



Baby Beef Jardim Eventos - Casamentos

Relatório de Google Ads e Meta Ads

16/07/2023 - 16/07/2023

Comparado com: 15/07/2023 - 15/07/2023

Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

Sothink



Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



Visão geral da conta

CLIQUEs

13

↗ 100,00% maior que o período anterior

IMPRESSÕES

177

↗ 2.850,00% maior que o período anterior

CUSTO POR CLIQUE

0,41

↗ 100,00% maior que o período anterior

CUSTO

5,32

↗ 100,00% maior que o período anterior

CONVERSÕES

2,00

↗ 100,00% maior que o período anterior

CUSTO/CONVERSÃO

2,66

↗ 100,00% maior que o período anterior

CTR

7,34%

↗ 100,00% maior que o período anterior

CPM MÉDIO

30,04

↗ 100,00% maior que o período anterior

TAXA DE TODAS AS
CONVERSÕES

84,62

↗ 100,00% maior que o período anterior



● Cliques



As campanhas do **Google Ads** durante o período de 16/07/2023 a 16/07/2023 originaram **13 cliques** (visitas ao site) e **177 impressões** dos anúncios com um **CTR de 7,34%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de 100,00% nos cliques e 2.850,00% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$5,32** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de R\$0,41. Diferença de 100,00% comparado com o período anterior.

As campanhas originaram um total de 2,00 conversões. O custo por conversão ficou em R\$2,66. Uma diferença de 100,00% comparado ao período anterior.



Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.

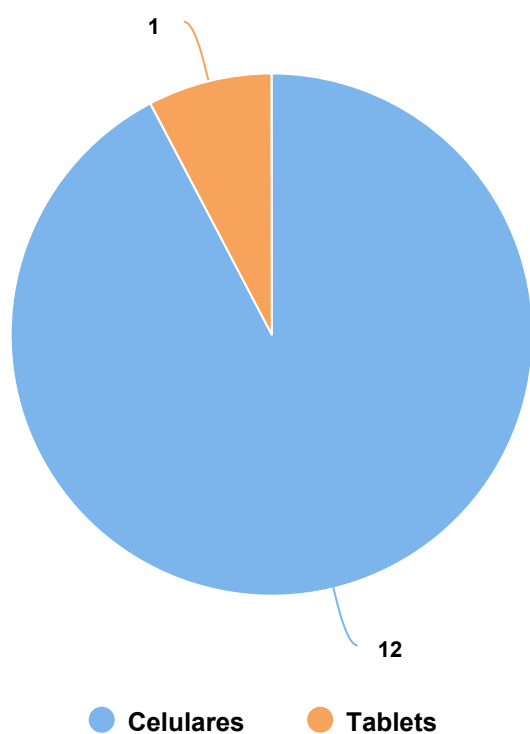


Dispositivos

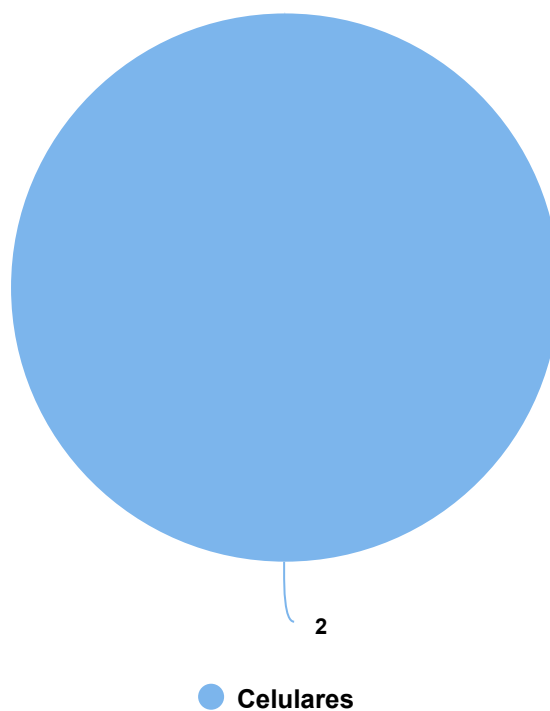
Tipos de dispositivos com mais cliques e conversões nos anúncios no Google.



