

Análise Comparativa Qualitativa Entre Ferramentas de Marketing do Facebook

1st Estevão Magno Ribeiro Viana 2nd Jose Lucas Coelho De Macedo 3rd Leonardo Augusto Gomes Da Silva
Sistemas de Informação Sistemas de Informação Sistemas de Informação
Universidade Federal do Piauí (UFPI) Universidade Federal do Piauí (UFPI) Universidade Federal do Piauí (UFPI)
Picos, Brasil Picos, Brasil Picos, Brasil
estevaomagnoviana@gmail.com lucascoelhosi96@gmail.com leosilvadrums@hotmail.com

Resumo—Este documento tem o objetivo de apresentar um comparação e avaliação entre Ferramentas para Marketing no Facebook. O objetivo das comparações é qualificar essas ferramentas, demonstrando em que situações as mesmas apresentam melhor desempenho. Atualmente existem diversas ferramentas focadas em marketing no Facebook. Por mais que essas ferramentas tenham objetivos semelhantes, as mesmas apresentam diferenciais e características únicas. O principal objetivo do trabalho é fazer uma análise das seguintes ferramentas: Facebook Ads Manager, Drifrock, Hootsuite e AdRoll. Os resultados deste trabalho podem ser usados por empresas, para que as mesmas entendam melhor a funcionamento dessas ferramentas de marketing e em quais situações cada uma delas se adapta melhor.

Index Terms—Mídias Social, Marketing Digital, Facebook

I. INTRODUÇÃO

A internet transformou a forma em que a propaganda é feita, ela permite que clientes e fornecedores tenham uma proximidade maior isso deu a crescentes reflexões acadêmicas e empresariais que culmina na proposição do uso de mídias sociais como ferramentas de marketing [7].

As mídias sociais são o principal meio dessa aproximação, transformando o espaço em que as empresas atuam e a forma em que se organizam. As barreiras de limites físicos foram quebradas permitindo que sejam feitos negócios on-line, ou seja, as empresas além de física passaram a ser virtualmente digitais.

Atualmente o Facebook é a rede social com mais usuários (mais de 1 bilhão de usuários ativos). Isso tornou o Facebook um dos meios de comunicação mais utilizados para a propaganda de produtos e serviços. Desde a sua criação empresas abriram os olhos para essa plataforma social, devido seu alto poder de disseminação em grande escala de público e longo alcance.

O Facebook possui um grande potencial de marketing, porém o alcance das postagens nesta rede social não é visto como satisfatório. Com esses problema em mente, foram desenvolvidas ferramentas para gerenciar o marketing no Facebook. Essas ferramentas aumentam a segmentação das postagens.

Existem várias ferramentas no mercado para o gerenciamento de marketing no Facebook, inclusive uma ferramenta do

próprio Facebook, Facebook Ads Manager. Este trabalho tem como objetivo analisar quais são as melhores ferramentas do mercado. Para isso será feito um comparativo entre ferramentas populares no mercado. As ferramentas a serem analisadas serão o Facebook Ads Manager, o Drifrock, o Hootsuite e o AdRoll.

Este trabalho está dividido em duas partes. A primeira parte, conterá uma análise comparativa entre as ferramentas citadas acima. Já na segunda parte será apresentado as conclusões obtidas da análise comparativa feita na primeira parte.

II. ANÁLISE COMPARATIVA

Esta seção descreve as características e vantagens das Ferramentas de Marketing para o Facebook. Para realizar avaliação das ferramentas, os autores analisaram a documentação técnica e outros trabalhos que apresentassem estudos sobre as ferramentas. A avaliação permitiu fazer uma análise das principais características de cada sistema, além de permitir verificar quais soluções são capazes de satisfazer as necessidades em relação as funcionalidades definidas.

Antes de ser realizada as avaliações, foi criada uma matriz comparativa (Tabela 1), para efetuar a classificação das ferramentas de acordo com os critérios definidos. Os critérios utilizados encontram-se enumerados enquanto que a classificação das ferramentas será apresentada posteriormente após a apresentação dos sistemas operacionais.

A. Facebook Ads Manager

Esta ferramenta é o gerenciador fornecido pelo próprio Facebook. A ferramenta permite controlar as diferentes modalidades de anúncio (desde curtidas na página até conversões no website).

