

Infinity Windows

1–30 de setembro de 2026 · comparado com 1–31 de agosto de 2026

O ESSENCIAL DO MÊS

Este relatório cobre 1–30 de setembro de 2026, comparado com 1–31 de agosto de 2026. No Google Ads o investimento foi de €475 (+4% face ao período de comparação), com 5 conversões (–38%) a um custo médio de €95,09 por resultado. No Meta Ads o investimento foi de €523 (–10% face ao período de comparação), com 62 leads (–6%) a um custo médio de €8,43 por resultado.

GOOGLE ADS

5 ↓38%

conversões · €95,09 cada ↑67%

O foram formulário enviado

META ADS

62 ↓6%

leads · €8,43 cada ↓4%

todos no formulário da Meta

INVESTIDO

€998 ↓3%

nas duas plataformas

IMPRESSIONES

54 821 ↓4%

vezes que apareceu

CLIQUEs

1 574 ↑12%

entradas no site

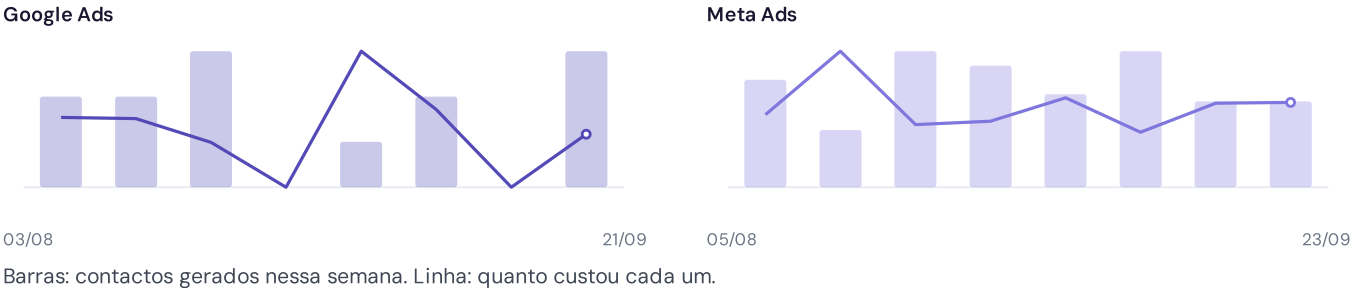
CUSTO POR CLIQUE

€0,63 ↓14%

média

Cada plataforma é contada à parte de propósito: um mesmo formulário do site pode ser reclamado pelas duas, e somá-las contaria a mesma pessoa duas vezes.

Como evoluiu, semana a semana



Onde o dinheiro trabalhou melhor

PLATAFORMA	INVESTIDO	RESULTADOS	POR RESULTADO
● Google Ads			
INFINITY WINDOWS	€475 48%	5 ↓38%	€95,09 ↑67%
● Meta Ads			
CA - INFINITY WINDOWS	€523 52%	62 ↓6%	€8,43 ↓4%

O que esteve no ar

1–30 de setembro de 2026

Google Ads

Os que têm mais dados primeiro, e dentro desses do mais barato ao mais caro

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO	VIRAM ATÉ AO FIM
Infinity Portas em PVC Portas PVC	€69,48	2	€34,74	—
Janelas E Portas Em PVC Caixilharias	€83,36	1	€83,36	—
Caixilharias em PVC Setúbal Caixilharias	€94,47	1	€94,47	—
Janelas em PVC em Setúbal Janelas PVC	€132	1	€132	—

Os anúncios com menos de 10 contactos ainda têm pouca amostra — o custo por contacto pode variar bastante de um mês para o outro.

Sem contactos no período — o que se vê é o alcance

ANÚNCIO	INVESTIDO	CLIQUES	CTR
Janelas em PVC Portugal Janelas PVC	€46,79	62	4,51%
Infinity Windows Portas PVC	€32,56	32	6,26%

Meta Ads

Os que têm mais dados primeiro, e dentro desses do mais barato ao mais caro

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO	VIRAM ATÉ AO FIM
 AD20.2 – Como medir Video 04.2026 00 – Interesses ADV+ Open	€70,63	10	€7,06	1,60% 3 891 viram
 AD20.2 – Como medir Video 04.2026 00 – Interesses Open	€217	27	€8,03	1,60% 14 154 viram
 AD19.1 – Vidro duplo Video 04.2026 00 – Interesses ADV+ Mix	€153	15	€10,17	1,20% 11 575 viram
 AD20.2 – Como medir Video 04.2026 00 – Interesses Mix	€4,95	1	€4,95	0,80% 363 viram
 AD20.2 – Como medir Video 04.2026 01 – AUTO Interesses Open ADV+	€30,37	5	€6,07	1,80% 2 300 viram

Os anúncios com menos de 10 contactos ainda têm pouca amostra — o custo por contacto pode variar bastante de um mês para o outro.

