

Teste

1 de julho a 31 de agosto de 2026 · comparado com 30 de abril a 30 de junho de 2026

Este relatório cobre 1 de julho a 31 de agosto de 2026, comparado com 30 de abril a 30 de junho de 2026. No Meta Ads o investimento foi de €742 (+1% face ao período de comparação), com 0 resultados.

RESULTADOS NO TOTAL

0

contactos gerados em anúncios

CUSTO POR RESULTADO

—

média ponderada

INVESTIDO

€742 ↑1%

em anúncios

IMPRESSÕES

613 241 ↑34%

vezes que apareceu

CLIQUEs

26 073 ↓1%

entradas no site

CUSTO POR CLIQUE

€0,03 ↑2%

média

Não houve contactos registados no período, pelo que não há custo por resultado a comparar.

Como evoluiu, semana a semana

Meta Ads



O que esteve no ar

1 de julho a 31 de agosto de 2026

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CLIQUES	CTR
AD5 – IG PERGOLAS Video 2 01 AUTO Interesses Mix	€126	3 786	2,53%
AD11 – Aprenda a limpar Video 2026.01 01 AUTO Interesses Mix	€101	4 604	5,85%
AD11 – Aprenda a limpar Video 2026.01 01 AUTO Interesses Open	€88,36	4 177	6,25%

Regiões

1 de julho a 31 de agosto de 2026

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€506	68%	↓2%
Setúbal	€236	32%	↑7%

Trabalho no período

1 de julho a 31 de agosto de 2026

Optimizações no período

Meta Ads

81 ajustes

anúncios ligados/pausados		31
anúncios a entrar em veiculação		18
outros ajustes nas campanhas		17
anúncios criados		12
imagens adicionadas		3

Trabalho da equipa

24/08 — Luzitanus · Empreendimento Setúbal · Novo Teste (Designer)

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.