



# Baby Beef Jardim Eventos - Casamentos

Relatório de Google Ads e Meta Ads

17/07/2023 - 17/07/2023

Comparado com: 16/07/2023 - 16/07/2023

Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

**Sothink**



Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



## Visão geral da conta

CLIQUE

26

↗ 100,00% maior que o período anterior

IMPRESSIONES

661

↗ 273,45% maior que o período anterior

CUSTO POR CLIQUE

1,83

↗ 346,40% maior que o período anterior

CUSTO

47,47

↗ 792,80% maior que o período anterior

CONVERSÕES

2,00

— mesmo que o período anterior

CUSTO/CONVERSÃO

23,73

↗ 792,80% maior que o período anterior

CTR

3,93%

↘ -46,44% menor que o período anterior

CPM MÉDIO

71,81

↗ 139,07% maior que o período anterior

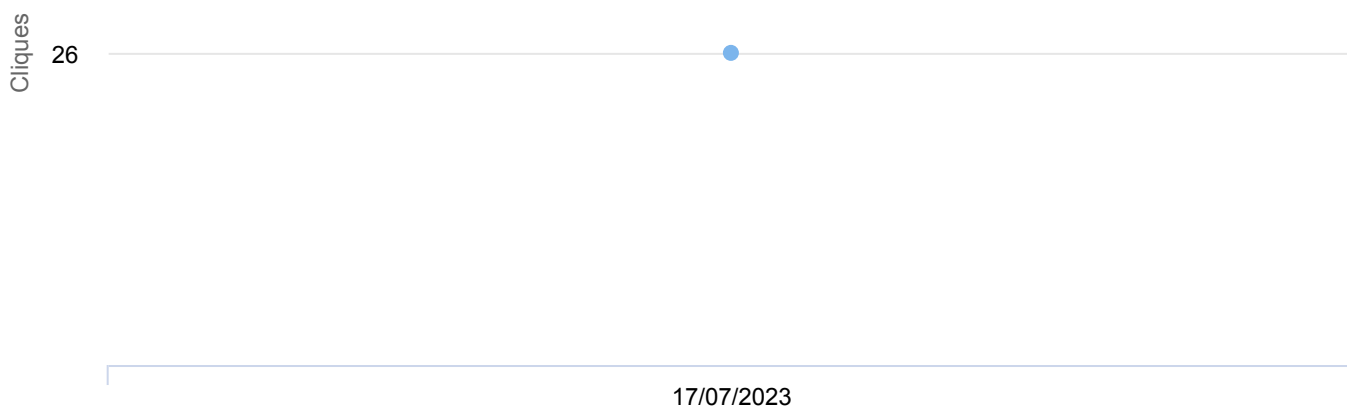
TAXA DE TODAS AS CONVERSÕES

43,92

↘ -48,10% menor que o período anterior



● Cliques



As campanhas do **Google Ads** durante o período de 17/07/2023 a 17/07/2023 originaram **26 cliques** (visitas ao site) e **661 impressões** dos anúncios com um **CTR de 3,93%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de 100,00% nos cliques e 273,45% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$47,47** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de R\$1,83. Diferença de 346,40% comparado com o período anterior.

**As campanhas originaram um total de 2,00 conversões.** O custo por conversão ficou em R\$23,73. Uma diferença de 792,80% comparado ao período anterior.

