

# Dr. Fábio Pizzini - Clínica

Relatório de Google Ads

26/07/2023 - 26/07/2023

Comparado com: 25/07/2023 - 25/07/2023


Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

**Sothink**

## Visão Geral


### CLIQUEs

24

 -14,29% menor que o período anterior


### IMPRESSÕES

959

 -17,61% menor que o período anterior


### CUSTO POR CLIQUE

2,22

 23,70% maior que o período anterior


### CTR

2,50%

 4,04% maior que o período anterior


### CPM MÉDIO

55,45

 28,70% maior que o período anterior

### CUSTO

53,18

 6,03% maior que o período anterior

### TODAS AS CONVERSÕES

1,00

 100,00% maior que o período anterior

### CUSTO/TODAS AS CONVERSÕES

53,18

 100,00% maior que o período anterior

### TAXA DE TODAS AS CONVERSÕES

4,17

 100,00% maior que o período anterior

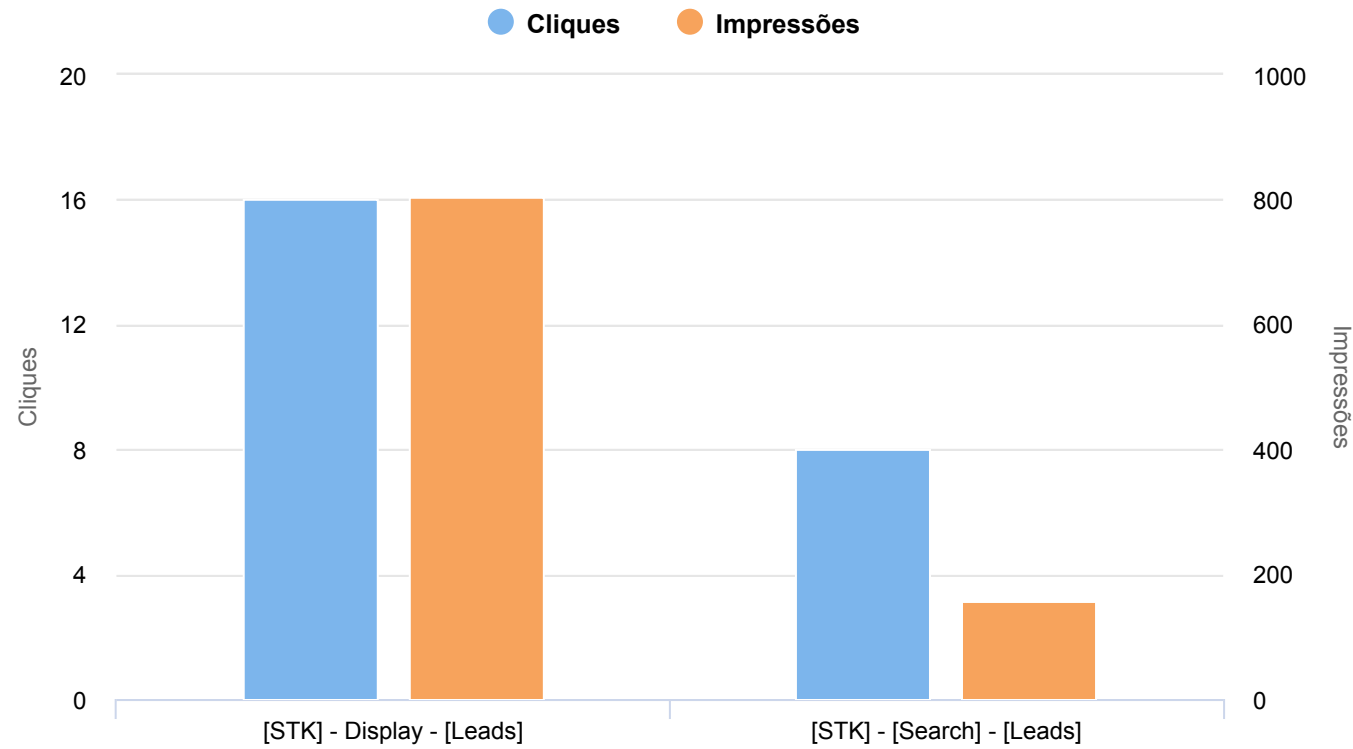


As campanhas do Google Ads durante o período de 26/07/2023 a 26/07/2023 originaram **24 cliques** (visitas ao site) e **959 impressões** dos anúncios com um **CTR de 2,50%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de -14,29% nos cliques e -17,61% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$53,18** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$2,22**. Diferença de 23,70% comparado com o período anterior.