Cliques



Conversões



Principais grupos de anúncios

Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	CTR (%)	Custo	Conversões
[STK] - [Display] - Casamentos	13	174	0,41	7,47	5,32	2,00
[STK] - [Search] - Casamentos	0	3	0,00	0,00	0,00	0,00



Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas	Conversões
[STK] - [Display] - Casamentos	
(STK) - (1.0) - WhatsApp	2,00



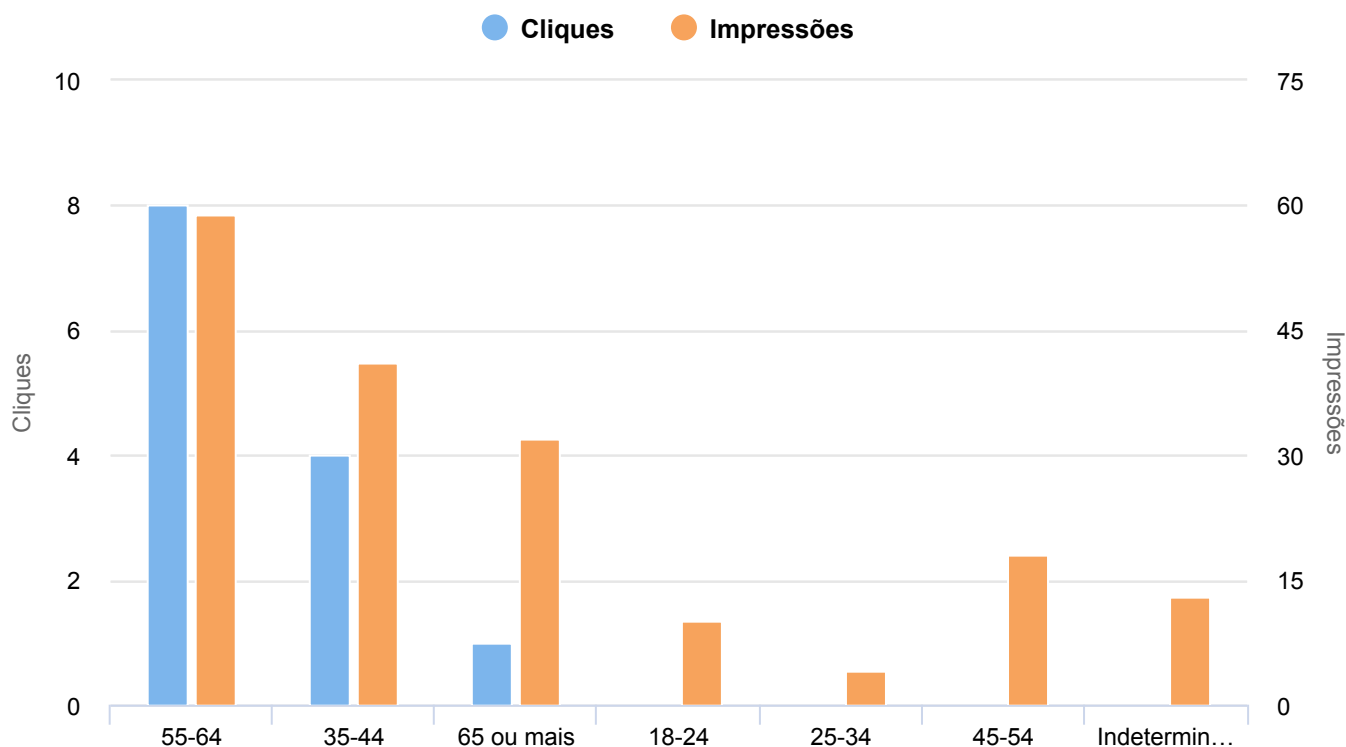
Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



Idade

Cliques e impressões nos anúncios separados por idade.





