

GUÍA DE COSTOS PUBLICITARIOS EN FACEBOOK



COMPRENDE EL COSTO DE LOS ANUNCIOS EN FACEBOOK

Una de las preguntas más frecuentes que hacen la mayoría de los anunciantes es ¿Cuánto debo invertir en mi campaña de Facebook? Aunque muchas veces quisiéramos obtener un dato exacto o un monto específico, la respuesta siempre será "depende"

¿De qué depende? El asunto es que los costos de los anuncios de Facebook variarán según **el mes, el día, la hora y la ubicación** (estás son por lo menos algunas variables)

En esta guía encontrarás de manera desglosada los factores más importantes del costo de anuncios en Facebook que tomarás como puntos de referencia, como mencioné anteriormente, esta es una guía, no una regla forzosa a seguir. Algunas veces podrás pagar más o menos de los costos establecidos aquí.

Los costos están representados en Dólares Estadounidenses (USD) y los datos fueron extraídos de Adespresso para fines de material didáctico.

La última actualización y más reciente de los datos corresponde al año 2018

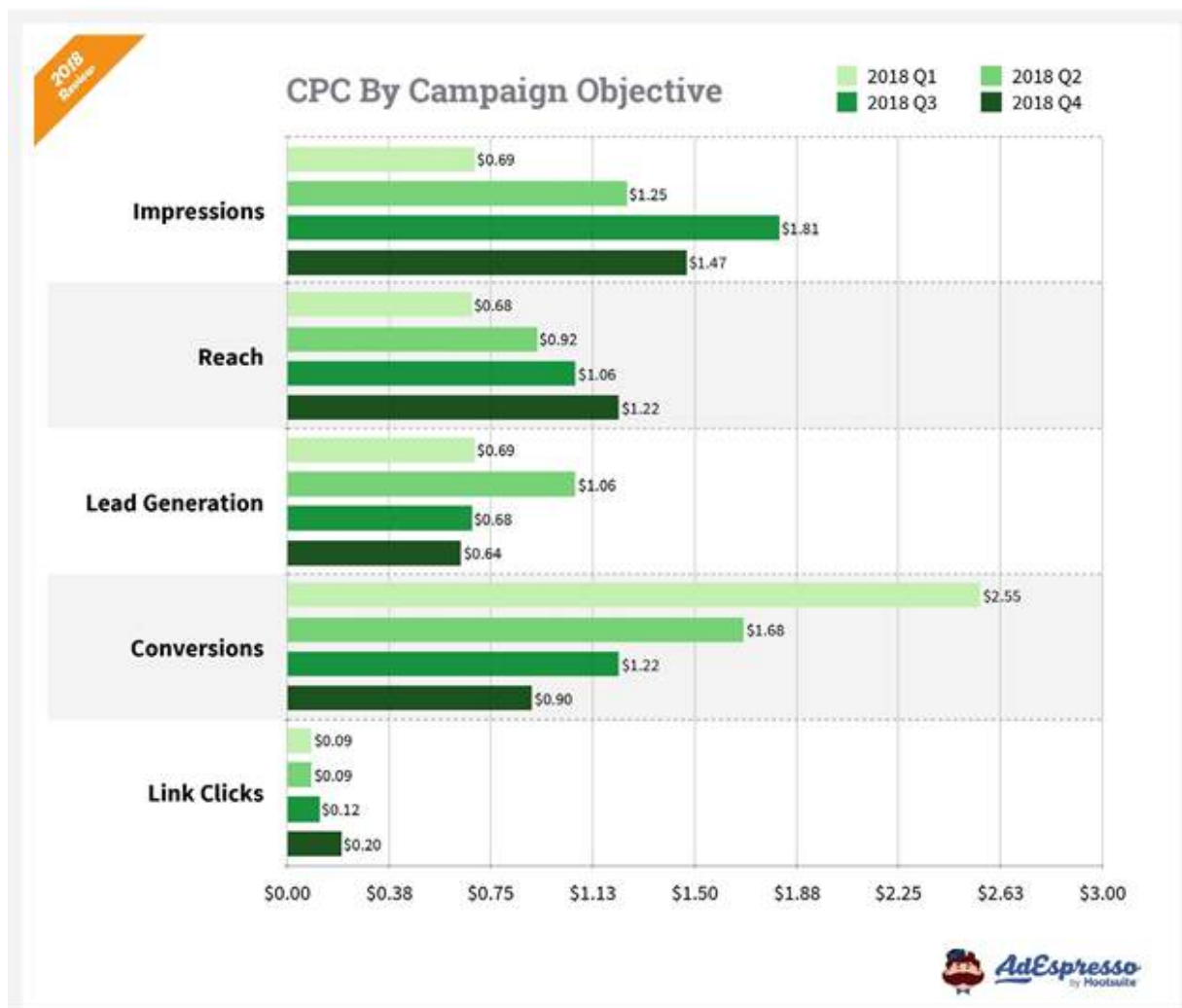
Fuente: Adespresso



COSTO POR CLIC

Estos datos reflejan el costo promedio por clic, la cantidad gastada y la cantidad de enlaces en los que se hizo clic en función de diferentes variables en 2018.