Sem contactos no período — o que se vê é o alcance

ANÚNCIO	INVESTIDO	CLIQUEs	CTR
 AD26 – Mais conforto Video 06.2026 00 – Envolvimento All-in-One	€20,15	19	1,40%
 AD20.2 – Como medir Video 04.2026 00 – Interesses ADV+ Mix	€4,06	3	1,15%
 AD19.1 – Vidro duplo Video 04.2026 00 – Interesses ADV+ Open	€3,33	2	0,58%

O número de conversões da primeira página soma todas estas acções. Elas não valem o mesmo: abrir o pedido de orçamento e carregar em enviar são passos diferentes, e só o último deixa os dados de contacto.

PLATAFORMA	AÇÃO	VEZES	PERÍODO ANTERIOR
Google Ads	Calls from ads	5	8 ↓38%
Meta Ads	Formulário da Meta	FORMULÁRIO62	66 ↓6%

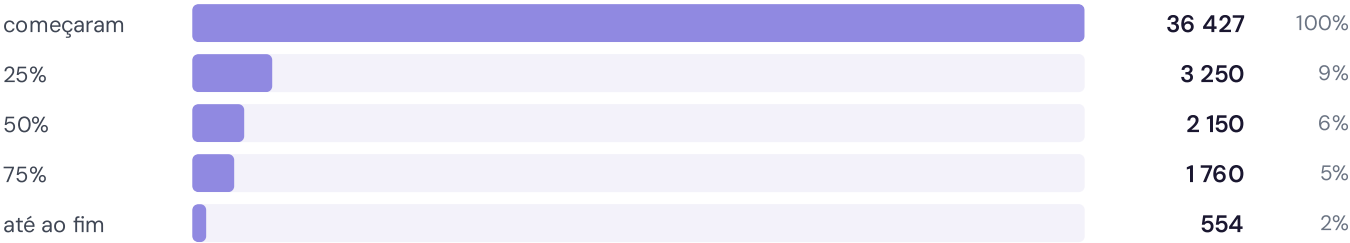
Das 5 conversões do Google Ads, 0 foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras 5 são cliques — em botões de contacto ou a abrir o pedido de orçamento — que mostram interesse mas não deixam forma de responder.

O vídeo

1–30 de setembro de 2026

Quantas pessoas viram, e até onde

Em média, cada pessoa viu 5.0 segundos.



Onde o vídeo prende mais

a mesma peça rende de maneira diferente conforme o sítio onde aparece

ONDE	INVESTIDO	CONTACTOS	CADA UM	ATÉ AO FIM
Instagram · feed	€142	16	€8,87	1,60%
Facebook · feed	€131	15	€8,72	1,50%
Instagram · stories	€92,29	14	€6,59	1,30%
Facebook · reels	€78,73	6	€13,12	1,70%
Instagram · reels	€59,51	7	€8,50	1,40%

Regiões e palavras

1–30 de setembro de 2026

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€129	51%	↑40%
Setúbal	€108	43%	↑4%
Santarém	€7,92	3%	↑144%
Leiria	€7,79	3%	↑9%

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€242	46%	↓18%
Setúbal	€216	41%	↓4%
Santarém	€34,96	7%	↑18%
Évora	€13,80	3%	↑17%
Leiria	€9,42	2%	↓28%
Beja	€6,06	1%	↑7%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
portas em pvc exterior	€17,16	1	€17,16
empresas de janelas e portas em pvc	€17,71	1	€17,71
porta exterior	€18,70	1	€18,70
caixilharias	€130	2	€64,97

De 27 palavras-chave com investimento no período. Primeiro as que já têm contactos suficientes para o custo ser fiável; as últimas ainda têm poucos, e o preço delas pode mudar bastante no mês seguinte.

Trabalho no período

1–30 de setembro de 2026

Optimizações no período

Google Ads

142 ajustes

palavras-chave e públicos		76
criativos e extensões		48
criativos das campanhas		7
segmentação das campanhas		5
campanhas		4

Meta Ads

72 ajustes

anúncios ligados/pausados		46
outros ajustes nas campanhas		10
conjuntos ligados/pausados		6
campanhas ligadas/pausadas		5
públicos ajustados		3

Trabalho da equipa

Sem tarefas ligadas a este cliente no período.

COMO LER ESTES NÚMEROS

Custo por resultado — quanto custou, em média, cada contacto gerado.

CTR — de cada 100 pessoas que veem o anúncio, quantas clicam.

Impressões — vezes que o anúncio apareceu; a mesma pessoa conta várias.

CPM — quanto custa mostrar o anúncio mil vezes.

ALGUMA DÚVIDA SOBRE ESTES NÚMEROS?

Juliana Tavares

Gestora de conta · AI&Media

geral@aiemedia.pt · +351 910 196 511