

Frizon Construtora

Relatório de Google Ads

05/07/2023 - 05/07/2023

Comparado com: 04/07/2023 - 04/07/2023


Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

Sothink

Visão Geral


CLIQUE

64

 -12,33% menor que o período anterior


IMPRESSÕES

2.723

 -70,54% menor que o período anterior


CUSTO POR CLIQUE

0,74

 20,80% maior que o período anterior


CTR

2,35%

 197,59% maior que o período anterior


CPM MÉDIO

17,33

 259,50% maior que o período anterior


CUSTO

47,20

 5,91% maior que o período anterior


CPV MÉDIO

0,15

 -27,12% menor que o período anterior

CONVERSÕES

3,00

 100,00% maior que o período anterior

TODAS AS CONVERSÕES

21,00

 100,00% maior que o período anterior

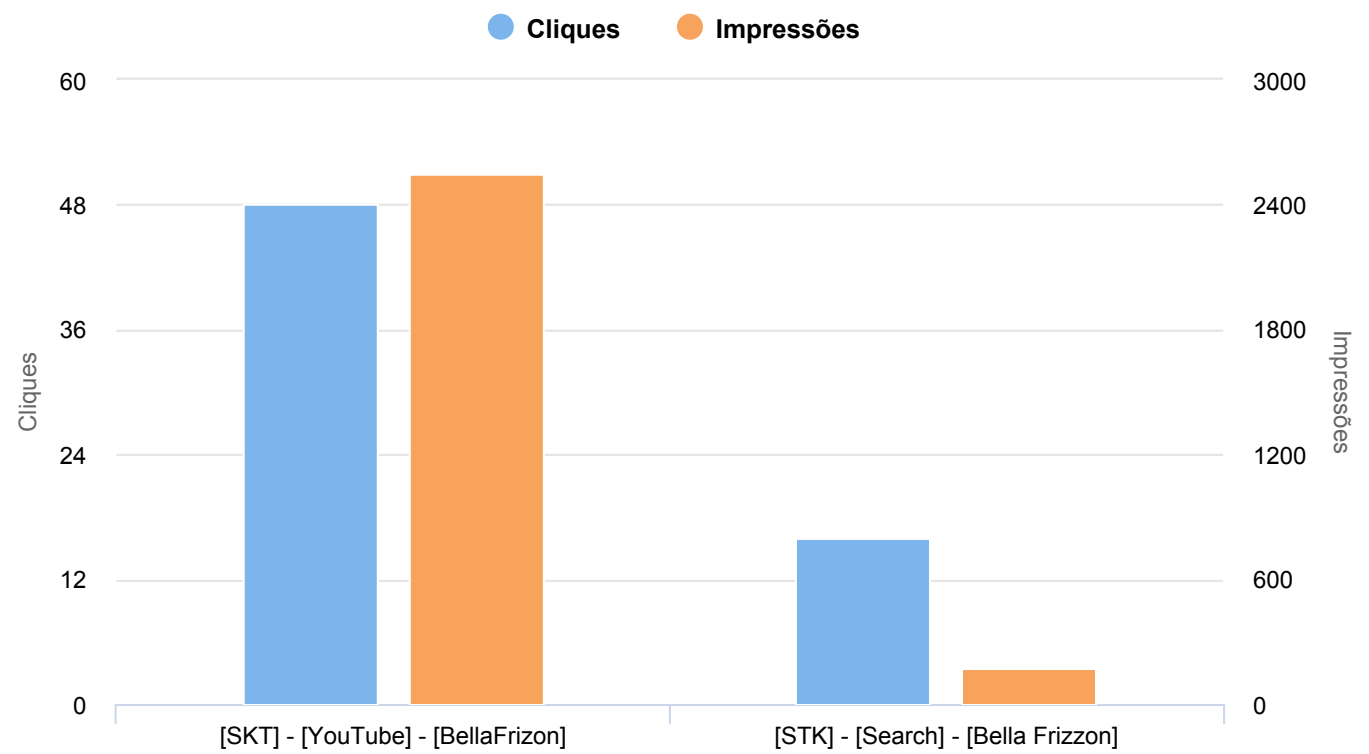


As campanhas do Google Ads durante o período de 05/07/2023 a 05/07/2023 originaram **64 cliques** (visitas ao site) e **2.723 impressões** dos anúncios com um **CTR de 2,35%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de -12,33% nos cliques e -70,54% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$47,20** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$0,74**. Diferença de 20,80% comparado com o período anterior.

