

Faturamento da CCFácil cresce mais de 500% em seis meses com o Google AdWords



“Nós já investimos em diversas formas de publicidade. A que realmente funcionou foi a do Google.”

Kleberon Cesar Leite, sócio

“80% do nosso faturamento é gerado diretamente pela publicidade do Google.”

Ricardo Tonus, sócio

CCFácil :: Consultas cadastrais

A empresa

Há oito anos, Kleberon Leite e Ricardo Tonus faziam, a cada venda, o que todos que se dedicam ao comércio eletrônico fazem: consultavam a Serasa. A análise de crédito faz parte do cotidiano de quem lida com vendas, e não era diferente no caso dos sócios em um site que vendia equipamentos de informática.

Até que um dia eles resolveram criar uma ferramenta de integração. Construíram um sistema de consultas que puxava as informações sobre a situação de crédito dos clientes através de um intermediário, uma empresa que buscava os dados no site da Serasa. Quando passaram a fornecer as consultas terceirizadas da Associação Comercial (SPC), receberam uma visita de um funcionário da Serasa.

O que seria uma fiscalização acabou se tornando uma promissora parceria. A empresa recebeu a chancela do órgão, passando a ser distribuidora autorizada Serasa. Há três anos nascia, assim, a CCFácil. Um ano e meio depois, a dupla começou a lucrar com a empresa e, de lá para cá, viu o faturamento quintuplicar.

A CCFácil seria apenas mais uma empresa de consultas cadastrais para análise de crédito não fosse o seu grande diferencial em relação ao mercado: oferecer uma solução pré-paga. Os concorrentes, em geral, cobram uma taxa mensal. A CCFácil oferece uma alternativa interessante, tornando possível realizar um volume variável de consultas sem burocracia e sem comprometer o orçamento.

Desafios de marketing

Para se posicionar com destaque em um mercado dominado por concorrentes de porte, a CCFácil precisava ser reconhecida pela confiabilidade, além da praticidade.

Fortalecer a marca e gerar o maior número possível de visitas foram, portanto, os desafios iniciais dos esforços de marketing.

Converter as visitas em consultas era o objetivo a ser alcançado para realizar a ambição de consolidar-se como referência em consultas cadastrais na Serasa.

Estratégia

Os sócios começaram a exibir anúncios do AdWords na busca do Google de forma tímida, enquanto aprendiam a utilizar a ferramenta. Aos poucos o investimento foi ficando maior. Hoje, eles procuram ser presença constante nos Links patrocinados quando a pesquisa inclui as palavras-chave relevantes para o negócio. “A taxa de conversão é impressionante.”, afirma Ricardo.

O próximo passo foi criar campanhas segmentadas por palavras-chave otimizadas para a rede de conteúdo, destinando inicialmente metade da verba investida em publicidade no Google. A campanha segmentada por canal veio em seguida. Hoje a CCFácil aplica 90% da sua verba de publicidade no Google.

Os relatórios de resultados tornaram-se leitura diária. “Acredito muito na análise de custo por conversão do AdWords. Sei quanto eu posso investir por conversão e defini o limite máximo que eu posso pagar pelas palavras-chave.”, diz Leite. Aprender a usar o Otimizador de conversões foi o pulo do gato: em dois meses de uso, o número de cadastros dobrou.

O Otimizador de conversões é um recurso do AdWords que gerencia os custos com publicidade com base em metas de conversão específicas. No caso da CCFácil, os sócios poderiam fazer uma análise detalhada para determinar diversas variáveis que influenciam a taxa de custo por aquisição, como o dia da semana, a especificidade das palavras-chave, o histórico de conversões, o escopo do site onde é exibido o anúncio, entre diversos outros fatores.

O Otimizador de conversões é um facilitador, pois os sócios não precisam se preocupar em analisar estes detalhes. Considerando esses fatores sempre que os anúncios estiverem qualificados para exibição, a ferramenta ajusta os lances da CCFácil quando houver maior probabilidade de obter conversões. O Otimizador de conversões utiliza o melhor lance de custo por clique para o anúncio da CCFácil em cada leilão, mantendo o custo por conversão médio abaixo do lance de custo por aquisição.

Basta especificar um lance máximo de custo por aquisição para cada grupo de anúncios e o Otimizador de conversões gerencia seus lances de custo por clique, fazendo ajustes com base na probabilidade de uma conversão em cada leilão de anúncios. Em outras palavras, torna o processo automático e amplia a eficiência ao máximo, ajustando os lances de custo por clique de forma a obter o melhor custo-benefício: mais conversões por um custo mais baixo.

Resultados

O faturamento da CCFácil apresentou um aumento de 500% em seis meses. Os sócios atribuem esse crescimento espantoso a três fatores: a credibilidade oferecida pelo selo de chancela da Serasa, o fato de terem passado a aceitar cartão de crédito como forma de pagamento e o investimento nas soluções de publicidade do Google.

A CCFácil tem hoje mais de 15 milhões de pageviews por dia em seu site. “E 80% do nosso faturamento é gerado diretamente pela publicidade do Google”, enfatiza Ricardo. Os gráficos de crescimento da CCFácil são impressionantes, e na verdade os próprios sócios demoraram a acreditar nos números. “A partir de um determinado faturamento mensal, pensávamos que seria impossível continuar crescendo. Mas a cada mês tínhamos uma nova surpresa”, conta Leite, exibindo o gráfico de crescimento do último um ano e meio.

Glossário

- **Campanha segmentada por canal:** campanha em que o anunciante seleciona sites ou canais para exibição dos anúncios do AdWords.
- **Campanha segmentada por palavras-chave:** campanha em que o anunciante seleciona as palavras-chave que acionarão os anúncios.
- **Conversão:** uma conversão ocorre quando um clique no seu anúncio leva diretamente ao comportamento do usuário que você considera que seja seu objetivo, como uma compra, um cadastro, uma exibição de página ou um lead.
- **Google Analytics:** ferramenta gratuita que monitora os visitantes no seu site e o desempenho das campanhas de marketing - independente de serem campanhas do AdWords, campanhas por e-mail ou de qualquer outro programa de anúncios, disponibilizando mais de 80 relatórios.
- **Otimizador de conversões:** recurso de gerenciamento de lances que administra seus custos com publicidade com base em metas de conversão específicas.
- **Rede de conteúdo:** A rede de conteúdo do Google inclui diversos sites de alta qualidade, páginas de notícias e blogs que fazem parceria com o Google para exibir anúncios segmentados do AdWords.

