

# **Dr. Fábio Pizzini - Clínica**

**Relatório de Google Ads**

**03/07/2023 - 03/07/2023**

**Comparado com: 02/07/2023 - 02/07/2023**


**Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão**

**Sothink**

## Visão Geral


### CLIQUEs

66

 -52,17% menor que o período anterior


### IMPRESSÕES

1.202

 -42,07% menor que o período anterior


### CUSTO POR CLIQUE

1,23

 65,02% maior que o período anterior


### CTR

5,49%

 -17,44% menor que o período anterior


### CPM MÉDIO

67,66

 36,25% maior que o período anterior


### CUSTO

81,33

 -21,08% menor que o período anterior


### TODAS AS CONVERSÕES

14,00

 27,27% maior que o período anterior


### CUSTO/TODAS AS CONVERSÕES

5,81

 -37,99% menor que o período anterior

### TAXA DE TODAS AS CONVERSÕES

21,21

 166,12% maior que o período anterior

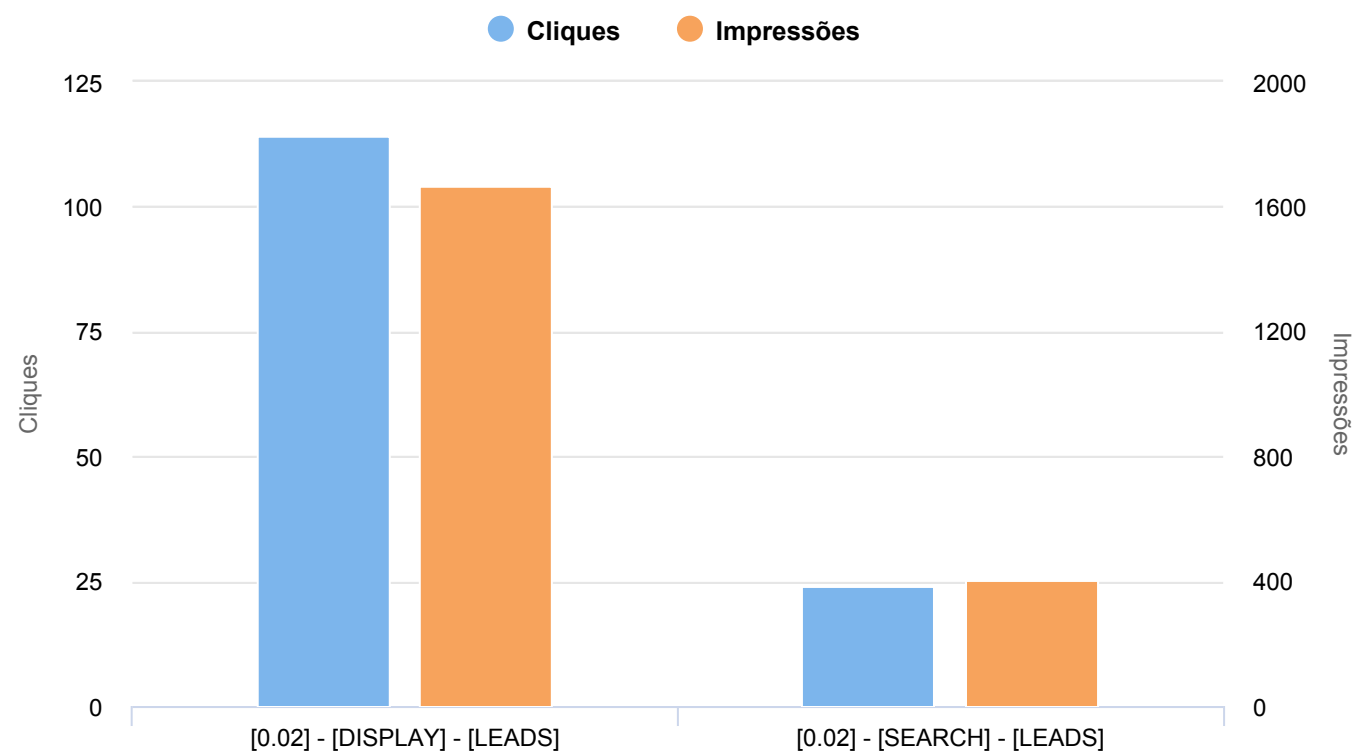


As campanhas do Google Ads durante o período de 03/07/2023 a 03/07/2023 originaram **66 cliques** (visitas ao site) e **1.202 impressões** dos anúncios com um **CTR de 5,49%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de -52,17% nos cliques e -42,07% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$81,33** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$1,23**. Diferença de 65,02% comparado com o período anterior.