Esta información se basa en campañas con todas las conversiones como objetivo, a menos que se indique lo contrario, y el costo promedio por clic en general.



En promedio, el CPC aumenta durante todo el año para las impresiones, el alcance y los clics, ya que el volumen total de inversión publicitaria aumenta hacia la temporada de vacaciones. Sin embargo, para el marketing de rendimiento (leads y clics), los precios bajan a medida que avanza el año..

Fuente: Adespresso

COSTO POR CLIC

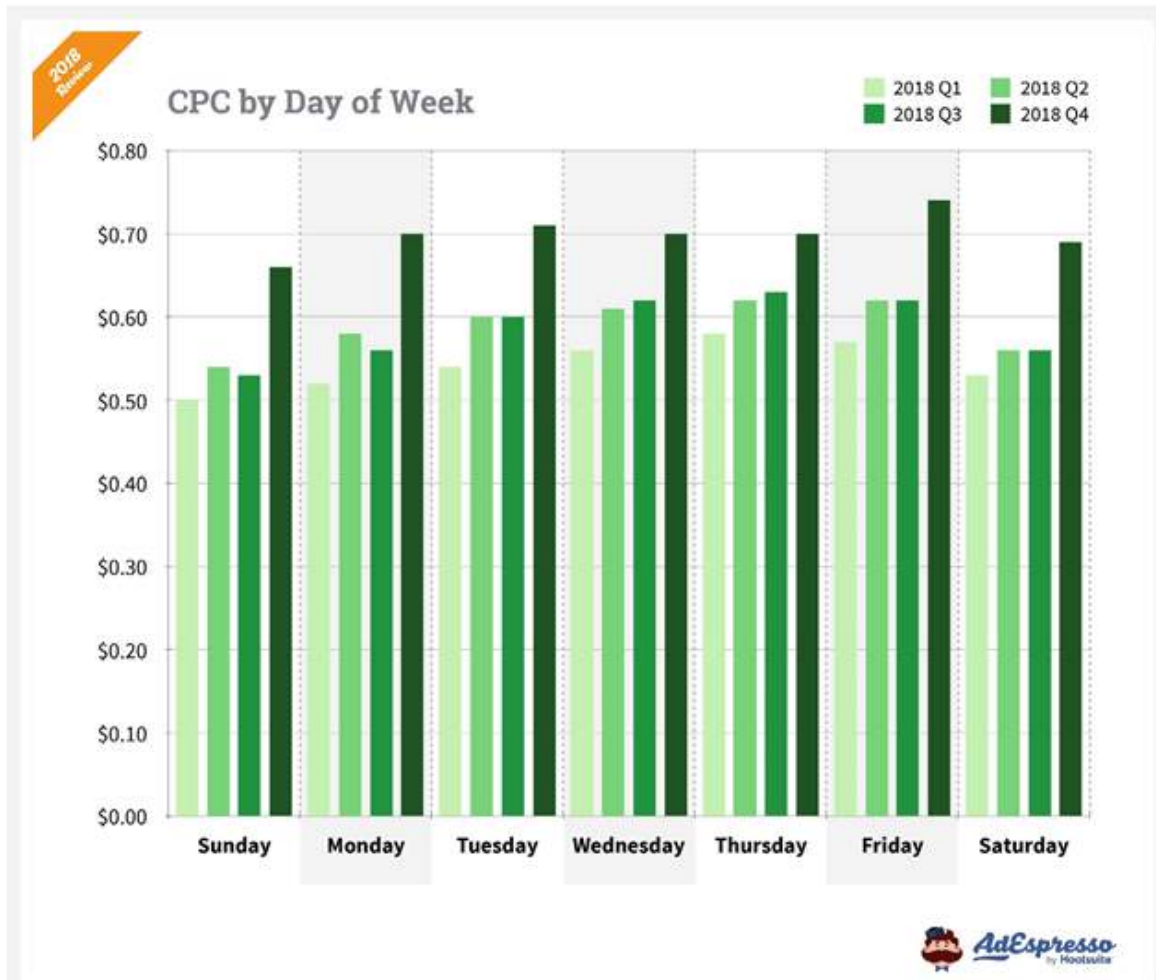


En diciembre de 2018, el CPC alcanzó un máximo de 44 centavos, casi tres veces el precio más bajo en 2016. Esto nos dice que ya no podemos confiar en los clics baratos y el gran volumen de tráfico para lograr nuestros objetivos de marketing.

También necesitas considerar ejecutar anuncios de generación de leads para nutrir a los leads con una secuencia de correo electrónico, haciéndolo más barato que confiar en los anuncios de Facebook cuando se trata de retargeting...

