

Windoer Lisboa

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

Este relatório cobre 1–31 de julho de 2026, comparado com 1–30 de junho de 2026. No Meta Ads o investimento foi de €816 (-5% face ao período de comparação), com 148 leads (+72%) a um custo médio de €5,51 por resultado. No Google Ads o investimento foi de €2 075 (-9% face ao período de comparação), com 938 conversões (+6%) a um custo médio de €2,21 por resultado.

META ADS

148 ↑72%

leads · €5,51 cada ↓45%

todos no formulário da Meta

GOOGLE ADS

938 ↑6%

conversões · €2,21 cada ↓15%

36 foram formulário enviado

INVESTIDO

€2 890 ↓8%

nas duas plataformas

IMPRESSÕES

453 546 ↑9%

vezes que apareceu

CLIQUEs

13 934 ↑11%

entradas no site

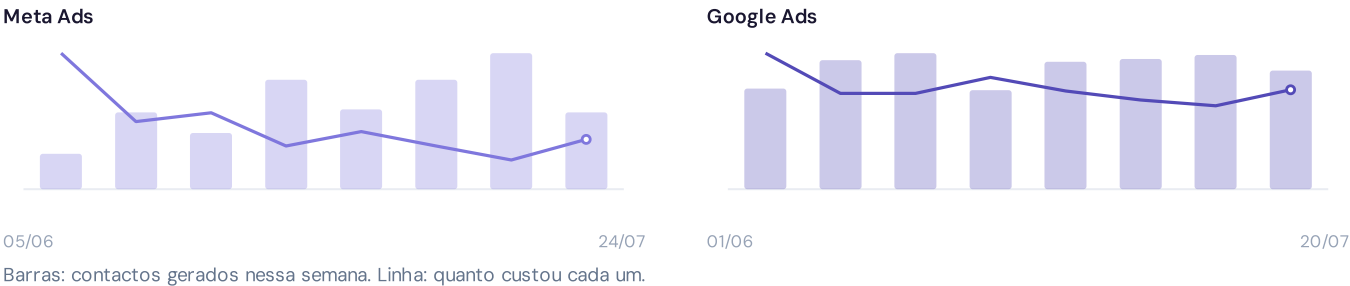
CUSTO POR CLIQUE

€0,21 ↓17%

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
● Meta Ads CA – Windoor Portas e Janelas	€816 28%	148 ↑72%	€5,51 ↓45%
● Google Ads WINDOOR LISBOA	€2 075 72%	938 ↑6%	€2,21 ↓15%

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
Meta Ads	Formulário da Meta FORMULÁRIO	148	86 ↑72%
Google Ads	JT Clique Contato	661	569 ↑16%
Google Ads	JT SITE Botão E-mail	116	135 ↓14%
Google Ads	JT SITE Botão WhatsApp	70	61 ↑15%
Google Ads	JT SITE Botão Telefone	55	83 ↓34%
Google Ads	JT Página Obrigado FORMULÁRIO	36	34 ↑6%

Das 938 conversões do Google Ads, 36 foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras 902 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 julho de 2026

Meta Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
AD1 – Menos Ruido Carrossel 2026.06 01 AUTO Interesses Open	€110	48	€2,29
AD8 – Rede Mosquiteira 2026.06 00 AUTO Envolvimento All-in-one	€38,44	14	€2,75
AD11 – Somos líderes Video 2026.07 01 AUTO Interesses ADV+ Open	€65,58	22	€2,98
AD1.1 – Menos Ruido Carrossel LOURES 2026.06 2 00 AUTO Envolvimento All-in-one	€69,95	21	€3,33
AD8 – Rede Mosquiteira 2026.06 01 AUTO Interesses ADV+ Open	€58,46	15	€3,90

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CLIQUES	CTR
AD6 – O que vendemos? 01 IG Interesses Open	€125	939	1,47%
AD7.1 – Nagana Collab Video 01 AUTO Interesses Open	€30,75	364	2,91%

Google Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
Windoar Lisboa Portugal Branding	€316	207	€1,53
Janelas em PVC Branding	€182	115	€1,58
Entrega rápida e eficaz Concorrentes	€92,58	42	€2,20
Windoar Lisboa Concorrentes	€90,98	39	€2,33
Caixilharias em PVC Portugal Caixilharias	€330	127	€2,60

Regiões e palavras

1–31 de julho de 2026

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€584	72%	↓12%
Setúbal	€224	27%	↑23%
Santarém	€7,37	1%	↑35%

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€1 718	89%	↓11%
Setúbal	€199	10%	↓19%
Santarém	€9,83	1%	↑45%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
windoor lisboa	€79,82	66	€1,21
windor	€21,37	17	€1,26
perfil pvc	€13,52	10	€1,35
caixiave lisboa	€21,17	15	€1,41
portas pvc	€28,75	20	€1,44
windoor	€299	191	€1,57

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

Trabalho no período

1–31 de julho de 2026

Optimizações no período

Meta Ads

100 ajustes

anúncios ligados/pausados		48
anúncios a entrar em veiculação		12
conjuntos ligados/pausados		9
públicos ajustados		7
anúncios criados		3

Google Ads

747 ajustes

palavras-chave e públicos		577
segmentação das campanhas		80
criativos e extensões		39
orçamentos		19
campanhas		9

Trabalho da equipa

25/07 — Suite básica de observabilidade (Automação + IA)

25/07 — Testar fluxo completo do N8N (Automação + IA)

25/07 — Lógica de envio do e-mail (Automação + IA)

25/07 — Salvar o PDF (Automação + IA)

25/07 — Montar lógica de transformação XML->PDF (Automação + IA)

25/07 — Criar formulário (Automação + IA)

25/07 — Criar orçamento "default" em .wxo (Automação + IA)

25/07 — Wincalc MVP (Automação + IA)

23/07 — Otimização · Meta Ads (Tráfego Pago)

23/07 — Briefing + Otimização (Tráfego Pago)

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.