

# Frizon Construtora

## Relatório de Google Ads

06/07/2023 - 06/07/2023

Comparado com: 05/07/2023 - 05/07/2023

Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

**Sothink**

## Visão Geral

### CLIQUE

64

— mesmo que o período anterior

### IMPRESSIONES

1.548

↘ -43,15% menor que o período anterior

### CUSTO POR CLIQUE

0,60

↘ -19,24% menor que o período anterior

### CTR

4,13%

↗ 75,90% maior que o período anterior

### CPM MÉDIO

24,62

↗ 42,05% maior que o período anterior

### CUSTO

38,12

↘ -19,24% menor que o período anterior

### CPV MÉDIO

0,14

↘ -5,23% menor que o período anterior

### CONVERSÕES

2,00

↘ -33,33% menor que o período anterior

### TODAS AS CONVERSÕES

21,00

↘ -4,55% menor que o período anterior

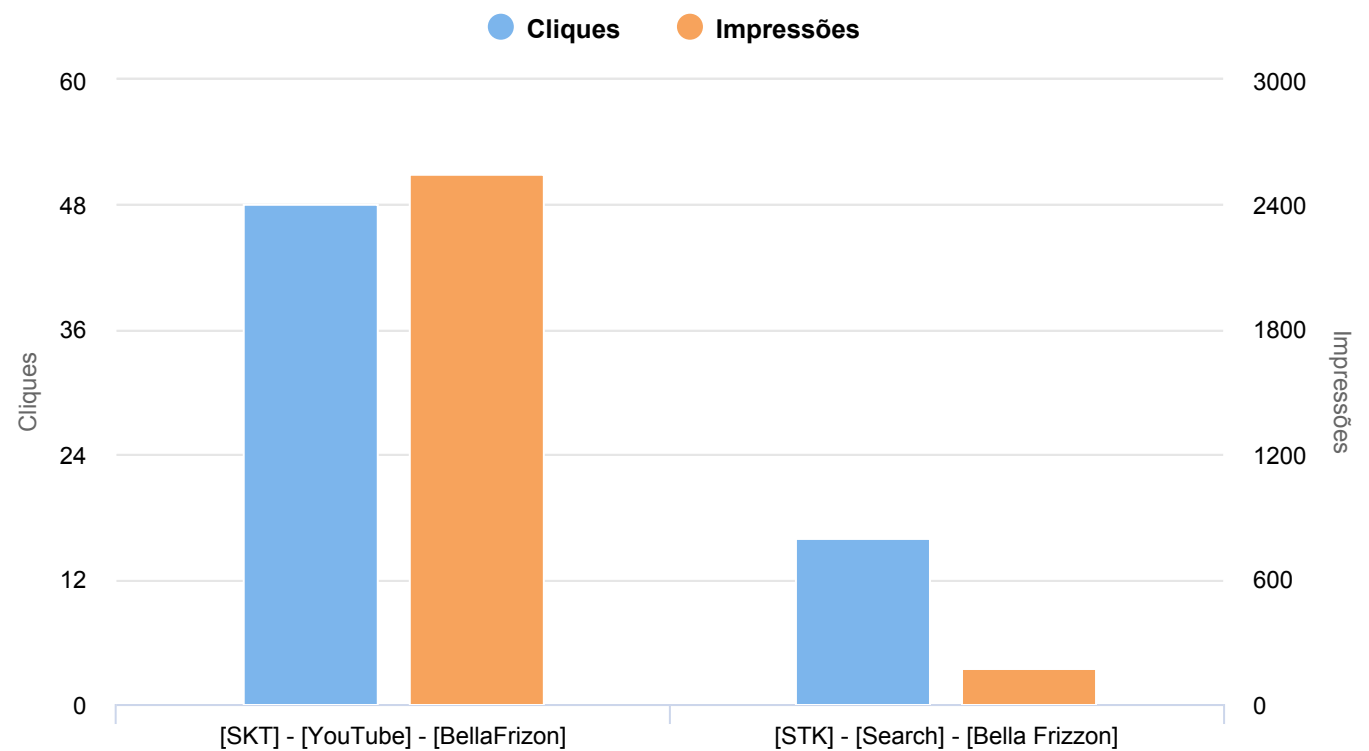


As campanhas do Google Ads durante o período de 05/07/2023 a 05/07/2023 originaram **64 cliques** (visitas ao site) e **2.723 impressões** dos anúncios com um **CTR de 2,35%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de -12,33% nos cliques e -70,53% 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 20,81% comparado com o período anterior.

