

Frizon Construtora

Relatório de Google Ads

25/07/2023 - 25/07/2023

Comparado com: 24/07/2023 - 24/07/2023

Gerente de contas/responsável: Sothink Gestão

Sothink

Visão Geral

CLIQUEs

298

↗ 100,00% maior que o período anterior

IMPRESSÕES

4,792

↗ 53,144.44% maior que o período anterior

CUSTO POR CLIQUE

0,47

↗ 100,00% maior que o período anterior

CTR

6,22%

↗ 100,00% maior que o período anterior

CPM MÉDIO

29,32

↗ 2,546.42% maior que o período anterior

CUSTO

140,48

↗ 1,408.969.26% maior que o período anterior

CPV MÉDIO

0,16

↗ 100,00% maior que o período anterior

% DE IMPR. (1. POSIÇÃO)

6,32%

↗ 100,00% maior que o período anterior

CLIQUEs INVÁLIDOS

3

↗ 100,00% maior que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES DE CORRESPONDÊNCIA EXATA

63,64

↗ 100,00% maior que o período anterior

CONVERSÕES

3,00

↗ 100,00% maior que o período anterior

CUSTO/CONVERSÃO

46,83

↗ 100,00% maior que o período anterior

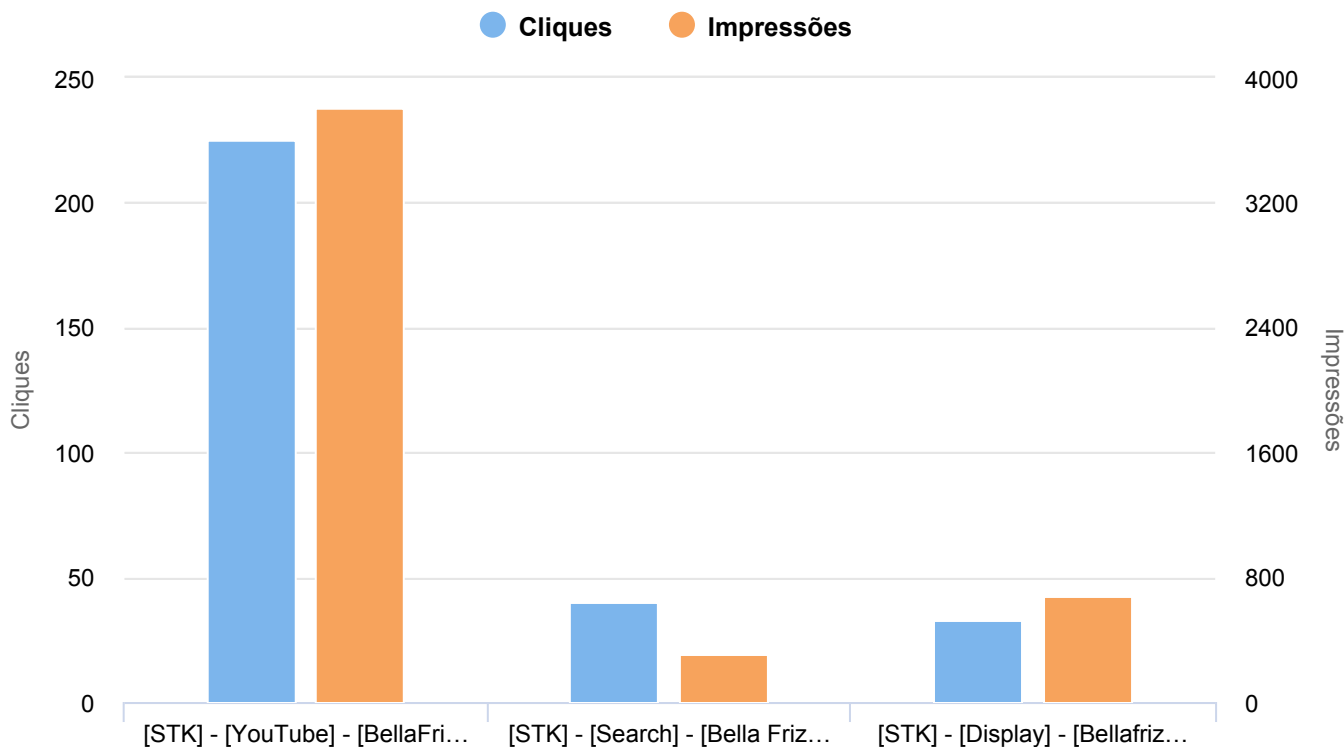


As campanhas do Google Ads durante o período de 25/07/2023 a 25/07/2023 originaram **298 cliques** (visitas ao site) e **4.792 impressões** dos anúncios com um **CTR de 6,22%**, que é a proporção da frequência com que as pessoas que visualizaram os anúncios clicaram nele. **Uma diferença de 100,00% nos cliques e 53.144,44% nas impressões, quando comparado ao período anterior.**