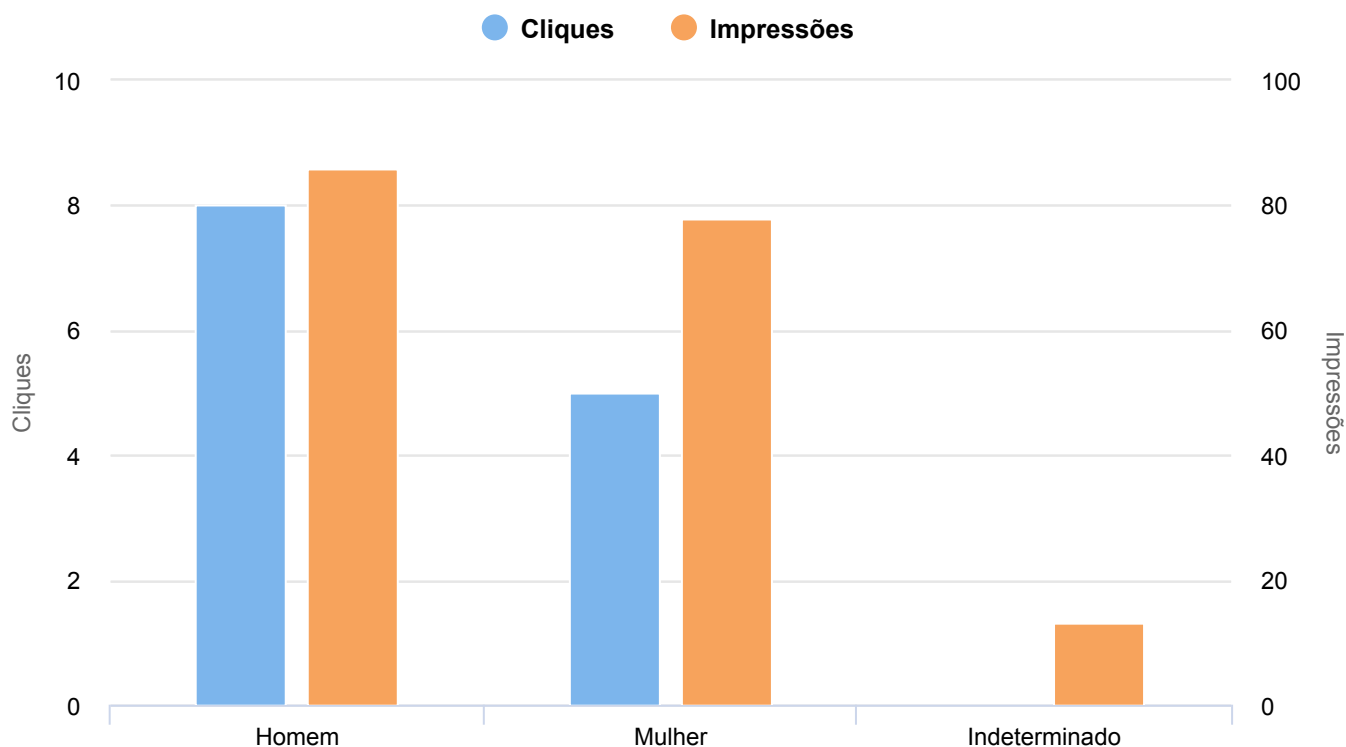
Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



Gênero

Cliques e impressões nos anúncios separados por gênero.





Facebook Ads

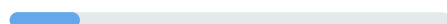
Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Facebook e Instagram.