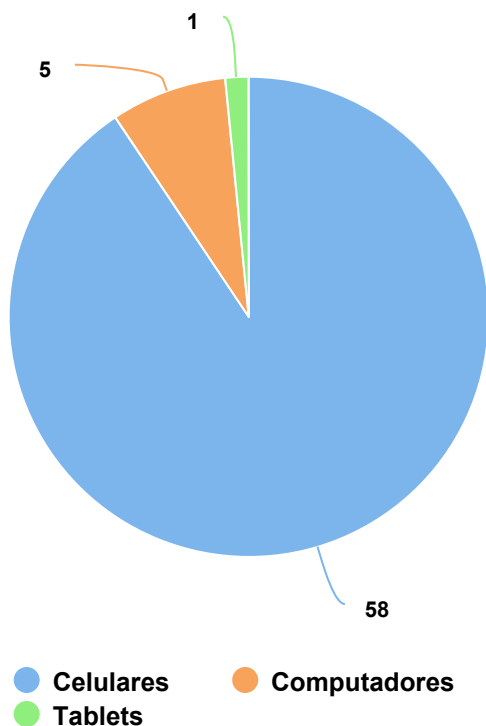
As campanhas originaram um total de **3,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$15,73. **Uma diferença de 100,00% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

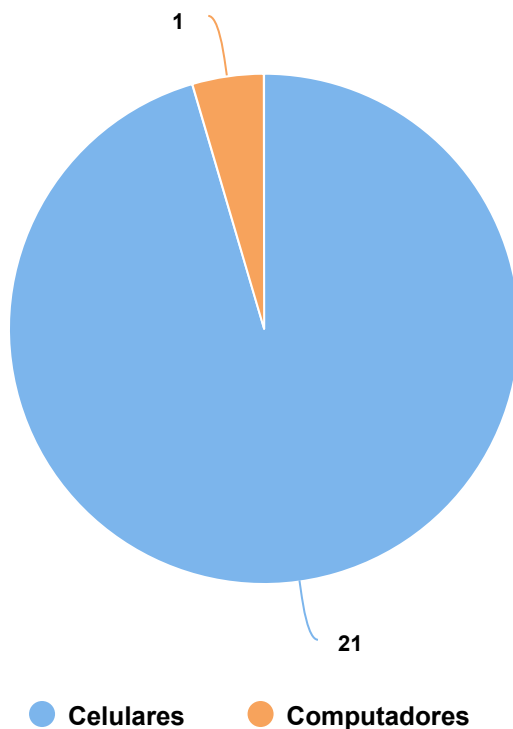


Campanhas	Cliques	Impres sões	Custo por clique	Custo	Todas as conver sões	Custo/ Todas as conver sões	Visuali zado até 25%	Visuali zado até 75%	Visuali zado até 50%	Visuali zado 100%
[SKT] - [YouTube] - [BellaFrizon]	48	2.547	0,31	14,99	10,00	1,50	7,40	4,65	5,35	3,95
[STK] - [Search] - [Bella Frizzon]	16	176	2,01	32,21	12,00	2,68	0,00	0,00	0,00	0,00

