

Sistema de pagamento

Cada vez mais o Facebook procura fazer com o que o usuário não precise entender ou se preocupar com o formato de pagamento.

Comentei com vocês que existem duas principais opções de pagamento: o CPM e o CPC.

Só para relembrarmos, CPM quer dizer "custo por mil" e sua empresa paga uma quantidade fixa para cada mil pessoas que visualizarem o anúncio, enquanto o CPC quer dizer "custo por clique" e, neste caso, sua empresa não paga de acordo com o número de visualizações e sim por cada clique.

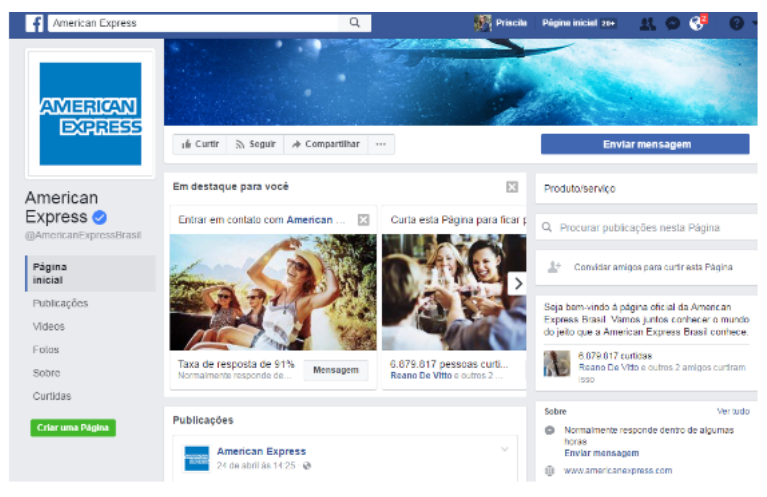
Uma boa prática é mesclar os anúncios divididos nas versões de CPM e outra no CPC. Assim é possível ver de acordo com a taxa de cliques e preços qual é o modelo mais lucrativo para seu anúncio.

Mas como funciona essa precificação? O que o Facebook considera? Será que é só eu fazer o anúncio, pagar que meu anúncio será visto pelas pessoas que selecionei dentro das opções de segmentação, idade e localização?

O anúncio funciona em forma de leilão. Assim que um usuário faz login na rede, há uma requisição dos anúncios que se encaixam com seu perfil e os vencedores do leilão aparecem para o usuário.

Como todo leilão, portanto, há vezes em que se paga mais e vezes em que se paga menos.

Isso quer dizer que alguns anúncios possuem pouca concorrência e são vendidos a um preço menor enquanto em outros a concorrência é grande e o preço é maior. Vamos analisar o mercado de cartões que é composto por grandes players como Visa, MasterCard e American Express por exemplo.



São marcas consolidadas, com muitos fans e mesmo tendo públicos diferentes, ainda assim a American Express e a Baytebank são concorrentes indireto porque as duas marcas trabalham com cartão de crédito.

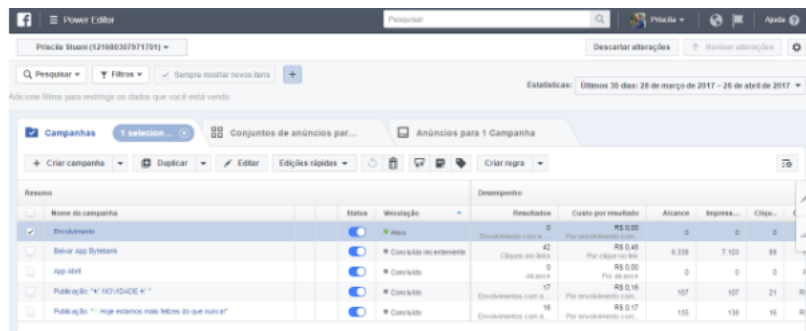
Então imagina o quanto essas marcas grandes tem para investir, provavelmente o budget deles são bem consideráveis, e como a Baytebank fica nos leilões?

Empresas de grande porte e com grande capacidade de investimento usam lances altos, só dessa forma conseguem o volume de anúncios que precisam.

O erro que vemos muitas empresas de médio e pequeno porte cometendo é o de tentar dar lances altos mesmo tendo um orçamento muito menor. Dessa forma uma parte do orçamento acaba entrando nas brigas em que o preço é mais alto e isso faz com que a verba não seja consumida da melhor maneira possível.

Então, se você está começando nos anúncios, mantenha a sugestão dos valores que o Facebook fizer, com o passar do tempo e conforme você analisar os resultados das campanhas anterior, vai ter mais clareza sobre os orçamentos e vai conseguir avaliar se o valor está dentro do esperado ou muito caro e então poderá fazer ajustes.

Para nos ajudar a ter um bom custo por clique é muito importante acompanhar a taxa de cliques dos anúncios que fizemos, o lance atual e quanto do orçamento está sendo consumido diariamente.



The screenshot shows the Facebook Power Editor interface. At the top, there's a search bar and filters. Below that, a table displays campaign performance data. The table has columns for 'Nome da campanha', 'Status', 'Visibilidade', 'Resultados', 'Custo por resultado', 'Alcance', 'Impressões', and 'Cliques...'. The data is organized into rows for different campaigns, including 'Envolvimento', 'Baixar App Bytebank', 'App Abil', and 'Publicação: "Há 100 anos do que nunca?"'. Each row shows various metrics like 'Resultados', 'Custo por resultado', 'Alcance', 'Impressões', and 'Cliques...'. The interface also includes buttons for 'Criar campanha', 'Duplicar', 'Editar', and 'Edições rápidas'.

Nome da campanha	Status	Visibilidade	Resultados	Custo por resultado	Alcance	Impressões	Cliques...
Envolvimento	Ativo	Concluído no momento	2	R\$ 0,00	5	5	0
Baixar App Bytebank	Concluído	Concluído no momento	42	R\$ 0,40	6.138	7.103	88
App Abil	Concluído	Concluído	0	R\$ 0,00	0	0	0
Publicação: "Há 100 anos do que nunca?"	Concluído	Concluído	17	R\$ 0,18	107	107	21
Publicação: "Há 100 anos do que nunca?"	Concluído	Concluído	18	R\$ 0,17	135	138	10

No Power Editor consigo ver quanto custou os cliques das campanhas que eu fiz. A página da Bytebank tem poucos anúncios ainda, de repente a sua também não tem muitos também, mas com o tempo isso vai aumentando e teremos mais referências para analisarmos.