

Shadow

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

Este relatório cobre 1–31 de agosto de 2026, comparado com 1–31 de julho de 2026. No Google Ads o investimento foi de €859 (–1% face ao período de comparação), com 9 conversões (+12%) a um custo médio de €95,42 por resultado. No Meta Ads o investimento foi de €680 (+1% face ao período de comparação), com 98 leads (–11%) a um custo médio de €6,94 por resultado.

GOOGLE ADS

9 ↑12%

conversões · €95,42 cada ↓12%

7 foram formulário enviado

META ADS

98 ↓11%

leads · €6,94 cada ↑13%

todos no formulário do site

INVESTIDO

€1 538 0%

nas duas plataformas

IMPRESSIONES

290 178 ↑8%

vezes que apareceu

CLIQUEs

10 852 ↑1%

entradas no site

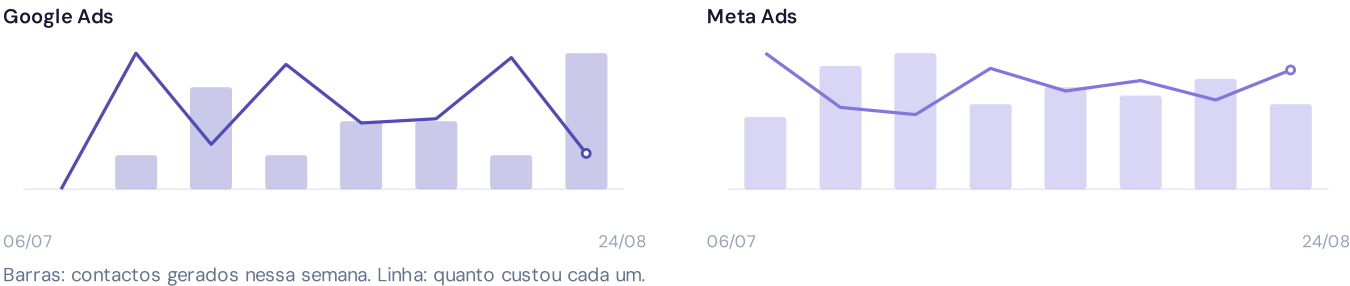
CUSTO POR CLIQUE

€0,14 ↓1%

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	€859 56%	9 ↑12%	€95,42 ↓12%
● Meta Ads CA – SHADOW	€680 44%	98 ↓11%	€6,94 ↑13%

De que são feitas as conversões

1–31 de agosto 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	7	4 ↑75%
Google Ads		Calls from ads	2	4 ↓50%
Meta Ads	Formulário do site	FORMULÁRIO	98	110 ↓11%

Das 9 conversões do Google Ads, 7 foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras 2 são cliques — em botões de contacto ou a abrir o pedido de orçamento — que mostram interesse mas não deixam forma de responder.

O que esteve no ar

1–31 de agosto de 2026

Google Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
Sistema ZIP Sistema ZIP	€222	4	€55,59
Pérgolas Bioclimáticas Pérgolas	€359	4	€89,63
Os Melhores em Alumínio Branding	€183	1	€183

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
Pérgolas Pérgolas	€66,08	33	9,14%
Shadow Guardas	€28,65	29	5,97%

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
AD1 – Perfeito nos dias frios 00 AUTO Envolvimento + Lista	€73,90	17	€4,35
AD30 – Flexibilidade Video 2026.05 00 AUTO ADV+ Interesses Open TESTE	€53,09	12	€4,42
AD26 – Pergola Varanda 00 AUTO Interesses Restaurantes + Hotel	€51,36	11	€4,67
AD26 – Pergola Varanda 00 AUTO ADV+ Interesses Open PARTNERS	€85,47	16	€5,34
AD14 – Video 2 00 AUTO Interesses MIX	€59,09	9	€6,57

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

Regiões e palavras

1–31 de agosto de 2026

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€405	74%	↑9%
Faro	€68,96	13%	↑4%
Setúbal	€57,79	11%	↓53%
Évora	€11,62	2%	↑3%

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€470	69%	↓2%
Faro	€93,82	14%	↑12%
Leiria	€67,55	10%	↑6%
Évora	€20,99	3%	↑10%
Santarém	€20,04	3%	↓7%
Setúbal	€6,55	1%	↑51%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
pergolas bioclimaticas	€26,03	1	€26,03
estores ZIP	€222	4	€55,59
pérgolas por medida	€133	2	€66,69
pergolas	€87,68	1	€87,68

De 19 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 agosto de 2026

Optimizações no período

Meta Ads

62 ajustes

anúncios ligados/pausados		33
anúncios a entrar em veiculação		12
anúncios criados		12
outros ajustes nas campanhas		5

Google Ads: sem alterações registadas no período.

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.