



Estudio de Precios de CPC
en Facebook España
Diciembre de 2010



Acerca de Adtelligence

Adtelligence es una agencia de medios digitales española.

Somos los primeros españoles, y la décima empresa del mundo, en desarrollar una herramienta basada en el API de anunciantes de Facebook, que permite gestionar campañas con multitud de creatividades y segmentarlas en nichos relevantes. Dicha herramienta, además de incrementar la productividad de quienes optimizan las campañas, permite hacer un seguimiento al detalle de la inversión, midiendo retornos de la inversión, conversiones, y proporcionando una información valiosísima al anunciante en forma de datos sobre sus clientes.

Introducción y metodología

Este informe pretende recoger y presentar de una manera cómoda la evolución de los cambios en los precios sugeridos que Facebook presenta a la hora de crear una campaña.

Nos hemos basado en el precio medio, calculado como la media aritmética entre la puja inferior y la superior que Facebook ofrece en cada momento para una segmentación sociodemográfica determinada.

Dicho precio no es el precio real pagado en una campaña, ya que dicho precio depende de muchos factores intrínsecos a la propia campaña, tales como la calidad de las creatividades, el presupuesto invertido, la duración de la campaña, y el tener acceso a una herramienta como Adtelligence para poder gestionar correctamente el enorme volumen de datos que se genera en una campaña normal.

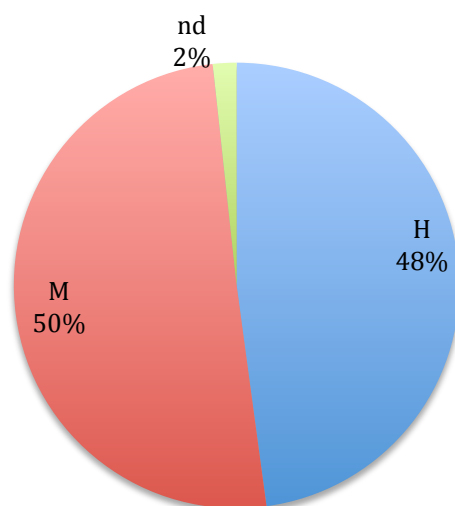
Para realizar este estudio partimos de 250 datos captados directamente desde **Facebook** usando nuestra herramienta **Adtelligence** de gestión de campañas; dichos datos son dinámicos y captados en distintos momentos ofrecen distintos resultados.

Población

Los datos de segmentación de Facebook proceden principalmente del perfil de los usuarios, es decir, son declarativos. Sin embargo, en el caso concreto de los datos de origen geográfico los datos no parecen proceder directamente de los perfiles. Por eso existe una seria distorsión sobre la procedencia geográfica de los usuarios.

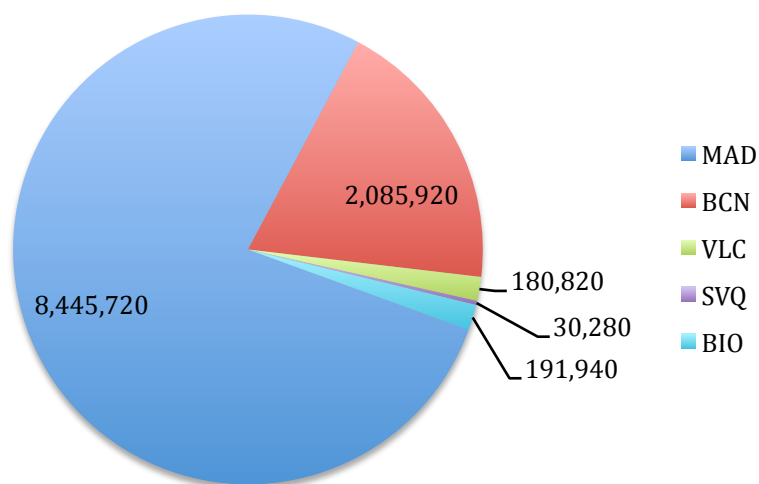
Población mayor de 13 años (Diciembre): 12.196.630