Visão geral da conta

CLIQUE (TODOS)

167



15,97% maior que o período anterior

CPC (TODOS)

0,16



-14,75% menor que o período anterior

ALCANCE

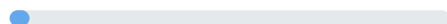
9.841



8,99% maior que o período anterior

VALOR GASTO

38,44



4,51% maior que o período anterior

CONVERSAS POR MENSAGEM INICIADAS

0



-100,00% menor que o período anterior

CUSTO POR MENSAGEM INICIADA

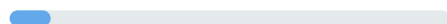
0,00



-100,00% menor que o período anterior

IMPRESSIONES

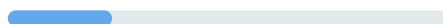
10.317



9,32% maior que o período anterior

CLIQUE EM LINKS

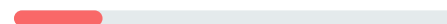
141



23,68% maior que o período anterior

CPC (LINK)

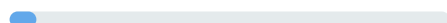
0,19



-20,12% menor que o período anterior

CTR (TODOS)

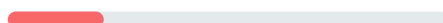
1,62%



6,08% maior que o período anterior

CUSTO POR 1.000 PESSOAS ALCANÇADAS

3,75



-21,80% menor que o período anterior

ENVOLVIMENTO COM A PUBLICAÇÃO

143



25,44% maior que o período anterior



Os anúncios no **Facebook** tiveram durante o período 112 cliques e 6.923 impressões (vezes que o anúncio foi exibido na rede social). O CTR do período foi de 1,62%. **Uma diferença de 6,67% nos cliques em comparação com o período anterior.**

No período analisado o investimento foi de **R\$23,09** e o custo por clique (CPC) ficou em R\$0,10. Diferença de -6,49% no CPC comparado ao período anterior.

6.520 pessoas receberam as impressões dos anúncios (alcance) e a frequência ficou em 1,06, que é a

média de vezes que os anúncios foram visualizados por uma mesma pessoa.



Facebook Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Facebook e Instagram.