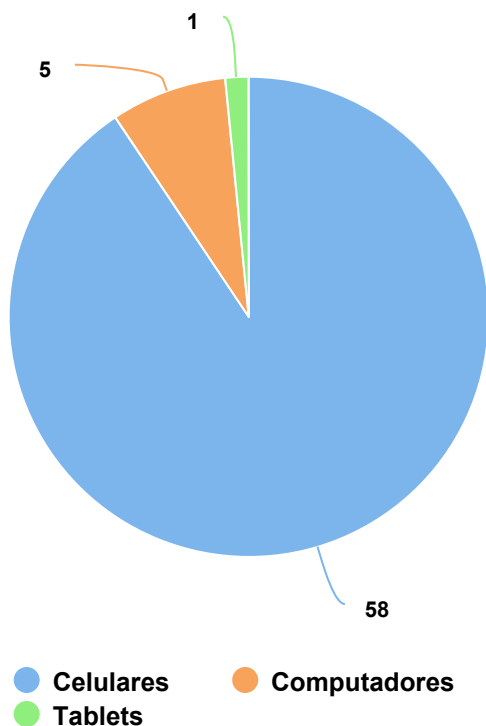
As campanhas originaram um total de **3,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$15,73. **Uma diferença de 100,00% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

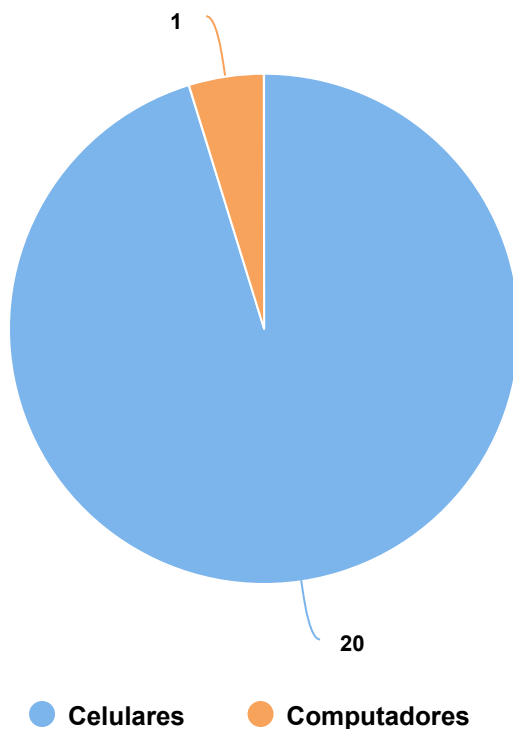


Campanhas	Cliques	Impres sões	Custo por clique	Custo	Todas as conver sões	Custo/ Todas as conver sões	Visuali zado até 25%	Visuali zado até 75%	Visuali zado até 50%	Visuali zado 100%
[SKT] - [YouTube] - [BellaFrizon]	48	2.547	0,31	14,99	10,00	1,50	7,40	4,65	5,35	3,95
[STK] - [Search] - [Bella Frizzon]	16	176	2,01	32,21	11,00	2,93	0,00	0,00	0,00	0,00

