Calculadora de custo por venda

Custo por conversa não é lucro · Folha de uso

O QUE É

Uma planilha curta que responde à pergunta que paga as suas contas: **a mídia se paga?** Você informa o investimento, as conversas, as vendas e o lucro por venda. Ela calcula o custo por venda, o **custo máximo** que a sua conta aguenta e o **resultado depois da mídia**.

QUANDO USAR

Depois do **Capítulo 5** (Custo por conversa não é lucro). Use no **dia 22 a 24** do Plano de 30 dias e, depois, **todo mês**, na revisão do funil.

AS ABAS

Instruções: como usar, fórmulas e cuidados.
Calculadora: seus números do mês, 11 indicadores e uma leitura automática em frases.
Comparar campanhas: até 3 campanhas lado a lado, com a melhor por custo por conversa, a melhor por resultado e um gráfico.

COMO PREENCHER (5 PASSOS)

1. Abra a planilha (Google Sheets ou Excel) e vá à aba **Calculadora**. Os números que estão lá são um exemplo: troque pelos seus.
2. Informe o **investimento em mídia** do período (só anúncio) e as **conversas** do gerenciador de anúncios.
3. Informe atendimentos, orçamentos e vendas, que vêm da **Planilha do Funil** (B04).
4. Informe o **lucro médio por venda** (depois dos custos do produto ou serviço, não o faturamento).
5. Leia os indicadores e a **Leitura automática** no fim da aba.

AS 4 CONTAS QUE VOCÊ PRECISA SABER DE COR

Custo por venda	investimento ÷ vendas
Custo máximo por venda	= lucro médio por venda (na primeira compra)
Custo máximo por conversa	lucro por venda × conversão total (vendas ÷ conversas)
Resultado depois da mídia	vendas × lucro por venda − investimento

Regra do livro: custo por venda menor que o lucro por venda, a mídia se paga. Igual, empate. Maior, a mídia custa mais do que a primeira venda rende. Se você tem recompra comprovada, ela pode justificar pagar um pouco mais, mas só se for **medida**.

Exemplo e armadilhas

Duas campanhas, a mesma verba, resultados opostos

EXEMPLO ILUSTRATIVO (NÃO É DADO DE CLIENTE): DUAS CAMPANHAS COM R$ 2.000 CADA

	Campanha A	Campanha B
Investimento	R$ 2.000	R$ 2.000
Conversas	500	250
Custo por conversa	**R$ 4,00**	**R$ 8,00**
Vendas	10	20
Custo por venda	R$ 200	R$ 100
Lucro médio por venda	R$ 150	R$ 150
Resultado depois da mídia	**− R$ 500**	**+ R$ 1.000**

Leitura: a campanha A parece duas vezes melhor no custo por conversa (R$ 4 contra R$ 8). Mas é a B que dá lucro: atraiu menos gente, com mais intenção de compra. Quem olha só o relatório desliga a B e escala a A. Quem olha o funil faz o contrário. A aba **Comparar campanhas** já vem com esse exemplo para você ver.

CINCO ARMADILHAS NA LEITURA DOS NÚMEROS

1. **Confundir faturamento com lucro.** Vender R$ 10 mil não significa ter R$ 10 mil.
2. **Ignorar custos fora da mídia.** Agência, ferramentas e tempo da equipe também custam. Use o campo "outros custos".
3. **Comparar períodos sem sazonalidade.** Dia das Mães e Black Friday mudam tudo.
4. **Atribuir toda venda ao anúncio (ou nenhuma).** Registre a origem (B04).
5. **Julgar rápido demais.** Uma semana com poucas vendas é ruído, não prova.

CINCO PERGUNTAS PARA A REUNIÃO COM O SEU GESTOR OU AGÊNCIA

1. Qual foi o investimento e quantas conversas vieram?
2. Quantas dessas conversas foram qualificadas, na opinião do atendimento?
3. Quantas viraram orçamento e venda, segundo o nosso registro?
4. Qual é o nosso custo por venda, e ele está abaixo do lucro por venda?
5. O que vamos mudar este mês, e por quê?

CUIDADO

A calculadora produz **estimativas de gestão** a partir dos números que você informa. Elas não garantem resultado futuro. "Conversa iniciada" é uma estimativa da plataforma de anúncio, e o custo por venda só é confiável se as vendas estiverem registradas com origem.

Minha conta do mês

Faça à mão (30 minutos) e confira com a planilha

Use os números do **último mês**. Se não tiver algum, escreva "não sei": isso já é um diagnóstico.

1 · OS NÚMEROS DO MÊS

INVESTIMENTO EM MÍDIA (R$)	CONVERSAS	VENDAS	LUCRO MÉDIO POR VENDA (R$)

2 · AS CONTAS

Custo por conversa
investimento ÷ conversas

Custo por venda
investimento ÷ vendas

Conversão total
vendas ÷ conversas (%)

Custo máx. por venda
= lucro médio por venda

Custo máx. por conversa
lucro por venda × conversão

Lucro estimado
vendas × lucro por venda

Resultado depois da mídia
lucro estimado − investimento

3 · LEITURA

O custo por venda está abaixo, igual ou acima do lucro por venda?

O meu custo por conversa está acima ou abaixo do máximo que a conta aguenta?

Se está acima: o problema está no anúncio ou depois do clique (taxas do funil)?

Pergunta que vou levar para a próxima reunião com o gestor:

COMO LER

Se o custo por conversa está acima do máximo, antes de mexer no anúncio olhe a conversão do funil (Capítulos 6 a 9). Se está abaixo e as vendas não aparecem, o problema provavelmente está depois do clique.