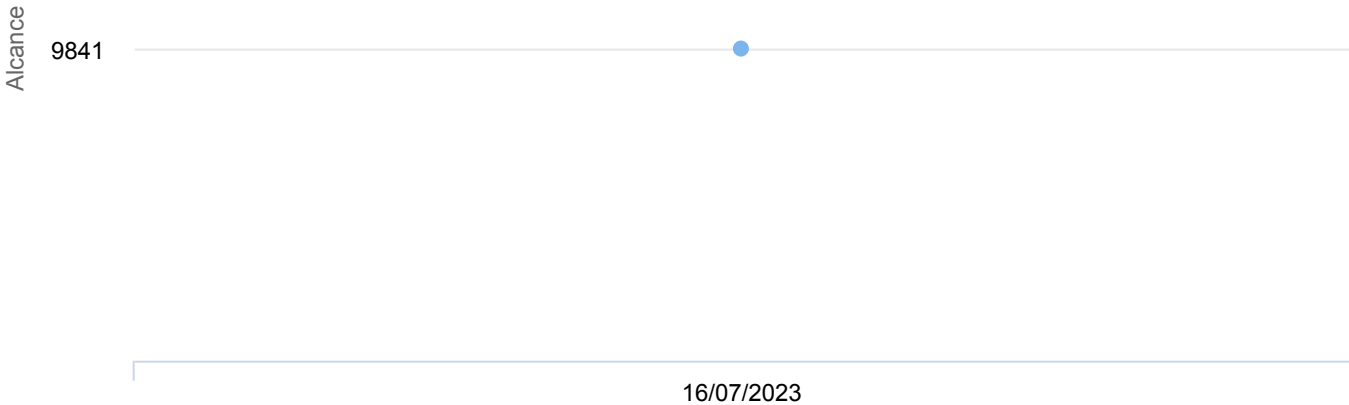


Alcance

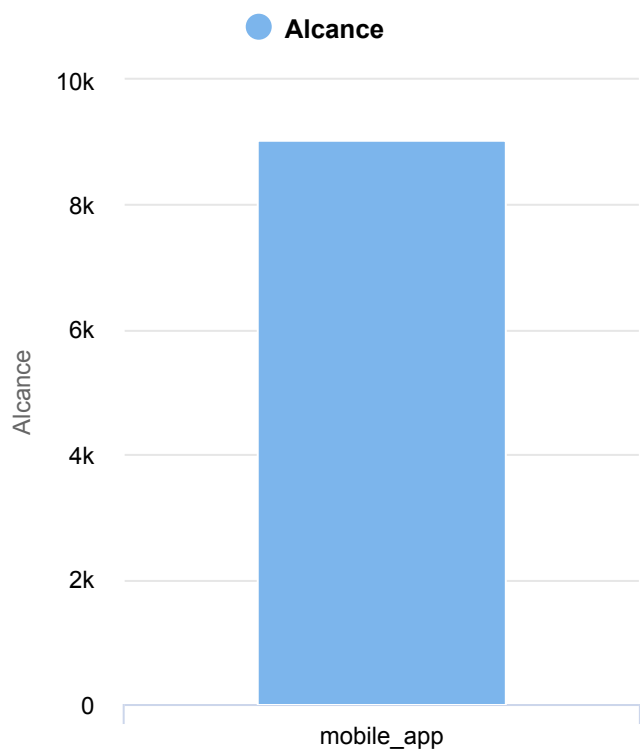
Alcance diário dos anúncios e alcance por tipo de dispositivo e gênero.