De los cuales, el desglose por **SEXO** es el siguiente:



Sin embargo, a la hora de hacer una segmentación por las

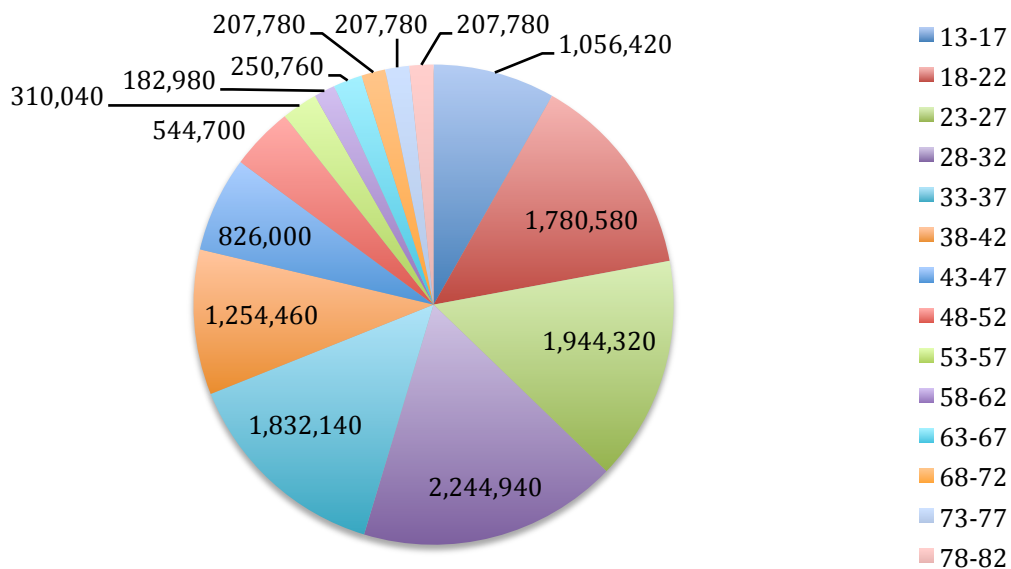
ciudades más importantes y sus zonas de influencia (ciudades más 50 km a la redonda) el resultado es el siguiente:



Parece evidente que existe un sesgo hacia los residentes en Madrid; esto afecta a la hora de hacer una segmentación de campaña, no tanto en el sentido de mostrar creatividades a la población equivocada como en el de no tener suficiente población para extraer valores correctos en determinadas segmentaciones.

También hay que tener en cuenta que la selección de ciudades hace que dejemos fuera a casi 2 millones de usuarios en la segmentación.

Al margen de esto, hemos tomado en cuenta para este estudio una segmentación por **edades**, con el siguiente desglose:

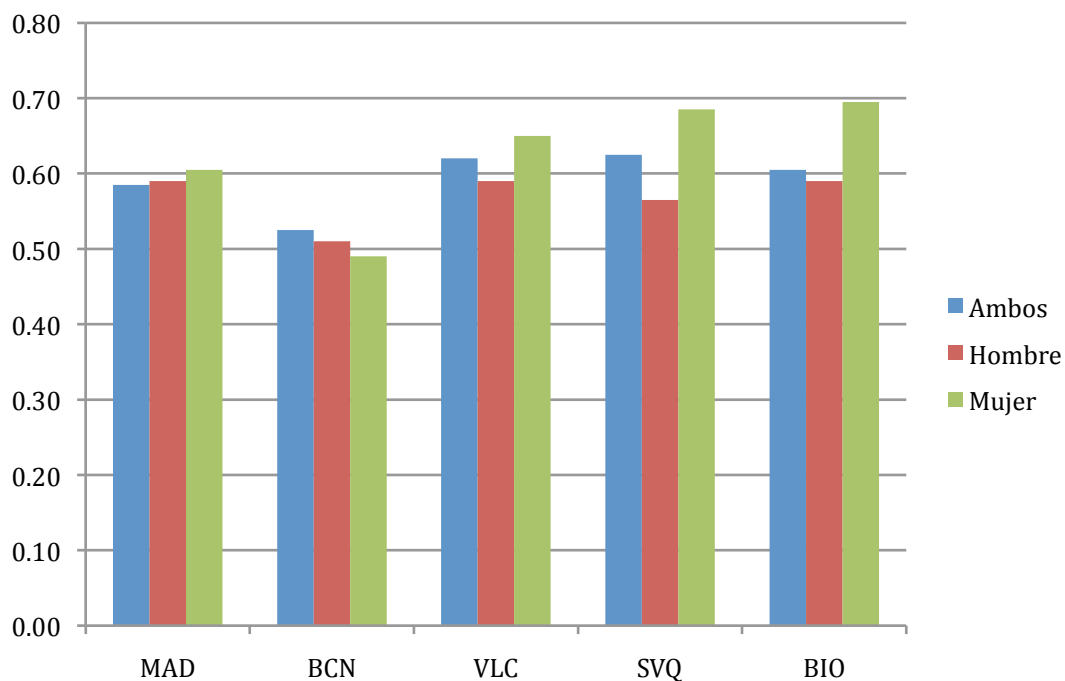


Los 3 grupos de edad con más población son:

28-32:	2.24 millones	17%
23-27:	1.94 millones	15%
33-37:	1.83 millones	14%

Total: 46%

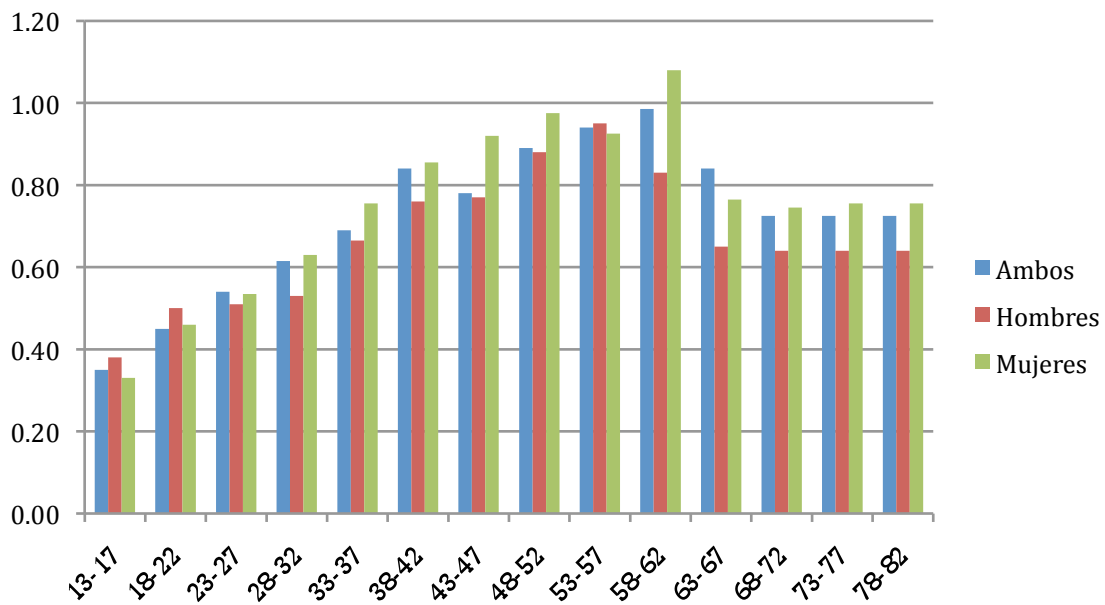
CPC medio por ciudad y sexo



El hecho de que las poblaciones de Valencia, Sevilla, Bilbao y zonas de influencia resulte tan pequeña hace que cualquier segmentación, por básica que sea, usando el criterio geográfico, encarezca ligeramente el CPC sugerido por **Facebook**; también vemos que los precios de los clicks femeninos son más altos con la excepción de Barcelona; es importante en este punto recordar que la puja sugerida no está únicamente sujeta a la cantidad de inventario estimado por el sistema, sino a la demanda de ese inventario concreto, entre otras.

