

Shadow

1–31 de julho de 2026 · comparado com 31 de maio a 30 de junho de 2026

Este relatório cobre 1–31 de julho de 2026, comparado com 31 de maio a 30 de junho de 2026. No Google Ads o investimento foi de €868 (–17% face ao período de comparação), com 8 conversões (–33%) a um custo médio de €116 por resultado. No Meta Ads o investimento foi de €674 (+4% face ao período de comparação), com 110 leads (+31%) a um custo médio de €6,13 por resultado.

GOOGLE ADS

8 ↓33%

conversões · €109 cada ↑25%

4 foram formulário enviado

META ADS

110 ↑31%

leads · €6,13 cada ↓20%

todos no formulário do site

INVESTIDO

€1 542 ↓9%

nas duas plataformas

IMPRESSÕES

268 844 ↑1%

vezes que apareceu

CLIQUE

10 787 ↑4%

entradas no site

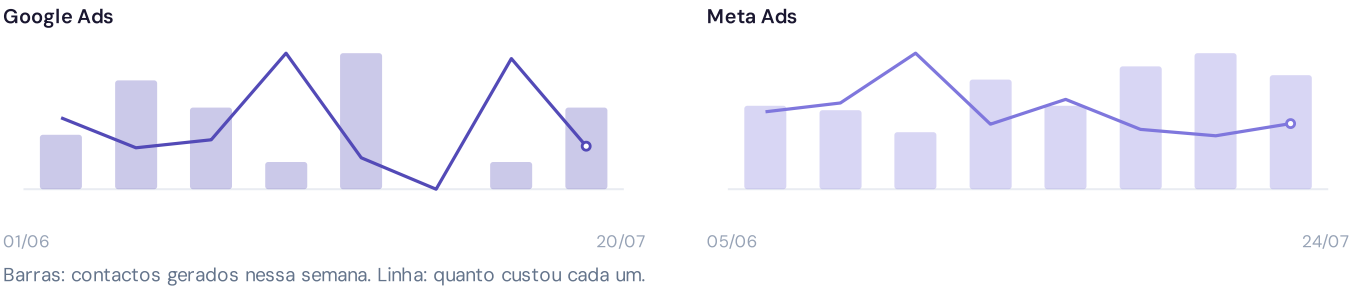
CUSTO POR CLIQUE

€0,14 ↓12%

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 SHADOW	€868 56%	8 ↓33%	€109 ↑25%
● Meta Ads CA – SHADOW	€674 44%	110 ↑31%	€6,13 ↓20%

De que são feitas as conversões

1–31 de julho de 2026

O número de conversões da primeira página soma todas estas ações. 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	Shadow.com.pt (web) generate_lead_contato	FORMULÁRIO	4	10 ↓60%
Google Ads		Calls from ads	4	2 ↑100%
Meta Ads	Formulário do site	FORMULÁRIO	110	84 ↑31%

Das 8 conversões do Google Ads, 4 foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras 4 são cliques — em botões de contacto ou a abrir o pedido de orçamento — que mostram interesse mas não deixam forma de responder.

O que estive no ar

1–31 de julho de 2026

Google Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
Shadow Sistema ZIP	€70,75	1	€70,75
Guardas de Vidro Guardas	€76,31	1	€76,31
Pérgolas Bioclimáticas Pérgolas	€402	4	€101
Pérgolas Pérgolas	€136	1	€136

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
Os Melhores em Alumínio Branding	€183	685	3,61%

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
AD14 – Video 2 00 AUTO Interesses MIX	€51,28	14	€3,66
AD2 – Uma solução 00 AUTO Envolvimento + Lista	€83,66	19	€4,40
AD26 – Pergola Varanda 00 AUTO ADV+ Interesses Open PARTNERS	€82,97	17	€4,88
AD1 – Perfeito nos dias frios 00 AUTO Envolvimento + Lista	€61,00	12	€5,08
AD14 – Video 2 00 AUTO Lookalike LAL MIX	€60,00	11	€5,45

Regiões e palavras

1–31 de julho de 2026

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€370	64%	↓18%
Setúbal	€124	21%	↑21%
Faro	€66,36	12%	↑32%
Évora	€11,28	2%	↓17%
Leiria	€4,33	1%	↓81%

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€482	71%	↑8%
Faro	€83,92	12%	↓2%
Leiria	€63,64	9%	↑10%
Santarém	€21,44	3%	↓3%
Évora	€19,00	3%	↓7%
Setúbal	€4,34	1%	↓52%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
pérgolas para exteriores	€81,86	2	€40,93
pergolas	€87,81	2	€43,91
cortina de vidro	€45,13	1	€45,13
pérgolas por medida	€137	2	€68,35
estores ZIP	€70,75	1	€70,75

De 24 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

1–31 de julho de 2026

Optimizações no período

Google Ads

15 ajustes

palavras-chave e públicos		11
campanhas		2
segmentação das campanhas		1
orçamentos		1

Meta Ads

100 ajustes

anúncios ligados/pausados		54
anúncios criados		17
anúncios a entrar em veiculação		13
outros ajustes nas campanhas		10
conjuntos ligados/pausados		1

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.