



Google Ads

ANO 2025

Conversões ▾	Custo / conv. ▾	CPC méd.	Custo ▾
244,00	R\$ 82,97	R\$ 0,88	R\$ 20,2 mil

Número total de conversões.

Essa conversão não significa venda. É contado como conversão quando alguém se cadastra, inicia uma conversa no whatsapp, ou faz alguma outra ação configurada no objetivo da campanha

Custo médio conversão

Custo está alto. Considerando o custo baixo de cliques, o custo de conversão também deveria estar mais baixo.

Provavelmete as pessoas interessadas clicam no anúncio, mas por algum motivo não se cadastram.

Custo médio por cada clique nos anúncios

Custo por clique está bom

Valor total investido em 2025

! ATENÇÃO NESSES PONTOS:

- 1) No momento não há nenhuma campanha ativa no Google. A última campanha foi realizada no mês de Outubro de 2025.
- 2) Existe um saldo de R\$ 4.000,00 para fazer campanhas no Google
- 3) Existem muitos cartões de crédito cadastrados para cobrir os custos do Google. Precisa verificar e deixar apenas cartão da empresa, com o mesmo CNPJ.



Google Ads

OPORTUNIDADES GOOGLE

Palavra-chave	↓ Média de pesquisas mensais
confiauto	1 mil – 10 mil
rastreamento	1 mil – 10 mil
seguro moto	100 – 1 mil
seguro carro	100 – 1 mil
rastreador	100 – 1 mil
proteção veicular	100 – 1 mil
seguro automóvel	10 – 100
seguro caminhão	10 – 100

Locais

Principais cidades ▼

Conversões ▼



Vila Velha	21%
Serra	16%
Cariacica	13%
Vitória	11%
Linhares	5%
Outros locais	35%

Cidades no ES onde temos maiores volumes de pesquisa e cliques em termos ligados ao tipo de negócio da Confiauto.

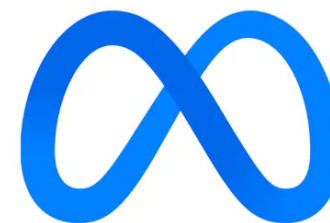
COMPARATIVO DE VERBA



Google Ads

Valor total investido em 2025:

R\$ 20.200,00



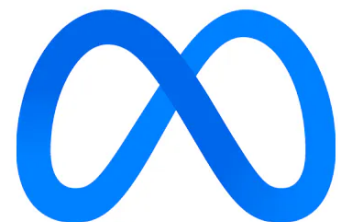
Meta

Valor total investido em 2025:

R\$ 875.868,33

! ATENÇÃO NESSES PONTOS:

- 1) O valor investido no Google está muito menor do que o valor investido no META
- 2) A verba precisa ser melhor distribuída entre os canais para aproveitar as oportunidades das duas redes.
- 3) Considerando a verba total de 2025 (Google + Meta) apenas 2% foi direcionado para o Google, o que certamente fez perder muitas oportunidades de captação de clientes que usam o buscador para encontrar os serviços relacionados à Confiauto.



Meta

ANO 2025

Valor total investido em 2025:

