

# Dr. Fábio Pizzini - Clínica

Relatório de Google Ads

31/07/2023 - 31/07/2023

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

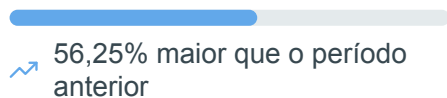
Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

**Sothink**

## Visão Geral

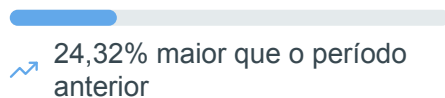
### CLIQUEs

50



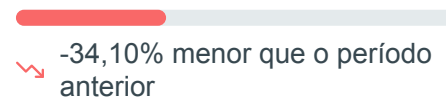
### IMPRESSÕES

1.968



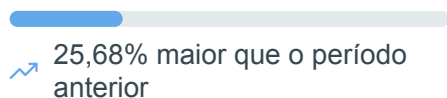
### CUSTO POR CLIQUE

1,05



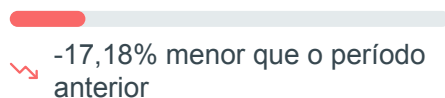
### CTR

2,54%



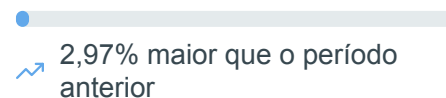
### CPM MÉDIO

26,73



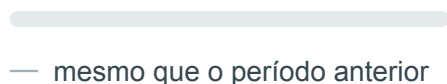
### CUSTO

52,60



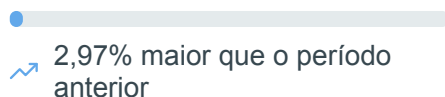
### TODAS AS CONVERSÕES

1,00



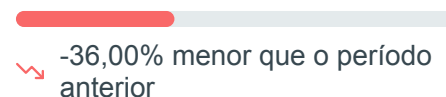
