

PROJEMAC · Raio-X do Gestor

Google Ads · semana 01 a 07/08/2026 · conta 801-714-2452 · 2 campanhas

Gestor: William · skill gestor-trafego-google

USO INTERNO · DOC DE DECISÃO · NÃO ENVIAR AO CLIENTE

Rastreamento VERIFICADO (07/08): alarme de "tracking quebrado" investigado e DESCARTADO. No Preview do GTM, as tags **Lead WhatsApp e Lead Formulário DISPARARAM** (código AW-18254660256 certo, container v3 intacto). A queda de conversão é REAL, não é erro de medição.

1. Resumo da conta

R\$ 663

INVESTIMENTO

R\$ 644 (sem. ant.)

6

CONVERSÕES

▼ 20 (sem. ant.)

R\$ 110

CPL CONTA

▲ R\$ 33 (sem. ant.)

~44

CONV ACUM

blended ~R\$ 46

2. O que causou a semana ruim: a GRANDE queimou verba

Campanha	Gasto	Cliques	Conv	CPL	Situação
GERAL	R\$ 367,40	52	6	R\$ 61	semana normal-fraca (variância). Motor rodando.
GRANDE	R\$ 296,01	34	0	--	queimou R\$ 296 com 0 conversão. Perde 77% por orçamento.

O CPL R\$ 110 da conta é 100% a Grande. Sozinha, a geral fez R\$ 61 (semana fraca mas dentro da variância desse account, que oscila 5→8→20→6). A Grande recebeu 34 cliques de gerador grande e NENHUM converteu.

3. Termos da GRANDE: clicam mas não convertem

Termo que a Grande captou	Cliques	Conv
stemac geradores · gerador de energia grande porte · gerador para empresa valor	3	0
gerador 75 kva mwm · gerador buffalo 15000 · gerador grande de energia	3	0
VAZANDO pequeno na Grande: gerador 10/15/20/30/35 kva · trifásico	5+	0

Dois problemas: (1) o público de gerador GRANDE (stemac, mwm, buffalo, alto porte) parece ter ciclo de compra mais longo / é buscador de COMPRA, não de aluguel-clique-WhatsApp, então clica e não converte. (2) termos PEQUENOS (10-35 kVA, trifásico) estão vazando pra dentro da Grande (deveriam estar na geral ou negados). A Grande, do jeito que está, gasta e não retorna.

4. Conversões da semana (só geral)

- Converteram: "aluguel gerador de energia", "locação de gerador de energia", "projemac geradores" (marca). Tudo geral, tudo termo de aluguel comum.
- Dia a dia: 01/08 (2,5) e 03/08 (3), depois 04-07/08 zerados. Baixo volume + variância (com o rastreamento confirmado, é real).

5. Próximas ações (REVISADAS pelo dado)

GRANDE Intervir na Grande. Queimou R\$ 296/0 conv. Opções: (a) cortar keywords que não convertem (industrial/marca de compra) + negar o pequeno que vaza (10-35 kva, trifásico); (b) reduzir a verba dela de volta enquanto não prova conversão. Ela é volátil (3 conv numa semana, 0 na outra).

VERBA CLIENTE SEGURAR o pedido de aumento de verba pro cliente. A tese era "a Grande converte barato e falta verba", mas esta semana ela fez R\$ 296/0. Não pedir mais dinheiro pra alimentar campanha que ainda não converte de forma consistente. Provar primeiro.

LANCE SEGURAR o Maximizar Conversões. O sinal recente de conversão está fraco (0 por 4 dias); smart bid precisa de conversão recente pra otimizar. Esperar estabilizar.

COMERCIAL kVA de cada lead vira ainda mais crítico: é o que diz se os cliques da Grande são o porte certo ou lixo.

6. Detalhe (conta · vs anterior)

Métrica	01-07/08	25-31/07 (final)
Investimento	R\$ 663,41	R\$ 644,51
Conversões	6 (geral 6 · Grande 0)	20
CPL	R\$ 110 (geral só: R\$ 61)	R\$ 33
Cliques	86	101

Nota: 25-31/07 fechou em 20 conv (o snapshot publicado de 31/07 mostrava 18, gerado na sexta parcial). Rastreamento confirmado no dia 07/08 via Preview do GTM (WhatsApp + Formulário disparando).