

¿Qué es CPA?

CPA responde a las siglas de Coste Por Adquisición, también conocido como coste por venta. Este término se utiliza por anunciantes online que buscan darse a conocer en el internet por medio de diferentes formas.

El CPA es una de las modalidades de pagos disponibles para tener **anuncios online en diferentes plataformas** y así conseguir clientes que realicen compras de productos de manera más sencilla.

En este caso, los anunciantes solo deben pagar por las acciones u objetivos conseguidos mediante un anuncio.

De esta manera, se realiza un cálculo por cada una de las acciones que se realicen gracias a este tipo de anuncios para establecer un pago. Este tipo de anuncios se ve muy presente en diferentes webs y generalmente se pueden observar como banners de publicidad dentro de las páginas.

Tipos de CPA existentes

Debido a que los CPA se encargan de realizar anuncios dentro de páginas webs y plataformas online en general, es común que existan diferentes tipos. Cada uno de ellos responde a un tipo de pago diferente con base a **diversas funciones** que puede realizar el anunciante.

Cada uno de ellos realiza diferentes registros de las interacciones online para finalmente realizar un pago derivado del tipo de CPA seleccionado.

Las diferentes opciones para elegir actualmente son:

- **CPS o CPV:** conocidos también como Cost Per Sale o **Costes Por Venta**. Estos anuncios realizan su pago por cada una de las ventas realizadas exclusivamente a través del uso

del link del anuncio en cualquier plataforma online.

- **Leads o registros:** Estos son conocidos por sus siglas en inglés como CPL, este tipo de anunciante tiene como normativa que el usuario siempre debe aportar sus datos al completar un formulario online para poder aportar un pago.
- **CPC:** Conocidos como Coste Por Clic, en este tipo de CPA el anunciante realiza un **pago por cada uno de los clics** que realice un usuario en un banner, URL o texto.
- **CPM:** En este tipo de anuncios se establece un **pago por cada mil impresiones**, esto significa que debe ser visto o mostrado el anuncio online esta cantidad de veces.
- **CPI:** El Costo por Instalación es un término exclusivo de las campañas que incitan al usuario a instalar una aplicación.

Características de los CPA



La publicidad y su uso para lograr que un usuario **realice sus compras** se ven unidas muchas veces a los CPA. Por esta razón, sus características principales son las siguientes:

- Su precio puede ser **variable o fijo**, sin embargo, lo usual es que el precio se maneje sobre un porcentaje del importe de las ventas finales.
- Es una modalidad de pago ventajosa para todos los interesados en **aumentar sus ventas** y ganar más clientes. Esto se debe a que pagarás solo cuando realices una venta real o un registro nuevo.
- Los CPC al ser pagos por cada clic lo más común es utilizarlos como **campañas de tráfico** efectivo para la web en cuestión.
- En el caso de los CPM lo común es adquirirlos para **anuncios en buscadores**, ya que solo implica vistas, no clics o ventas.
- Todas las opciones permiten **medir la eficacia** de una manera directa para visualizar el impacto del anuncio sobre las ventas y visitas de las compañías.

Gracias a estas características la ventaja de esta publicidad es el tipo de pago, este se puede **adecuar a tus necesidades**.

Al utilizar cualquiera de los tipos de CPA podrás aumentar las ventas y el tráfico a una página sin tener que invertir demasiado dinero en el proceso.

¿Cómo se calcula el CPA?

Para poder calcular el CPA solo se necesita un blog de notas, una calculadora o cualquier herramienta que te permita realizar un **cálculo sencillo**.

El cálculo para cualquier campaña de CPA, es decir, solo de Coste por Adquisición, se realiza a través de la división del coste total de la campaña entre el número de ventas o conversiones.

Fórmula del CPA:

Total Invertido / Número de conversiones

Una vez realizado este simple cálculo, el resultado será el **coste de cada objetivo conseguido**. Sin embargo, hay ocasiones donde invertir en este tipo de modelo publicitario no resulta tan eficiente.

Por ejemplo, el CPA no funciona bien para las campañas de branding, ya que en estos casos se busca es que los usuarios recuerden la marca y tener un mayor alcance por lo que es mucho mejor optar por un CPM.

Es muy importante estudiar qué tipo de modelo publicitario resulta mejor para cada tipo de compañía. De esta manera puedes seleccionar el más eficiente como principal herramienta de **estrategia publicitaria online**.