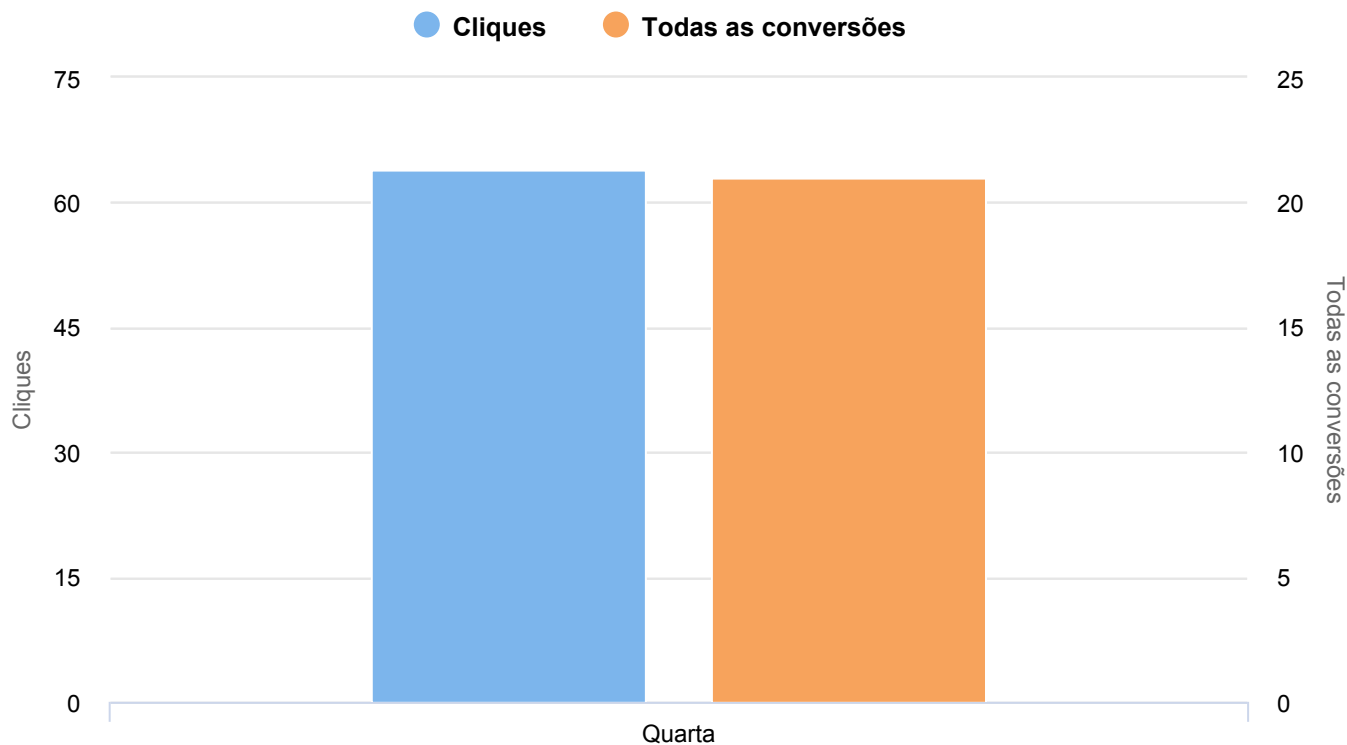
Tipo de dispositivo



Conversões por dispositivo



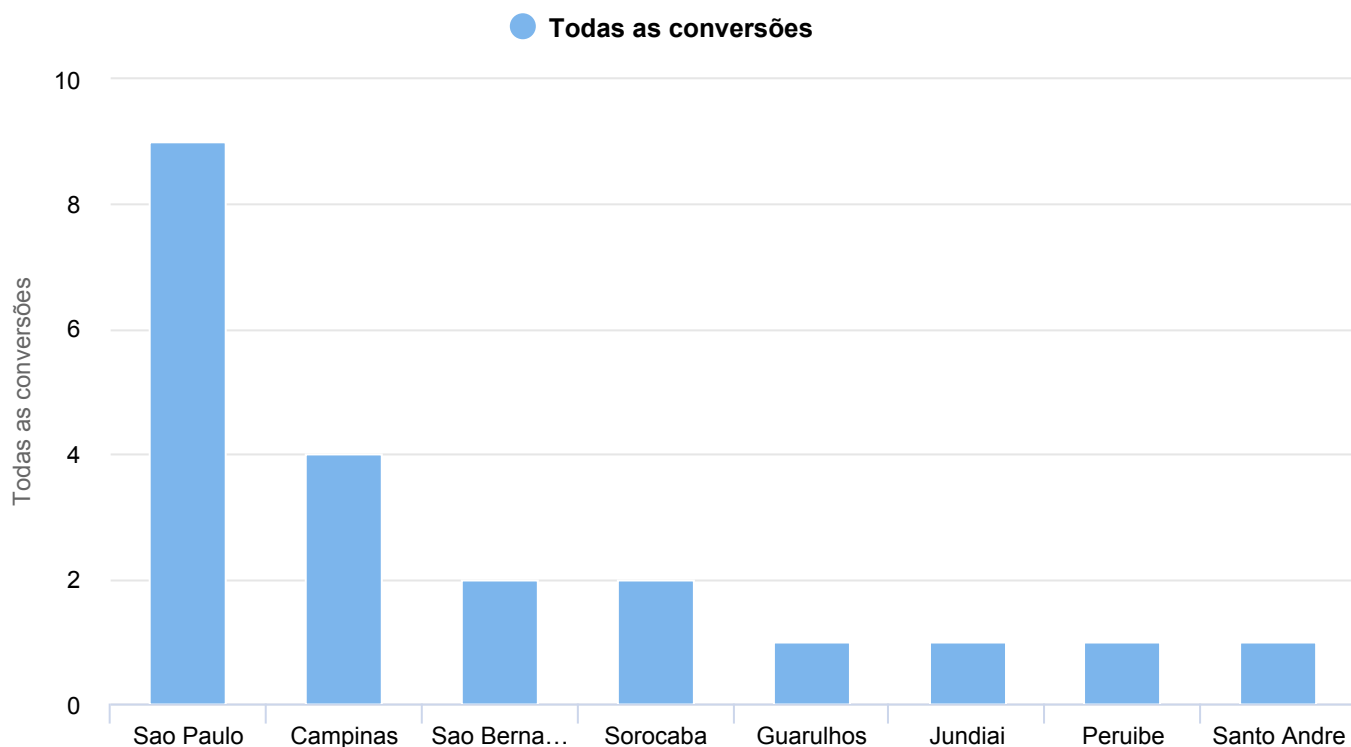
Desempenho do dia da semana



Rede segmentado por nome da conversão

Rede	Conversões	Todas as conversões
Busca Do Google		
[SKT] - VISUALIZAÇÕES DA PÁGINA DE DESTINO - [Bella Frizon]	1,00	10,00
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	1,00	1,00
Videos Do YouTube		
[SKT] - VISUALIZAÇÕES DA PÁGINA DE DESTINO - [Bella Frizon]	1,00	9,00
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	0,00	1,00

Cidades com mais conversões





Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
Sao Paulo	11	120	2,06	22,66	9,00	2,52
Campinas	17	894	0,33	5,53	4,00	1,38
Sao Bernardo do Campo	14	491	0,55	7,71	2,00	3,85
Sorocaba	7	373	0,44	3,06	2,00	1,53
Guarulhos	2	10	1,99	3,97	1,00	3,97
Jundiai	5	204	0,22	1,08	1,00	1,08
Peruibe	2	76	0,16	0,32	1,00	0,32
Santo Andre	4	336	0,44	1,78	1,00	1,78
Itanhaem	1	100	0,60	0,60	0,00	0,00
Mongagua	1	48	0,18	0,18	0,00	0,00
Osasco	0	3	0,00	0,00	0,00	0,00
Sao Caetano do Sul	0	68	0,00	0,32	0,00	0,00



Métricas competitivas

PARCELA DE IMPRESSÕES - PESQUISA

9,99

— mesmo que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES PERDIDAS - PESQUISA (CLASSIFICAÇÃO)

1,36

↗ 300,45% maior que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES PERDIDAS - PESQUISA (ORÇAMENTO)

90,01

— mesmo 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.

Principais palavras-chave

Palavras-chave	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo
apartamento a venda no litoral de são paulo	8	82	1,78	14,21
apartamento baixada santista	4	44	2,56	10,25
apartamento no litoral de são paulo	2	28	1,89	3,78
apartamento em mongaguá para comprar	1	8	2,28	2,28
apartamento na planta mongaguá	1	5	1,69	1,69