

Projeto de Plano de Mídia

Charles Guimarães Cavalcante - RM 334409

Resumo do projeto

Desenvolver um aplicativo de compras domésticas mensais, onde o usuário insere a sua lista de compras, indicando a quantidade e periodicidade de compra de cada item.

O sistema irá verificar o preço de cada produto nas lojas parceiras e indicar o melhor plano de compra, minimizando o custo total da compra, por exemplo, em uma lista de 30 itens, indicar a compra de 15 deles na loja X, 10 na loja Y e 5 na loja Z.

O usuário poderá então realizar as suas compras fisicamente se dirigindo a cada loja ou on-line, com a compra sendo realizada de forma unificada com o sistema realizando a compra dos produtos nas lojas parceiras por meio de API.

A rentabilidade do aplicativo será uma porcentagem de 3% sobre as vendas on-line.

Custo para trazer cada "cliente". O ROI é positivo?

Para as campanhas foi definido o seguinte público-alvo:

- pessoas entre 25 e 44 anos
- somente cidade de São Paulo
- segmentos:
 - comparador de preços de supermercados
 - lista de compras para supermercado

Com esta segmentação a expectativa é chegar a um CTR médio de 0,5%.

Ticket médio: R\$ 10,00

Lucro por venda (sem mídia): R\$ 9,00

Budget mensal para compra de mídia: R\$ 10.000,00

CTR médio: 0,9%

Taxa de conversão: 2%

Negociação				
CPM	CPC	CPA	CTR Médio	Investimento
R\$ 1,50	R\$ 1,00	não	0,5%	R\$ 10.000,00

Compra por CPM				
Impressões	Cliques	Conversões	Lucro	ROI Estimado
6.666.667	33.333	667	R\$ 6.000,00	-40%

Compra por CPC				
Impressões	Cliques	Conversões	Lucro	ROI Estimado
2.000.000	10.000	200	R\$ 1.800,00	-82%

O ROI é **negativo** considerando apenas uma compra por cliente.

ECPM médio da campanha

Foram considerados para o cálculo 7 dias de campanha. Foram calculadas compras por CPM e CPC, CPA não foi calculado por não ser possível para este tipo de campanha.

O **ECPM médio** para a campanha com compra por **CPM** ficou em **R\$ 1,50**.
Considerando a média de **R\$ 1,50** por mil impressões.

O **ECPM médio** para a campanha com compra por **CPC** ficou em **R\$ 4,94**.
Considerando a média de **R\$ 1,00** por clique.

CPM						
	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	Médias
IMPRESSÕES	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1.333.333
CTR	0,50%	0,55%	0,49%	0,46%	0,46%	0,49%
CLICK	6.667	7.333	6.533	6.133	6.133	6.560
CPM	R\$ 1,50	R\$ 1,46	R\$ 1,58	R\$ 1,52	R\$ 1,45	R\$ 1,50
CUSTO DIA	R\$ 2.000,00	R\$ 1.946,67	R\$ 2.106,67	R\$ 2.026,67	R\$ 1.933,33	R\$ 2.002,67
ECPM	R\$ 1,50	R\$ 1,46	R\$ 1,58	R\$ 1,52	R\$ 1,45	R\$ 1,50

CPC						
	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	Médias
IMPRESSÕES	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
CTR	0,50%	0,55%	0,49%	0,46%	0,46%	0,49%
CLICK	2.000	2.200	1.960	1.840	1.840	1.968
CPC	R\$ 1,00	R\$ 1,10	R\$ 1,05	R\$ 0,90	R\$ 0,95	R\$ 1,00
CUSTO DIA	R\$ 2.000,00	R\$ 2.420,00	R\$ 2.058,00	R\$ 1.656,00	R\$ 1.748,00	R\$ 1.976,40
ECPM	R\$ 5,00	R\$ 6,05	R\$ 5,15	R\$ 4,14	R\$ 4,37	R\$ 4,94

Análise da viabilidade a curto prazo do projeto com base no custo do "cliente"

Levando em consideração que o ticket médio é bem baixo, o custo de aquisição do cliente é muito alto, ficando praticamente com prejuízo com a campanha no curto prazo. É mais viável a compra por CPM, principalmente no início, pois precisamos tornar a marca conhecida e precisamos de mais impressões.

Análise a longo prazo levando em conta o LTV - Life Time Value

Cada cliente adquirido tem um grande potencial de compras futuras, pois a ideia do aplicativo é ajudar o usuário a ter redução de preços nas suas compras mensais.

Considerando que um usuário realizará em média 10 compras via o aplicativo, o nosso LTV será de:

$$\text{LTV} = \text{R\$ } 9,00 * 10 = \text{R\$ } 90,00$$

Com este valor aumentamos muito a viabilidade do negócio, no curto prazo o custo de aquisição ficou muito elevado, porém, com este valor de LTV o custo fica totalmente viável, elevando em muito o valor do ROI, de **-40%** para **500%** no **CPM** e de **-82%** para **80%**** no **CPC**.

A seguir o ROI recalculado considerando um ticket médio de **R\$ 90** ao invés de **R\$ 9** calculado inicialmente.

Negociação				
CPM	CPC	CPA	CTR Médio	Investimento
R\$ 1,50	R\$ 1,00	não	0,5%	R\$ 10.000,00

Compra por CPM				
Impressões	Cliques	Conversões	Lucro	ROI Estimado
6.666.667	33.333	667	R\$ 60.000,00	500,0%

Compra por CPC				
Impressões	Cliques	Conversões	Lucro	ROI Estimado
2.000.000	10.000	200	R\$ 18.000,00	80,0%