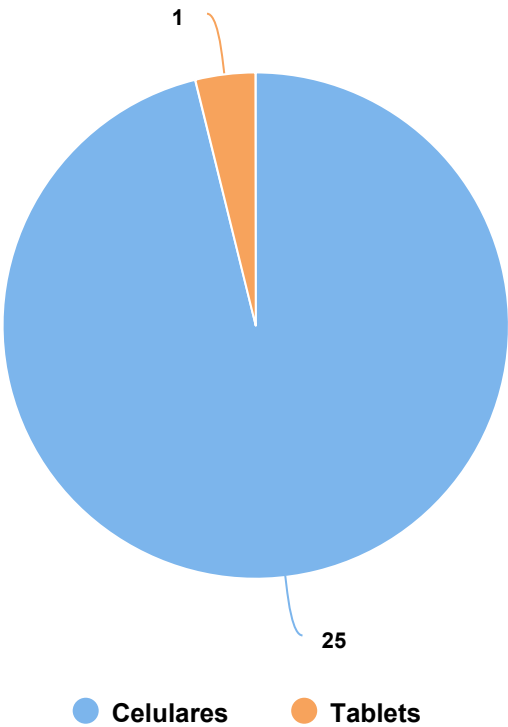


## Dispositivos

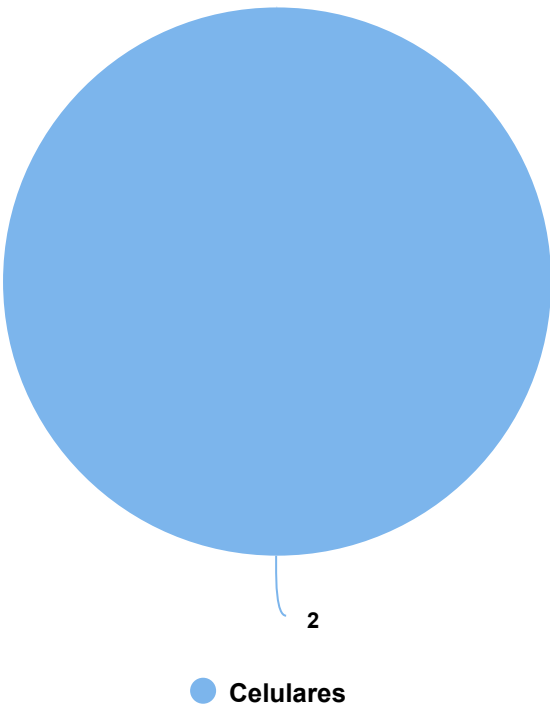
Tipos de dispositivos com mais cliques e conversões nos anúncios no Google.



### Cliques



### Conversões



### Principais grupos de anúncios

Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	CTR (%)	Custo	Conversões
[STK] - [Display] - Casamentos	23	617	0,81	3,73	18,62	1,00
[STK] - [Search] - Casamentos	3	44	9,62	6,82	28,85	1,00

## Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas	Conversões
[STK] - [Search] - Casamentos	
(STK) - (1.0) - WhatsApp	1,00
[STK] - [Display] - Casamentos	
(STK) - (1.0) - WhatsApp	1,00



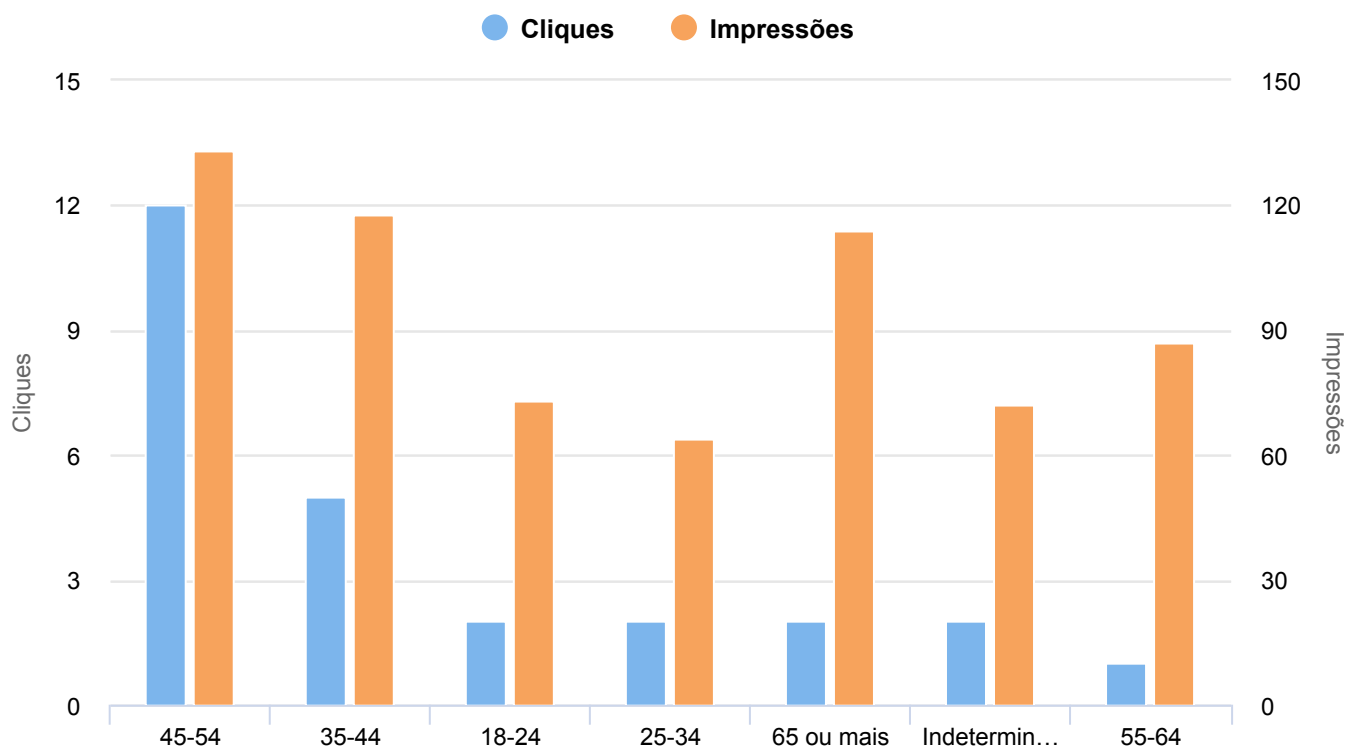
Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



