

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

**Como criar sua conta de anúncios e
campanha de vendas no Meta ADS**

Pedro Sobral

TUTORIAL EXTRA

Como eu te prometi na aula 2 do Desafio da Gestão de Tráfego, este é um **material de apoio técnico** para você entender o passo a passo:

- Da **criação de uma conta no gerenciador de negócios** do Meta Ads.
- Da **configuração do gerenciador de negócios** do Meta Ads.
- Da **criação de uma campanha de vendas** no Meta Ads.

Por isso, **leia com atenção todo este conteúdo** e pratique simultaneamente para otimizar o seu tempo de estudo.

COMO CRIAR UMA CONTA NO GERENCIADOR DE NEGÓCIOS DO META ADS?

01 Para criar uma conta no gerenciador de negócios no Meta Ads, basta digitar o seguinte link <https://business.facebook.com/overview> no seu navegador de internet. Caso você já tenha uma conta, pule para o passo 3.

02 Após acessar o link da etapa anterior, clique em **“criar uma conta”**, e

Vamos começar com as ferramentas para empresas da Meta.

Faça login e accesse automaticamente o que é certo para você.

[Criar uma conta](#)

logo após preencha os dados solicitados:

The screenshot shows a form titled 'Crie sua conta empresarial no Gerenciador de Negócios'. It includes fields for 'Nome da sua conta e empresa' (Agência Fulano), 'Seu nome' (Fulano de tal), and 'Seu email comercial' (fulano@gmail.com). A note at the bottom states: 'Quando você adiciona pessoas à sua empresa, seu nome e email comercial ficam visíveis para elas.' A blue 'Enviar' (Send) button is at the bottom right. The entire form area is highlighted with a red box.

TUTORIAL EXTRA

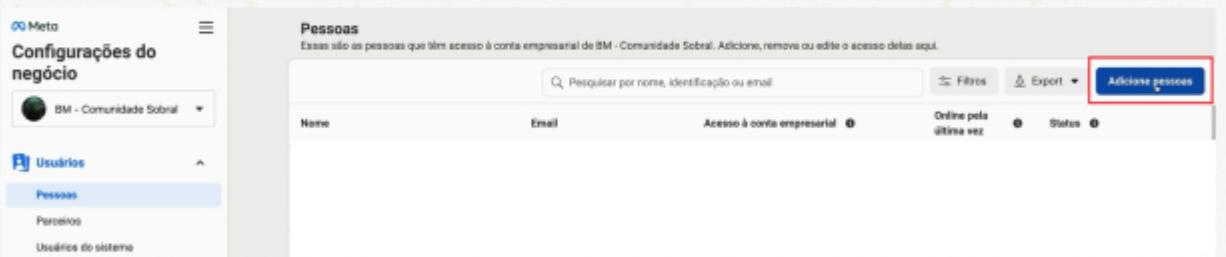
Após isso, basta seguir os passos de confirmação do seu e-mail e finalizar a criação do seu gerenciador de negócios e conta de anúncios.

Cuidado: você só poderá criar 2 gerenciadores de negócios por perfil, e não poderá criar instantaneamente caso o seu perfil no Facebook seja novo.

03 Acesse a sua conta de anúncios digitando o seguinte site <https://business.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns> no seu navegador de internet.

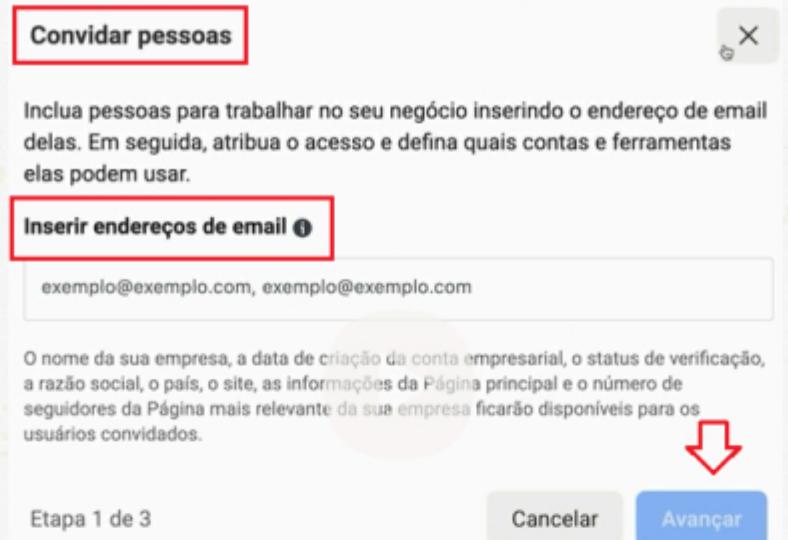
COMO CONFIGURAR O SEU GERENCIADOR DE NEGÓCIOS NO META ADS?

01 Depois de criar o seu gerenciador de negócios, o primeiro passo é adicionar pessoas dentro dele. Para isso, clique em **“adicionar pessoas”** no canto superior direito. O gestor de tráfego e outros colaboradores do negócio não terão acesso à conta através da senha, mas através dessa concessão:



02 Dentro do painel **“convidar pessoas”**, coloque o e-mail do colaborador no campo **“inserir endereços de e-mail”**. Feito isso, clique em **“avançar”**:

TUTORIAL EXTRA



03 Agora, volte ao menu lateral esquerdo e clique em “páginas”:

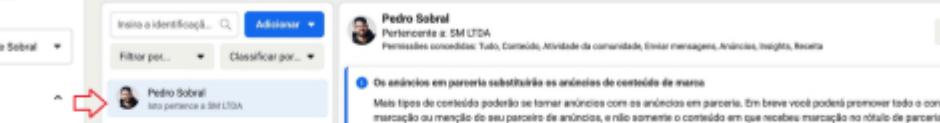


04 Caso a sua página não apareça, clique em “adicionar” e escolha a opção de acordo com a ação que será executada:



TUTORIAL EXTRA

05 Quando a página for adicionada, clique nela e, na sequência, clique em **“adicionar pessoas”** no painel maior à direita:



Páginas

Insira a identificação... [Adicionar](#)

Filtrar por... [Classificar por...](#)

Pedro Sobral
Pertencente a: SM LTDA
Permissões concedidas: Tudo, Comerciante, Atividade da comunidade, Enviar mensagens, Anúncios, Insights, Receta

Os anúncios em parceria substituirão os anúncios de conteúdo de mídia
Mais tipos de conteúdo poderão se tornar anúncios com os anúncios em parceria. Em breve você poderá promover todo o conteúdo em que recebeu interação ou menção de seu parceiro de anúncios, e não somente o conteúdo em que recebeu interação no notável de parceria pago. Também será possível veicular anúncios em parceria entre contas do Instagram e Páginas do Facebook que você possui ou gerencia sem compartilhar permissões adicionais.

[Saiba mais](#)

Opcionais adicionais no Facebook
Algumas configurações de acesso à Página podem não estar disponíveis aqui. Para mais opções, acesse [Configurações da Página no Facebook](#).

[Saiba mais](#)

[Adicionar pessoas](#)

Pessoas

Estas pessoas têm acesso a Pedro Sobral. Você pode editar ou excluir as permissões delas.

[Pesquisar por identificação ou nome](#)

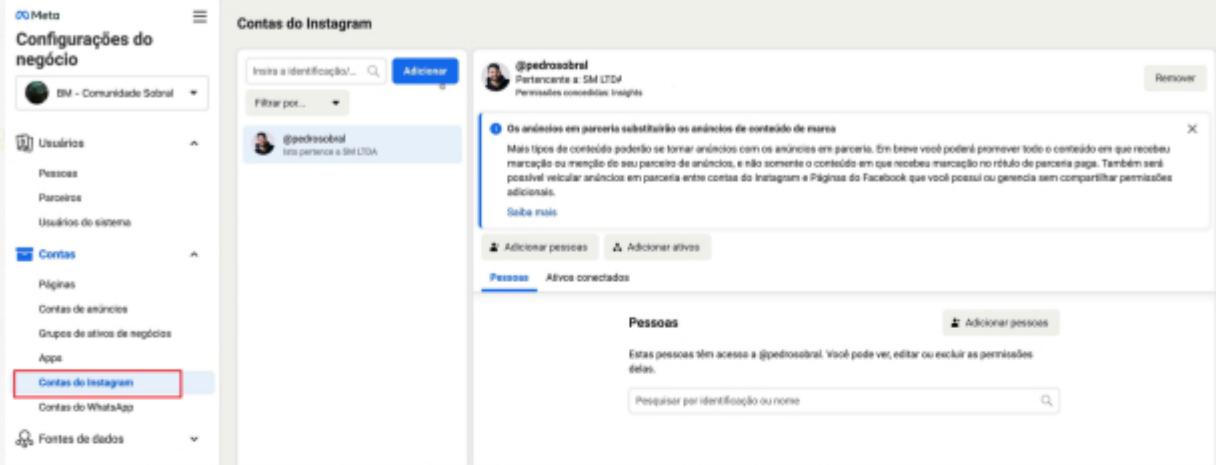
[Adicionar pessoas](#)

06 Em seguida, selecione o contato desejado e atribua os acessos. Você pode conceder o controle total ou parcial da conta de anúncios. Lembre-se que esses contatos só vão aparecer neste painel depois que você adicionar cada um deles dentro do gerenciador:

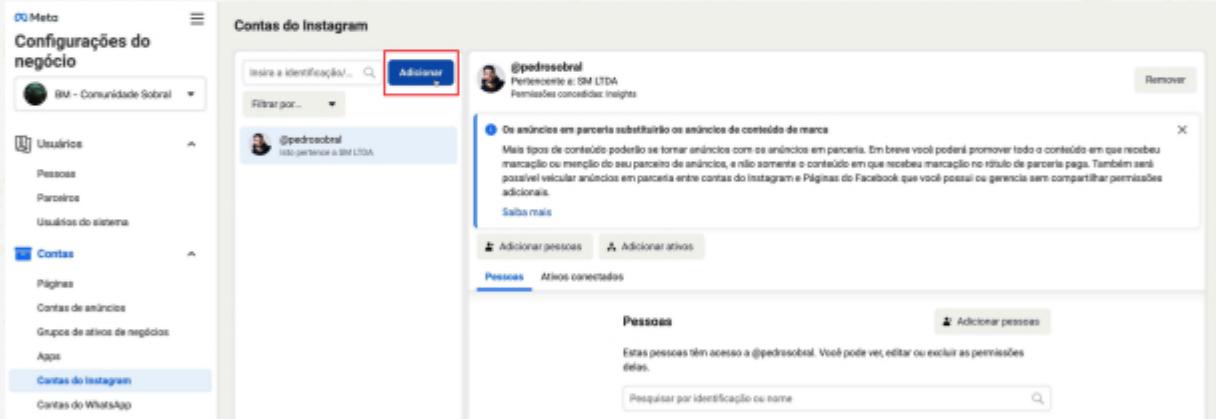
Selecionar pessoas	Atribuir acesso
Pesquisar e filtrar	
1 pessoa selecionada	<p>Página</p> <p>Acesso parcial</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Conteúdo Criar, gerenciar ou excluir publicações, stories e muito mais como a Página.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Atividade da comunidade Analise e responda a comentários, remova conteúdo indesejado e denuncie atividade.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Enviar mensagens Enviar e responder a mensagens como a Página.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Anúncios Criar, gerenciar e excluir anúncios para a Página.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Insights Ver o desempenho da Página, do conteúdo e dos anúncios.</p> <p><input type="checkbox"/> Receita Ver e exportar dados de ganhos e monetização da Página.</p> <hr/> <p>Controle total</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Tudo Gerenciar tudo: conceder acesso a outras pessoas, remover qualquer pessoa da Página (incluindo você) e excluir a Página do Facebook.</p>

TUTORIAL EXTRA

07 Vamos fazer o mesmo processo com a conta do Instagram. Vá até o menu lateral esquerdo e clique em “**contas do Instagram**”:

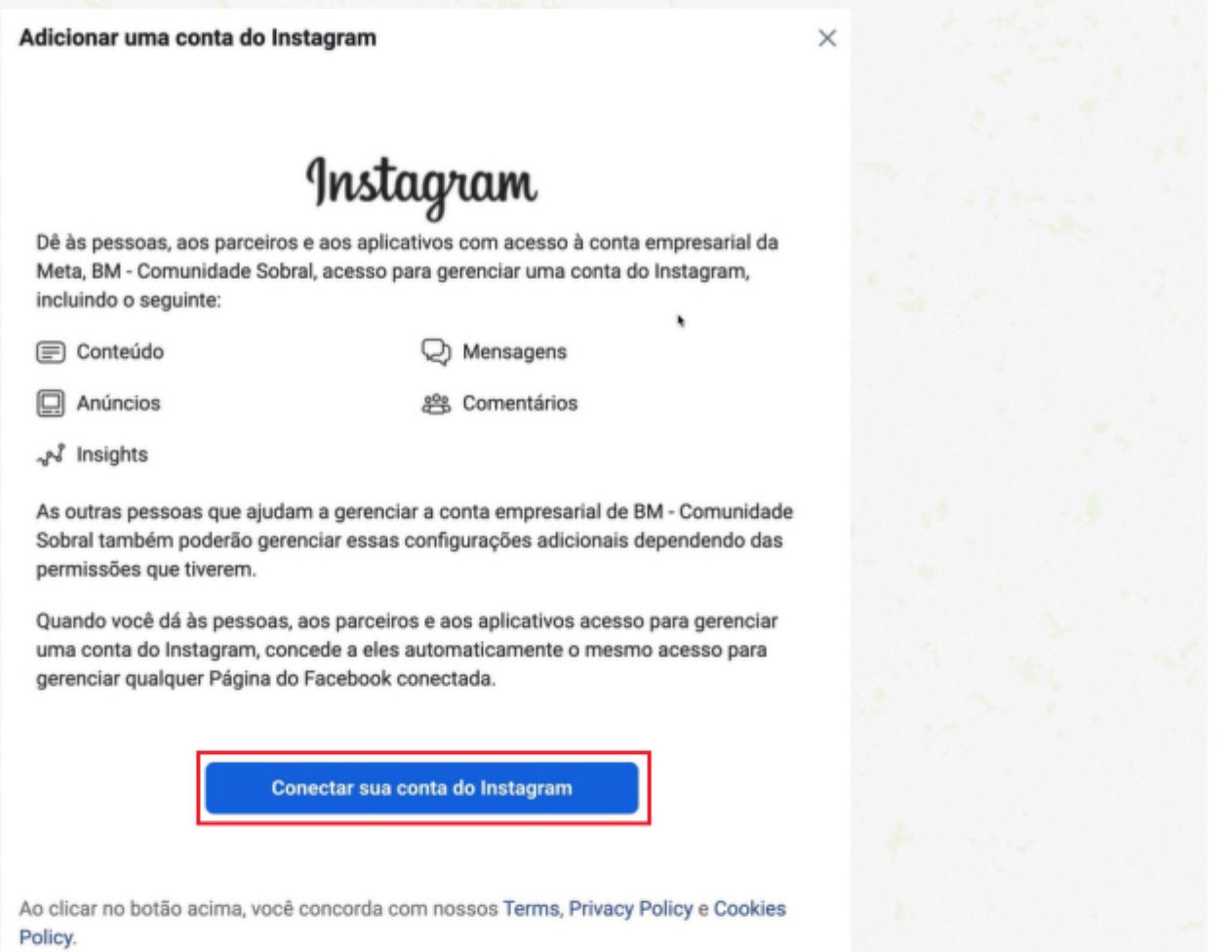


08 Agora, clique em “**adicionar**”:

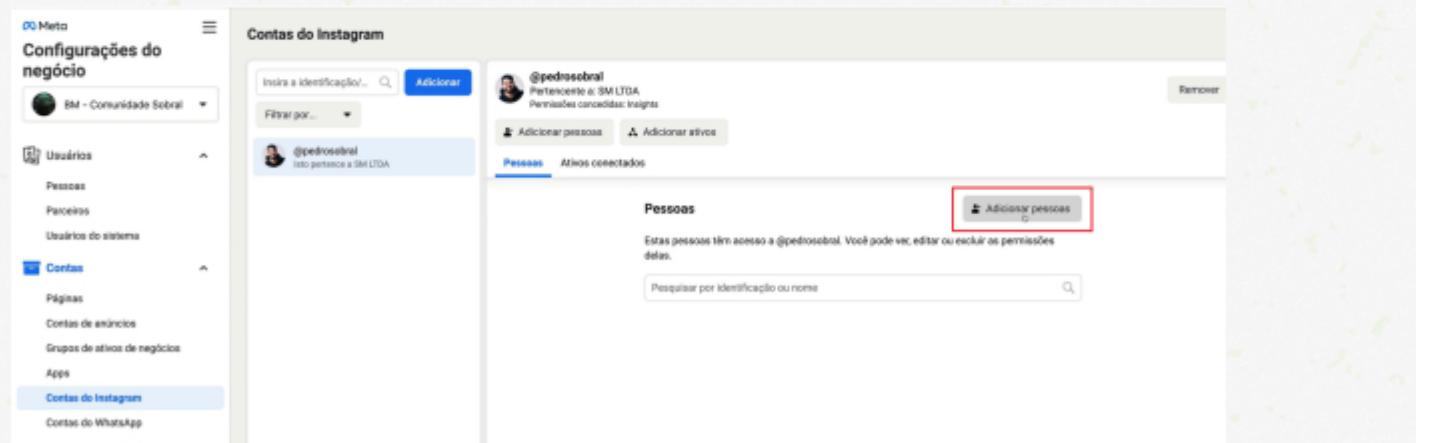


09 No painel “**adicionar uma conta do Instagram**” clique em “**conectar sua conta do Instagram**”:

TUTORIAL EXTRA

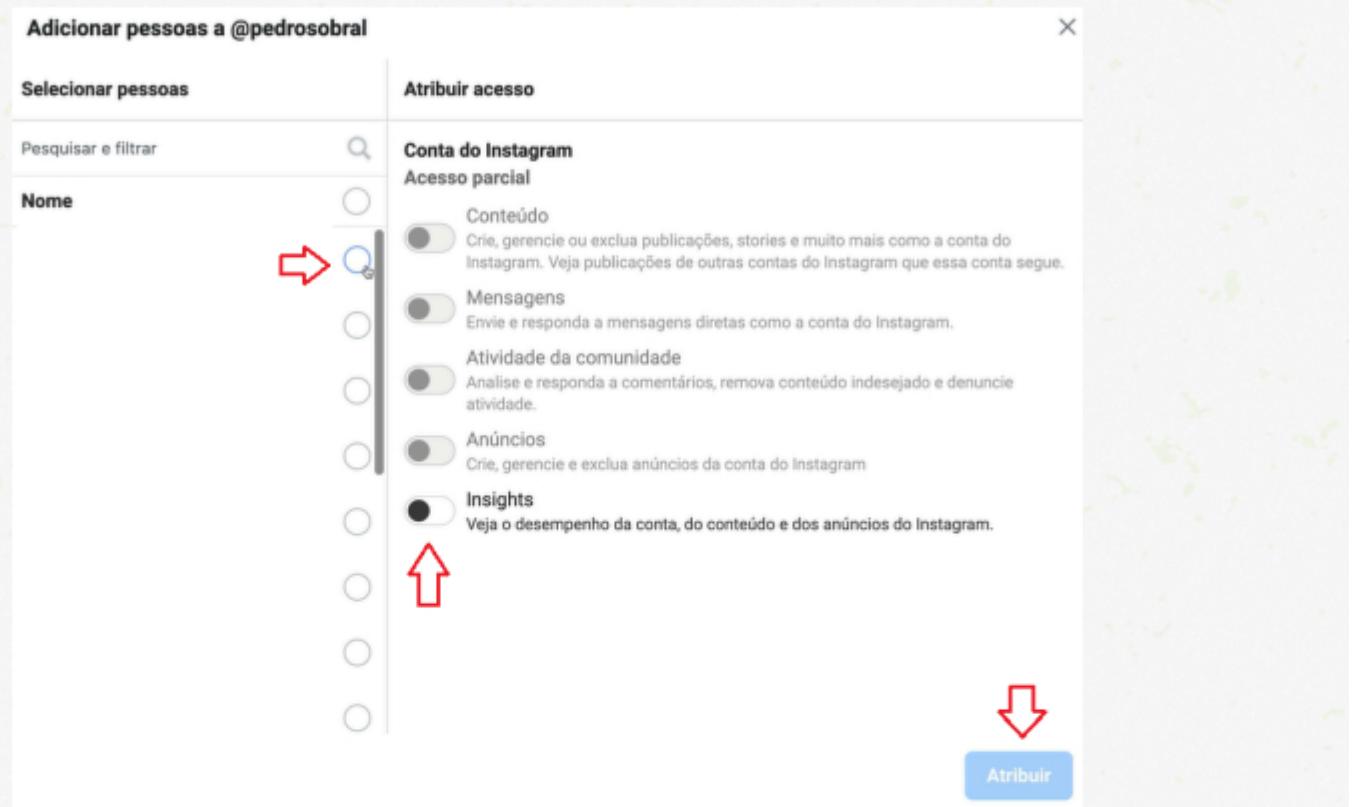


10 No painel maior à direita, clique em “adicionar pessoas”:

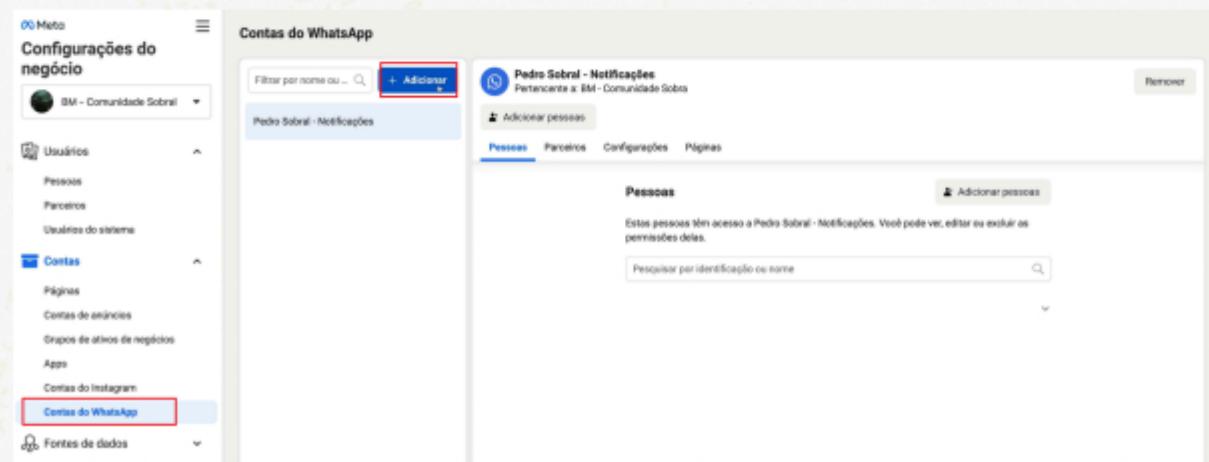


TUTORIAL EXTRA

11 No painel “**adicionar pessoas a**”, selecione o contato para o qual você quer conceder acesso e na sequência, faça as atribuições. Para finalizar processo clique em “**atribuir**”:

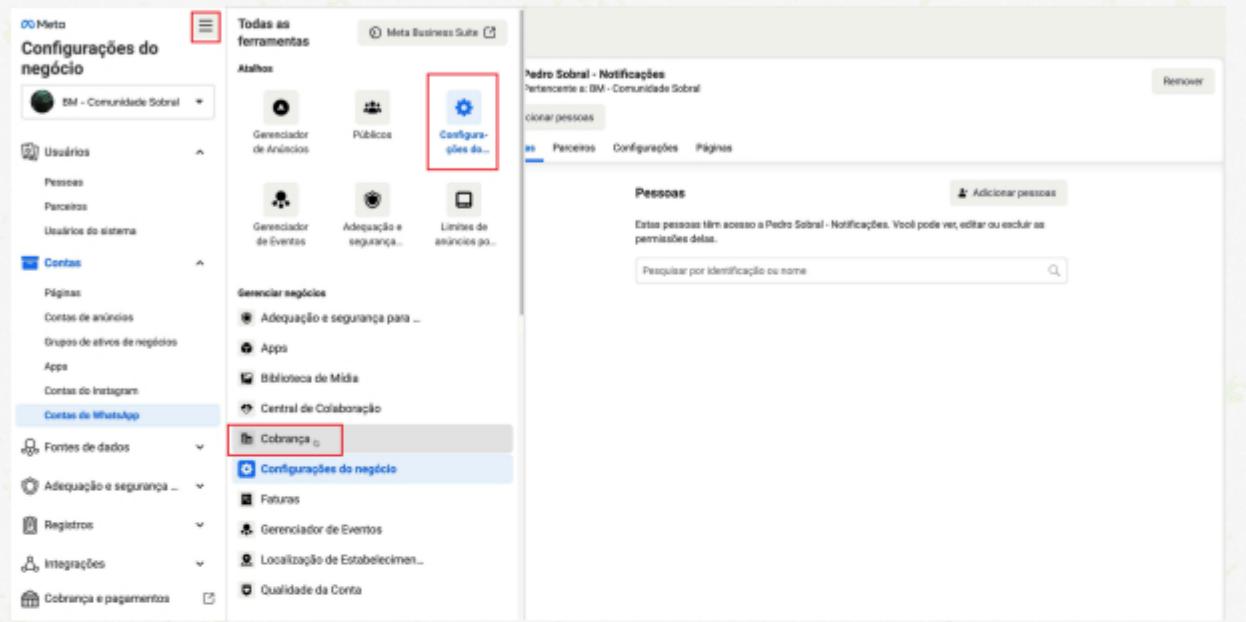


12 Na hora de adicionar as contas do WhatsApp o processo é o mesmo: volte ao menu lateral esquerdo, clique em “**contas do WhatsApp**”. Em seguida, clique em “**adicionar**”:

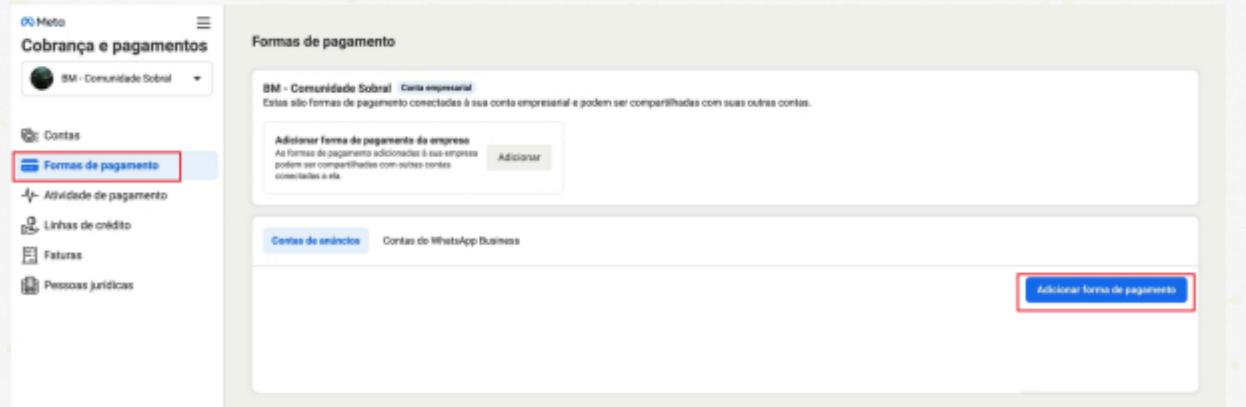


TUTORIAL EXTRA

13 Depois de adicionar os números de WhatsApp, vá até o menu lateral esquerdo, clique no ícone de 3 traços. Em seguida, clique em **"configurações"** e na sequência, role o mouse para baixo na tela e clique em **"cobrança"**:

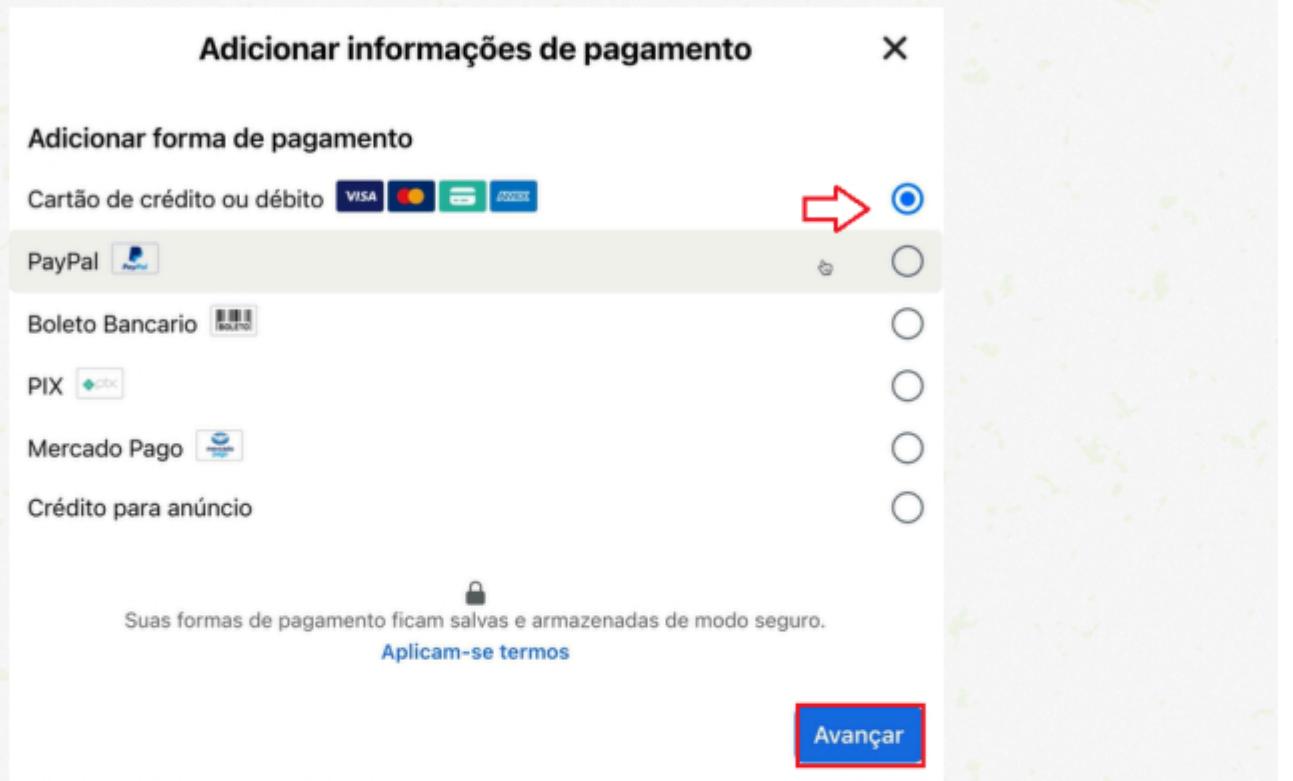


14 Ainda no menu lateral esquerdo clique em **"formas de pagamento"** e depois em **"adicionar forma de pagamento"** no painel maior à direita:

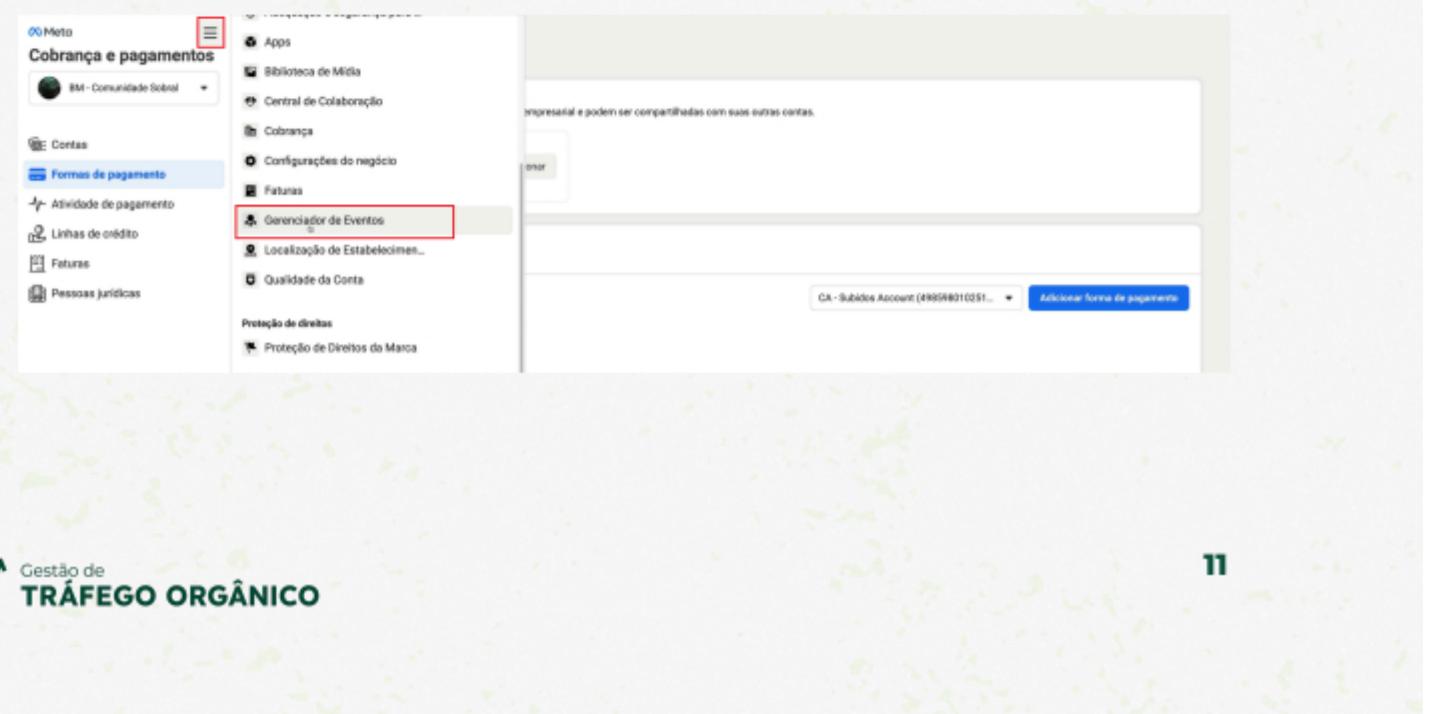


TUTORIAL EXTRA

15 No painel “adicionar informações de pagamento”, escolha a maneira como você prefere pagar a plataforma. Para finalizar essa etapa, clique em “avançar”:

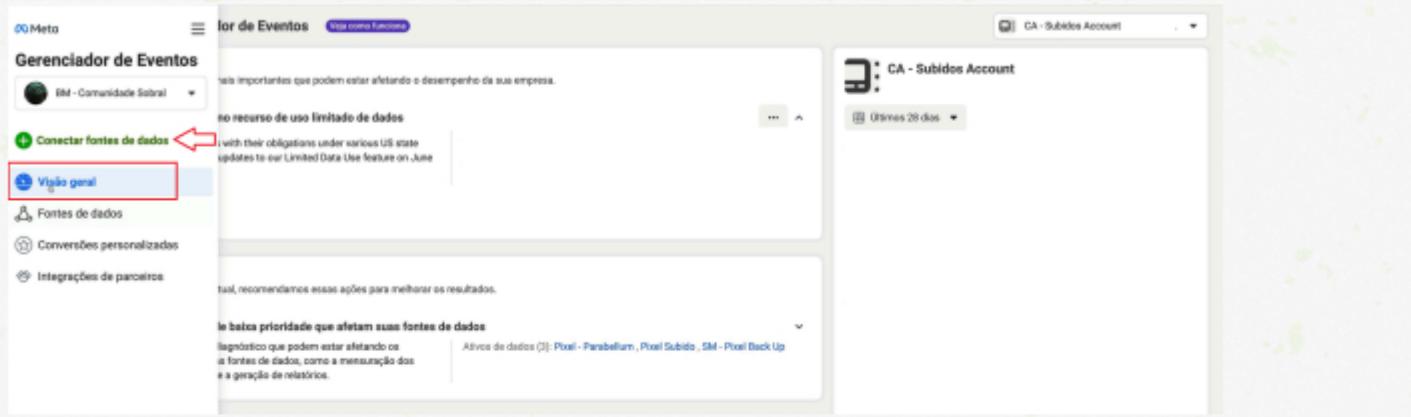


16 Agora, vamos configurar o gerenciador de eventos. Para isso, volte ao menu lateral esquerdo e clique no ícone dos 3 traços. Em seguida, role o mouse para baixo na página e clique em “gerenciador de eventos”:



TUTORIAL EXTRA

- 17 Feito isso, no menu lateral esquerdo, clique em “visão geral” e no botão “conectar fontes de dados”:

