



NOVA ERA  
**MILIONÁRIA**

# LEVANTANDO CAIXA

@kaykyjaniszewski

## // ANÁLISANDO MÉTRICAS

Ao realizar campanhas para os seus clientes, é importante monitorar várias métricas para avaliar o desempenho dos anúncios. Algumas das métricas primárias mais relevantes são:

- **Custo por mensagem iniciada:** Esse valor representa o custo médio que você precisa pagar para que uma mensagem seja entregue e lida pelo destinatário.
- **Custo por aquisição de cliente (CPA):** Essa métrica mede o custo médio que você precisa investir para adquirir um novo cliente. Para calcular o CPA, é preciso dividir o custo total da campanha pelo número de clientes adquiridos. No entanto, vale ressaltar que o CPA também depende do desempenho do cliente na conversão de vendas, pois ele é quem recebe as mensagens no WhatsApp e realiza as vendas.

Além dessas métricas, existem outras secundárias que podem ajudar a avaliar o desempenho dos anúncios:

- **Custo por mil impressões (CPM)**: esse valor indica o custo médio que você precisa pagar para que mil pessoas visualizem o seu anúncio.
- **Custo por clique (CPC)**: esse valor representa o custo médio que você precisa pagar para que um usuário clique no seu anúncio.
- **Taxa de cliques no link (CTR)**: essa métrica mede a porcentagem de usuários que clicaram no link do seu anúncio em relação ao número total de visualizações.

Para obter métricas eficientes e econômicas, é importante considerar algumas dicas práticas:

- **CPM**: Essa métrica está relacionada ao tamanho do público e ao criativo utilizado. Evite afunilar demasiado o público, pois isso pode encarecer o CPM. Além disso, utilize criativos atraentes que gerem conexão com o público-alvo.
- **CPC**: O criativo utilizado deve gerar identificação com o público-alvo, criando um sentimento de que o anúncio é relevante para ele. Encontrar o público certo também é fundamental para reduzir o custo por clique.
- **CTR**: Os anúncios precisam se destacar e ser diferentes dos demais para atrair a atenção do público. Evite usar imagens com muita escrita ou frases longas, e considere utilizar criativos em formato foodporn em nichos de comida.

Logo em seguida temos outras métricas que você também terá que entender caso você feche com empresas que possuem site, e que o cliente dessa empresa efetue a compra direto pelo site.

Nesse caso, a métrica primária é o **CUSTO POR COMPRA** ou também podemos chamar de **CPA** Como o facebook tem uma inteligência chamada de PIXEL, conseguimos rastrear todas as ações dentro do nosso site. Saber quantas pessoas entraram, adicionaram no carrinho e finalizaram a compra. Portanto o seu CPA já será mostrado no gerenciador de anúncios dentro da sua campanha

Para esse tipo de campanha, as métricas secundárias são:

- **CUSTO POR FINALIZAÇÃO DE COMPRA**
- **CPM** - Custo por mil impressões.
- **CPC DE LINK** - Custo por cliques.
- **CTR DE LINK** - Taxa de cliques no link.

Para você poder melhorar essas métricas é só você seguir tudo o que eu falei anteriormente, e para o segmento de comidas é muito importante ressaltar que você deve utilizar os criativos em formato FOODPORN, que são criativos que geram vontade de comer na pessoa que está vendo. Nada de ficar utilizando imagem cheia de photoshop.