
RELATÓRIO BRASIL • GOOGLE ADS • JANEIRO A OUTUBRO 2026

Brasil: o volume chegou. Agora, filtrar o porte.

CAMPANHAS ATIVAS • 1 A 6 DE OUTUBRO

O Google Ads mede pedidos. **Ainda não mede o porte.**

CAMPANHA	INVESTIMENTO	IMPRESSIONES	CLIQUEs	CTR	CPC	CONVERSÕES GOOGLE ADS	CUSTO POR CONVERSÃO	PARC. IMPR.
SISQUAL BRASIL • WFM geral	€331	988	89	9,0%	€3,72	3	€110	38,6%
Escalas 5x2	€213	4.630	315	6,8%	€0,68	2	€106	44,1%
Concorrência	€113	1.960	127	6,5%	€0,89	3	€38	61,0%
Total 1 a 6 out	€657	7.578	531	7,0%	€1,24	8	€82	

MÊS COMPLETO ANTERIOR • SETEMBRO

CAMPANHA	INVESTIMENTO	IMPRESSIONES	CLIQUEs	CTR	CPC	CONVERSÕES GOOGLE ADS	CUSTO POR CONVERSÃO
SISQUAL BRASIL • WFM geral	€996	4.607	317	6,9%	€3,14	6	€166
Escalas 5x2 • desde 3 set	€900	10.812	934	8,6%	€0,96	21	€43
Concorrência • desde 16 set	€176	2.406	159	6,6%	€1,10	5	€35
Total setembro	€2.072	17.825	1.410	7,9%	€1,47	32	€65

O QUE CONTAMOS

As conversões são pedidos de demo, de qualquer porte. Só a **5x2** conta apenas empresas com 250 ou mais colaboradores, desde 2 de outubro. Na **WFM geral** e na **Concorrência** o formulário não pergunta o porte, por isso o Google otimiza para qualquer pedido.

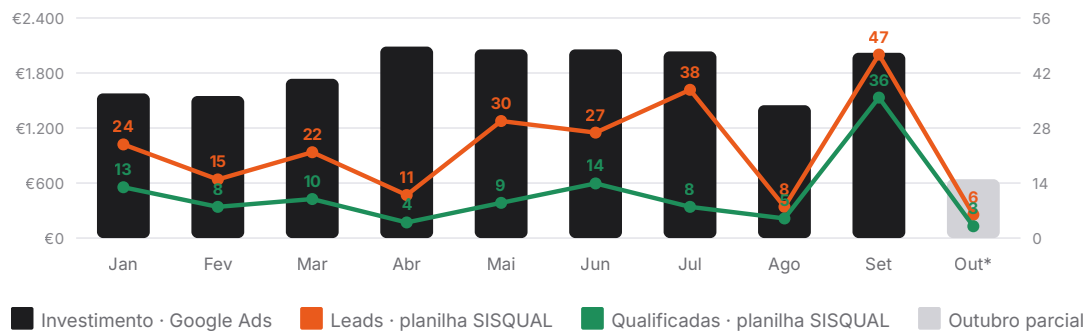
A AJUSTAR JÁ

Concorrência: as 5 conversões de setembro vieram todas de "epays", concorrente de RH e DP, não de WFM. **WFM geral:** clique a €3,72, cinco vezes o da 5x2.

FONTE tudo nesta página vem do Google Ads, conta SISQUAL WFM (142-886-9372), lido a 7 de outubro. Conversões = pedidos de contacto medidos pelo próprio Google Ads em cada campanha, não são as leads da planilha da SISQUAL. Desde 2 de outubro a 5x2 conta só pedidos de empresas com 250 ou mais colaboradores, por isso o custo por conversão sobe face a setembro. Parc. impr.: % das pesquisas elegíveis em que o anúncio apareceu.

INVESTIMENTO, LEADS E QUALIFICADAS · JANEIRO A 6 DE OUTUBRO

O investimento ficou estável. O volume subiu, o porte não.