## Idade

Cliques e impressões nos anúncios separados por idade.



## Principais palavras-chave

Palavras-chave	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Conversões
buffet casamento abc	3	28	9,62	28,85	1,00



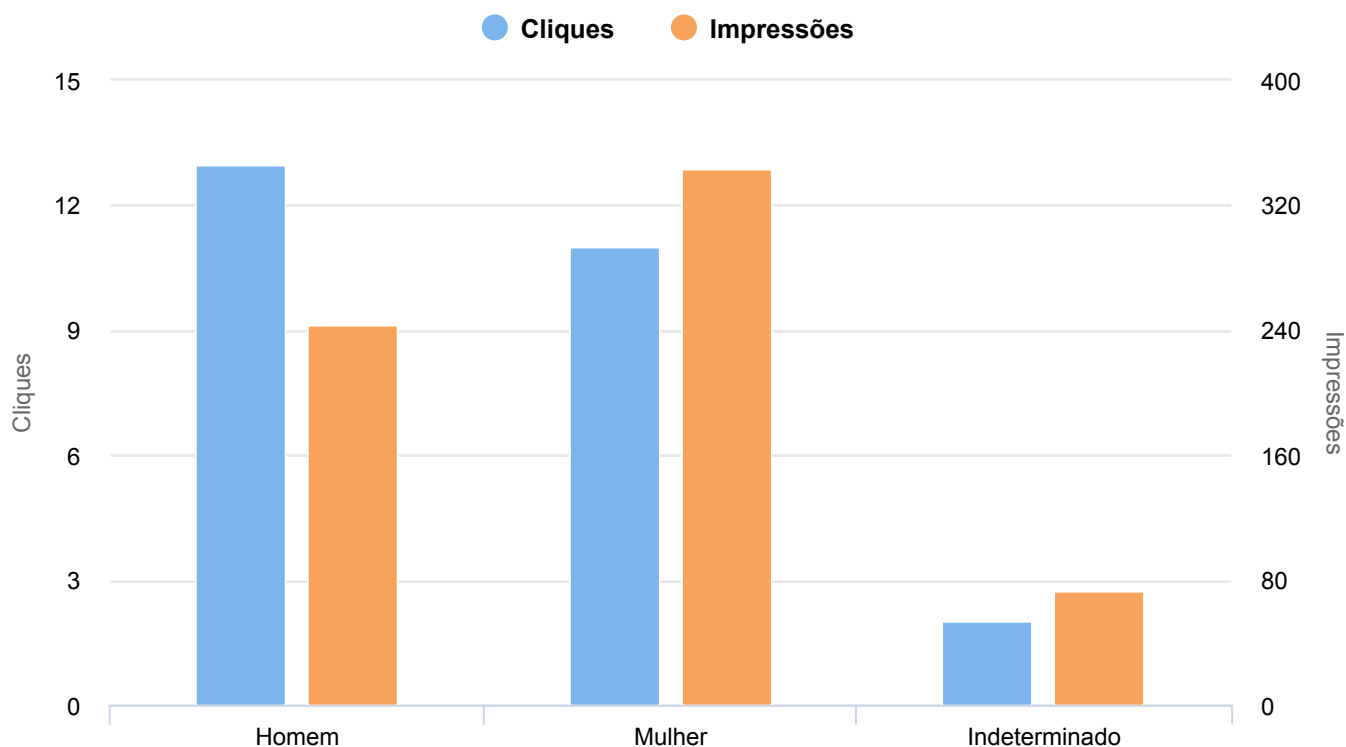
Google Ads

Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Google.



## Gênero

Cliques e impressões nos anúncios separados por gênero.