Fuente: Adespresso

COSTO POR CLIC



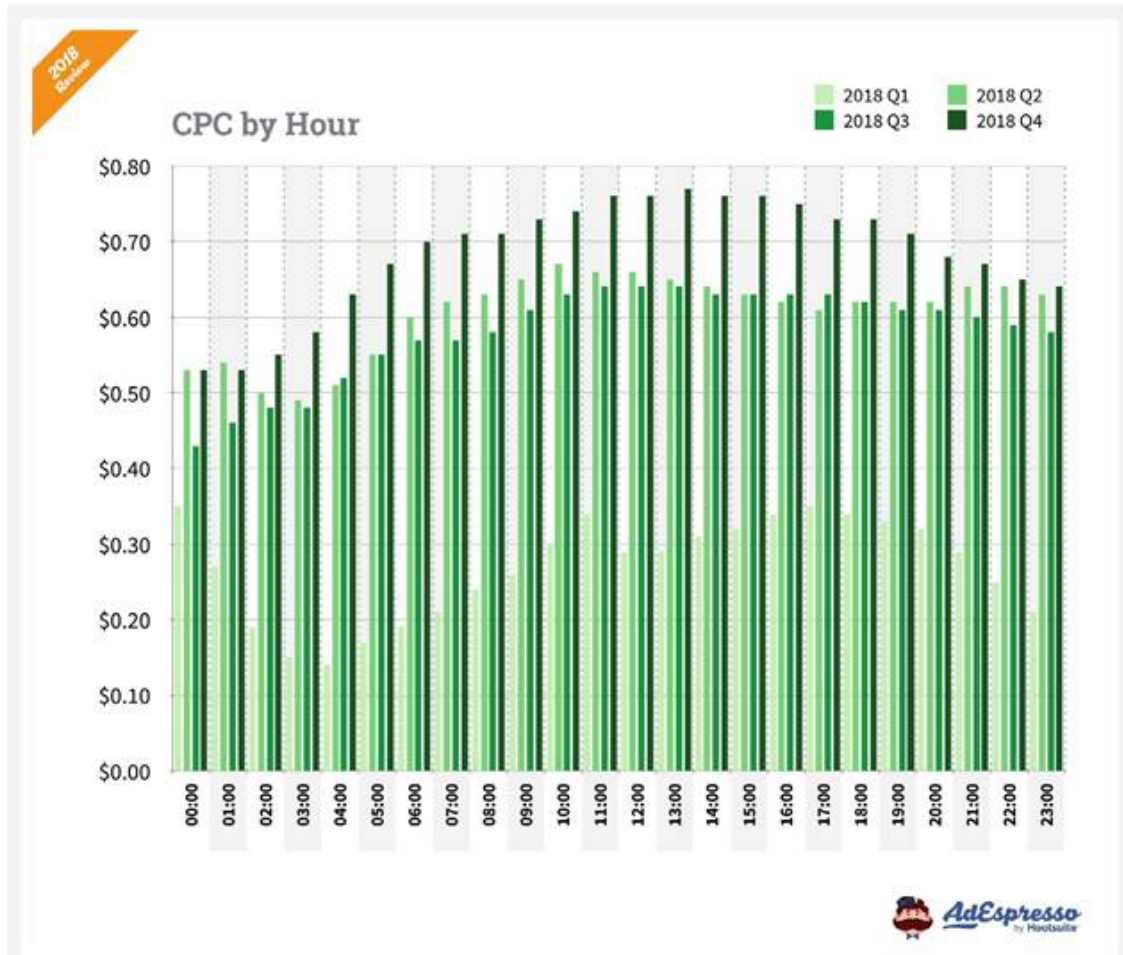
Aunque es sólo una tendencia débil, Podemos notar que el costo por clic es ligeramente más barato durante el fin de semana.

Una explicación probable para esto es que las personas tienen más tiempo durante los fines de semana para navegar por sus redes sociales y prestar atención a las publicaciones, lo que hace que los usuarios hagan clic y se involucren con más de su contenido.

Fuente: Adespresso



COSTO POR CLIC



El día es más caro y las primeras horas de la mañana son las más baratas para los clics.

Sin embargo, debes tener cuidado con la forma en que interpretas estos resultados, ya que el volumen de tráfico será menor durante la noche.

A menos que tengas un presupuesto muy pequeño, vale la pena pagar la prima diurna ya que la cantidad de usuarios en línea es mucho mayor.

