
Agosto 2026. O mês em que **o México entrou em jogo.**

Relatório mensal de performance: investimento e resultados das cinco campanhas Google Ads, cruzados com os leads registados pela SISQUAL no SharePoint. Inclui o arranque da operação mexicana a 25 de agosto e todo o trabalho técnico feito na conta durante o mês.

CLIENTE

SISQUAL WFM

PREPARADO POR

Media Braza

PERÍODO

1 a 31 de agosto de 2026

RESPONSÁVEL

Diogo Campos

01 · RESUMO DO MÊS

Cinco países ativos, **quinze leads qualificadas.**

Agosto fecha com €4.794 investidos em Google Ads e 35 leads registadas pela SISQUAL, das quais 15 qualificadas. Foi também o mês de maior transformação na conta: nova campanha no México, novos anúncios em Espanha e a limpeza completa do sistema de conversões.

INVESTIMENTO GOOGLE ADS

€ 4.794

Cinco campanhas ativas

CLIQUES

2.354

CTR médio de 8,55%

CPC MÉDIO

€ 2,04México puxa a média para baixo,
€ 0,71

LEADS REGISTRADAS

35

Fonte: SharePoint SISQUAL

LEADS QUALIFICADAS

15

43% do total do mês

DESTAQUE DO MÊS

México no ar a 25 de agosto

A campanha SISQUAL MEXICO arrancou conforme o plano aprovado e gerou **2 leads qualificadas na primeira semana**, registadas pela SISQUAL a 25 e 26 de agosto. Com CPC de € 0,71, é já o clique mais barato de toda a conta.

LEITURA DO MÊS

O total de 35 leads fica abaixo do pico de julho (73), mas julho teve 54 leads não qualificadas. Em agosto a proporção de qualificadas subiu para **43%**, o segundo melhor rácio desde fevereiro. Menos volume, mais qualidade.

INVESTIMENTO POR LEAD

€ 137

Por lead registada (35). Por lead qualificada: € 320. Valores de toda a conta, todas as fontes de site incluídas.

02 · PERFORMANCE POR PAÍS

Onde foi o investimento e o que voltou.

Dados do Google Ads de 1 a 31 de agosto. As conversões desta tabela são as medidas pela ação principal do Ads (formulário de contacto). O cruzamento com as leads registadas pela SISQUAL está na página seguinte.

CAMPANHA	INVESTIMENTO	CLIQUEs	CTR	CPC MÉDIO	CONV. ADS	NOTA
ESPAÑHA	€ 1.983,52	728	9,64%	€ 2,72	8	Maior investimento. Novos anúncios criados, aguardam aprovação
BRASIL	€ 1.485,64	356	6,28%	€ 4,17	3	Teto de CPC aplicado durante o mês para travar o custo do clique
PORTUGAL	€ 486,42	404	13,86%	€ 1,20	7	Melhor CTR da conta e melhor custo por conversão
POLÓNIA	€ 439,23	301	9,12%	€ 1,46	1	Campanha reconstruída, ainda em fase de aprendizagem
MÉXICO	€ 399,20	565	6,98%	€ 0,71	2	Ativa desde 25 de agosto, 7 dias de operação
TOTAL	€ 4.794,02	2.354	8,55%	€ 2,04	21	Conversões medidas no Google Ads

CLIQUE MAIS BARATO

O México estreia com € 0,71 por clique, quase três vezes mais barato que a média da conta. Confirma a leitura do plano: o custo de mercado no México é uma fração do europeu.

PORTUGAL EFICIENTE

Com apenas 10% do investimento total, Portugal entregou 7 conversões com CTR de 13,86%, o melhor rácio de relevância de toda a conta.

BRASIL SOB CONTROLO

O CPC do Brasil continua o mais caro (€ 4,17). O teto de CPC aplicado em agosto e a revisão de keywords devem baixar este valor em setembro.

03 · CRUZAMENTO COM OS DADOS DA SISQUAL

O que o SharePoint regista vs o que o Ads mede.