### CUSTO/TODAS AS CONVERSÕES

52,60



### TAXA DE TODAS AS CONVERSÕES

2,00

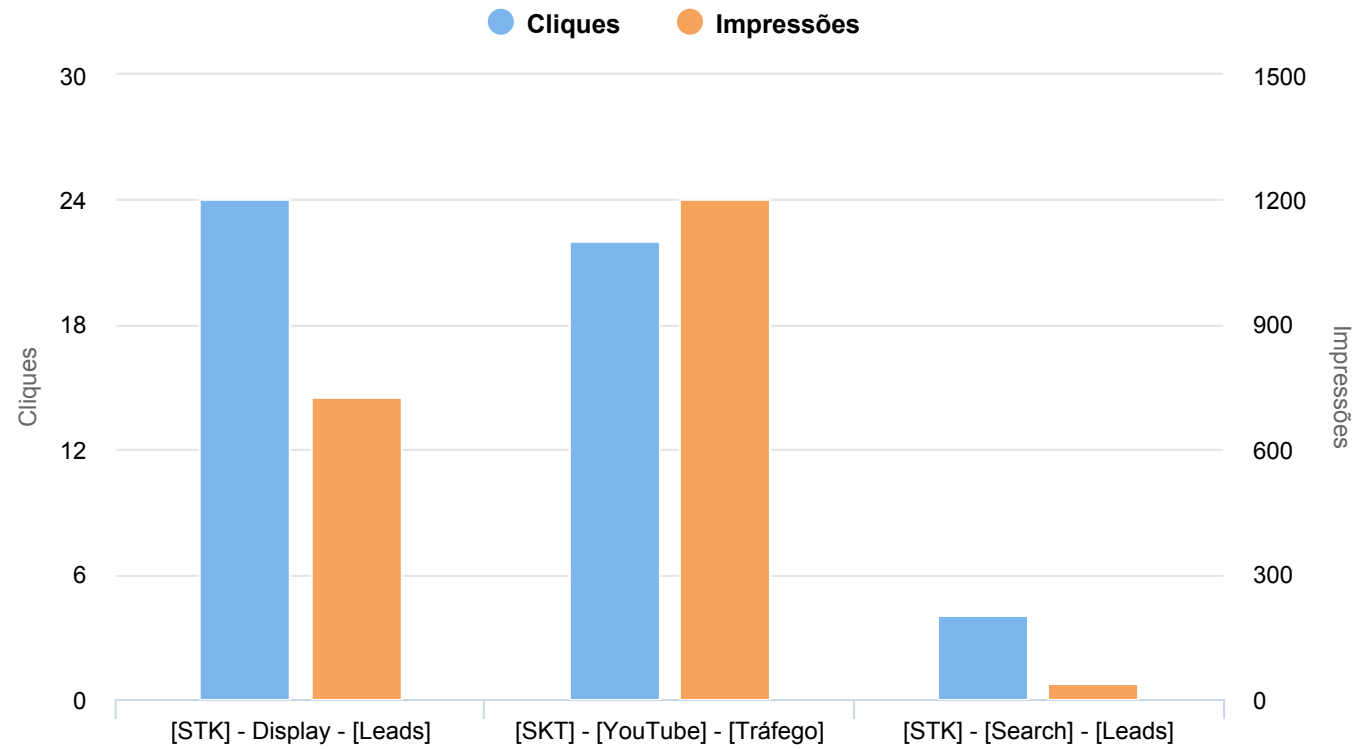


As campanhas do Google Ads durante o período de 31/07/2023 a 31/07/2023 originaram **50 cliques** (visitas ao site) e **1.968 impressões** dos anúncios com um **CTR de 2,54%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de 56,25% nos cliques e 24,32% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$52,60** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$1,05**. Diferença de -34,10% comparado com o período anterior.

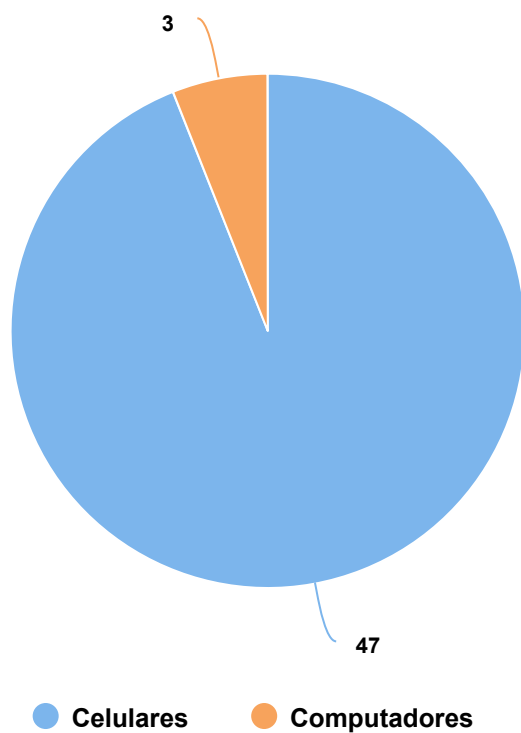
As campanhas originaram um total de **1,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$52,60. **Uma diferença de 2,97% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