R\$ 875.868,33

1.185.670

Total

R\$ 0,74

Por clique

R\$ 878.736,41

Total usado

→ **Número total
de cliques nos
anúncios**

→ **Custo médio por
cada clique nos
anúncios**

*Custo por clique
está bom*

→ **Valor total
investido
em 2025**

*Obs.: o valor de R\$ 878.736,41 é o
custo das campanhas em 2025.*

*O valor de R\$ 875.868,33 é o total
que foi pago em 2025.*

*Provavelmente a diferença foi paga
em janeiro de 2026.*

Campanhas 1 selecionado		Conjuntos de anúncio 1 selecionado		Anúncios para 1 conjunto de anúncio		Máximo: 3 de jan de 2023 a 3 de fev de 2023		
+ Criar	Duplicar	Editar	Teste A/B	Mais	Colunas: Desempenho	Detalhamento		
	De...	campanha	Veiculação	Ações	Resultados	Custo por resultado	Orçamento	Valor usado
☐	☐	LEADS R\$1.000 INSTANT FORM DIN. ADS Te...	Ativo	3 recomendaç	1.274 Leads (formulário)	R\$ 37,09 Por lead (formulário)	Usando o orçam...	R\$ 47.254,41
☒	☒	LEADS R\$3.000 DIN. ADS Teste de objetivo s/ ... Gráficos Editar Duplicar Comparar	Ativo	3 recomendaç	.110 Leads no site	R\$ 1.253,61 Por lead	R\$ 2.000,00 Diário	R\$ 137.896,90
☐	☐	Contratação 29/12	Desativado	—	1.533 Conversas por mens...	R\$ 9,29 Por conversa por ...	Usando o orçam...	R\$ 14.243,52
☐	☐	BLACK TESTE 14/11	Desativado	—	36.869 Cliques no link	R\$ 0,29 Por clique no link	Usando o orçam...	R\$ 10.590,26
☐	☐	[06/11/2025] Promovendo "https://vendasconfiau...	Desativado	—	21.954 Visualizações de anúncio	R\$ 0,82 Por visualização de anúncio	R\$ 500,00 Diário	R\$ 17.965,45

! ATENÇÃO NESSES PONTOS:

- 1) Essa campanha marcada em vermelha precisa ser urgentemente reconsiderada.
- 2) Uma campanha que já gastou mais de 137 mil reais e gerou apenas 110 leads.
- 3) O custo por lead não justifica essa campanha estar ativa.
- 4) Atualmente existem apenas 2 campanhas ativas, concentrando muita verba em poucas campanhas.
- 5) As duas campanhas ativas gastam em média 90 mil reais por mês.
- 6) Esse valor deve ser melhor distribuído, utilizar para fazer testes de outras campanhas e depois investir em um anúncio que mostrar boa performance.

CUSTO DE LEAS vs CUSTO DE CONVERSÃO

O custo por LEAD representa apenas o valor que está sendo gasto para uma pessoa entrar em contato com a equipe de vendas. Isso não significa que será um cliente efetivado.

Nesse caso, se considermos uma conversão de 50% significa que o custo por cliente é de R\$ 2.507,20. Precisa verificar o ticket médio de um cliente para saber se esse valor está gerando lucro ou prejuízo.

Campanhas 1 selecionado								
Conjuntos de anúncios para 1 campanha								
Anúncios para 1 campanha								
+ Criar Duplicar Editar Teste A/B Mais Colunas: Desemp								
	De...	campanha	Veiculação	Ações	Resultados	Custo por resultado	Orçamento	Valor usado
☒	☐	SIMPLI NOV [ENGAJAMENTO] [CRIATIVOS NOV...	Desativado	—	256.323 Cliques no link	R\$ 0,68 Por clique no link	R\$ 2.000,00 Diário	R\$ 174.656,48

Em 2025 essa foi a campanha que mais recebeu investimento, com valor total de R\$ 174.656,48

Mas, quando abrimos a campanha para verificar os seus conjuntos de anúncios e mais detalhes encontramos inconsistências relevantes.

Campanhas 1 selecionado				
Conjuntos de anúncios 1 selecionado				
Anúncios 1 selecionado				
+ Criar Duplicar Editar Teste A/B Mais Colunas:				
	De...	conjunto de anúncios	Custo por resultado	Orçamento
☒	☒	[AUTO] [WHATSAPP] LAL 1% Lista de Clientes At...	R\$ 0,31 Por clique no link	Usando orçame...
		Resultados de 1 conjunto de anúncios		

Abrindo a campanha só encontramos um conjunto de anúncios, que gastou R\$ 40.079,01.

Nessa tela deveriam ter vários conjuntos de anúncios, cada um com as suas métricas e valor usado, que somados chegariam ao valor total da campanha de R\$ 174.656,48.

Esses conjuntos de anúncio foram excluídos do gerenciador e não conseguimos nenhuma análise a respeito deles.