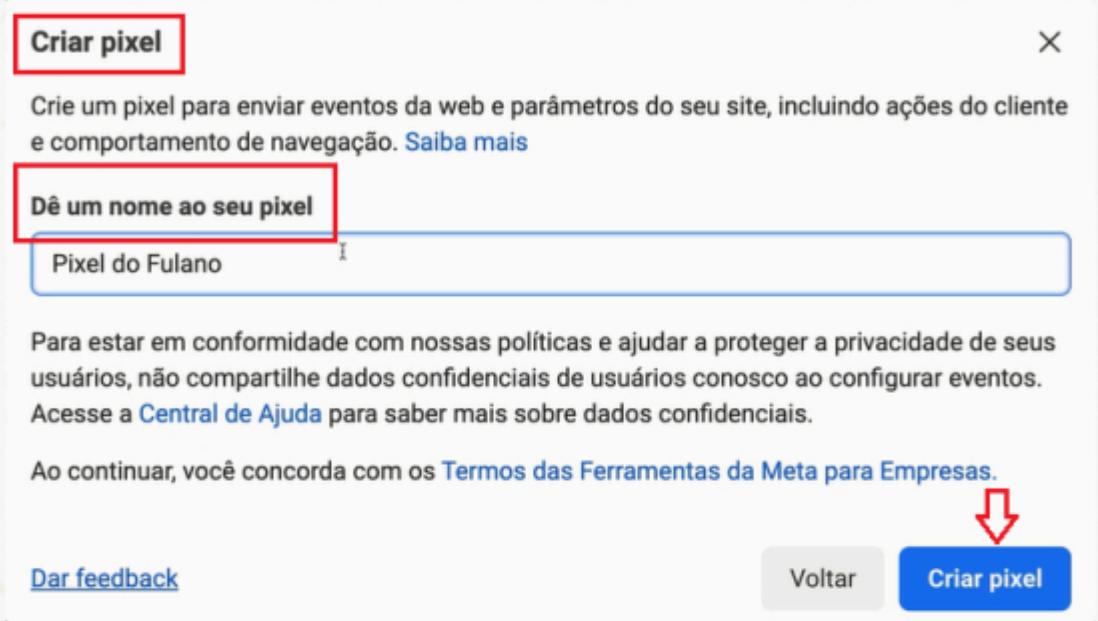


- 18 No painel “conectar uma nova fonte de dados”, selecione a opção “web”. Para finalizar essa etapa, clique em “conectar”:



TUTORIAL EXTRA

- 19 No painel “criar pixel”, coloque um nome no seu pixel no campo “dê um nome ao seu pixel”. Em seguida, clique em “criar pixel”:

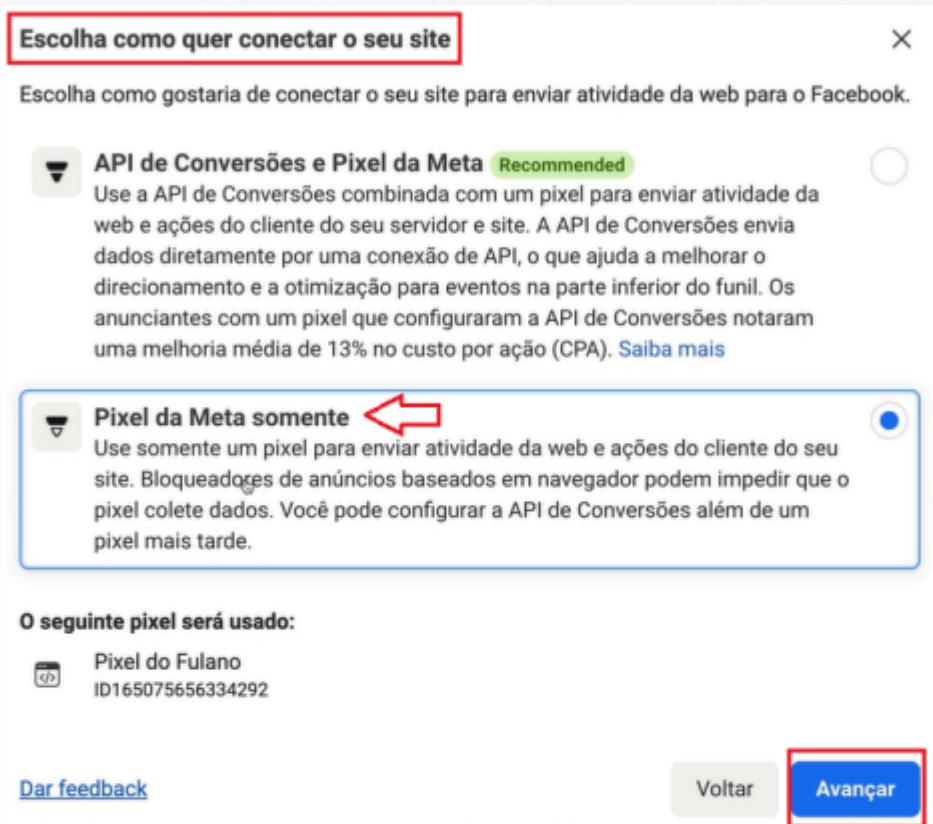


- 20 É válido lembrar que o pixel é como um informante. Toda vez que alguém entrar naquela página em que ele estiver instalado, o Meta Ads será avisado. No painel “adicone seu site”, coloque a URL do seu site no campo “insira a URL do site”. Feito isso, clique em “verificar”. Caso você não tenha site, selecione a caixa “eu não tenho um site” e depois clique em “concluir”:



TUTORIAL EXTRA

21 Você vai reparar que existem duas opções no painel “escolha como quer conectar seu site”. E apesar da Meta recomendar a opção 1, neste momento ela não será tão útil e, por isso, vamos selecionar a opção “pixel da Meta somente”. Para finalizar esta etapa, clique em “avançar”:



22 No painel “conectar a atividade do site usando o pixel”, você vai encontrar duas opções para instalar o pixel. Eu recomendo que você clique em “procurar um parceiro”:

TUTORIAL EXTRA

Conectar a atividade do site usando um pixel

Selezione o melhor método para adicionar o código do pixel ao seu site com base em como o site foi criado, que tipo de acesso você tem ao código e seu suporte técnico.

Adicionar manualmente o código do pixel ao site

Siga as instruções de instalação guiadas com a documentação detalhada do desenvolvedor ou [solicite instruções por email](#) ao seu desenvolvedor. [Saiba mais](#)

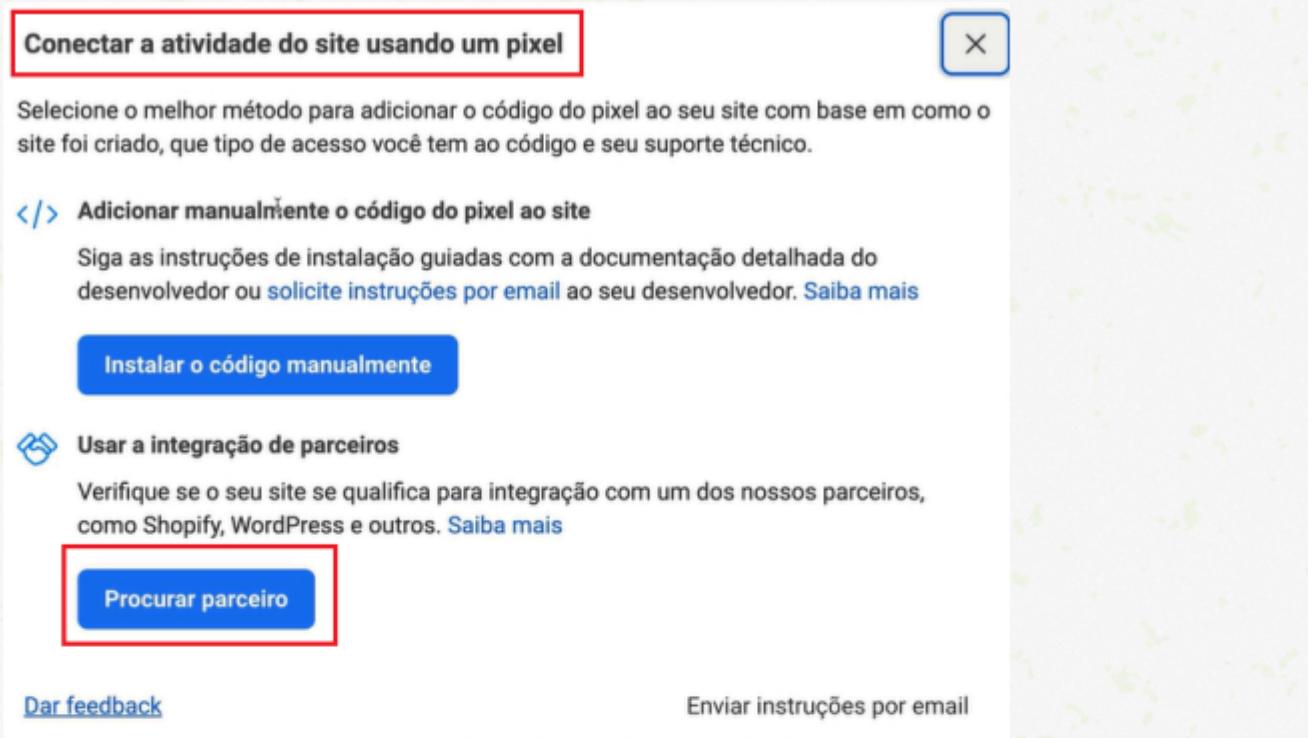
Instalar o código manualmente

Usar a integração de parceiros

Verifique se o seu site se qualifica para integração com um dos nossos parceiros, como Shopify, WordPress e outros. [Saiba mais](#)