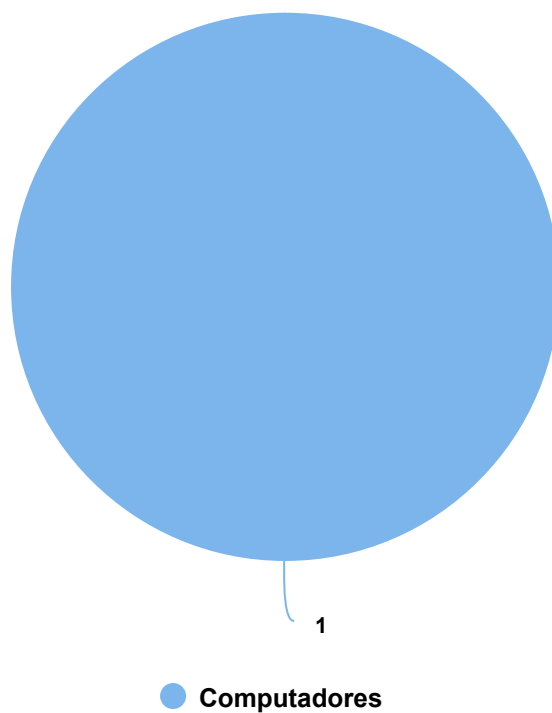


Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
[STK] - Display - [Leads]	24	728	0,41	9,87	1,00	9,87
[SKT] - [YouTube] - [Tráfego]	22	1.201	0,55	12,11	0	0
[STK] - [Search] - [Leads]	4	39	7,66	30,62	0	0

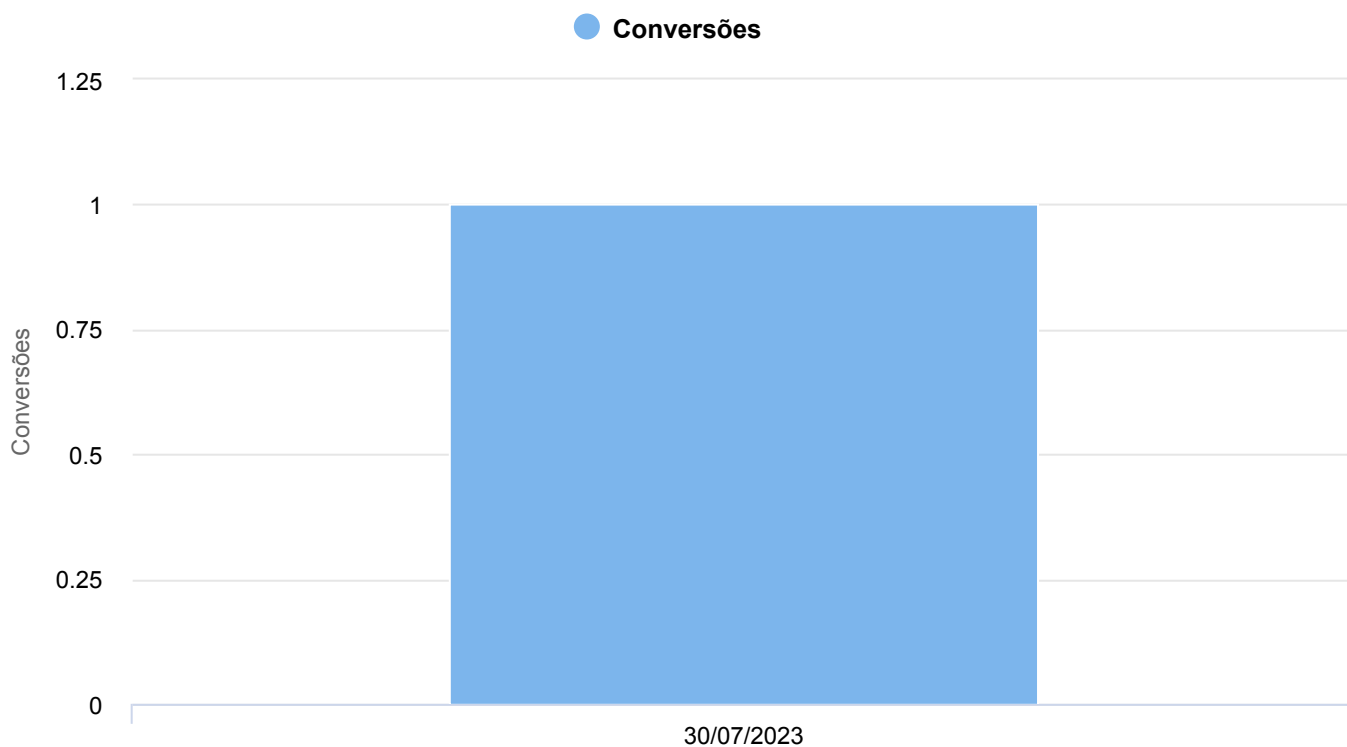
## Tipo de dispositivo



## Conversões por dispositivo



## Desempenho do dia da semana





## Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas

Todas as conversões

[STK] - [Search] - [Leads]