As leads do SharePoint incluem todas as fontes do site: formulário de demonstração, contacto e chatbot, venham de pesquisa paga ou orgânica. O Ads só mede quem converteu após clique em anúncio. As duas visões juntas dão o quadro completo.

MERCADO	NÃO QUALIF.	QUALIFICADAS	TOTAL SHAREPOINT	CONV. ADS	LEITURA
Brasil	2	5	7	3	Ads capta a maioria via formulário de contacto
Espanha	5	2	7	8	Ads regista mais conversões que leads no sheet, inclui contactos repetidos
Portugal	5	3	8	7	Alinhamento quase perfeito entre Ads e SharePoint
Polónia	0	0	0	1	1 conversão Ads sem lead registada, a validar com a equipa
Outros mercados	8	5	13	2	Inclui as 2 leads do México (25 e 26 ago) e mercados sem campanha: UK, US, CO
TOTAL	20	15	35	21	35 leads no SharePoint vs 21 conversões no Ads

CONFIRMAÇÃO IMPORTANTE

As 2 leads do México aparecem no SharePoint como **Book a Presentation, qualificadas**, nos dias 25 e 26 de agosto, exatamente os dois primeiros dias da campanha. O GA4 confirma a origem: pesquisa paga, campanha SISQUAL MEXICO.

PORQUE 35 VS 21

A diferença vem de leads orgânicas, do chatbot e de mercados sem campanha (UK, US, Colômbia).

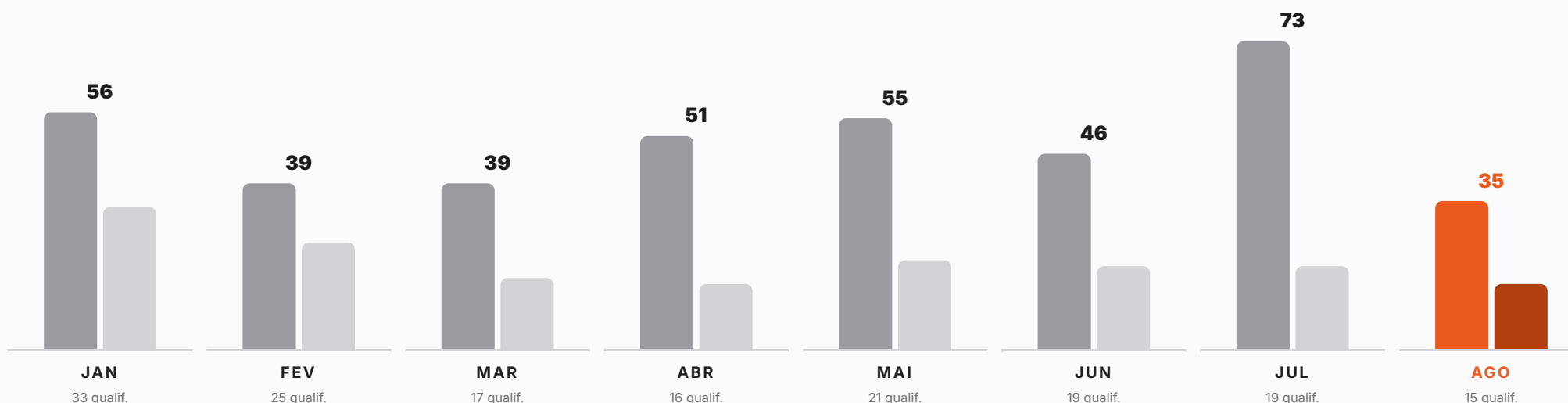
SUGESTÃO

Adicionar coluna México ao dashboard SISQUAL: hoje as leads mexicanas caem em "Other" e perdem visibilidade.

04 · EVOLUÇÃO DO ANO

Oito meses de leads, **lado a lado.**

Total de leads registadas no SharePoint da SISQUAL por mês (barra maior) e leads qualificadas (barra menor). Julho foi o pico de volume mas com muito ruído: 54 das 73 leads não qualificaram. Agosto trocou volume por qualidade.