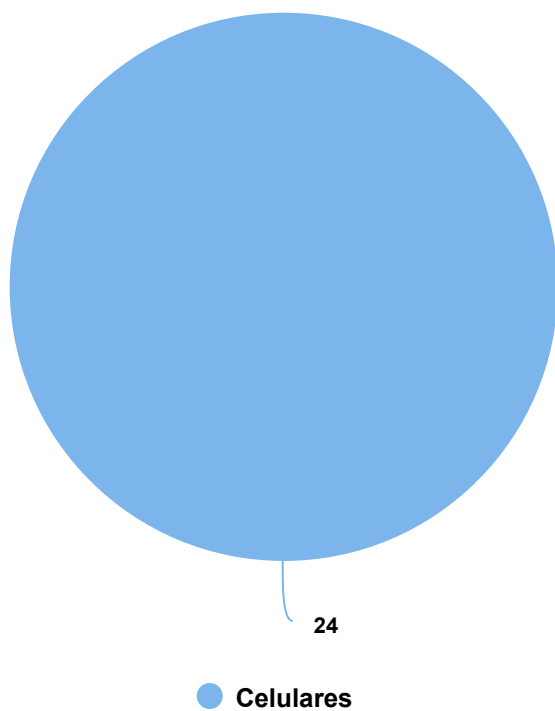
As campanhas originaram um total de **1,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$53,18. **Uma diferença de 100,00% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

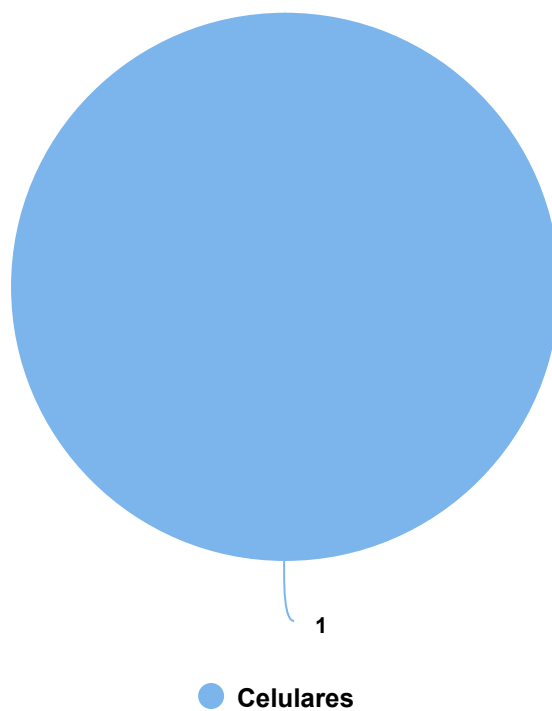


Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
[STK] - Display - [Leads]	16	803	0,68	10,96	0	0
[STK] - [Search] - [Leads]	8	156	5,28	42,22	1,00	42,22
[SKT] - [YouTube] - [Tráfego]	6	398	1,49	8,94	0	0

