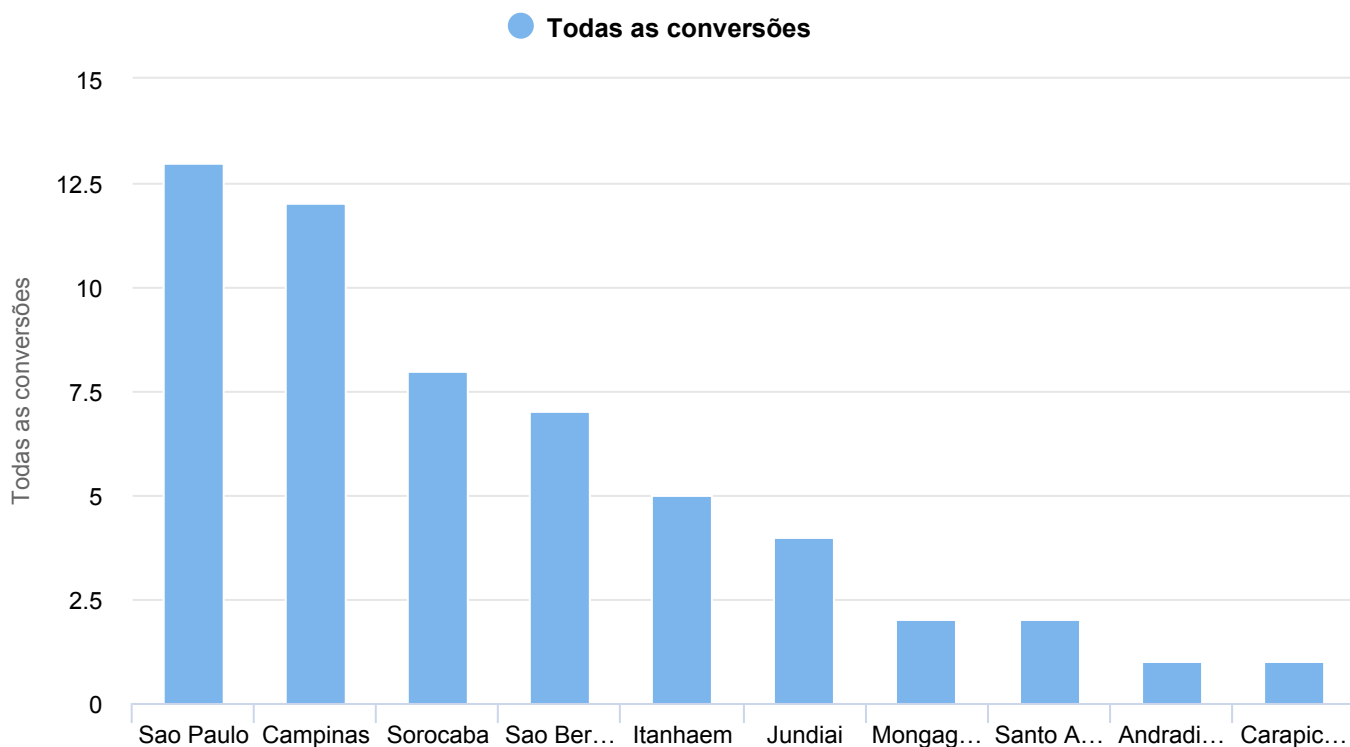
Desempenho do dia da semana



Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas	Conversões
[STK] - [Display] - [Bellafrizon]	
[SKT] - [WhatsApp] - [Bellafrizon]	1,00
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	1,00
[STK] - [YouTube] - [BellaFrizon]	
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	2,00

Cidades com mais conversões




Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	% de impr. (1. Posição) (%)	Custo	Todas as conversões	Conversões
Campinas	47	563	0	7,44	12,00	2,00
Sao Paulo	27	251	3,83	27,88	13,00	0

Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	% de impr. (1. Posição) (%)	Custo	Todas as conversões	Conversões
Sorocaba	21	230	2,38	5,79	8,00	0
Sao Bernardo do Campo	13	252	8,16	2,80	7,00	0
Santo Andre	11	147	0	1,51	2,00	0
Jundiai	10	100	7,14	3,35	4,00	0
Itanhaem	7	51	7,14	3,72	5,00	1,00
Mongagua	6	64	5,19	6,29	2,00	0
Guarulhos	3	22	4,76	2,33	1,00	0
Andradina	2	6	0	0,74	1,00	0
Araras	2	2	0	0,81	0	0
Lencois Paulista	2	2	0	0,91	0	0
Botucatu	1	2	0	1,04	0	0
Carapicuíba	1	6	0	0,30	1,00	0
Descalvado	1	1	0	0,23	1,00	0
Guaira	1	0	0	0,23	1,00	0
Ipero	1	1	0	0,06	0	0
Itapeva	1	2	0	0,48	0	0
Jau	1	0	0	0,32	1,00	0
Limeira	1	3	0	0,76	0	0
Lins	1	1	0	0,12	0	0
Osasco	1	10	0	0,28	0	0
Peruibe	1	37	7,14	0,37	0	0
Santa Cruz do Rio Pardo	1	1	0	0,19	1,00	1,00
Sao Caetano do Sul	1	6	0	0,06	0	0