LEADS · PLANILHA SISQUAL

47

set · ▲ 96% vs jan (24)

QUALIFICADAS 1.ª TRIAGEM ·
PLANILHA**36**

set · ▲ 177% vs jan (13)

COM PORTE · COMERCIAL SISQUAL

5

set · 14% das qualificadas

CUSTO POR LEAD COM PORTE

€414

set · Google Ads ÷ comercial

LEITURA Maior volume do ano, mas só 5 com porte. O filtro tem de vir antes do formulário.

MÊS	INVEST. BRASIL	IMPRESSIONES	CLIQUEs	CTR	CPC	CONV. GOOGLE ADS	LEADS PLANILHA	QUALIF. PLANILHA	% QUALIF.	CUSTO POR LEAD	CUSTO POR QUALIFICADA	SQL BRASIL	CUSTO POR SQL BRASIL
Jan	€1.618	7.858	448	5,7%	€3,61	·	24	13	54%	€67	€124	≈ 5,7	≈ €285
Fev	€1.590	6.529	425	6,5%	€3,74	·	15	8	53%	€106	€199	≈ 3,2	≈ €497
Mar	€1.781	9.192	592	6,4%	€3,01	·	22	10	45%	€81	€178	≈ 6,5	≈ €275
Abr	€2.141	14.725	2.022	13,7%	€1,06	·	11	4	36%	€195	€535	≈ 1,8	≈ €1.223
Mai	€2.110	6.463	1.132	17,5%	€1,86	·	30	9	30%	€70	€234	≈ 4,3	≈ €492
Jun	€2.111	22.663	1.113	4,9%	€1,90	5	27	14	52%	€78	€151	≈ 5,9	≈ €358
Jul	€2.088	29.780	1.296	4,4%	€1,61	32	38	8	21%	€55	€261	≈ 4,2	≈ €496
Ago	€1.486	5.667	356	6,3%	€4,17	3	8	5	62%	€186	€297	≈ 1,2	≈ €1.263
Set	€2.072	17.825	1.410	7,9%	€1,47	32	47	36	77%	€44	€58	5 real	€414
Out*	€657	7.578	531	7,0%	€1,24	8	6	3	50%	€110	€219	·	·
Total	€17.653	128.280	9.325	7,3%	€1,89	80	228	110	48%	€77	€160	≈ 38	≈ €451

FONTE Google Ads (investimento a conversões): Google Ads, conta SISQUAL WFM (142-886-9372), lido a 7 de outubro. Leads e qualificadas: planilha da SISQUAL "Dashboard SISQUAL_MediaBraza" (aba Query1), atualizada a 2 de outubro. Brasil, todas as origens. A laranja, SQL do Brasil (MQL → oportunidade): setembro = 5, número real da equipa comercial SISQUAL a 8 out; restantes meses ≈ estimativa proporcional, SQL de todos os países (aba Dashboard) × qualificadas do Brasil ÷ MQL de todos os países. Custo por SQL = investimento Google Ads Brasil ÷ SQL Brasil. Total de jan a set. Com porte: comercial SISQUAL, 8 out. * Outubro: Ads de 1 a 6, planilha até 2.

BRASIL · SETEMBRO 2026

A primeira triagem passa. A do comercial não.