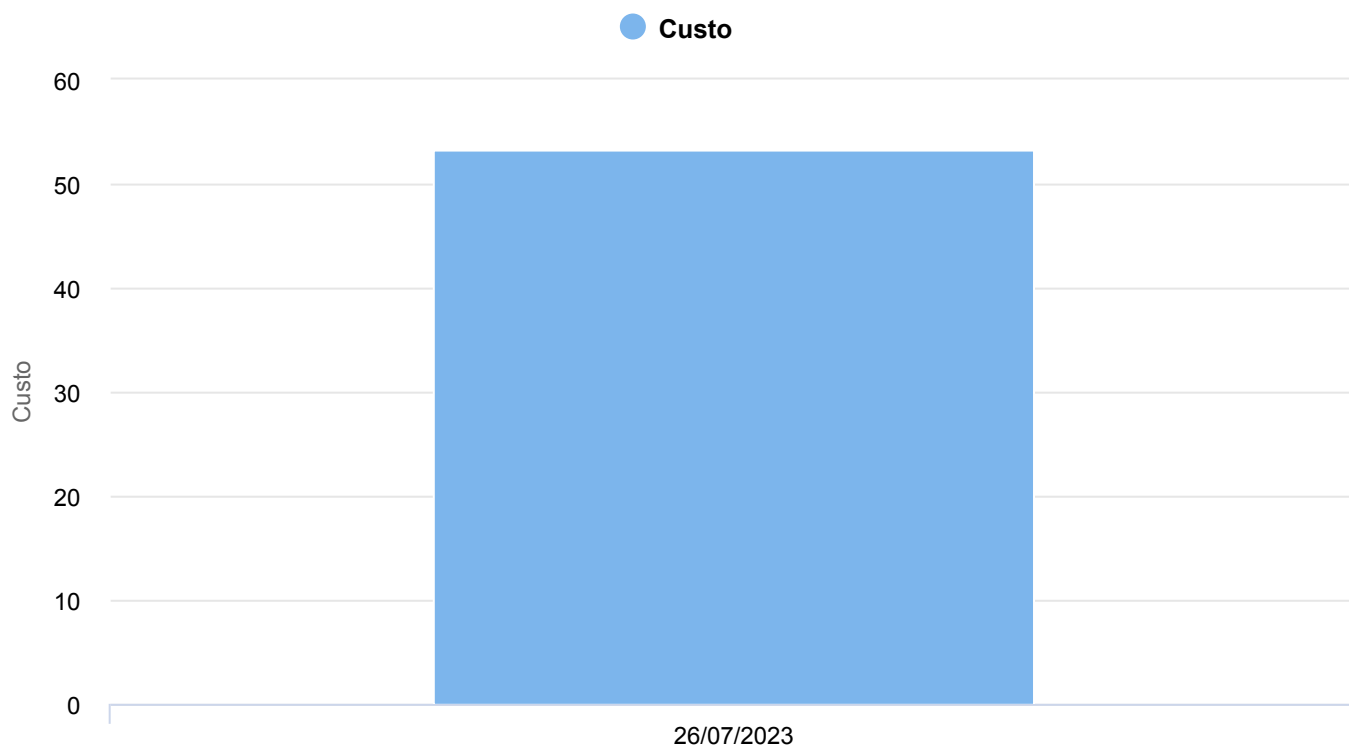
## Tipo de dispositivo



## Conversões por dispositivo



## Desempenho do dia da semana





## Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas

Todas as conversões

[STK] - [Search] - [Leads]

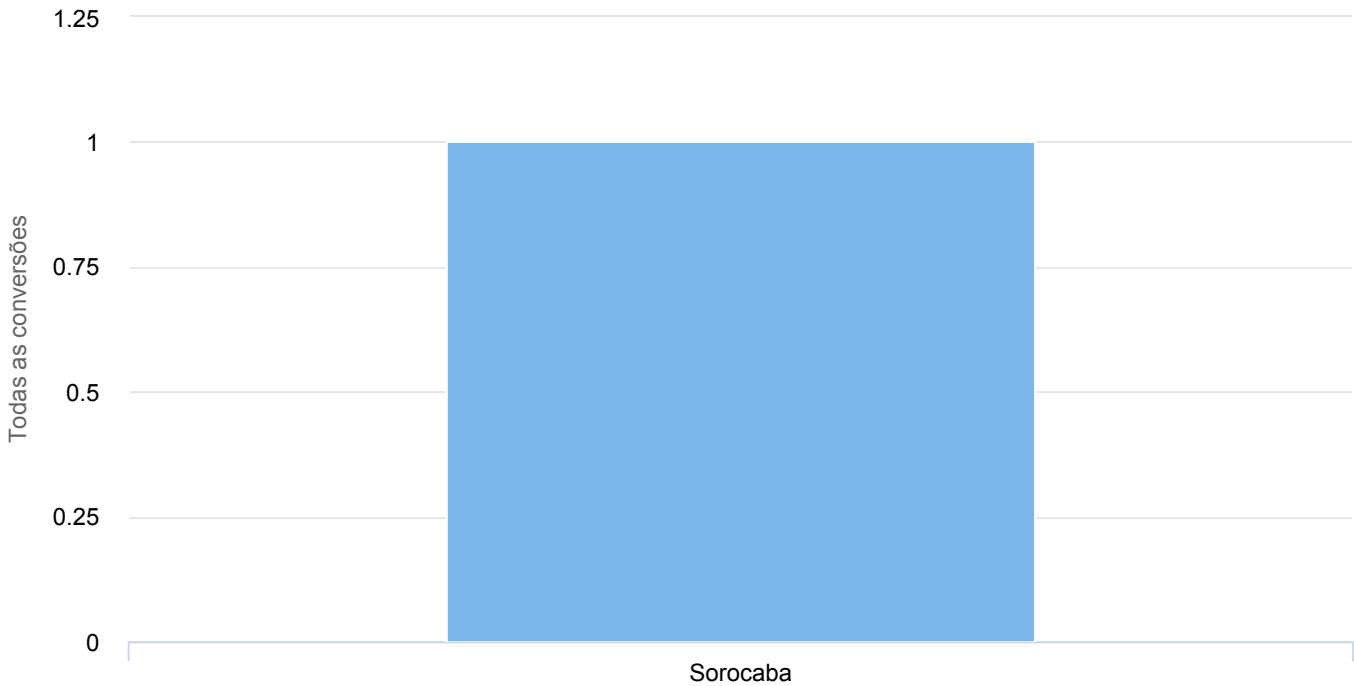
Clicou Whats

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	21	854	2,46	51,59	1,00	51,59
Aracoiaba da Serra	1	14	0,37	0,37	0	0
Ipero	1	55	0,85	0,85	0	0
Itu	0	3	0	0	0	0
Votorantim	1	33	0,37	0,37	0	0

## Métricas competitivas


PARCELA DE IMPRESSÕES -  
PESQUISA

9,99

— mesmo que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES  
PERDIDAS - PESQUISA  
(CLASSIFICAÇÃO)

2,28

 82,77% 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	Todas as conversões
medicina esportiva	1	2	5,36	5,36	1,00