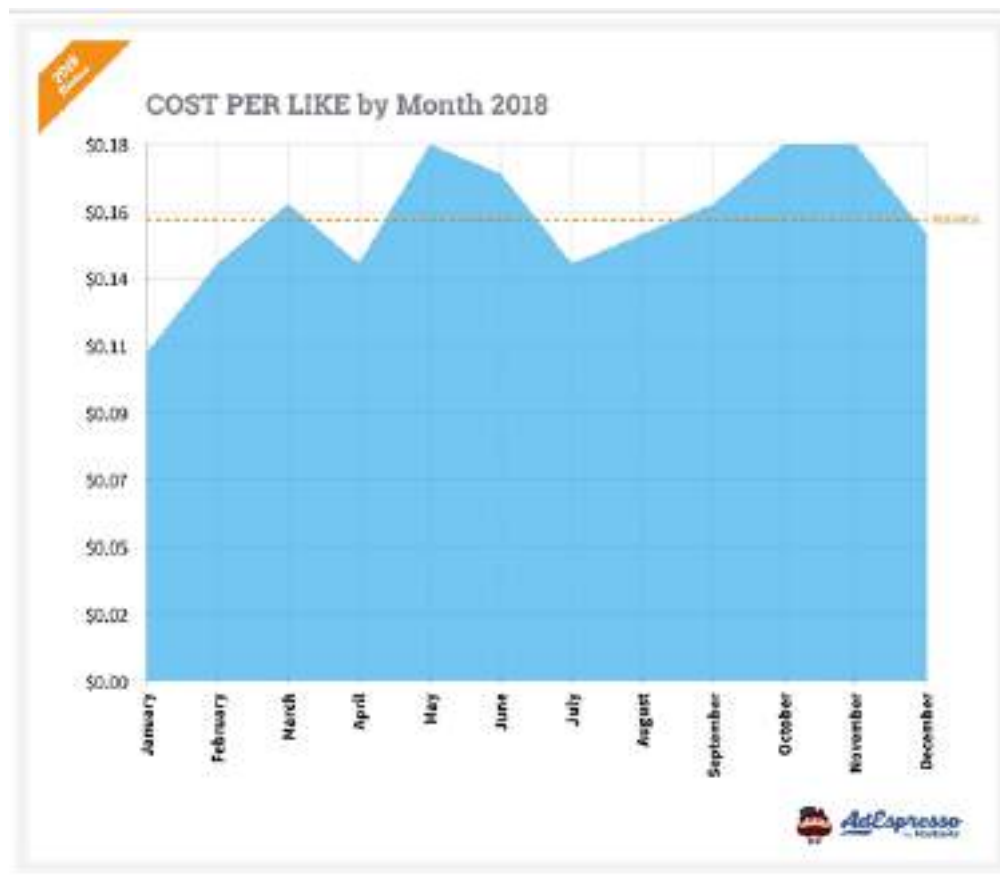
Fuente: Adespresso



COSTO POR ME GUSTA PARA CAMPAÑAS

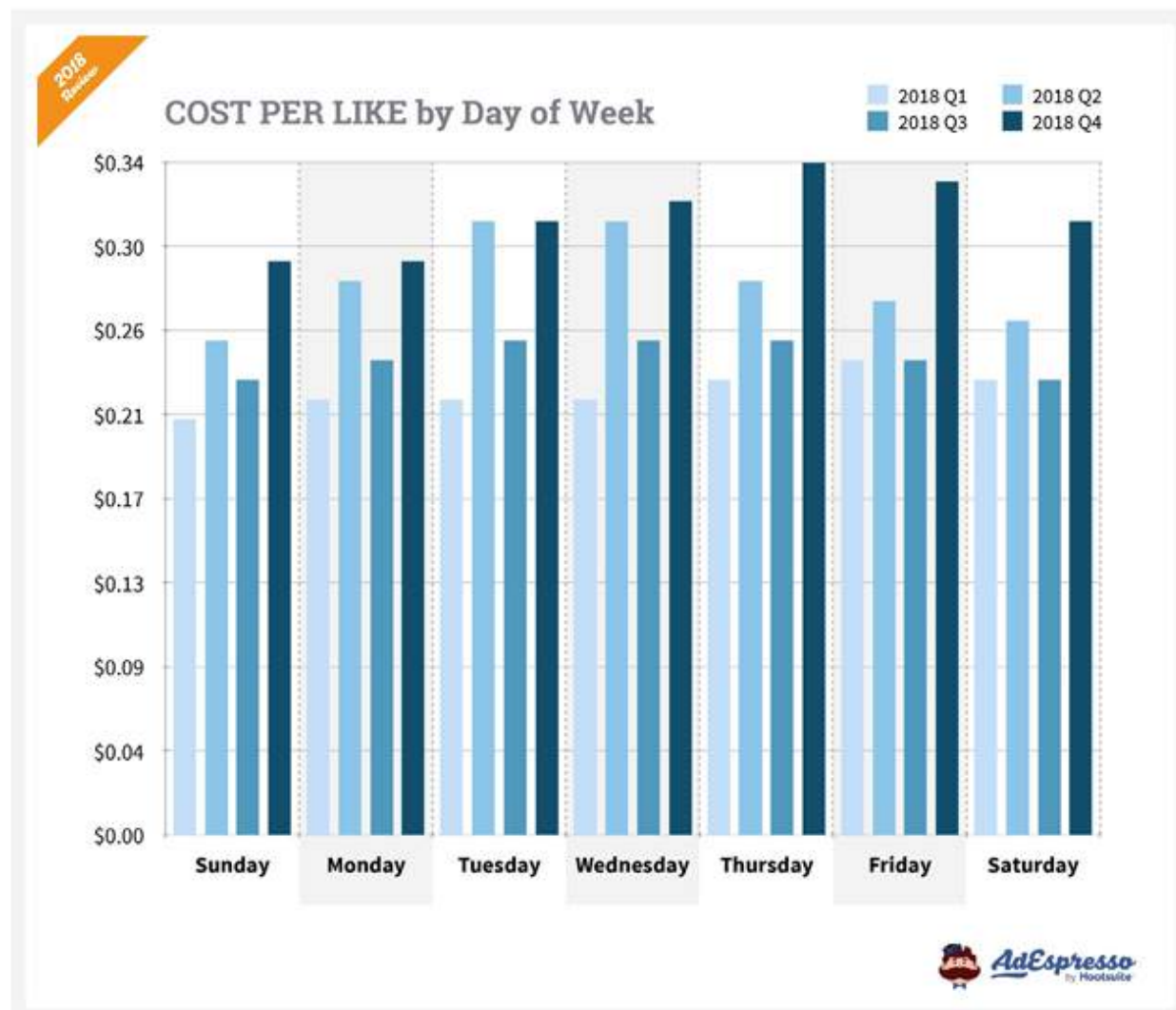
Ejecutar una campaña para los me gusta de la página puede ser valioso; te permite obtener más seguidores rápidamente, brindándote acceso instantáneo a tus canales de noticias regularmente sin que tengas que pagar por ellos.

