



[socialmediacoach.gr](http://socialmediacoach.gr) - Αλέξανδρος Φατσής



## **Όχι, ο Zuckerberg δεν είναι απατεώνας**

Διάβασα πρόσφατα το [κείμενο](#) του κ. Αλέξη Χαλκίδη στο blog [εξς. Αλεξαρτησία](#) σχετικά με την διαφήμιση στο Facebook. Στο οποίο κείμενο “γκρινιάζει” ότι το Facebook δεν δείχνει τις διαφημίσεις στο κοινό που έχουμε εμείς αλλά στο γάμο του καραγκιόζη προκειμένου να καλύψει πάση θυσία το ημερήσιο budget που του δίνουμε.



Για να πούμε του στραβού το δίκιο, δεν γκρινιάζει ακριβώς. Αν ισχύουν αυτά που γράφει (που δεν έχω λόγο να το αμφισβητήσω), σωστά τα λέει ο άνθρωπος. Αλλού είναι οι αντιρρήσεις μου.

Το πρώτο που πρέπει να ελέγξουμε είναι μήπως, από λάθος, είχε μπει μια ρύθμιση που επιτρέπει στο Facebook να δείχνει τις διαφημίσεις μας και σε “κοντινές” ηλικίες με αυτές που έχουμε επιλέξει. Είναι επιλογή που μειώνει κάπως το CPC και θεωρώ ότι έχει νόημα να την χρησιμοποιούμε. Επειδή όμως ο κ. Χαλκίδης δεν είναι και κανένας χθεσινός, υποθέτουμε ότι δεν έχει γίνει κάποια τέτοια αβλεψία.

Οπότε πάμε στην λεγόμενη απατεωνιά του Zuckerberg. Καταρχάς δεν πρέπει να μας κάνει και τόσο εντύπωση. Τα λεφτά δεν γίνονται με τον σταυρό στο χέρι (εκτός και αν είσαι μητροπολίτης). Και ένα ευρώ να παίρνει επιπλέον από κάθε εκστρατεία, κερδίζει μέσα σε μια μέρα περισσότερα απ' όσα θα βγάλουμε εμείς σε δέκα ζωές. Αλλά αυτό που με ενδιαφέρει εμένα είναι ότι τελικά δεν έχει καμία σημασία.

Αξιωματικά, οποιοσδήποτε κάνει κλικ στη διαφήμιση μας είναι δυνητικός πελάτης. Εκτός αν πουλάμε κρέας και μας κάνει κλικ vegetarian. Αλλά σε αυτήν την περίπτωση είναι πολύ απίθανο να μας κάνει κλικ. Αυτοί που έκαναν κλικ στη διαφήμιση του λοιπόν, μπορεί να μην είναι από το target group που είχε επιλέξει όμως, κατά πάσα πιθανότητα, θα προέρχονταν από ένα κοινό το οποίο αν το επέλεγε θα πλήρωνε περισσότερα ανα κλικ. Εξάλλου, όπως ήδη ανέφερα και πιο πάνω, ηλικιακά δεν απέχει και τόσο πολύ από το καθορισμένο του target group.

Δεν είναι δηλαδή ότι διαφήμιζε σερβιέτες και η διαφήμιση του παρουσιάστηκε σε άνδρες.




Το ερώτημα που προκύπτει και νομίζω ότι θα πρέπει να μας απασχολήσει, είναι αν το κοινό της διαφήμισης μας καθορίζει το κόστος ανά κλικ ή αν το κόστος ανά κλικ καθορίζει το κοινό μας. Δηλαδή εγώ θέλω να διαφημιστώ σε μια συγκεκριμένη πληθυσμιακή ομάδα. Π.χ. ανύπανδρες μητέρες με διδακτορικό στη φαρμακολογία που να μιλάνε βασκικά και να μένουν Αθήνα. Η άλλη περίπτωση είναι να θέλω να διαφημιστώ με 1 λεπτό ανά κλικ και δεν με ενδιαφέρει ποιος θα δει την διαφήμιση μου. Άρα επιλέγω τις πληθυσμιακές εκείνες ομάδες που κοστίζουν τόσο. Επειδή μιλάμε για pay per click, πιστεύω ότι η καλύτερη προσέγγιση είναι η δεύτερη. Σε λογικά πλαίσια βέβαια. Δεν θα διαφημίσουμε σερβιέτες, όπως είπαμε, σε άνδρες.

Που ακόμη και αυτό αν κάναμε, εξακολουθεί να ισχύει ο κανόνας ότι αυτός που κάνει κλικ στη διαφήμιση μας ενδιαφέρεται για το προϊόν μας άρα είναι και δυνητικός μας πελάτης. Αλλιώς δεν θα έκανε κλικ in the first place. Ακόμη δηλαδή και αν διαφημίζουμε σερβιέτες σε άνδρες, για να κάνει κάποιος κλικ σημαίνει ότι είτε είναι γυναίκα με ψεύτικα δημογραφικά, ή άνδρας που είδε κάτι το οποίο θεώρησε ότι θα ενδιαφέρει την γυναίκα του, είτε οτιδήποτε αντίστοιχο.

Στόχος μας δεν είναι να προσεγγίσουμε τον ιδανικό δυνητικό πελάτη. Στόχος μας είναι να προσεγγίσουμε ΚΑΘΕ δυνητικό πελάτη. Και για να κάνει κλικ στο banner μας, **ΕΙΝΑΙ** δυνητικός πελάτης.



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ  
Η ΑΔΕΙΑ 

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ  
Η ΠΛΗΡΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ  
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ Η  
ΠΛΗΡΗΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ  
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η  
ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ



Τα κείμενα αυτού του blog χορηγούνται με άδεια [Creative Commons Attribution-NoDerivs 3.0 Ελλάδα](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε όλα τα κείμενα του blog οπουδήποτε επιθυμείτε και με οποιοδήποτε τρόπο ακόμη και για εμπορική χρήση χωρίς προηγούμενη άδεια και χωρίς την υποχρέωση καταβολής δικαιωμάτων με την προϋπόθεση ότι θα είναι σαφής η αναφορά της πηγής και ότι το κείμενο θα παραμείνει ακέραιο, χωρίς καμία προσθήκη, αλλαγή ή συντόμευση συμπεριλαμβανόμενης αυτής εδώ της σημείωσης.