Através deste Gerenciador de Anúncios, tem-se acesso a todas as ferramentas necessárias para criar anúncios segmentados de acordo com o público-alvo desejado. Apesar de ser considerada a ferramenta mais básica de publicidade do Facebook, o gerenciador é ferramenta mais popular para anúncios no Facebook.

Principais vantagens:

- Facilidade de uso.
- Anúncio produzido rápido.

Tabela I
MATRIZ COM ATRIBUTOS PARA AVALIAÇÃO DAS FERRAMENTAS DE MARKETING

Atributo Avaliado	Descrição
Quantidade de Conversões	Refere-se à quantidade de usuários que o anúncio atraiu
Frequência	Refere-se à quantidade de vezes em que um anúncio foi exibido para o usuário
Gasto e ROAS	Retorno dos gastos feitos com publicidade.
Custo por Clique (CPC)	Indica o custo médio de um clique do seu anúncio para o seu site
Taxa de Cliques (CTR)	Percentual de pessoas que clicaram em seu site após verem o seu anúncio
Custo por Ação	Custo pelas ações que deseja que o cliente tenha.

- Não é necessário baixar ou pagar para utilizar a ferramenta.
- O Facebook fornece a ferramenta de maneira gratuita

B. Driftrock

Driftrock é um gerenciador semelhante ao Facebook Ads Manager, tendo o diferencial de ser utilizado por verdadeiros gigantes, como Coca-Cola e BMW. Esta ferramenta fornece seus usuário opções de automatizar anúncios, sendo possível programar um anúncio para ir ao ar baseado no clima da cidade, na programação da TV ou até na sua disponibilidade de produtos em estoque.

O sistema utiliza uma abordagem única de quatro passos para a publicidade no Facebook. Primeiramente o usuário cria o anúncio e após a criação o mesmo passa por uma automação. Em seguida tem os Gatilhos (é a função mencionada acima, através da qual um evento ou acontecimento “dispara” um determinado anúncio). Por fim tem a Resposta e Mensuração.

Além do Facebook Ads, o Driftrock pode ser utilizado para gerenciar campanhas no Google AdWords.

Principais vantagens:

- Automação através de gatilhos e critérios diferenciados, e não apenas com base em horários ou dias da semana.
- Integração das leads (pessoas que clicam nos anúncios e se cadastram na sua newsletter, por exemplo) com sistemas de CRM (Customer Relationship Management ou Gestão do Relacionamento com o Cliente).
- Além disso, a plataforma pode ser integrada com uma série de ferramentas de internet, desde sistemas de e-mail marketing (como o Mailchimp) até soluções de e-commerce (como o Magento). É a automação levada ao nível máximo!

C. Hootsuite

Esta ferramenta é uma das maiores. Ela gerencia diversas redes sociais (inclusive o Facebook), com milhões de usuários espalhados pelo mundo, tanto empresas como pessoas físicas. É considerada uma ótima solução para quem busca uma

plataforma simplificada que permita levar os anúncios de Facebook a um próximo nível.

Uma característica importante dessa ferramenta é possuir interface em português. A versão grátis permite que você gereencie até três perfis de redes sociais, tenha acesso a relatórios básicos e faça o agendamento de postagens. Entretanto, existem versões pagas a partir de 9,90 dólares ao mês, com muito mais recursos e aplicativos disponíveis.

- Capacidade de criar anúncios rapidamente, com apenas dois cliques.
- O aplicativo verifica automaticamente as suas páginas do Facebook, buscando as melhores mensagens para promover para o seu público-alvo.
- O gerenciador sugere metas para cada anúncio, auxiliando você a personalizar suas campanhas e otimizar os resultados.
- Permite integrar todas as suas contas de anúncios em um só lugar, centralizando até mesmo os pagamentos. Isso ajuda a evitar que você estoure o seu orçamento mensal.
- Além de anúncios, também permite que você gereencie conteúdo orgânico, como o agendamento de posts na sua Fanpage.

D. AdRoll

O AdRoll é uma ferramenta voltada para quem deseja gerenciar o remarketing (comunicação com pessoas que já tiveram contato com a sua marca) através do Facebook Ads. Isso permite que você anuncie para seus potenciais clientes quando eles estão mais propensos a comprar de você ou interagir com o seu conteúdo.