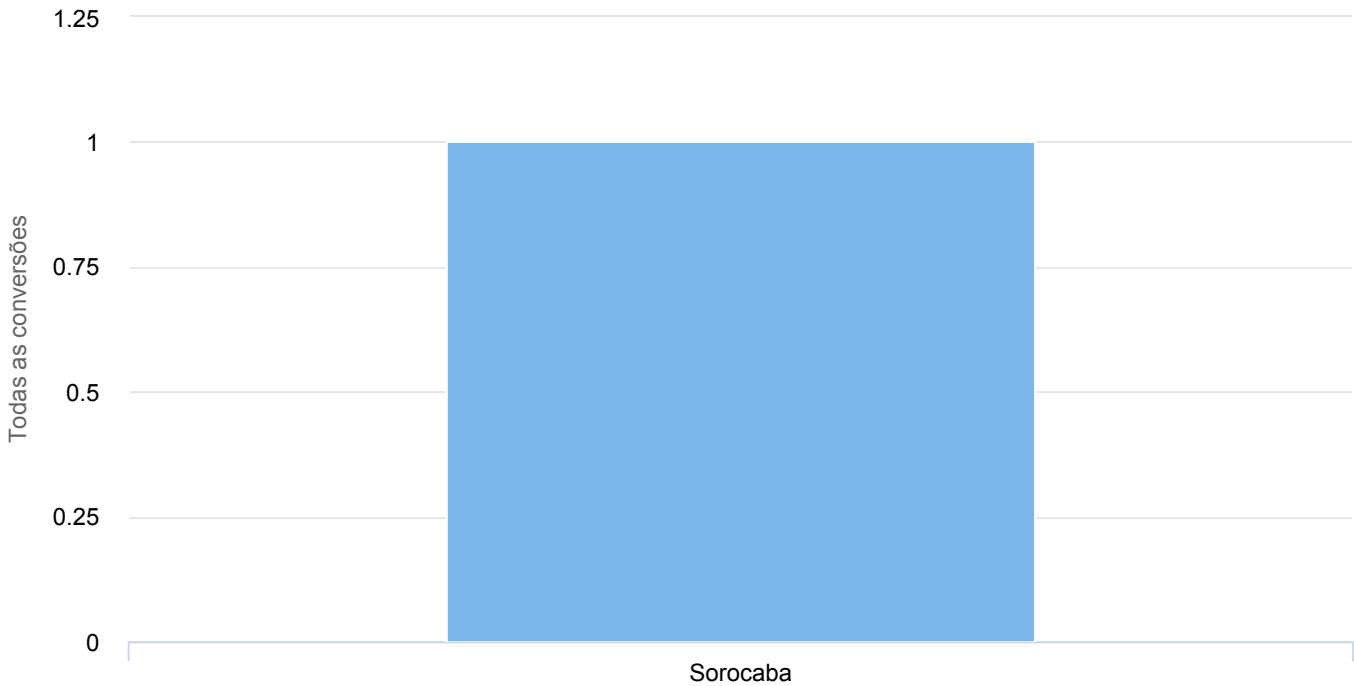
Clicou Whats

1,00



## Cidades com mais conversões

Todas as conversões




Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
Sorocaba	31	1.493	1,64	50,74	1,00	50,74
Aracoiaba da Serra	0	9	0	0	0	0
Araras	0	1	0	0,01	0	0
Ipero	1	54	0,34	0,34	0	0
Votorantim	0	29	0	0	0	0

## Métricas competitivas


PARCELA DE IMPRESSÕES - PESQUISA

26,92

 65,38% maior que o período anterior


PARCELA DE IMPRESSÕES PERDIDAS - PESQUISA (CLASSIFICAÇÃO)

5,13

 37,82% maior que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES PERDIDAS - PESQUISA (ORÇAMENTO)

67,95

 -15,06% menor 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	Todas as conversões
medico nutrologo	3	7	1,11	3,34	1,00