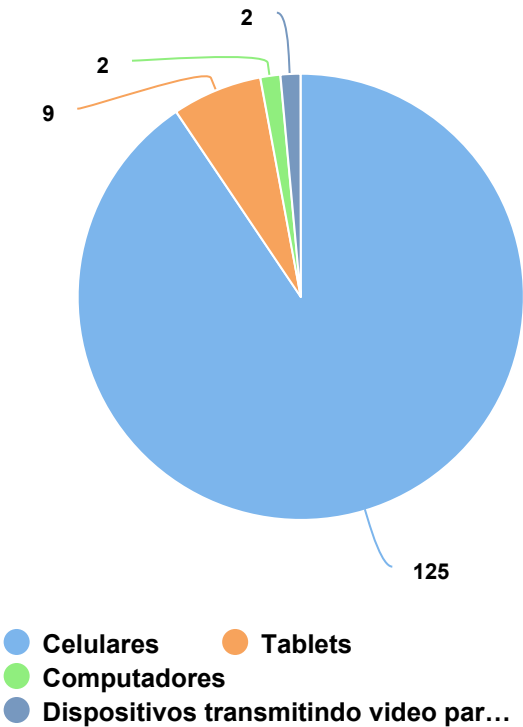
As campanhas originaram um total de **3,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$27,11. **Uma diferença de -73,69% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

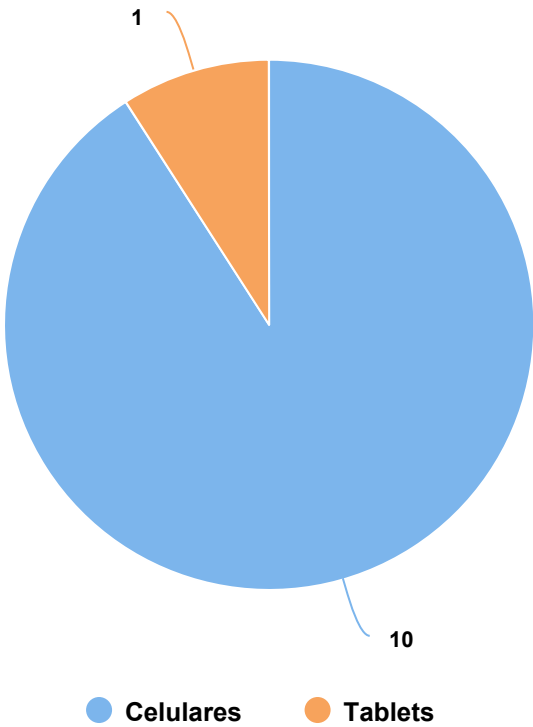


Campanhas	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
[0.02] - [DISPLAY] - [LEADS]	114	1.668	0,30	34,70	10,00	3,47
[0.02] - [SEARCH] - [LEADS]	24	407	2,85	68,34	1,00	68,34