FUNIL DO BRASIL · SETEMBRO

47 leads no formulário

FONTE: PLANILHA SISQUAL, ABA QUERY1

36 qualificadas na 1.ª triagem

FONTE: PLANILHA SISQUAL, ABA QUERY1

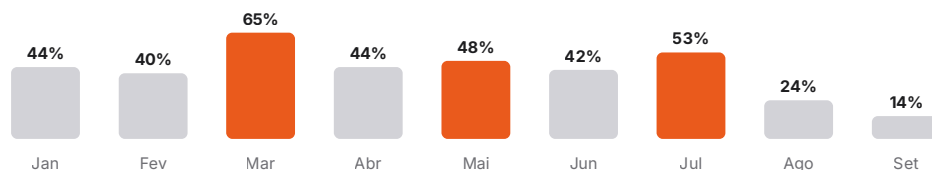
77% da etapa anterior

5 com porte para o comercial

FONTE: EQUIPA COMERCIAL SISQUAL, 8 OUT

14% da etapa anterior

O QUE O COMERCIAL ENCONTROU

Empresas pequenas: 2, 4 ou 7 colaboradores, sem perfil para a SISQUAL.**Pessoas individuais,** sem empresa por trás.**E-mails pessoais:** muitos contactos sem e-mail da empresa.**Outubro:** 10 leads do Brasil até 8 de outubro, nenhuma contactada com sucesso.As 5 com porte são **muito boas**: o público certo existe nas pesquisas.% DAS QUALIFICADAS DO BRASIL QUE VIRARAM OPORTUNIDADE (SQL) · SETEMBRO REAL, RESTANTES MESES
≈ PROPORCIONALCUSTO POR SQL BRASIL ·
SETEMBRO**€414**

real · 5 SQL · comercial SISQUAL

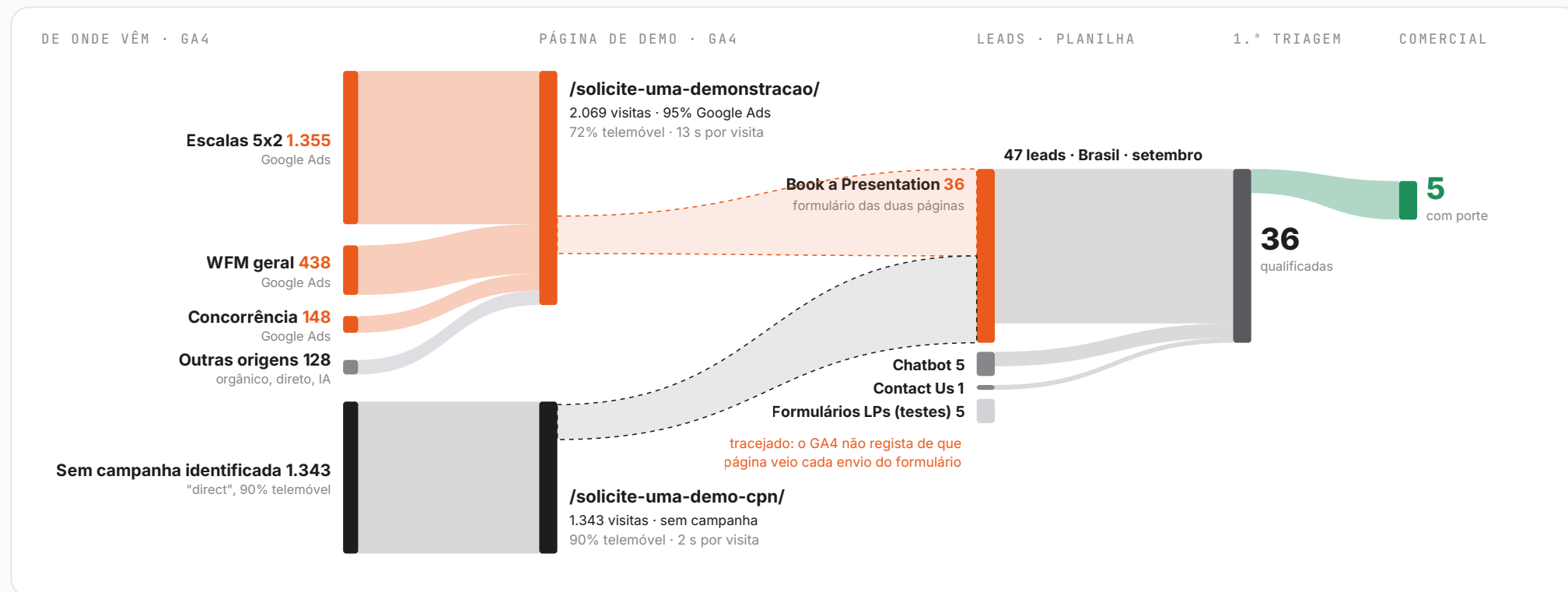
CUSTO POR SQL BRASIL · JAN A
AGO**≈ €457**