Métricas competitivas


PARCELA DE IMPRESSÕES -
PESQUISA

17,28

 -27,60% menor que o período anterior


PARCELA DE IMPRESSÕES
PERDIDAS - PESQUISA
(CLASSIFICAÇÃO)

14,85

 -27,92% menor que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES
PERDIDAS - PESQUISA
(ORÇAMENTO)

67,86

 22,23% maior que o período anterior


A **parcela de impressões (IS)** é a porcentagem de impressões que seus anúncios recebem em comparação com o número total de impressões que eles poderiam receber. A parcela de impressões é uma boa maneira de identificar se é possível alcançar mais pessoas com seus anúncios caso você aumente seu lance ou orçamento.

A **parcela de impressões perdidas (Orçamento)** indica as oportunidades perdidas por conta do orçamento da sua campanha.




CLIQUEs (TODOS)

91

 7,06% maior que o período anterior

CPC (TODOS)

0,23

 -4,91% menor que o período anterior


CLIQUEs EM LINKS

56

 -3,45% menor que o período anterior


CPC (LINK)

0,37

 5,44% maior que o período anterior


VALOR GASTO

20,89

 1,80% maior que o período anterior


CTR (TODOS)

1,99%

 26,71% maior que o período anterior


ALCANCE

4.458

 -14,92% menor que o período anterior


FREQUÊNCIA

1,02

 -0,69% menor que o período anterior

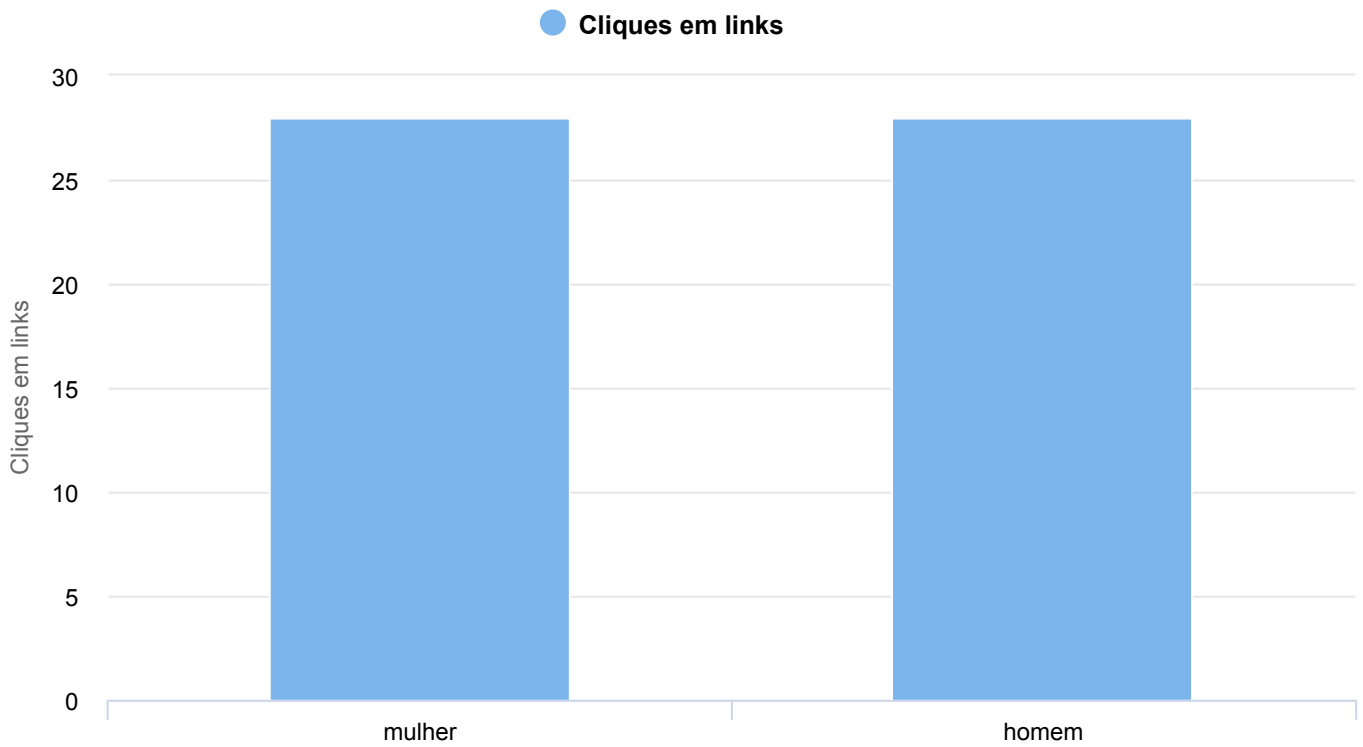
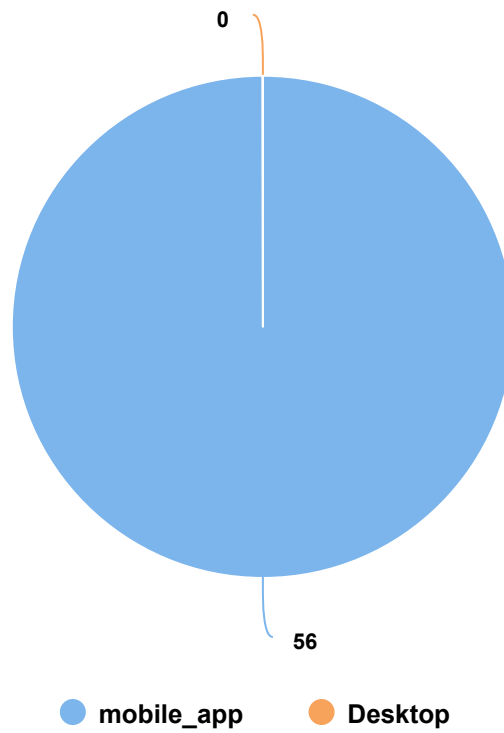
CUSTO POR 1.000 PESSOAS
ALCANÇADAS