En cualquier caso vemos como una campaña no diferenciada en sexo no aporta grandes cosas en el CPC y nos impide tener valiosa información de targeting y sobre todo de optimización de campaña.

CPC medio por edad y sexo

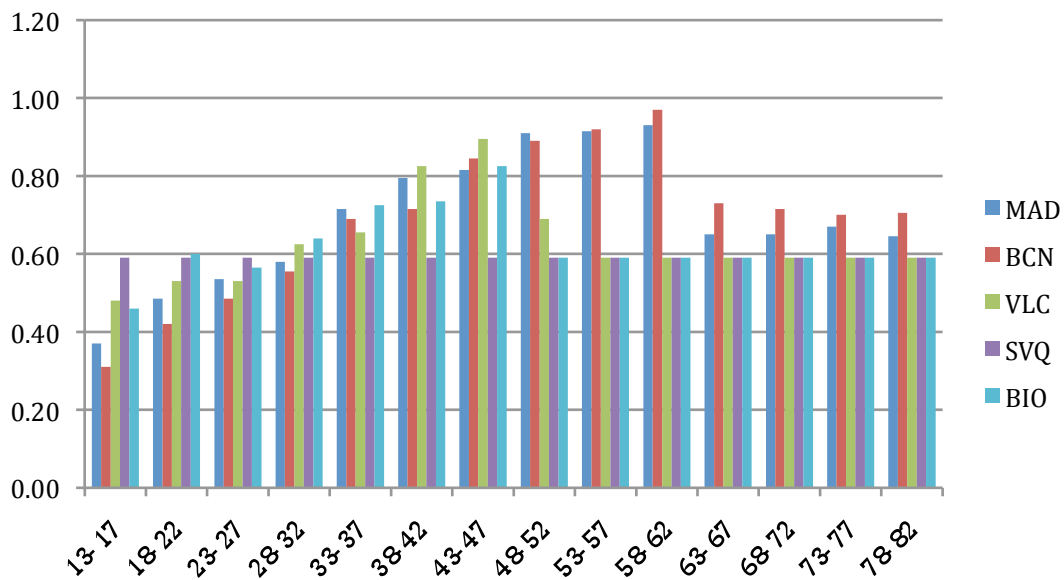


En primer lugar hay que hacer notar que el sistema devuelve un precio totalmente estimativo en aquellas segmentaciones en las que no tiene suficiente información, por eso a partir de los 68 años da un precio idéntico para todos los grupos. Si entráramos a un análisis aún más detallado, año a año en vez de en grupos de 5 años como es el caso, veríamos que esos precios seguirían siendo idénticos.

La segunda cuestión importante es la de la segmentación por edades. El CPC medio para una campaña sin segmentación ninguna es de 0.60. En el momento en que empezamos a buscar nichos de segmentación dicho precio puede oscilar en más de un 50% en ambos sentidos.

En esta segmentación tenemos el precio medio sugerido más alto de la muestra, 1.08 para mujeres de entre 58 y 62 años.

CPC medio por edad y ciudad



Lo que es cierto en la segmentación anterior, lo es más aún en este caso, donde pasamos de ver el click medio sugerido más bajo de toda la muestra (0.31 para el grupo de edad 13-17 en Barcelona).

Asimismo se puede observar con claridad la manera en que el sistema fija precios cuando no cuenta con suficientes datos de población, que se hace patente a partir del grupo de 33 a 37 para habitantes de Sevilla, y en adelante.



Adtelligence es la agencia especialista en anuncios en Facebook de España.

Contáctenos en

912 240 111

facebook@adtelligence.com

www.adtelligence.com/facebook

Twitter: @adtelligence



Este documento está creado bajo una licencia Creative Commons. Puede ser empleado de acuerdo con los términos correspondientes, que pueden ser consultados en

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/legalcode>.

Cualquier uso de este documento o de la información contenida en el mismo debe ser atribuido a Red Adtelligence (Comercializadora Publicitaria Avanzada S.L.).

 **creative commons** 2010 Comercializadora Publicitaria Avanzada S.L.