

Luzitanus

1–31 de agosto de 2026 · comparado com 1–31 de julho de 2026

Em agosto, o investimento em Meta Ads aumentou de €1 773 para €2 008, mas o número de leads desceu de 303 para 296, elevando o custo por resultado de €5,85 para €6,78. A concentração de despesa em Lisboa e Setúbal mantém-se, enquanto foram executadas 100 otimizações nas plataformas durante o mês.

RESULTADOS NO TOTAL

296

↓2%

contactos gerados em anúncios

CUSTO POR RESULTADO

€6,78

↑16%

média ponderada · era €5,85 antes

INVESTIDO

€2 008

↑13%

em anúncios

IMPRESSIONES

373 986

↑12%

vezes que apareceu

CLIQUEs

12 331

↑5%

entradas no site

CUSTO POR CLIQUE

€0,16

↑8%

média

Como evoluiu, semana a semana

Meta Ads



06/07

Barras: contactos gerados nessa semana. Linha: quanto custou cada um.

24/08

O que esteve no ar

1–31 de agosto de 2026

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
AD01 - VD - Montijo - Gabriel OO - FORMULÁRIO- PUBLICO ABERTO DISTRITO DE LISBOA	€93,30	37	€2,52
AD02 - VD - Quinta do Conde - voz masculina OO - FORMULÁRIO- PUBLICO ABERTO DISTRITO DE LISBOA	€183	59	€3,11
AD01 - CAR - T2+1 - BEATO OO - FORMULÁRIO- PUBLICO ABERTO	€184	29	€6,33
AD05_IMG_Setúbal OO - FORMULÁRIO- PUBLICO ABERTO LISBOA & SETÚBAL	€148	23	€6,44
AD01 - IMG - Criativo com valor OO - FORMULÁRIO- PUBLICO ABERTO DISTRITO DE LISBOA	€183	21	€8,71

Regiões

1–31 de agosto de 2026

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€1 083	54%	↓7%
Setúbal	€796	40%	↑34%
São Paulo (state)	€69,57	3%	—
Federal	€20,32	1%	—
Santarém	€19,49	1%	↑48%
Goiás	€16,09	1%	—

Trabalho no período

1–31 de agosto de 2026

Optimizações no período

Meta Ads

100 ajustes

anúncios ligados/pausados		36
outros ajustes nas campanhas		30
anúncios a entrar em veiculação		8
anúncios criados		4
orçamentos ajustados		4

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.