ACUMULADO 2026

394 leads

165 qualificadas de janeiro a agosto

RÁCIO DE QUALIFICAÇÃO AGO

43%

Acima da média do ano, 42%, e muito acima de julho, 26%

CONTEXTO DE AGOSTO

Mês de férias em toda a Europa: volume de pesquisa e decisões B2B caem naturalmente. O regresso em setembro, com o México a somar, deve retomar o volume.

05 · DESTAQUE · LANÇAMENTO MÉXICO

Sete dias no ar, **duas leads qualificadas.**

A campanha SISQUAL MEXICO arrancou a 25 de agosto conforme o plano de € 2.500 aprovado: 4 grupos de anúncios, 24 palavras chave e 15 negativas, tudo escrito em espanhol do México, a apontar para o formulário de demonstração local.

INVESTIMENTO · 7 DIAS

€ 399,20

16% do orçamento mensal previsto

CLIQUES

565

80 cliques por dia em média

CPC MÉDIO

€ 0,71

O mais baixo de toda a conta

CTR

6,98%

Em linha com o arranque de campanha

LEADS QUALIFICADAS

2

Registadas a 25 e 26 de agosto

A PRIMEIRA LEAD CHEGOU NO PRÓPRIO DIA

Horas depois da campanha ficar ativa, a SISQUAL registou uma lead mexicana de Book a Presentation, confirmada no GA4 como vinda de pesquisa paga da campanha SISQUAL MEXICO. No dia seguinte entrou a segunda, também qualificada. Duas leads qualificadas por € 399 dá **€ 200 por lead qualificada**, contra € 320 da média da conta em agosto.

CHECKPOINT DOS 15 DIAS

Conforme o plano, a 9 de setembro fazemos a primeira leitura formal: termos de pesquisa reais, custo por clique efetivo e ajuste de palavras chave e negativas. Só depois dessa leitura estimamos leads com base em dados próprios.

PRÓXIMA FASE

Performance Max entra na semana 5 do plano, em outubro, com os ativos gráficos da SISQUAL.

06 · TRABALHO NA CONTA EM AGOSTO

O que mudou por dentro.

Além da performance, agosto foi o mês de maior intervenção técnica na conta desde o início da gestão Media Braza.

- 1 Campanha México construída de raiz**
 4 grupos de anúncios, 24 palavras chave, 15 negativas e 4 anúncios em espanhol do México. Excel com todo o conteúdo entregue à SISQUAL.
- 2 Novos anúncios para Espanha**
 4 grupos que estavam sem anúncios receberam RSAs completas. Estão pausadas a aguardar aprovação da SISQUAL antes de entrar no ar.
- 3 Limpeza do sistema de conversões**
 Removidas 5 ações antigas de 2020 que contavam visitas de página como leads e inflacionavam o histórico em mais de 9 mil conversões falsas. Metas personalizadas obsoletas eliminadas.
- 4 Orçamentos reorganizados**
 Brasil e Espanha a € 100 por dia, Portugal, Polónia e México a € 50 por dia. Teto de CPC aplicado no Brasil para travar o clique caro.

IMPACTO DA LIMPEZA

Números finalmente fiáveis

Com as ações falsas removidas, as conversões que o Ads mostra passam a ser apenas contactos reais. É esta base limpa que permite ao Smart Bidding otimizar para leads verdadeiras e a este relatório cruzar números com confiança.

AGUARDA SISQUAL

- > Aprovação dos novos anúncios de Espanha para ativação
- > Ativos gráficos, logótipos e imagens, para a Performance Max do México em outubro

Setembro: volume de regresso, México a acelerar.

9 DE SETEMBRO

Checkpoint dos 15 dias do México

Leitura de termos de pesquisa, ajuste de palavras chave e primeira estimativa de leads com dados reais.

SETEMBRO

Ativar os novos anúncios de Espanha

Assim que a SISQUAL aprovar os textos, os 4 grupos parados entram no ar.

OUTUBRO

Performance Max México

Segunda fase do plano de € 2.500, dependente dos ativos gráficos da SISQUAL.