

Relatório Simples – Análise de Marketing.

Objetivo:

Comparar o investimento em marketing por canal ao longo dos trimestres, avaliando a eficiência por meio do **Custo por Clique (CPC)**.

Visão Geral:

- O investimento está concentrado principalmente em **Instagram, Google Ads e LinkedIn**.
- **Google Ads** apresenta alto volume de cliques, mantendo **CPC competitivo** ao longo dos trimestres.
- **Instagram** combina alto alcance com CPC médio, sendo relevante para campanhas de awareness e conversão.
- **LinkedIn** apresenta **CPC mais elevado**, indicando um canal mais caro, porém voltado para público B2B qualificado.
- Canais como **E-mail, Blog e Google Maps** possuem baixo investimento, mas **excelente eficiência de cliques**.

Comparativo por Trimestre (Resumo):

- **1º e 2º trimestres**: maior diversificação de canais e testes de mídia.
- **3º trimestre**: crescimento consistente de Instagram e Google Ads.
- **4º trimestre**: pico de investimento, impulsionado por campanhas de Black Friday e Natal, com aumento expressivo de cliques.
- **1º trimestre de 2026**: retomada estratégica com foco em Instagram, Google Ads e TikTok.

Conclusão:

- **Melhor custo-benefício**: Google Ads e Instagram.
- **Canal premium**: LinkedIn (alto CPC, público qualificado).
- **Oportunidade**: ampliar investimento em canais de baixo custo e alta eficiência como E-mail Marketing e Google Maps.