Procurar parceiro

[Dar feedback](#) [Enviar instruções por email](#)

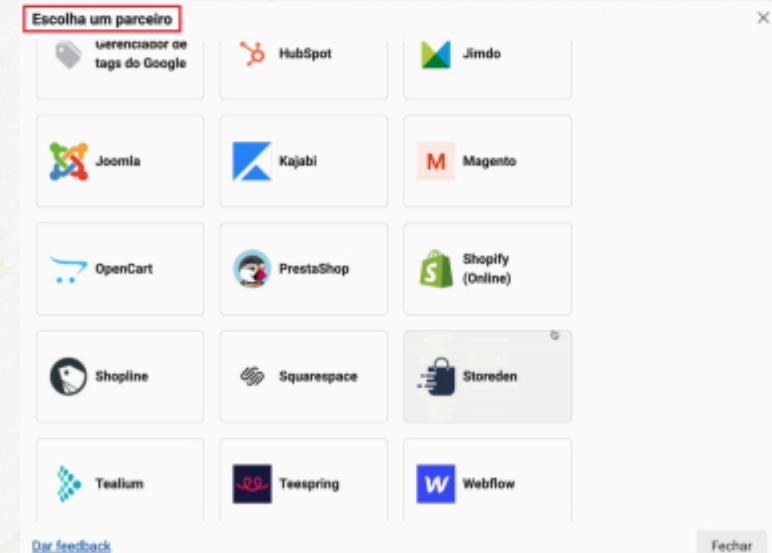


23 No painel “**escolha um parceiro**”, você pode procurar pela palavra do seu site. Se você é um e-commerce e criou seu site na Shopify, por exemplo, você pode escolher essa opção para instalar seu pixel. O mais comum é criar um site usando o WordPress, então, se esse é o seu caso, basta selecionar essa opção:

Escolha um parceiro

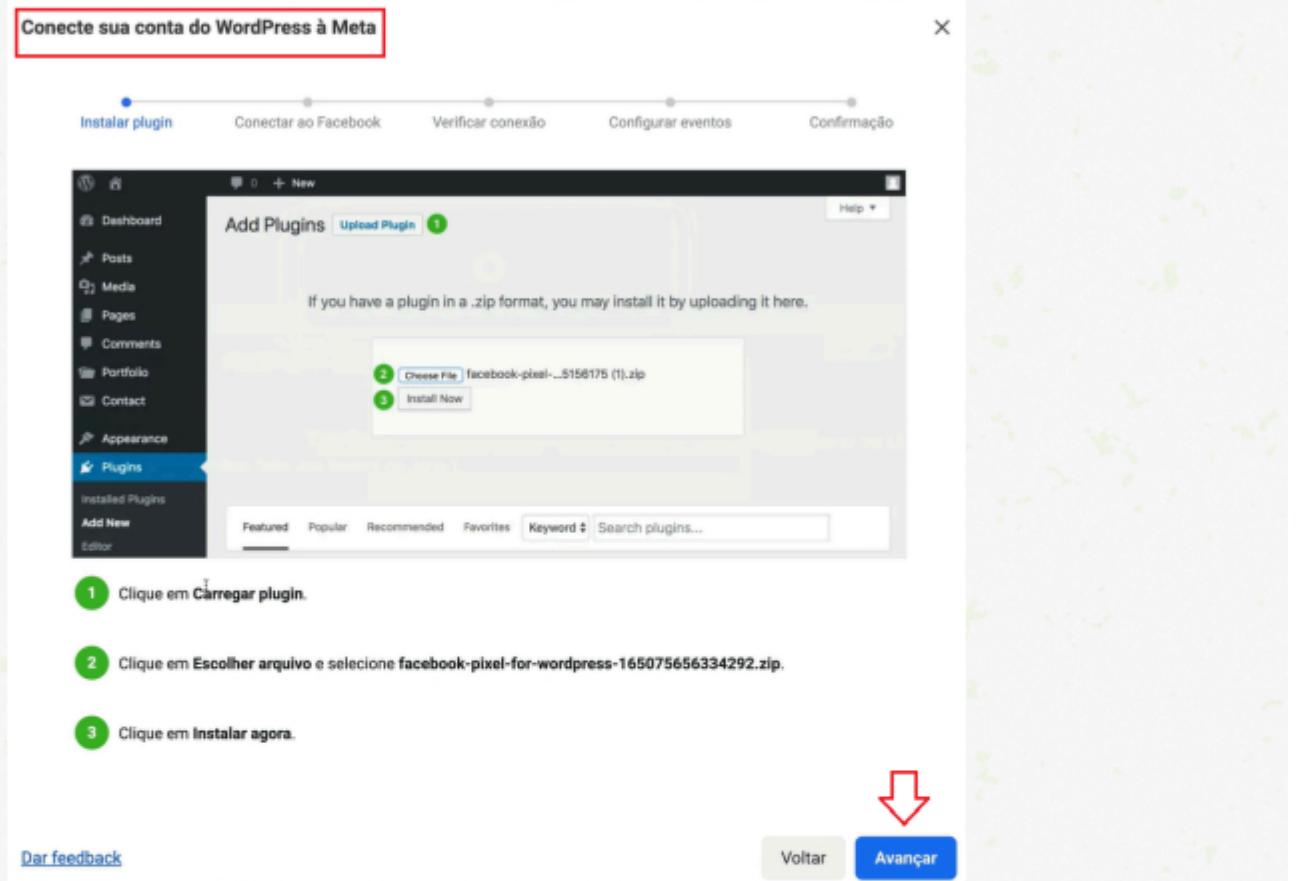
Gerenciador de tags do Google	HubSpot	Jimdo
Joomla	Kajabi	Magento
OpenCart	PrestaShop	Shopify (Online)
Shopline	Squarespace	Storenvy
Tealium	Teespring	Webflow

[Dar feedback](#) [Fechar](#)



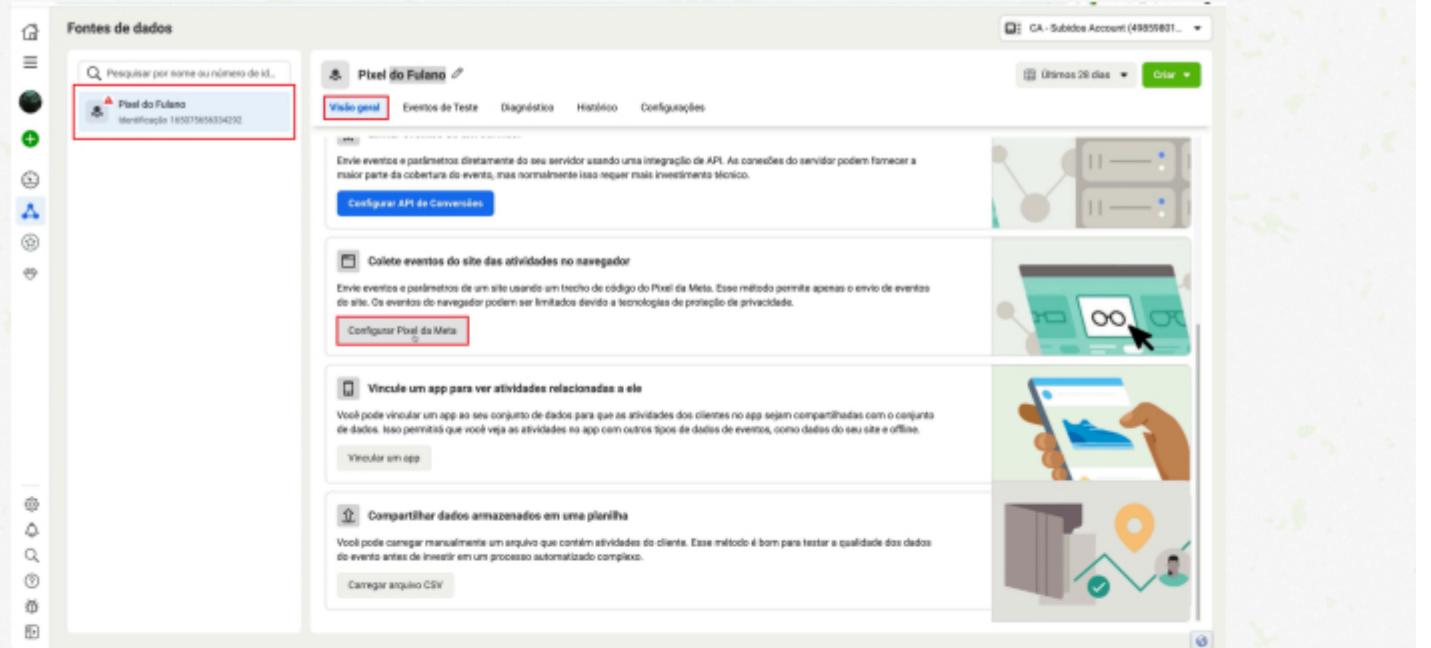
TUTORIAL EXTRA

24 Na sequência, as instruções vão aparecer no painel “**cione sua conta do WordPress à Meta**”. Siga todas elas e ao final, clique em “**avançar**”:



25 Caso você não tenha encontrado o parceiro, volte para tela principal. O seu pixel vai aparecer no canto esquerdo da sua tela. Não se preocupe com o sinal de atenção que estiver sobre ele; isso é normal. **Clique no pixel** e, em seguida, clique em “**visão geral**” na barra de ferramentas do painel maior à direita. Agora, clique em “**configurar pixel da Meta**”:

TUTORIAL EXTRA



Fontes de dados

Pixel do Facebook

Identificação 16557856354292

Visão geral

Eventos de Teste

Diagnóstico

Histórico

Configurações

Últimas 24 horas

Últimas 24 horas

Configurar API de Conversões

Colete eventos do site das atividades no navegador

Envie eventos e parâmetros diretamente do seu servidor usando uma integração de API. As conexões do servidor podem fornecer a maior parte da cobertura de evento, mas normalmente isso requer mais investimento técnico.