Estos datos muestran los resultados de todas las campañas creadas con el objetivo Page Like en 2018.



El costo por igual aumenta durante el año, alcanzando su punto máximo durante las vacaciones. Si deseas construir su marca a largo plazo, considera ejecutar tu página como campañas sólo durante el primer trimestre cuando los precios están en su punto más bajo, luego en el cuarto trimestre, concéntrate en las campañas de conversión cuando es hora de convertir a estos fanáticos en clientes reales.

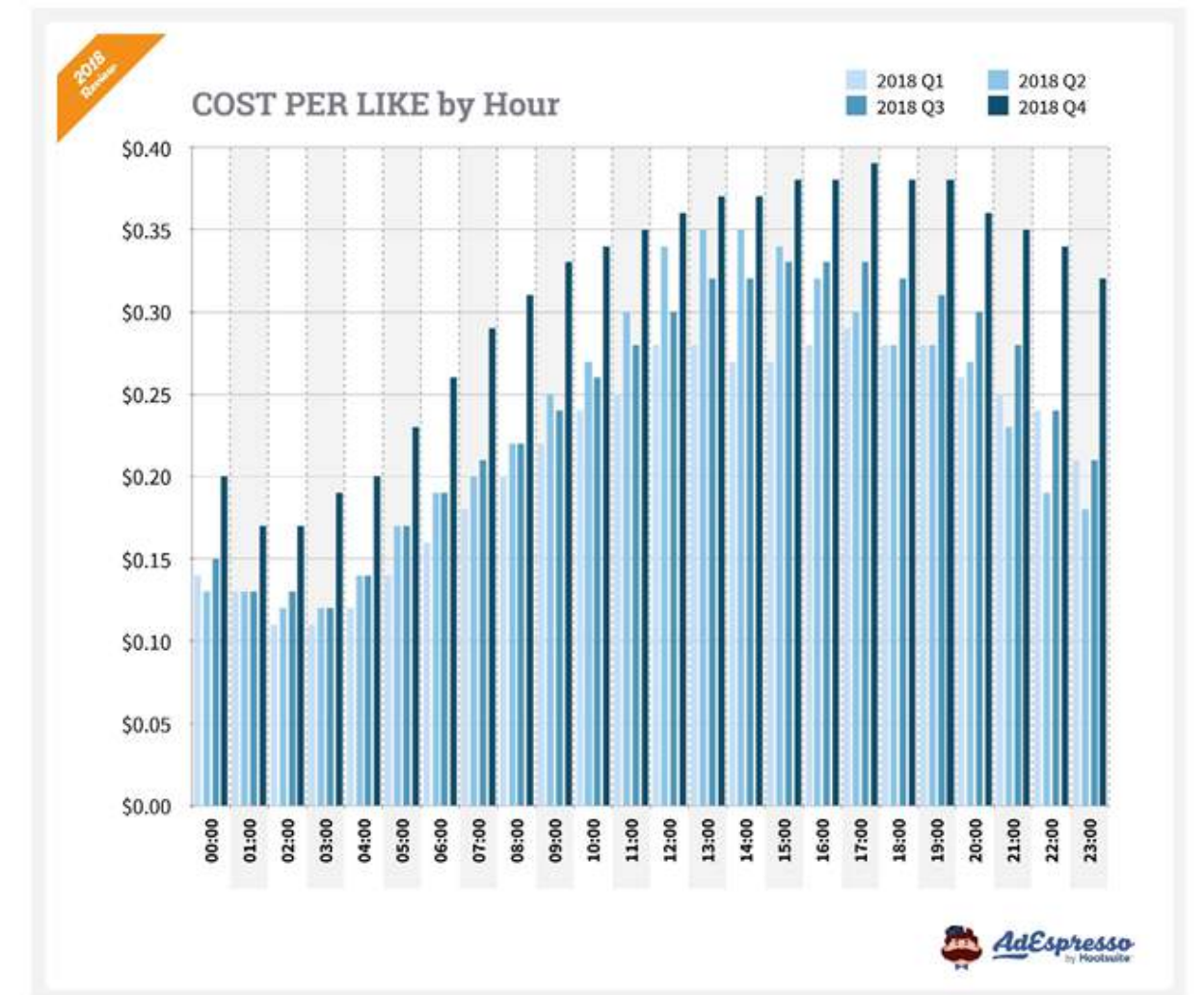
COSTO POR ME GUSTA PARA CAMPAÑAS



Como mencionamos anteriormente, obtener Me gusta en la página generalmente es un juego a largo plazo, por lo que es bueno mantener el costo lo más bajo posible.