Nome da campanha ▼	Nome do conjunto de anúncios ▼	Ad name ▼	Veiculação do anúncio ▼	Alcance ▼	Impressões ▼	Clique s (tod... ▼	CPC (todos) ▼	Valor usado ↓ ▼
SIMPLI NOV [ENGAJAM...	Tudo	Tudo		1.772.087	28.576.696	272.222	R\$ 0,64	R\$ 174.656,48
	[AUTO] [WHATSAPP] LA...	Tudo		730.763	5.732.176	41.702	R\$ 1,74	R\$ 72.575,49
		[BANNER] 0800 - CONT...	• Excluído	453.562	3.336.022	19.811	R\$ 1,86	R\$ 36.881,48
		AD NOVO - COROLLA 7...	• Excluído	390.157	904.942	6.051	R\$ 2,43	R\$ 14.689,46
		[VÍDEO] EII	• Excluído	145.781	487.732	4.008	R\$ 2,50	R\$ 10.036,74
		[BANNER] 0800 - PROT...	• Excluído	99.261	619.263	9.005	R\$ 0,53	R\$ 4.784,38
		AD NOVO - HILUX	• Excluído	136.792	298.134	1.808	R\$ 2,58	R\$ 4.665,61
		AD NOVO - PALIO 30K	• Excluído	24.162	54.180	403	R\$ 3,16	R\$ 1.272,58
		[BANNER] NÓS RECUP...	• Excluído	8.494	31.903	616	R\$ 0,40	R\$ 245,24

Nesse relatório conseguimos verificar que realmente os conjuntos e os anúncios foram excluídos da plataforma. Só é possível verificar o valor que foi gasto em cada um e algumas métricas básicas,

É necessário fazer uma revisão no Pixel do META, onde está toda a inteligência de dados, conforme mostra nessa tela alguns erros encontrados.

 **Pixel Confiauto ATUAL**

Criar ▼

Visão geralEventos de teste**Diagnóstico 2**HistóricoConfigurações

Diagnóstico

Encontre e resolva os principais erros que afetam seu desempenho.

Ativos (2)Detectados anteriormenteIgnorados

Erros ativos ⓘ

Se um erro for detectado nos últimos 3 dias, ele aparecerá aqui. Siga as etapas para resolvê-lo.

 **Configure a correspondência avançada manual**

Analisar solução...

Você não configurou a correspondência avançada manual. Isso impede você de enviar dados do usuário da Meta que não estão publicamente disponíveis nos campos do formulário e pode afetar negativamente o direcionamento de anúncios e o rastreamento de conversão. [Saiba mais](#)

Detectado em: 8 de jan de 2026

 **Envie informações de preço e moeda válidas para eventos de Lead do site**

Analisar solução...

 Pixel da Meta  API de Conversões

100% dos seus eventos de Lead do(a) site não estão enviando informações de preço e moeda válidas. Corrija esse problema para ajudar a melhorar o desempenho dos anúncios. [1 conjunto de anúncios afetado.](#)

Possível resultado ⓘ
Retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS) 5% mais alto
Com base em modelos



MELHORAR DESEMPENHO

Algumas ações imediatas para melhorar a performance das campanhas no META

PÚBLICOS PERSONALIZADOS

Atualmente as campanhas usam apenas o público personalizado de lista (pessoas já cadastradas).

Precisa incluir novos públicos, como pessoas que abriram o site, que visitaram o instagram, o Facebook que já tiveram interação com a empresa, etc.

PÚBLICO POR GEOLOCALIZAÇÃO

Criar campanhas para pessoas que visitaram locais específicos com alguma ligação ao tipo de negócio da ConfiAuto.

Exemplo: Pessoas que visitaram endereço dos concorrentes, de concessionárias, de associações, etc.

FUNIL DE MARKETING

As campanhas não estão utilizando um método de funil, para trabalhar com estratégia de remarketing.

É necessário criar estratégias e campanhas específicas para as 3 etapas do funil e para cada público (frio, quente e super quente).

Obs.: Essas são melhorias básicas já identificadas. Após uma avaliação mais profunda, outras mudanças serão sugeridas para melhorar o desempenho.