## Principais termos de pesquisa

Termos de pesquisa	Tipo de correspondência	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo
buffet casamento santo andre	Correspondência de frase (variação aproximada)	1	1	11,59	11,59



## Facebook Ads

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



### Visão geral da conta

CLIQUEs (TODOS)

160

↘ -4,76% menor que o período anterior

CPC (TODOS)

0,15

↘ -5,13% menor que o período anterior

ALCANCE

10.669

↗ 8,02% maior que o período anterior

VALOR GASTO

36,77

↘ -4,81% menor que o período anterior

CONVERSAS POR MENSAGEM INICIADAS

3

↗ 100,00% maior que o período anterior

CUSTO POR MENSAGEM INICIADA

12,23

↗ 100,00% maior que o período anterior

IMPRESSÕES

11.182

↗ 7,94% maior que o período anterior

CLIQUEs EM LINKS

132

↘ -7,04% menor que o período anterior

CPC (LINK)

0,18

↘ -1,34% menor que o período anterior

CTR (TODOS)

1,43%

↘ -11,77% menor que o período anterior

CUSTO POR 1.000 PESSOAS ALCANÇADAS

3,77

↗ 0,56% maior que o período anterior

ENVOLVIMENTO COM A PUBLICAÇÃO

132

↘ -8,33% menor que o período anterior



Os anúncios no **Facebook** tiveram durante o período 104 cliques e 8.084 impressões (vezes que o anúncio foi exibido na rede social). O CTR do período foi de 1,29%. **Uma diferença de -7,96% nos cliques em comparação com o período anterior.**

No período analisado o investimento foi de **R\$23,71** e o custo por clique (CPC) ficou em R\$0,11. Diferença de 10,86% no CPC comparado ao período anterior.

**7.649 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

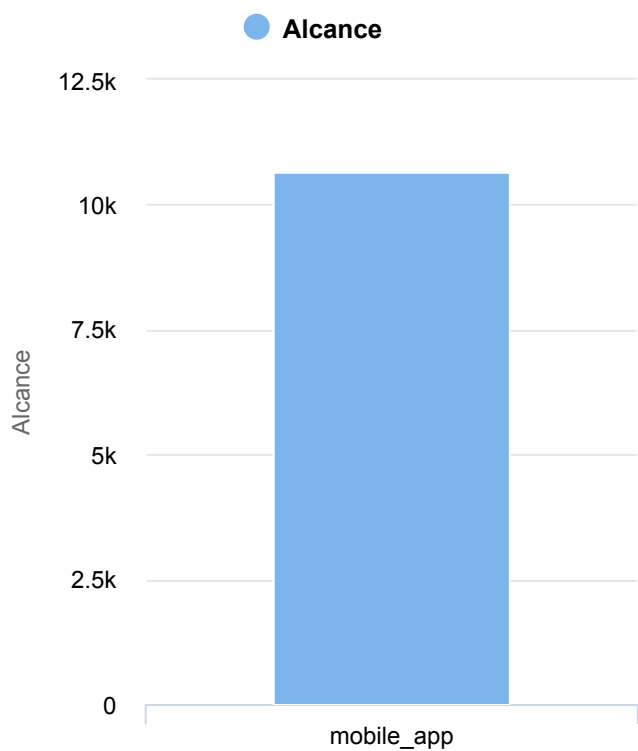
Alcance diário dos anúncios e alcance por tipo de dispositivo e gênero.