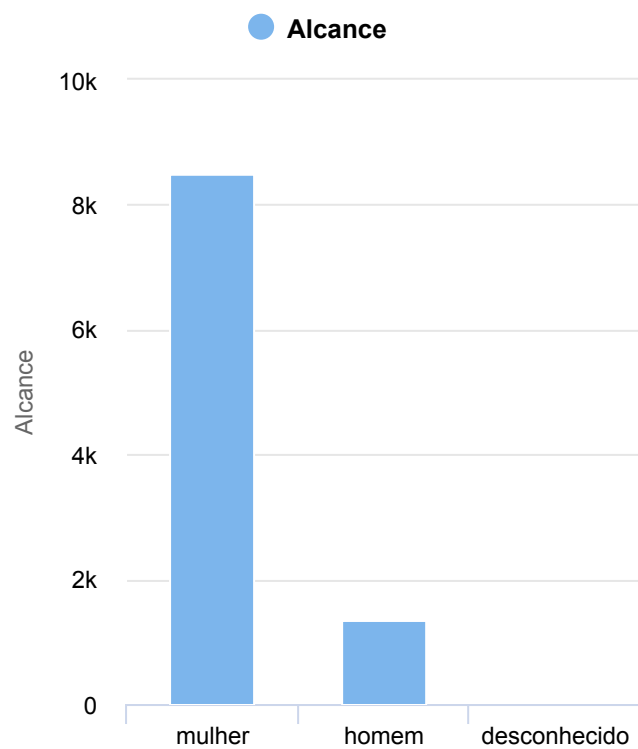
Alcance



Dispositivo



Gênero



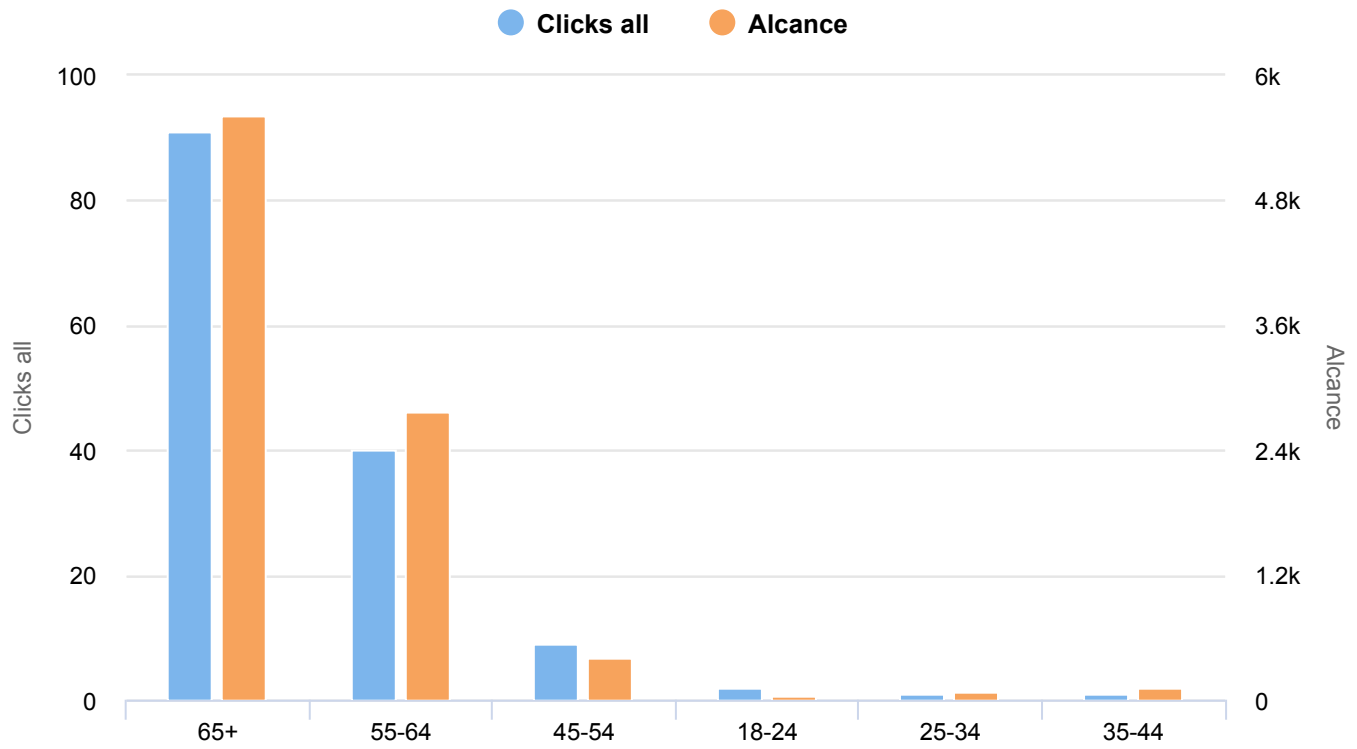


Facebook Ads
Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Facebook e Instagram.



Idade

Desempenho dos anúncios no Facebook por idade.



Idade	Cliques (todos)	Alcance	Valor gasto	CPM médio	Cliques em links	Envolviment o com a publicação
65+	91	5.622	25,66	4,38	68	68
55-64	40	2.778	9,36	3,25	36	36
45-54	9	398	1,17	2,59	6	6
18-24	2	42	0,16	3,72	2	2
25-34	1	73	0,16	1,98	1	1
35-44	1	116	0,27	2,21	1	1



Facebook Ads
Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Facebook e Instagram.



Principais anúncios

Os principais anúncios do Facebook ordenados por cliques.



Table with 7 columns: Conjuntos de anúncios, Cliques (todos), CTR único (todos) (%), Alcance, Valor gasto, Conversas por mensagem iniciadas, Custo por 1.000 pessoas alcançadas. It lists three ad sets: P2 - Semelhantes visitaram FB|IN 365D, P2 - Semelhantes 1% - 4%, and P1 - Engajados BBJ Eventos.



Table with 7 columns: Anúncios, Cliques (todos), Alcance, Frequência, Impressões, Valor gasto, Reações à publicação. It lists three individual ads, each with a thumbnail image of a wedding reception.



Plataformas de exposição dos anúncios

Plataforma	Cliques (todos)	Alcance	Valor gasto	CPM médio	Cliques em links
facebook	144	9.029	36,78	3,90	114