Foi investido **R\$140,48** no período analisado. O custo por clique (CPC) foi de **R\$0,47**. Diferença de 100,00% comparado com o período anterior.

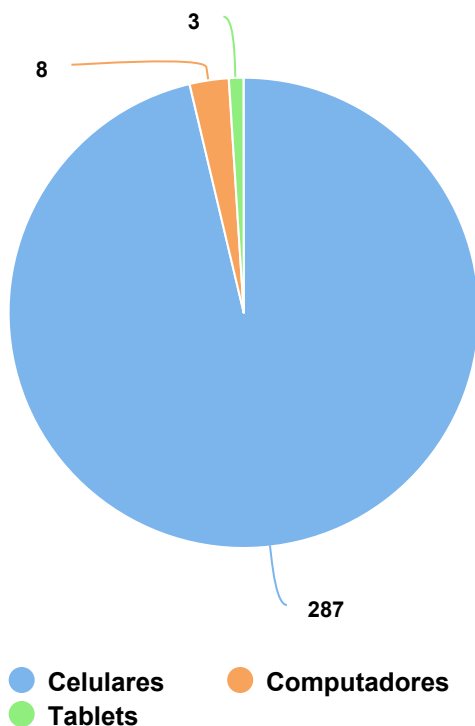
As campanhas originaram um total de **3,00 conversões**. O custo por conversão ficou em R\$46,83. **Uma diferença de 100,00% comparado ao período anterior.**

Performance das campanhas

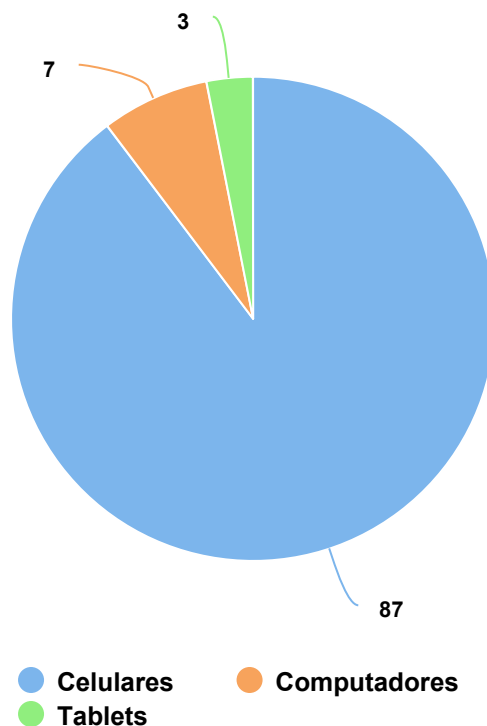


Campanhas	Clickes	Impressões	Custo por clique	Custo	Todas as conversões	Custo/Todas as conversões
[STK] - [YouTube] - [BellaFrizon]	225	3,803	0,18	40,01	69,00	0,58
[STK] - [Search] - [Bella Frizson]	40	312	2,00	79,98	28,00	2,86
[STK] - [Display] - [Bellafrizon]	33	677	0,62	20,49	14,00	1,46