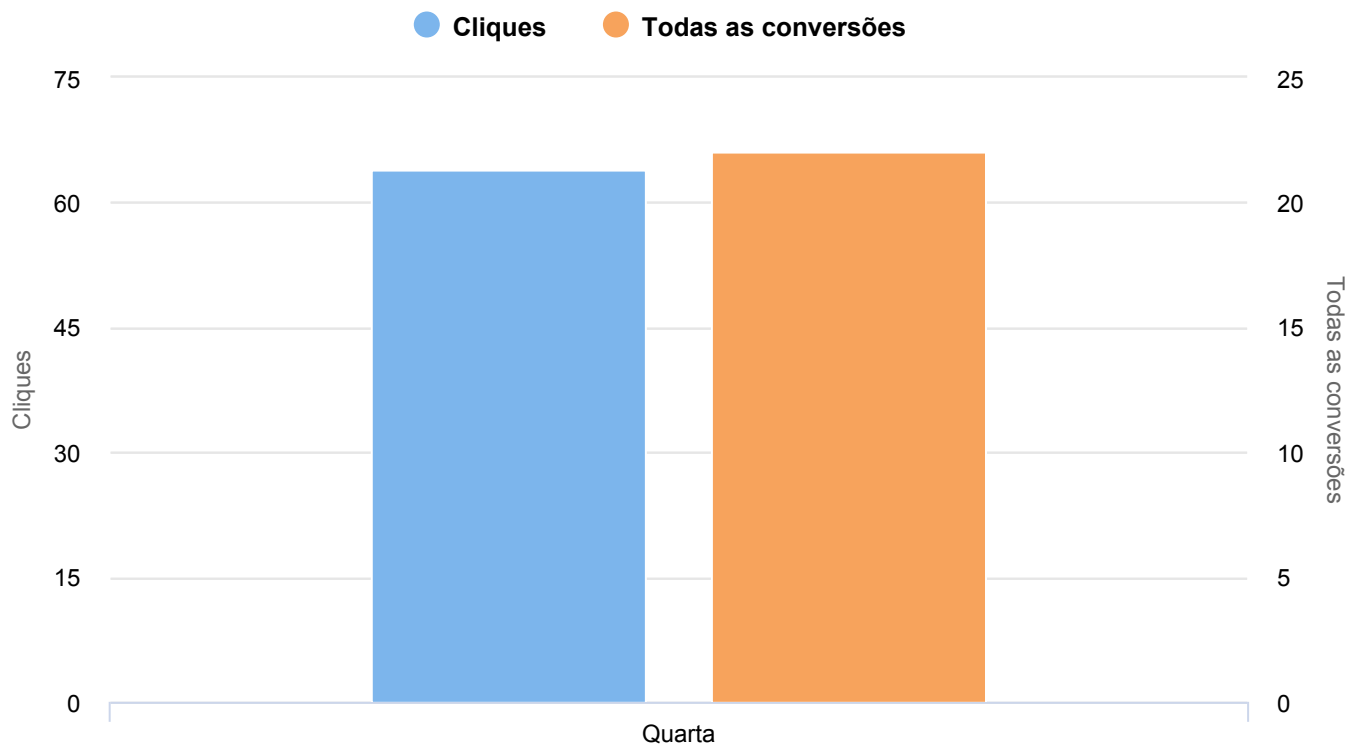
## Tipo de dispositivo



## Conversões por dispositivo



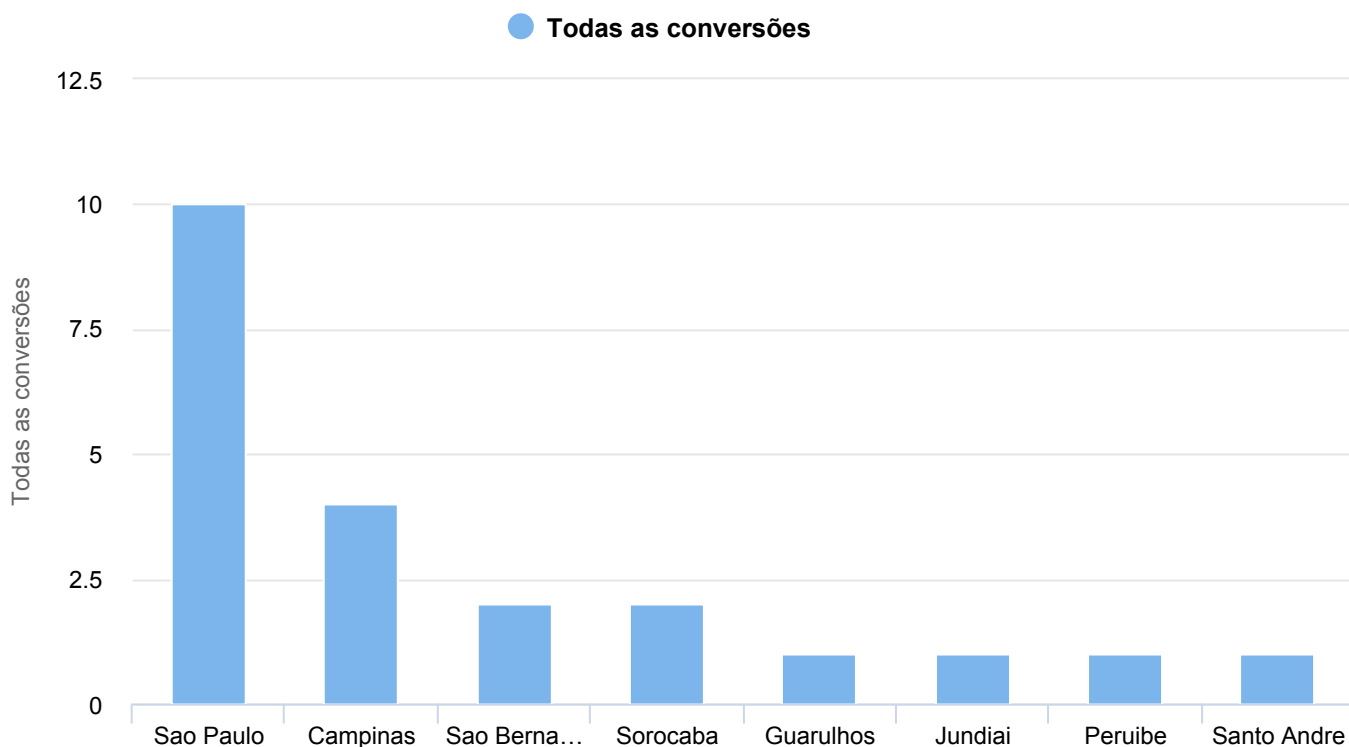
## Desempenho do dia da semana



## Rede segmentado por nome da conversão

Rede	Conversões	Todas as conversões
<b>Busca Do Google</b>		
[SKT] - VISUALIZAÇÕES DA PÁGINA DE DESTINO - [Bella Frizon]	1,00	11,00
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	1,00	1,00
<b>Videos Do YouTube</b>		
[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	10,00	2,27
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)

0,96

↗ 183,67% 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