

Windoer Lisboa

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 Meta Ads o investimento foi de €721 (–12% face ao período de comparação), com 191 leads (+29%) a um custo médio de €3,77 por resultado. No Google Ads o investimento foi de €1 931 (–7% face ao período de comparação), com 1 000 conversões (+7%) a um custo médio de €1,93 por resultado.

META ADS

191 ↑29%

leads · €3,77 cada ↓32%

164 no formulário da Meta · 27 no formulário do site

GOOGLE ADS

1 000 ↑7%

conversões · €1,93 cada ↓13%

25 foram formulário enviado

INVESTIDO

€2 651 ↓8%

nas duas plataformas

IMPRESSIONES

442 890 ↓2%

vezes que apareceu

CLIQUE

14 062 ↑1%

entradas no site

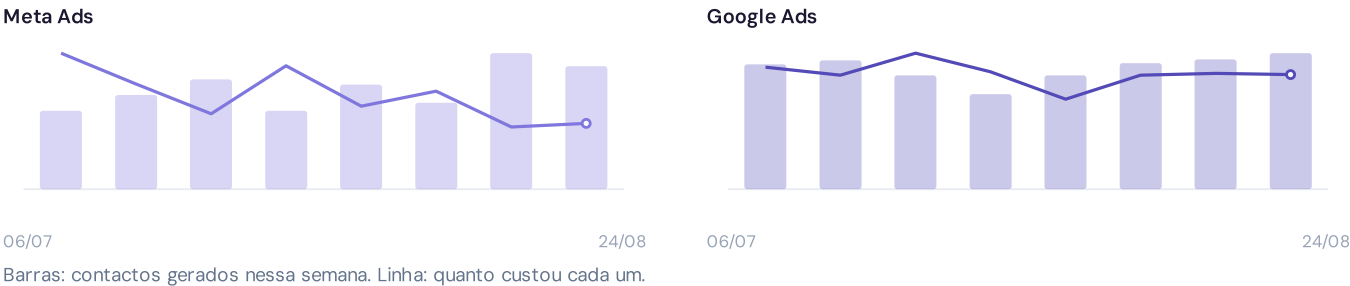
CUSTO POR CLIQUE

€0,19 ↓9%

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	€721 27%	191 ↑29%	€3,77 ↓32%
● Google Ads WINDOOR LISBOA	€1 931 73%	1 000 ↑7%	€1,93 ↓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
Meta Ads	Formulário da Meta FORMULÁRIO	164	148 ↑11%
Meta Ads	Formulário do site FORMULÁRIO	27	—
Google Ads	JT Clique Contato	751	661 ↑14%
Google Ads	JT SITE Botão E-mail	106	116 ↓9%
Google Ads	JT SITE Botão WhatsApp	73	70 ↑4%
Google Ads	JT SITE Botão Telefone	45	55 ↓18%
Google Ads	JT Página Obrigado FORMULÁRIO	25	36 ↓31%

Das **1 000** conversões do Google Ads, **25** foram formulário enviado, com os dados de contacto da pessoa. As outras **975** 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

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	€75,25	29	€2,59
AD11 – Somos líderes Video 2026.07 01 AUTO Interesses Reforma + Janelas	€61,05	23	€2,65
AD11 – Somos líderes Video 2026.07 01 AUTO Interesses ADV+ Open	€56,57	21	€2,69
AD1.3 – Menos Ruido Video Completo 01 AUTO Interesses Open	€52,60	17	€3,09
AD8 – Rede Mosquiteira 2026.06 00 AUTO Envolvimento All-in-one	€34,89	11	€3,17

Google Ads

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

ANÚNCIO	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
Janelas em PVC Branding	€108	112	€0,96
Windoos Lisboa Portugal Branding	€257	255	€1,01
Caixilharias Windoos Lisboa Caixilharias	€83,80	47	€1,78
Caixilharias em PVC Portugal Caixilharias	€124	66	€1,87
Produção própria dos Vidros Concorrentes	€129	49	€2,63

Regiões e palavras

1–31 de agosto de 2026

Regiões · Meta Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€528	73%	↓10%
Setúbal	€185	26%	↓17%
Santarém	€7,50	1%	↑2%

Regiões · Google Ads

REGIÃO	INVESTIDO	QUOTA	VS ANTES
Lisboa	€1 499	88%	↓13%
Setúbal	€199	12%	0%
Santarém	€7,10	0%	↓28%

As palavras que trouxeram procura

Google Ads · as pesquisas em que a marca aparece

PALAVRA-CHAVE	INVESTIDO	CONTACTOS	POR CONTACTO
windor	€9,28	13	€0,71
windoor lisboa	€68,10	77	€0,88
windoor janelas pvc	€32,61	33	€0,99
windoor	€205	200	€1,02
windoor sintra	€24,98	23	€1,09
empresas de janelas em pvc	€40,60	34	€1,19

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

Trabalho no período

1–31 de agosto de 2026

Optimizações no período

Meta Ads

100 ajustes

anúncios ligados/pausados		44
campanhas ligadas/pausadas		15
outros ajustes nas campanhas		13
anúncios a entrar em veiculação		10
anúncios criados		10

Google Ads

3 ajustes

orçamentos		3
------------	-------------	---

Trabalho da equipa

03/08 — Campanha Menos Ruido · Vila Franca (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.