O funcionamento desta plataforma se dá de maneira simples. Segundo a própria plataforma, tudo funciona em um processo simples de quatro etapas. A primeira etapa acontece quando o usuário visita um website. A segunda etapa ocorre quando o usuário sai do site sem completar a ação desejada (como, por exemplo, fazer uma compra). Mais tarde, quando esse usuário estiver usando o Facebook, esse usuário verá anúncios da marca. Por último, o usuário clica no anúncio, voltando ao seu site e tendo uma nova chance de completar a compra ou executar outra ação que desejar.

- Permite cruzar dispositivos. Ou seja, se alguém foi impactado pelo seu conteúdo enquanto usava o celular, essa mesma pessoa pode receber outro anúncio mais tarde, quando estiver usando o desktop ou tablet.
- Proporciona um aumento do retorno sobre o investimento, uma vez que você estará se comunicando com pessoas que já conhecem sua marca e com as quais você já tem um certo relacionamento.

E. Resultado das Avaliações

O estudo bibliográfico nos permitiu realizar uma análise empírica sobre as ferramentas. Seguindo métricas propostas por Neil Patel [5] acerca da qualidade de campanhas de anúncio, propusemos tabela abaixo (Tabela 2) que mostra o desempenho das ferramentas nessas métricas.

Tabela II
MATRIZ COMPARATIVA COM O RESULTADO DAS AVALIAÇÕES.

Atributo Avaliado	Facebook Ads Manager	Drifrock	Hootsuite Ads	AdRoll
Quantidade de Conversões	4	5	4	4
Frequência	4	5	3	4
Gasto e ROAS	4	5	4	3
Custo Por Clique (CPC)	4	5	5	5
Taxa de Cliques (CTR)	5	5	5	5
Custo Por Ação	3	4	4	5

Tabela III
LEGENDA COM OS VALORES DE CADA PONTUAÇÃO.

1	Oculto
2	Ruim
3	Regular
4	Bom
5	Ótimo

CONCLUSÕES

Neste trabalho apresentamos uma análise comparativa qualitativa das aplicações de marketing, Facebook Ads Manager, Drifrock e Hootsuite Ads e AdRoll. Estas são algumas das aplicações criadas para auxiliar os usuários a gerir campanhas de anúncios no Facebook. Observamos pela análise que essas aplicações possuem perfis semelhantes, não diferindo muito seus funcionamentos e desempenhos. Pode-se observar também que os gatilhos que Drifrock apresentam podem ser um diferencial em relação às outras ferramentas, bem como a característica do AdRoll de nos apresentar anúncios de sites de compra que visitamos recentemente. No geral, podemos concluir que a escolha da ferramenta para gerenciar anúncios dependerá do perfil de uso de que irá utilizá-la. E contar como uma ferramenta de gerenciamento de anúncios é crucial para o sucesso dos mesmos.

Para trabalhos futuros, poderão ser desenvolvidos testes práticos com cada ferramenta, analisando cada parâmetro, para se obter um resultado com maior precisão.

REFERÊNCIAS

- [1] Drifrock. Disponível em: <https://www.drifrock.com/solutions>.
- [2] AdRoll. Disponível em: <https://www.adroll.com/product>
- [3] Hootsuite. Disponível em: <https://hootsuite.com/platform>
- [4] Facebook Ads Manager. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/200000840044554>
- [5] 5 Métricas do Facebook Super Importantes Para Campanhas de Anúncio. Disponível em: <http://neilpatel.com/br/blog/5-metricas-do-facebook-super-importantes-para-campanhas-de-anuncio/>
- [6] AdRoll. Disponível em: <https://www.camilaporto.com.br/facebook/o-que-e-e-como-funciona-o-power-editor-do-facebook/>
- [7] Primo, A. (2012). what is social in social media? musings based on actor-network theory. Contemporanea Revista de Comunicação e Cultura, 10(3):618–641.
- [8] Ramsaran-Fowdar, R. R. and Fowdar, S. (2013). The implications of facebook marketing for organizations. Contemporary Management Research, 9(1):73.