estimativa proporcional

FONTE Funil do Brasil: leads e 1.ª triagem da planilha da SISQUAL "Dashboard SISQUAL_MediaBraza" (aba Query1), atualizada a 2 de outubro. Com porte e motivos: equipa comercial da SISQUAL (Liliana Rocha, mensagem de 8 de outubro). SQL do Brasil: setembro real (comercial SISQUAL, 8 out); restantes meses ≈ SQL de todos os países (planilha SISQUAL, aba Dashboard) × qualificadas do Brasil ÷ MQL de todos os países.

BRASIL • SETEMBRO 2026 • DA ORIGEM AO COMERCIAL

Duas portas para o pedido de demo. **Só uma é nossa.**

**A NOSSA PORTA****/solicite-uma-demonstracao/:**

95% das visitas vêm das três campanhas Google Ads. Desde 1 de outubro a 5x2 leva à página nova /transicao-5x2/.

A OUTRA PORTA**/solicite-uma-demo-cpn/:**

1.343 visitas sem campanha, 90% telemóvel, 2 segundos. Recebe tráfego o ano todo (2.317 em agosto) e não é das nossas campanhas. Que campanha aponta para aqui?

O QUE FALTA

O formulário não diz de onde veio cada lead. Campos escondidos (canal, campanha, página, gclid) a cair na planilha respondem a isto lead a lead, LinkedIn incluído.

FONTE Visitas, origem, dispositivo e tempo: GA4 da SISQUAL (propriedade sisqualwfm.com), 1 a 30 de setembro, visualizações das páginas por campanha e origem da sessão. Leads por formulário e 1.ª triagem: planilha da SISQUAL "Dashboard SISQUAL_MediaBraza" (aba Query1), atualizada a 2 de outubro. Com porte: equipa comercial da SISQUAL (Liliana Rocha, mensagem de 8 de outubro). No ano inteiro o GA4 não regista sessões de LinkedIn ou Meta pagos; o LinkedIn aparece só como link orgânico (110 sessões do Brasil de janeiro a 7 de outubro).

AS 15 PALAVRAS-CHAVE DO BRASIL QUE GERARAM AS 32 CONVERSÕES DE SETEMBRO

Termos genéricos trazem volume. Os técnicos trazem porte.

PALAVRA-CHAVE	CAMPANHA	INVESTIMENTO	CLIQUEs	CONV. GOOGLE ADS	CUSTO/CONV.	LEITURA MEDIA BRAZA
"escala de trabalho"	5x2	€151	153	5	€30	genérica: qualquer porte pesquisa
"epays"	Concorrência	€126	124	5	€25	concorrente de RH e DP, não de WFM
[Gestão de escala de trabalho]	WFM geral	€363	125	3	€121	gestão de escalas · custo alto
"escala 5x2"	5x2	€79	98	3	€26	genérica: qualquer porte pesquisa
"programa de escala de trabalho"	5x2	€232	223	3	€77	procura de software
"controle de escala de trabalho"	5x2	€35	39	3	€12	procura de software
"controle de jornada de trabalho"	5x2	€124	105	2	€62	ponto e jornada, comum em PME
[wfm]	WFM geral	€158	49	1	€158	termo técnico, porte maior
[Workforce Management]	WFM geral	€22	5	1	€22	termo técnico, porte maior
[software escala de trabalho]	WFM geral	€379	109	1	€379	procura de software · custo alto
"escala 6x1"	5x2	€85	88	1	€85	debate público da 6x1
"sistema de escala de trabalho"	5x2	€61	72	1	€61	procura de software
"fim da escala 6x1"	5x2	€11	12	1	€11	debate público, atrai trabalhadores
"planejamento de escalas"	5x2	€36	34	1	€36	gestão de escalas
"gestao de turnos"	5x2	€30	37	1	€30	gestão de escalas