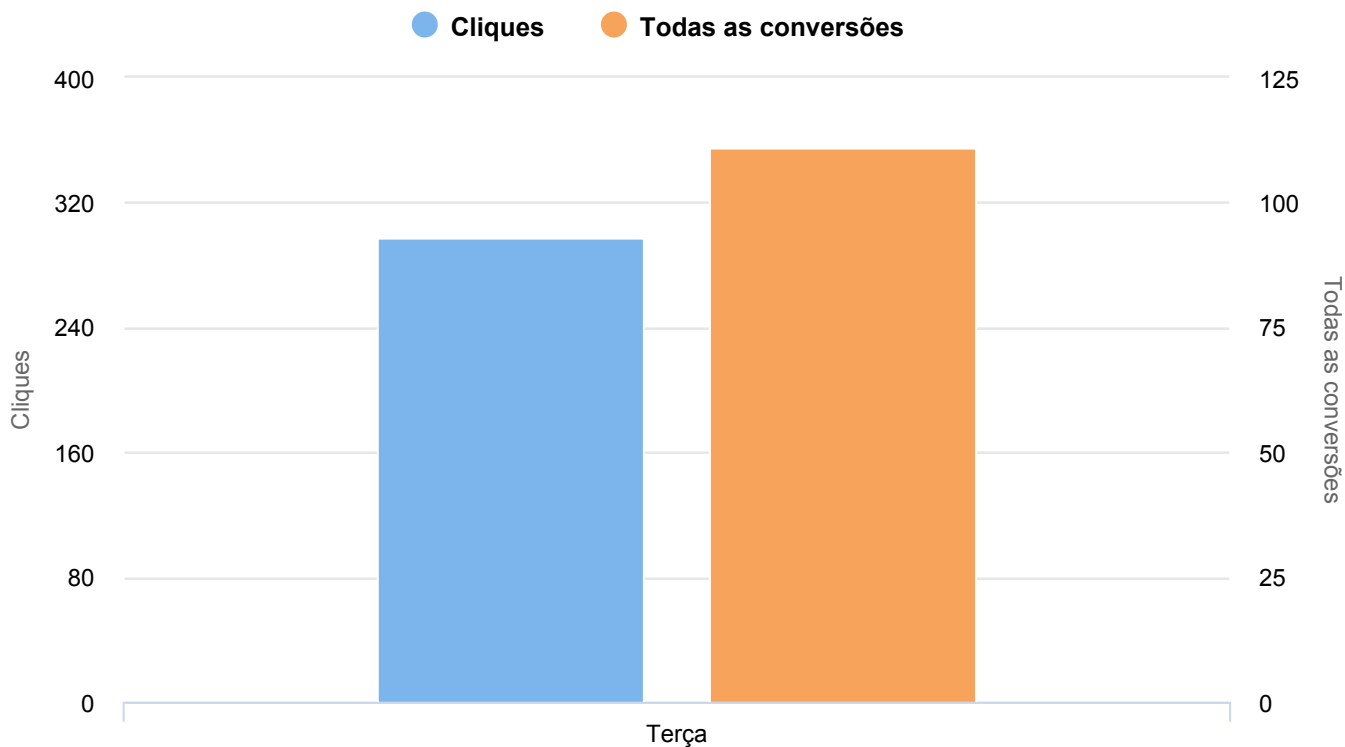
Tipo de dispositivo



Conversões por dispositivo



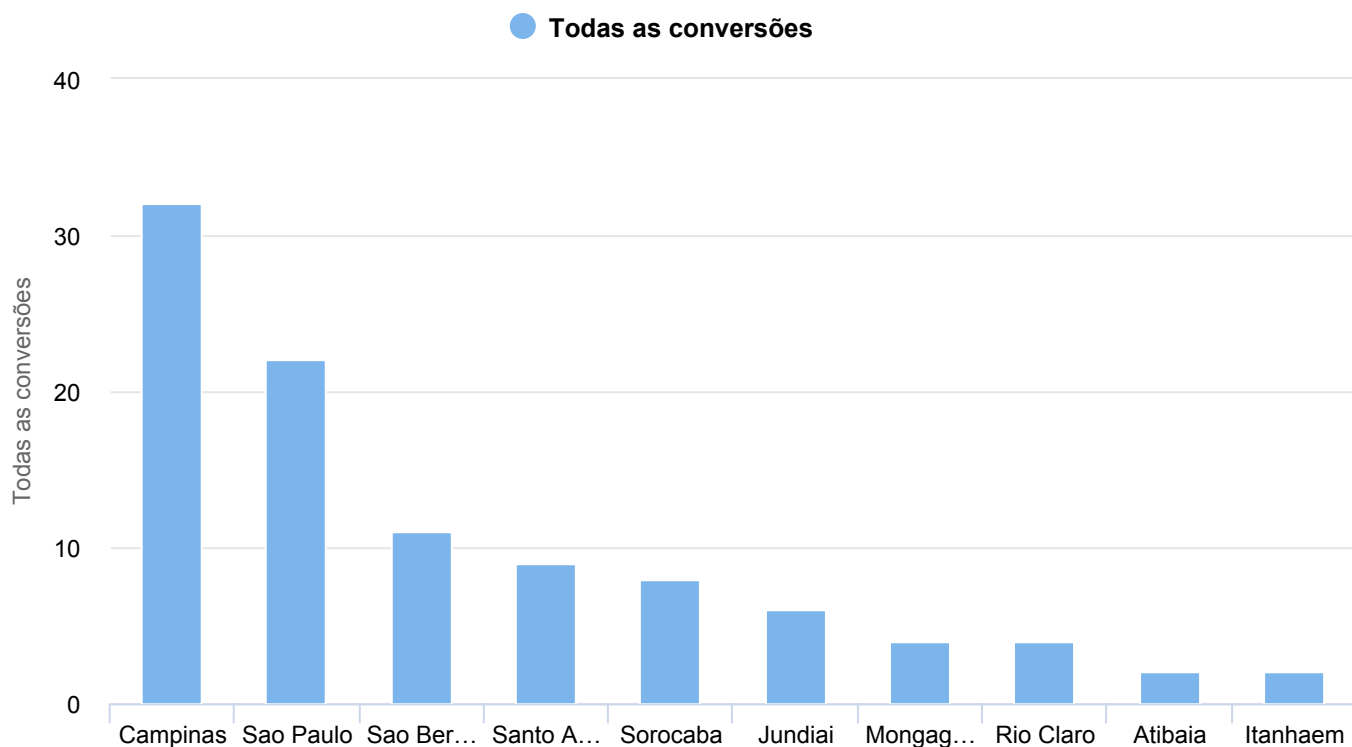
Desempenho do dia da semana



Rede segmentado por nome da conversão

Campanhas	Conversões
[STK] - [YouTube] - [BellaFrizon]	
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	2,00
[STK] - [Display] - [Bellafrizon]	
[SKT] - [FloatWhatsApp] - [Bellafrizon]	1,00

Cidades com mais conversões




Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	% de impr. (1. Posição) (%)	Custo	Todas as conversões	Conversões
Campinas	98	1,553	6,12	18,39	32,00	1,00
Sao Bernardo do Campo	41	699	9,52	9,35	11,00	0,00
Sorocaba	35	626	5,95	8,86	8,00	0,00

Cidades (geográfico)	Cliques	Impressões	% de impr. (1. Posição) (%)	Custo	Todas as conversões	Conversões
Sao Paulo	34	289	6,07	62,85	22,00	0,00
Santo Andre	25	399	2,86	5,12	9,00	0,00
Jundiai	13	288	10,20	3,32	6,00	0,00
Mongagua	8	92	9,82	2,29	4,00	1,00
Peruibe	6	81	14,29	2,59	2,00	0,00