Configurar Pixel da Meta

Vincule um app para ver atividades relacionadas a ele

Você pode vincular um app ao seu conjunto de dados para que as atividades dos clientes no app sejam compartilhadas com o conjunto de dados. Isso permitirá que você veja as atividades no app com outros tipos de dados de evento, como dados do seu site e offline.

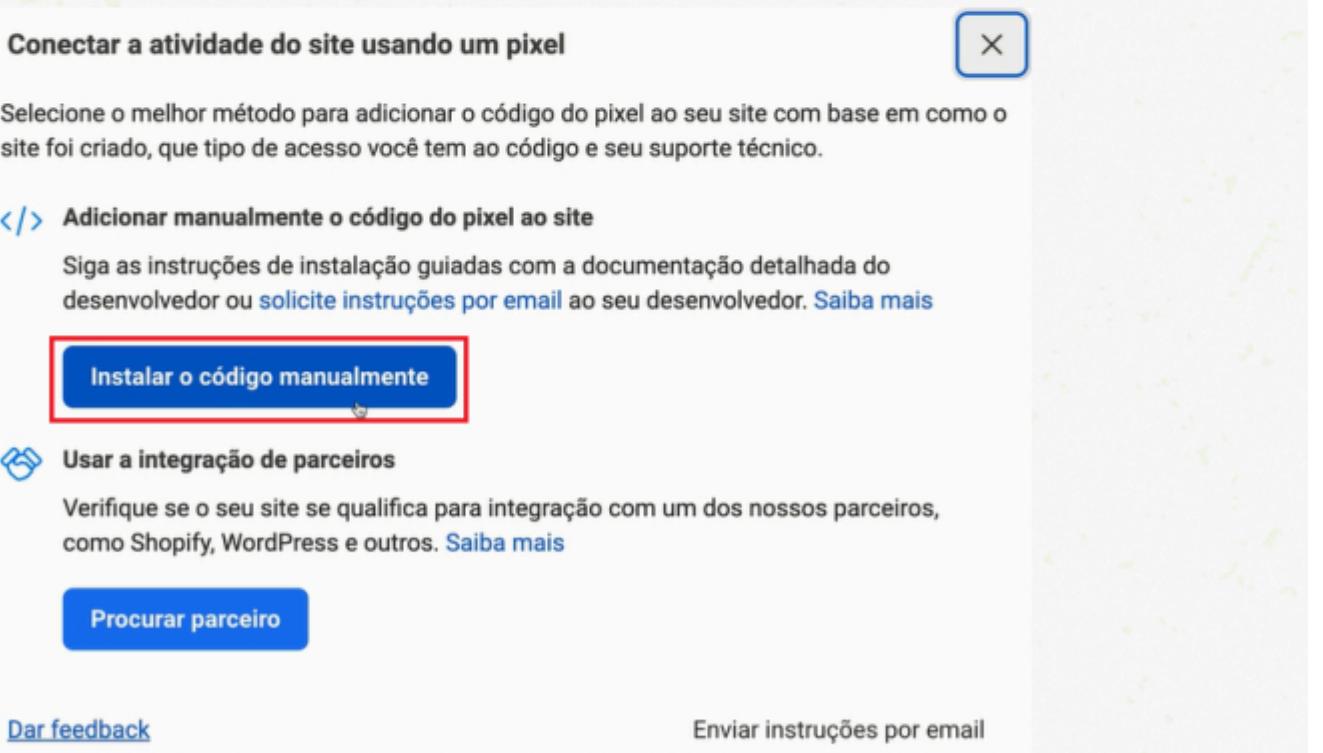
Vincular em app

Compartilhar dados armazenados em uma planilha

Você pode carregar manualmente um arquivo que contém atividades de cliente. Esse método é bom para testar a qualidade dos dados do evento antes de investir em um processo automatizado complexo.

Carregar arquivo CSV

26 No painel “conectar a atividade do site usando um pixel”, clique em “instalar o código manualmente”:



Coneectar a atividade do site usando um pixel

Selezione o melhor método para adicionar o código do pixel ao seu site com base em como o site foi criado, que tipo de acesso você tem ao código e seu suporte técnico.

Adicionar manualmente o código do pixel ao site

Siga as instruções de instalação guiadas com a documentação detalhada do desenvolvedor ou [solicite instruções por email](#) ao seu desenvolvedor. [Saiba mais](#)

Instalar o código manualmente

Usar a integração de parceiros

Verifique se o seu site se qualifica para integração com um dos nossos parceiros, como Shopify, WordPress e outros. [Saiba mais](#)

Procurar parceiro

Dar feedback

Enviar instruções por email

27 No painel “**instalar o código de base**”, clique em “**copiar código**”:



28 Você vai se deparar com uma sequência de letras e números sem sentido. Mas não se desespere. Para instalar o pixel manualmente, copie esse código inteiro. Alguns sites vão pedir ele inteiro e outros exigem apenas o ID do pixel. O ID do pixel é a sequência de números que vai aparecer depois da linha “fbq('init', [...]”, como na imagem abaixo:

```
<!-- Meta Pixel Code -->
<script>
!function(f,b,e,v,n,t,s)
{if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document, 'script',
'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
fbq('init', '165075656334292');
fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Meta Pixel Code -->
```

29 Para descobrir como instalar o seu pixel manualmente, digite no Google “**como instalar o pixel do Meta Ads no + nome da sua plataforma de criação de sites**”. Outra opção é pedir para quem fez o seu

TUTORIAL EXTRA

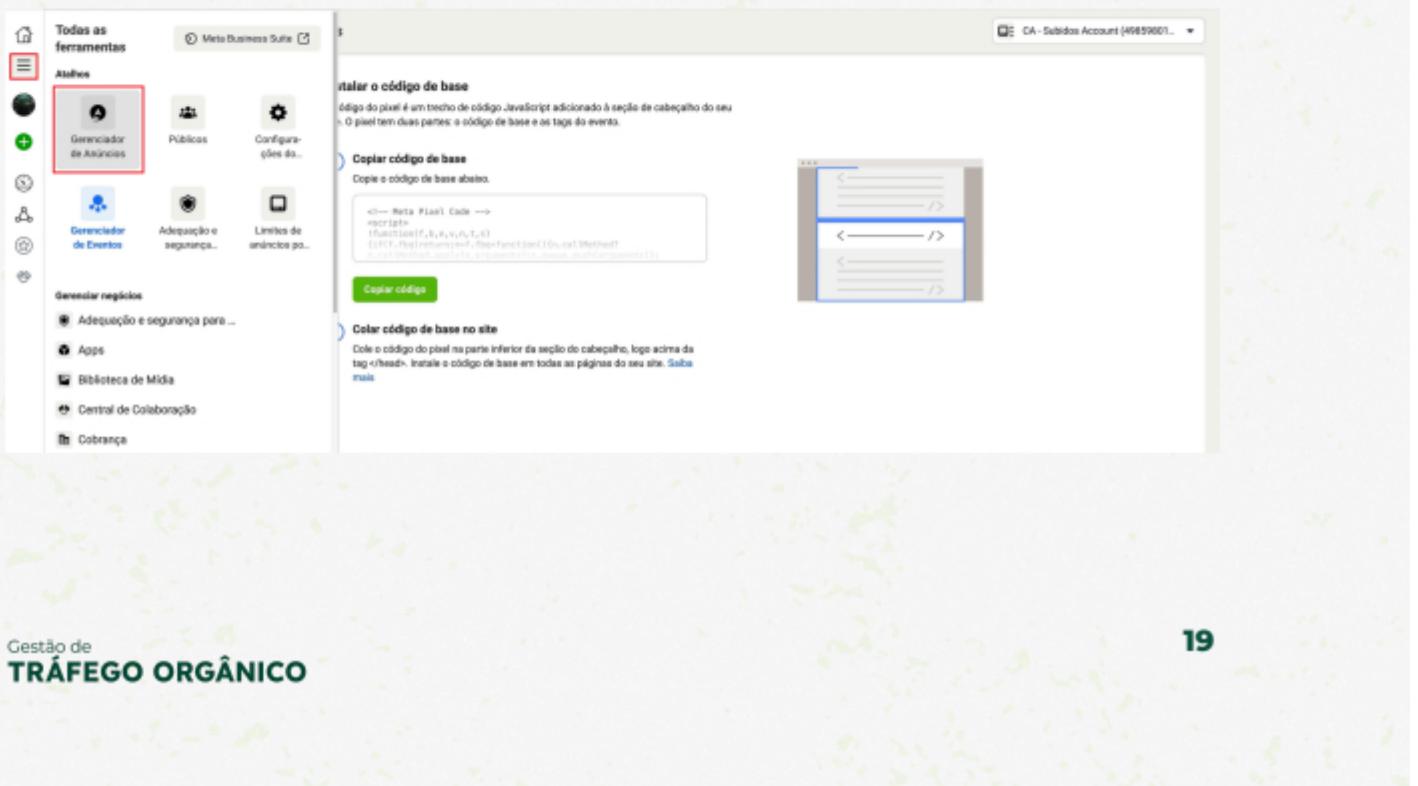
site instalar o pixel para você. Lembre-se que o pixel precisa estar em todas as páginas do site:



Agora, vamos criar as nossas campanhas.