TERMOS GENÉRICOS OU DE RISCO · SET

€576

17 das 32 conversões de setembro

VERBA APROVADA 2026 · BRASIL

€25.200

UTILIZADO · JAN A 6 OUT

€17.653

70% do aprovado

DISPONÍVEL ATÉ 31 DEZ

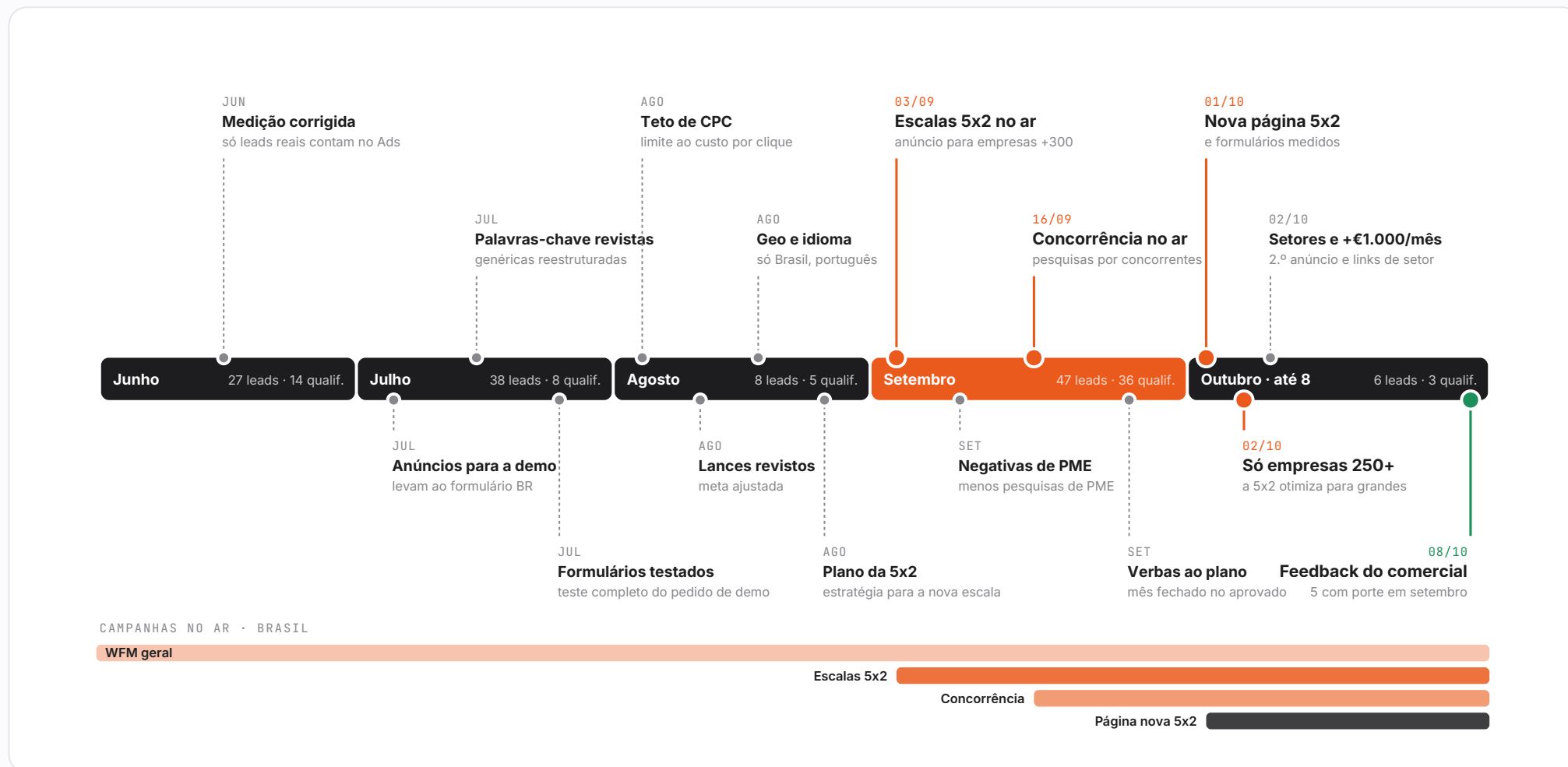
€7.547

+ €1.000/mês aprovados para a 5x2

FONTE investimento, cliques e conversões por palavra-chave: Google Ads, conta SISQUAL WFM (142-886-9372), lido a 7 de outubro. Setembro, 1 a 30. Somam as 32 conversões do Brasil no mês. A leitura é a hipótese da Media Braza a validar com a lista de leads por palavra-chave. Verba aprovada: valor indicado pela SISQUAL até ao fim de setembro.

LINHA DO TEMPO

De corrigir a medição a abrir campanhas novas.



FONTE Ações: registo de trabalho da Media Braza na conta Google Ads SISQUAL WFM (142-886-9372). Leads e qualificadas por mês: planilha da SISQUAL "Dashboard SISQUAL_MediaBraza" (aba Query1), atualizada a 2 de outubro. Outubro até 2 de outubro. Feedback do comercial: equipa comercial da SISQUAL (Liliana Rocha, mensagem de 8 de outubro).

QUATRO FILTROS, DO CLIQUE AO COMERCIAL

Afastar as empresas pequenas antes de chegarem ao comercial.

01 • Antes do clique

Palavras-chave

Pausar "epays", "escala 6x1" e "fim da escala 6x1".
Passar "escala de trabalho" e "escala 5x2" a exata.
Negativas novas: pec, lei, clt, trabalhador, direitos, salário, vaga, emprego, mei, pequena empresa, grátis, planilha, modelo, excel, app.

MEDIA BRAZA • ESTA SEMANA