Aconsejaría considerar página en ejecución como campañas de sábado a lunes cuando los precios son más bajos, a menos que necesites un volumen muy alto de me gusta en la página.

COSTO POR ME GUSTA PARA CAMPAÑAS



Hay una muy fuerte tendencia para que a la página le guste costar más durante las horas pico del día.

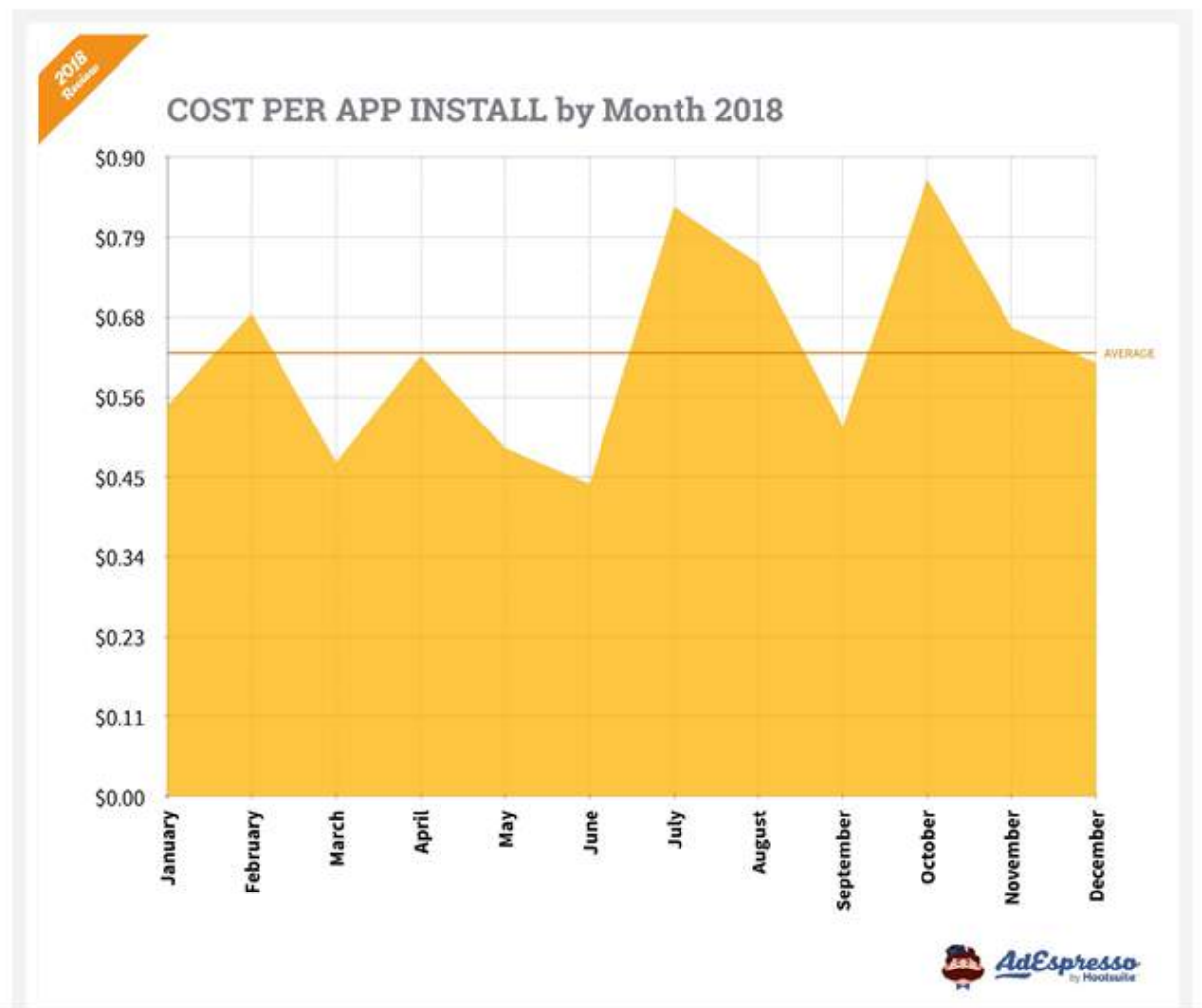
Al igual que con el precio de CPC, habrá una compensación ya que las primeras horas de la mañana tienen un número mucho menor de usuarios en línea.

Si deseas crear una base de fans de manera lenta pero económica, y sólo utilizar un presupuesto bajo a moderado, valdría la pena gastar la mayoría de tu presupuesto de la noche a la mañana.



