

03

## Precificação

### Transcrição

[00:00] Vamos falar sobre sistemas de pagamento. Nós vimos já que o custo por mil só será pago a cada mil visualizações de um post. E o custo por clique vai ser pago quando o leitor der o clique e for direcionado para outro site. Essas são as duas principais maneiras que o Facebook tem de monetizar as campanhas, vender os anúncios. Mas sempre vai ter a dúvida de qual usar. Depende muito do seu objetivo. Do ponto de vista do profissional, você precisa identificar o comportamento do público, senão você investe metade do seu orçamento mensal numa campanha em um nicho que você ainda não entende. Nossa objetivo é sempre minimizar riscos. Lembre-se, você pode monitorar as campanhas enquanto elas estiverem rodando, justamente para fazer ajustes. [01:12] Outra dica legal. Você fez várias campanhas, já começa a ter uma quantidade significativa para comparar. Como eu vejo os resultados? Vou acessar meu gerenciador de anúncios, power editor, que é uma versão mais plus do gerenciamento de anúncios, onde ficam os resultados. De cara, já vejo o envolvimento, o custo por clique, e começo a ter um parâmetro. Senão, posso achar que o custo por clique é melhor, sendo que nem sempre é. Dependendo do nicho, um ou outro pode fazer mais sentido. Evite concentrar todo o orçamento em uma única forma de pagamento. É interessante fazer testes. [02:42] A seguir vamos falar em detalhes sobre essa plataforma. Continuando com a nossa apresentação, falando sobre precificação. Entendi que existem esses dois modelos de pagamento, mas como o Facebook determina quanto eu vou pagar? O Facebook trabalha com sistema de leilões. Já comentei com vocês que não é só porque pago um anúncio que isso vai me converter em clientes. A partir do momento em que o usuário entra no perfil, o Facebook escaneia e mostra o anúncio. Só que não estou sozinha no Facebook. Temos concorrentes. [04:20] Perceba que muitas vezes as grandes empresas podem ter um departamento dedicado a fazer esses anúncios. Se você está começando em uma empresa menor, não desista, porque o Facebook vai tentar mostrar seu anúncio para muitas pessoas. Ele tem interesse em fazer com que você tenha bons resultados, renove suas energias, suas esperanças, e que você comece a ter visibilidade. [05:18] Dentro do público que eu selecionei, que pode ser parecido com o de grandes marcas, o Facebook vai mostrar meu anúncio, mas com menor prioridade do que os que tem mais dinheiro para investir. [05:36] Quando começamos a fazer os anúncios, o Facebook sugere um valor baixo para nos incentivar a conhecer a ferramenta. Conforme criamos nossas publicações, ele gera um histórico. A ideia é fazer com que sempre paguemos menos e tenhamos maior retorno.