02 • Antes do clique

Anúncios que dizem o porte

Fixar na posição 1 de todos os anúncios do Brasil um título de porte, como "Para Empresas com +300 Colaboradores". Quem tem 7 colaboradores lê e não clica.

MEDIA BRAZA • ESTA SEMANA

03 • Na página

Página 5x2 para grandes operações

Mesma estrutura, texto novo. Selo acima do título "Para operações com mais de 200 colaboradores" e título como "5x2 em operações com centenas de colaboradores: decida com simulação, não com estimativa".

MEDIA BRAZA PROPÕE • SISQUAL APROVA

04 • No formulário

E-mail da empresa obrigatório

Recusar gmail, hotmail, outlook, yahoo, uol, bol e icloud.
Não limita as opções de porte, como pediu a Filipa, e corta o contacto que o comercial não consegue usar. Nº de colaboradores também no formulário de demo geral.

SISQUAL • SITE

05 • Depois da lead

O Google aprende com quem tem porte

Campos escondidos de origem no formulário (canal, campanha, página, gclid) para cada lead dizer de onde veio. Levar a regra 250+ da 5x2 às outras campanhas e enviar ao Google Ads as leads que o comercial aprova.

SISQUAL + MEDIA BRAZA

06 • Novo plano

Verba de outubro a dezembro

Rever a verba disponível de cada país até ao fim do ano e apresentar um plano novo com vários canais: Google para quem pesquisa e LinkedIn para filtrar por porte e cargo.

MEDIA BRAZA • PRÓXIMO PASSO

EM RESUMO

O Brasil já tem procura.
Agora, filtrar o porte.