

Windoer Braga

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 €816 (+1% face ao período de comparação), com 553 conversões (-10%) a um custo médio de €1,48 por resultado. No Meta Ads o investimento foi de €640 (-14% face ao período de comparação), com 0 resultados.

GOOGLE ADS

553 ↓10%

conversões · €1,48 cada ↑13%
39 foram formulário enviado

META ADS

0 –

sem contactos registados no período

INVESTIDO

€1 456 ↓6%

nas duas plataformas

IMPRESSÕES

301 322 ↓16%

vezes que apareceu

CLIQUEs

8 914 ↓5%

entradas no site

CUSTO POR CLIQUE

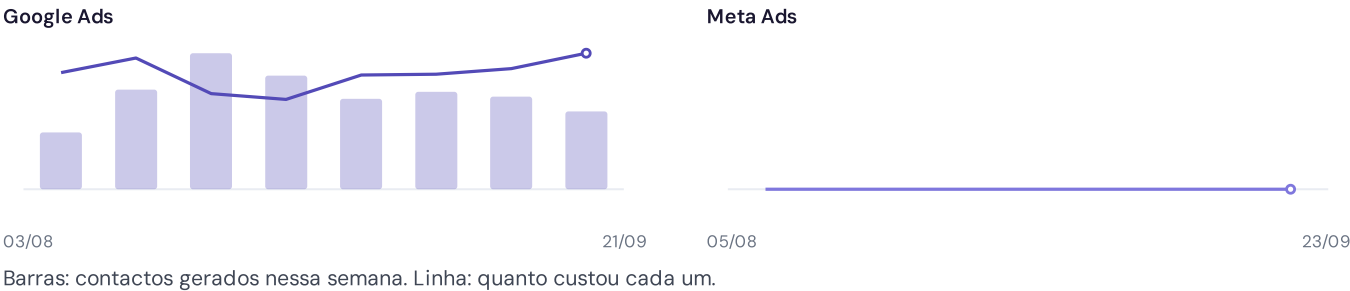
€0,16 ↓1%

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.

Houve investimento em Meta Ads sem nenhum formulário registado no período. Vale a pena confirmar o traqueamento antes de ler isto como resultado da campanha.

Como evoluiu, semana a semana



Onde o dinheiro trabalhou melhor

PLATAFORMA	INVESTIDO	RESULTADOS	POR RESULTADO
● Google Ads WINDOOR BRAGA	€816 56%	553 ↓10%	€1,48 ↑13%
● Meta Ads CA - WINDOOR BRAGA	€640 44%	0 –	– –

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
Windoer Braga Caixilharias	€21,38	16	€1,34	—
Portas Em PVC em Braga Portas	€103	76	€1,35	—
Windoer Braga (1 de 3) Portas	€108	75	€1,44	—
Janelas de PVC em Braga (1 de 2) Janelas	€31,77	21	€1,51	—
Windoer Portas em PVC Portas	€35,00	20	€1,75	—

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CLIQUEs	CTR
 AD4 – Norte a Sul Vídeo 00 – AUTO Lookalike LAL + Envolvimento	€141	691	1,89%
 AD20 – Desconto Verão 2026.05 00 – AUTO ADV+ Lookalike LAL + Envolvimento	€71,74	392	2,10%
 AD20 – Desconto Verão 2026.05 00 – AUTO Interesses Open	€70,40	200	0,91%

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	JT Clique Contato	514	570 ↓10%
Google Ads	JT Pagina Obrigado FORMULÁRIO	39	45 ↓13%

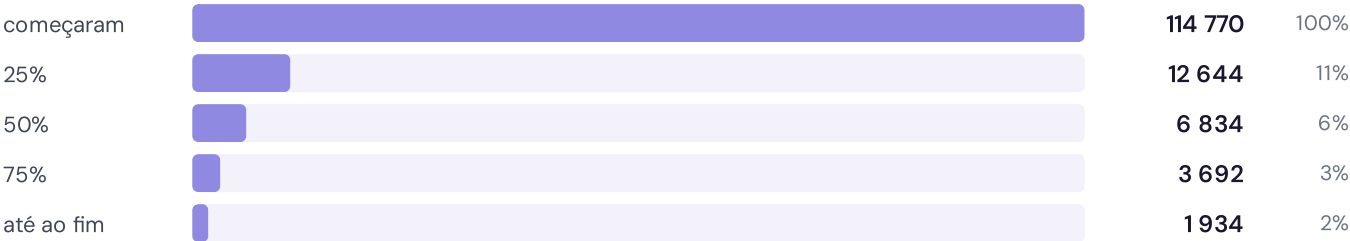
Das **553** conversões do Google Ads, **39** foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras **514** são cliques — em botões de contacto ou a abrir o pedido de orçamento — que mostram interesse mas não deixam forma de responder.

O vídeo

1–30 de setembro de 2026

Quantas pessoas viram, e até onde

Em média, cada pessoa viu 3.0 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
Facebook · feed	€308	0	—	1,40%
Instagram · feed	€104	0	—	2,10%
Facebook · reels	€82,86	0	—	2,30%
Instagram · stories	€59,26	0	—	1,10%
Instagram · reels	€45,49	0	—	1,10%

Regiões e palavras

1–30 de setembro de 2026

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Braga	€356	91%	↓1%
Viana do Castelo	€23,28	6%	↓11%
Porto	€13,56	3%	↑85%

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Braga	€572	89%	↓14%
Porto	€55,38	9%	↓20%
Viana do Castelo	€12,52	2%	↓2%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
portadas exteriores	€8,15	10	€0,82
portas e janelas em pvc	€14,57	12	€1,21
porta pvc exterior	€40,18	30	€1,34
caixilharia	€16,51	10	€1,65
janelas pvc ou alumínio	€22,37	11	€2,03
janelas pvc	€24,71	11	€2,25

De 40 palavras-chave com investimento no período. Estas são as que trouxeram contactos ao menor custo.

Trabalho no período

1–30 de setembro de 2026

Optimizações no período

Google Ads

200 ajustes

palavras-chave e públicos		182
segmentação das campanhas		16
orçamentos		2

Meta Ads

100 ajustes

anúncios ligados/pausados		42
anúncios a entrar em veiculação		21
anúncios criados		16
outros ajustes nas campanhas		14
orçamentos ajustados		6

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