4,69

 19,66% maior que o período anterior



Conjuntos de anúncios	Cliques (todos)	CPC (todos)	Impressões	CTR (todos) (%)	Cliques em links
P2 - Aposentados	91	0,23	4.527	2,01	56
P2 - Jovem sonhador	0	0	39	0	0





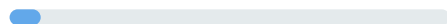
Idade	Cliques (todos)	Alcance	CTR (todos) (%)	Cliques em links
65+	67	2.995	2,18	41
55-64	22	1.248	1,72	14
45-54	2	176	1,10	1
18-24	0	8	0	0
25-34	0	15	0	0
35-44	0	16	0	0



Visão Geral

CLIQUE(S) (TODOS)

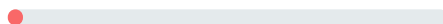
91



7,06% maior que o período anterior

CLIQUE(S) EM LINKS

56



-3,45% menor que o período anterior

CTR (TODOS)

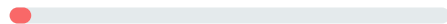
1,99%



26,71% maior que o período anterior

CPC (TODOS)

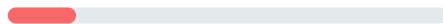
0,23



-4,91% menor que o período anterior

IMPRESSÕES

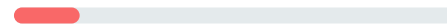
4.566



-15,51% menor que o período anterior

ALCANCE

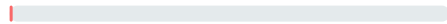
4.458



-14,92% menor que o período anterior

FREQUÊNCIA

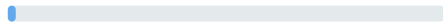
1,02



-0,69% menor que o período anterior

VALOR GASTO

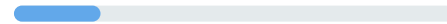
20,89



1,80% maior que o período anterior

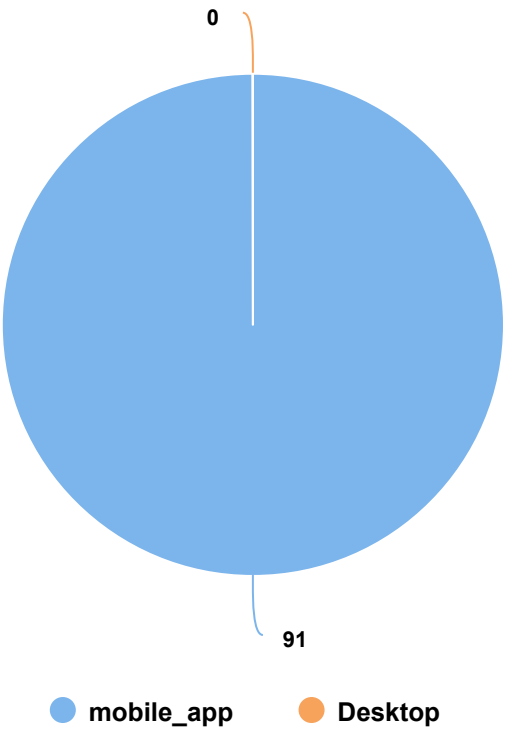
CUSTO POR 1.000 PESSOAS
ALCANÇADAS

4,69



19,66% maior que o período anterior

Dispositivos



Idade

Idade	Cliques (todos)	Impressões	CPC (todos)	CTR (todos) (%)	CPM médio	Cliques em links
65+	67	3.067	0,23	2,18	5,02	41
55-64	22	1.278	0,23	1,72	3,99	14
45-54	2	182	0,19	1,10	2,12	1
18-24	0	8	0	0	0	0
25-34	0	15	0	0	0	0
35-44	0	16	0	0	0	0

Gênero

Gênero	Cliques (todos)	Impressões	CPC (todos)	CTR (todos) (%)	CPM médio	Cliques em links
mulher	48	2.184	0,22	2,20	4,82	28
homem	43	2.382	0,24	1,81	4,35	28