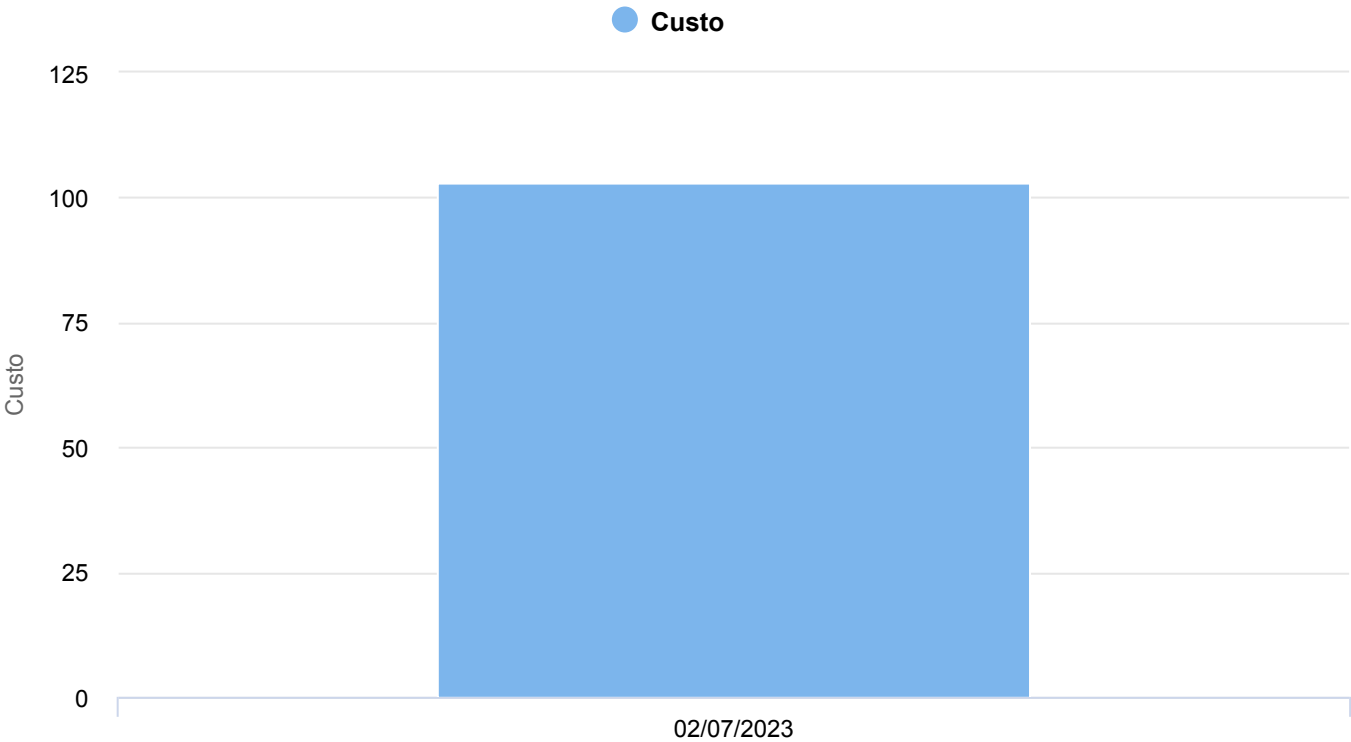
Tipo de dispositivo



Conversões por dispositivo



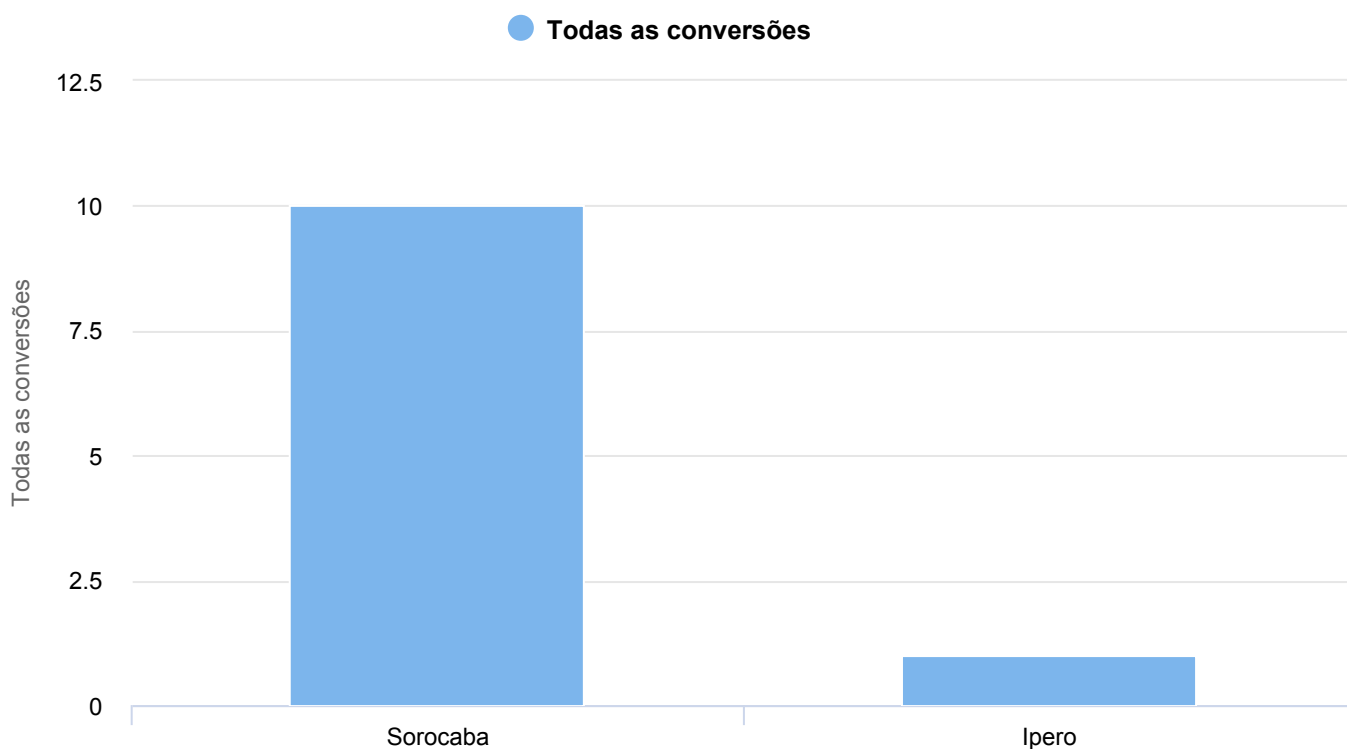
Desempenho do dia da semana



## Rede segmentado por nome da conversão

Rede	Conversões	Todas as conversões
<b>Busca Do Google</b>		
Clicou Whats	1,00	1,00
<b>Rede De Display</b>		
Clicou Whats	0,00	10,00

## Cidades com mais conversões




Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
Sorocaba	116	1.809	0,85	98,25	10,00	9,82
Ipero	13	172	0,25	3,27	1,00	3,27
Aracoiaba da Serra	2	17	0,14	0,27	0,00	0,00
Itu	0	7	0,00	0,00	0,00	0,00
Votorantim	7	67	0,18	1,25	0,00	0,00

## Métricas competitivas


PARCELA DE IMPRESSÕES -  
PESQUISA

19,63

 -30,45% menor que o período anterior


PARCELA DE IMPRESSÕES  
PERDIDAS - PESQUISA  
(CLASSIFICAÇÃO)

16,91

 -39,93% menor que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES  
PERDIDAS - PESQUISA  
(ORÇAMENTO)

63,46

 45,47% maior 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
nutricionista	9	106	2,61	23,51	1,00