COSTO POR INSTALACIÓN DE LA APLICACIÓN

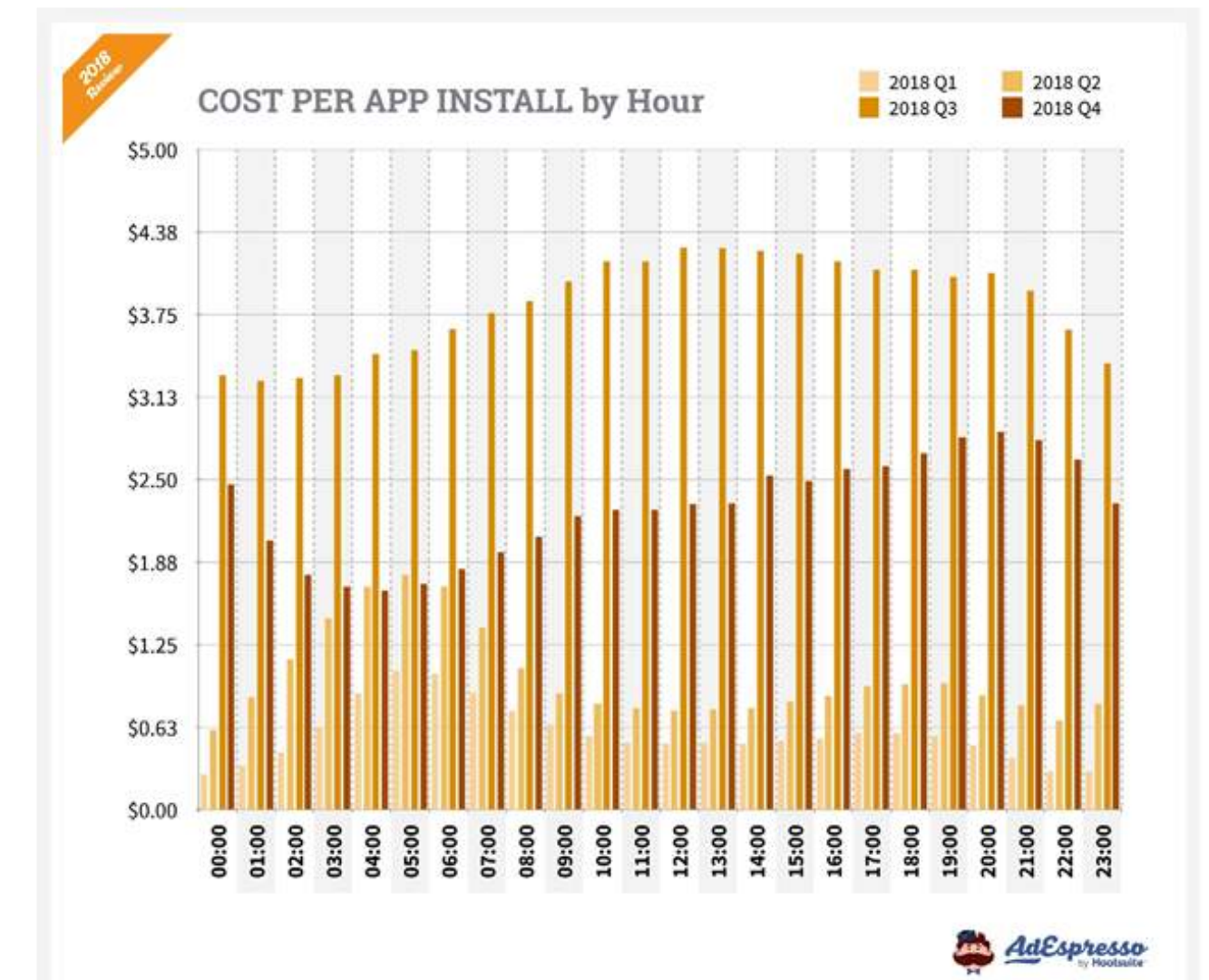
Tanto los anuncios de Facebook como los de Instagram pueden ser excepcionalmente efectivos cuando deseas aumentar las instalaciones de aplicaciones móviles. Estos datos se limitan a las campañas que utilizaron los objetivos "instalaciones de aplicaciones móviles" de 2018.



Es de esperar el aumento del cuarto trimestre, ya que los precios de los anuncios de Facebook aumentan debido a las grandes cantidades que gastan los minoristas. Pero, ¿por qué julio y agosto van un aumento?

Esto es simplemente anecdótico, pero durante el verano la gente pasa más tiempo al aire libre o de vacaciones. ¡Así que no buscan instalar juegos y pasar horas jugando Candy Crush!