Itanhaem	5	141	0,00	1,31	2,00	0,00
Sao Caetano do Sul	4	60	2,38	3,81	2,00	0,00
Guarulhos	2	26	7,14	5,85	1,00	0,00
Ribeirao Pires	2	1	0,00	0,95	0,00	0,00
Rio Claro	2	22	0,00	1,24	4,00	0,00
Sao Jose do Rio Preto	2	6	0,00	1,05	0,00	0,00
Tremembe	2	5	0,00	0,57	1,00	0,00
Atibaia	1	5	0,00	0,95	2,00	1,00
Carapicuíba	1	1	0,00	0,72	0,00	0,00
Fernandópolis	1	1	0,00	1,23	0,00	0,00
Igarapava	1	3	0,00	0,33	0,00	0,00
Ilhabela	1	11	0,00	0,67	0,00	0,00
Itaquaquecetuba	1	6	0,00	1,95	0,00	0,00
Itatinga	1	1	0,00	1,02	0,00	0,00
Itu	1	4	0,00	0,38	1,00	0,00
Jau	1	2	0,00	0,49	0,00	0,00
Jose Bonifacio	1	3	0,00	1,42	0,00	0,00

Métricas competitivas


PARCELA DE IMPRESSÕES -
PESQUISA

32,53

 100,00% maior que o período anterior


PARCELA DE IMPRESSÕES
PERDIDAS - PESQUISA
(CLASSIFICAÇÃO)

15,32

 100,00% maior que o período anterior

PARCELA DE IMPRESSÕES
PERDIDAS - PESQUISA
(ORÇAMENTO)

52,15

 100,00% 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.