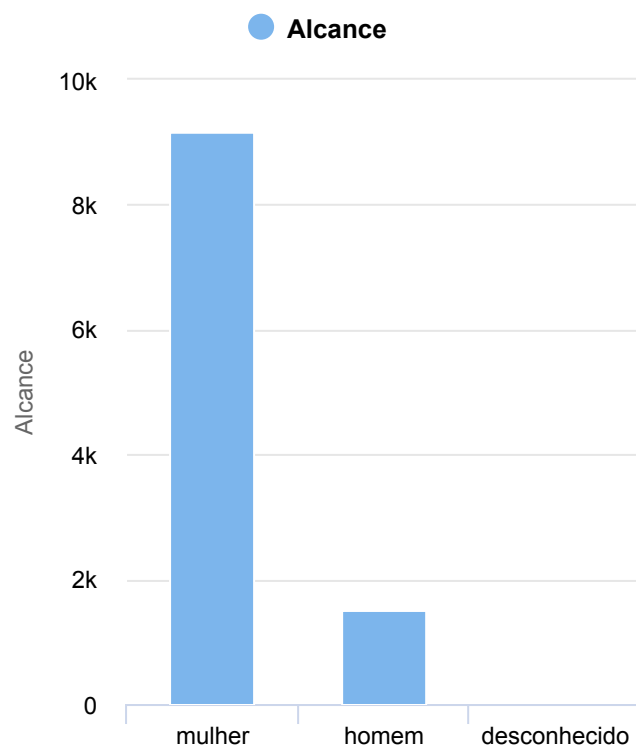
Alcance



## Dispositivo



## Gênero



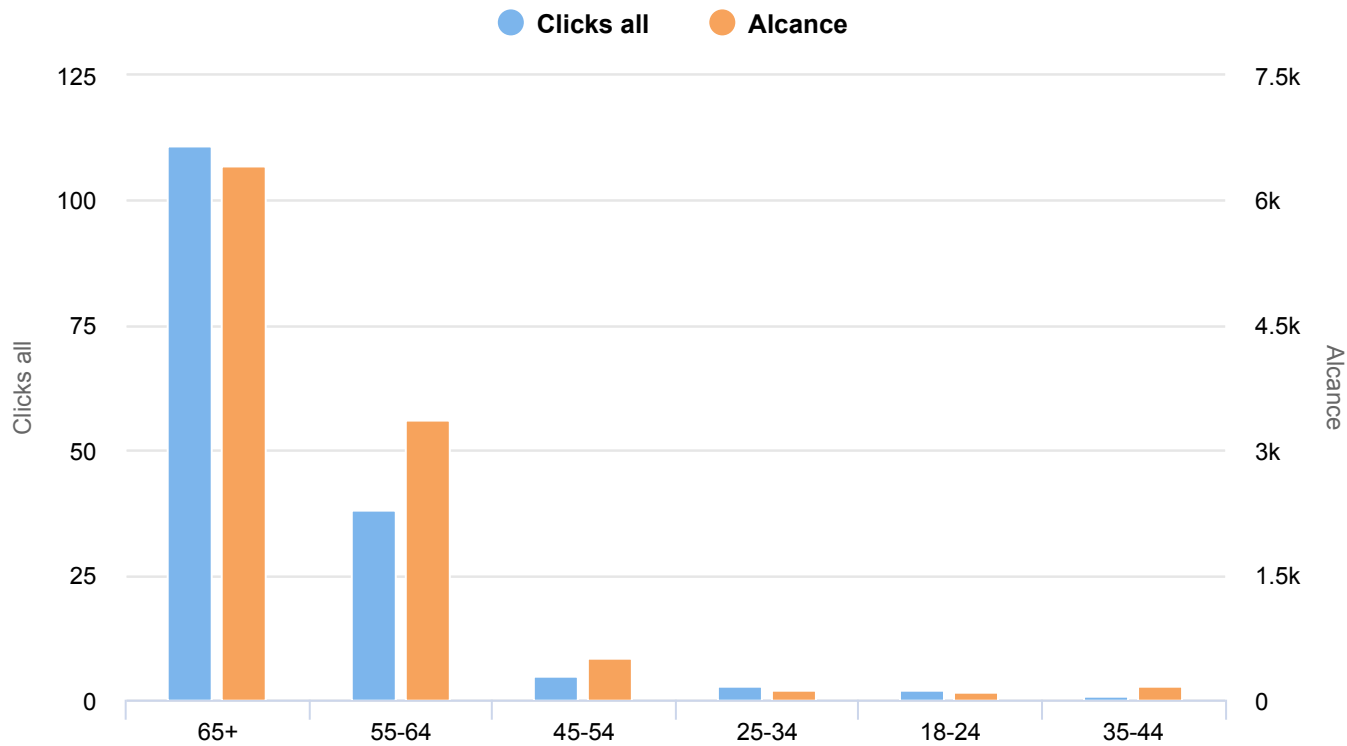


Facebook Ads
Resultado de campanhas de anúncios nas plataformas do Facebook e Instagram.



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+	111	6.423	24,53	3,65	92	92
55-64	38	3.377	10,10	2,89	33	33
45-54	5	506	1,23	2,20	3	3
25-34	3	112	0,24	1,89	3	3
18-24	2	85	0,22	2,29	1	1
35-44	1	166	0,45	2,46	0	0



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 specific ad creatives, each represented by a small image thumbnail.



## Plataformas de exposição dos anúncios

Plataforma	Cliques (todos)	Alcance	Valor gasto	CPM médio	Cliques em links
facebook	160	10.668	36,77	3,29	132
Instagram	0	1	0,00	0,00	0