COSTO POR INSTALACIÓN DE LA APLICACIÓN



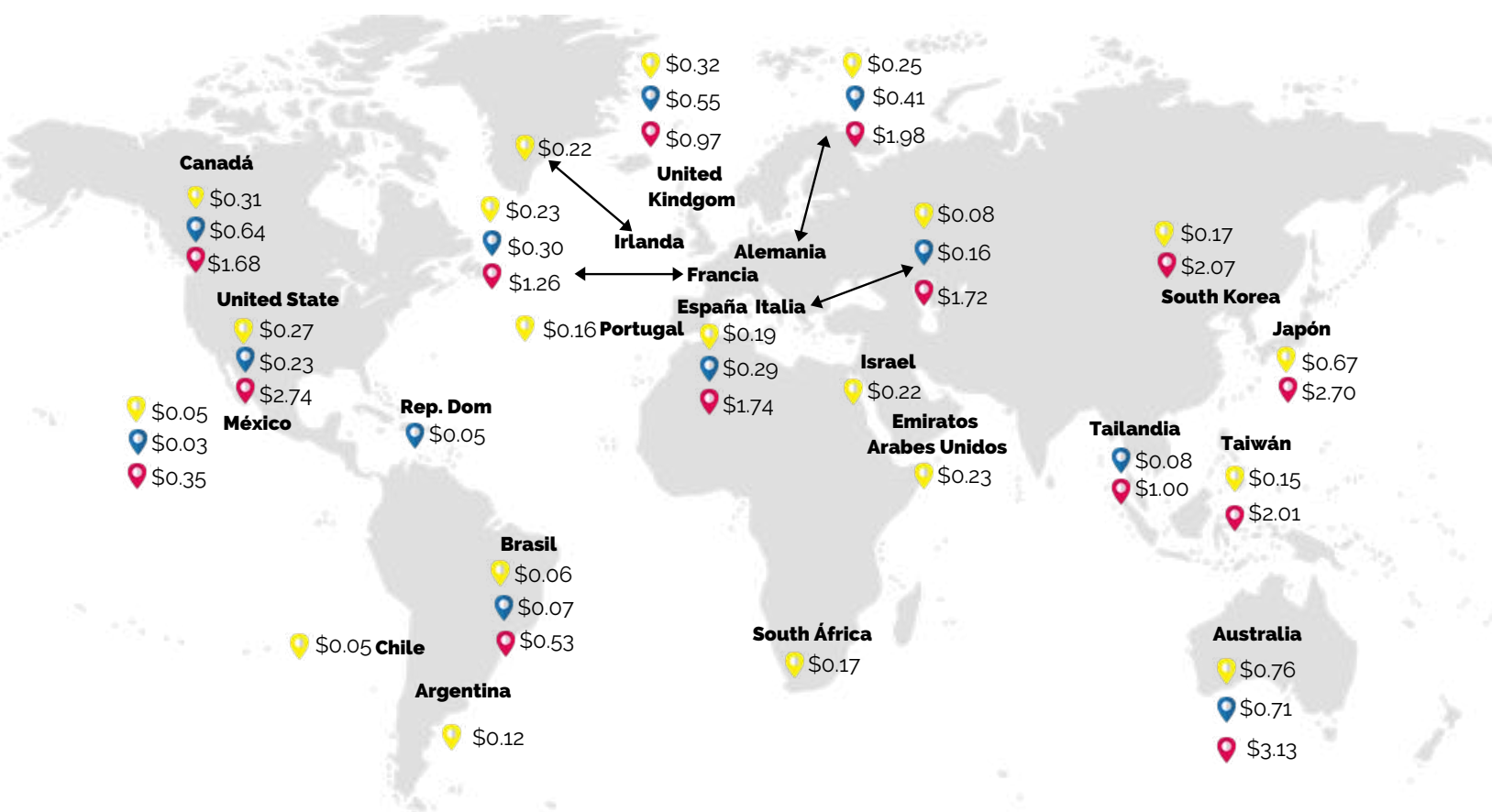
No hay una tendencia horaria clara, pero el gráfico refuerza la conclusión anterior de que las instalaciones de aplicaciones cuestan más en el tercer y cuarto trimestre.




Para aplicaciones que usan un modelo "freemium", considera gastar más del presupuesto anual en la primera mitad del año y reducirlo durante la segunda mitad cuando los anuncios de Facebook se vuelven caros debido a la saturación de anuncios de comercio electrónico.

Ahora que has aprendido sobre los principales factores en los costos de anuncios de Facebook en 2018, podrás establecer más fácilmente tus puntos de referencia internos para el éxito.

El costo de las campañas de publicidad en Facebook también va a depender de la zona geográfica en la que muestres tus anuncios.

A continuación te comparto el mapa mundial de costos aproximados de anuncios en Facebook.



-  CPC (costo por clic)
-  CPL (costo por like)
-  CPA (costo por instalación de la Aplicación)

- Costa Rica: \$0.08
- Panamá: \$0.05
- Grecia: \$0.05
- Uruguay: \$0.04
- Puerto rico: \$0.04
- Guatemala: \$0.02
- Perú: \$0.02
- Paraguay: \$0.02
- Colombia: \$0.02
- Ecuador: \$0.02
- Bolivia: \$0.01



COSTO APROXIMADO DE ANUNCIOS POR PAÍSES

El día es más caro y las primeras horas de la mañana son las más baratas para los clics.

Sin embargo, tenga cuidado con la forma en que interpreta estos resultados, ya que el volumen de tráfico será menor durante la noche.

A menos que tenga un presupuesto muy pequeño, vale la pena pagar la prima diurna ya que la cantidad de usuarios en línea es mucho mayor.

Fuente: Adespresso