COMO CRIAR CAMPANHAS DE VENDAS NO META ADS?

01 Para criar a campanha de vendas, volte ao menu lateral esquerdo e clique no ícone dos 3 traços. Em seguida, clique em **"gerenciador de anúncios"**:

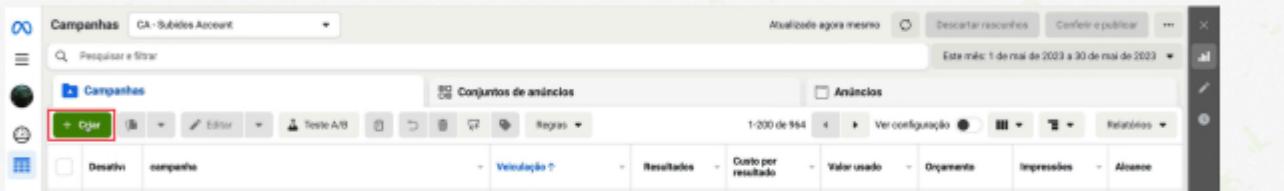


TUTORIAL EXTRA

02 Feito isso, ainda no menu lateral esquerdo, clique no ícone correspondente a "campanhas":

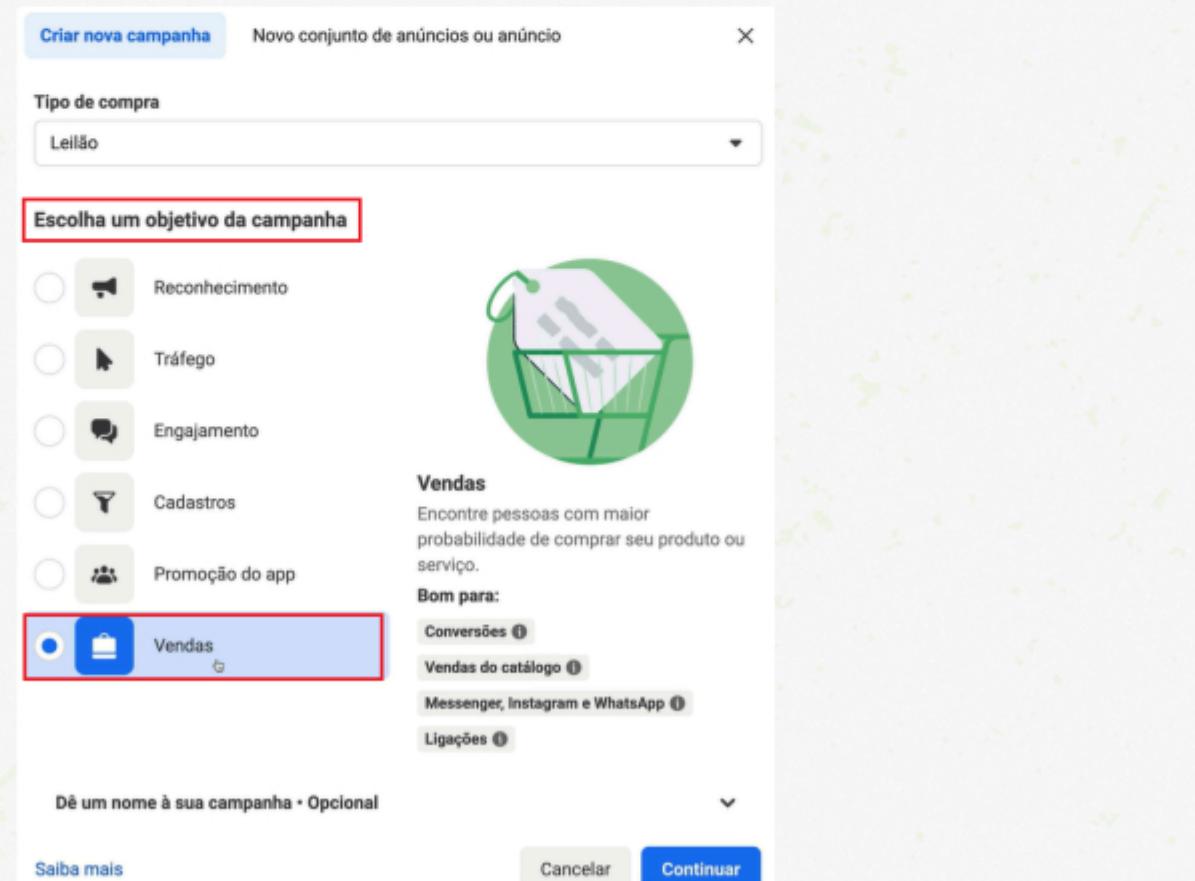


03 Dentro do gerenciador de anúncios, clique em "criar":



04 No painel "escolha um objetivo da campanha", clique em "vendas".

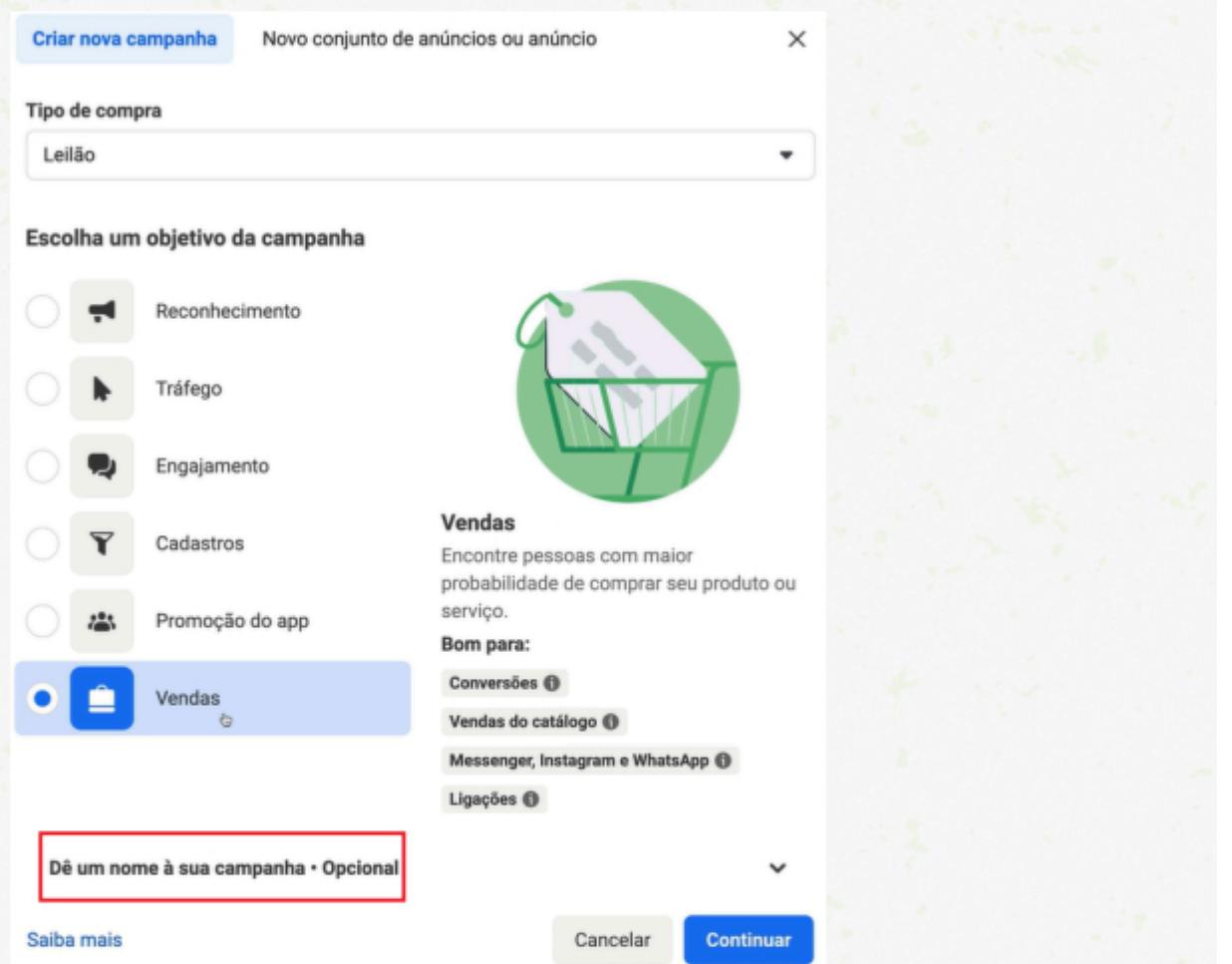
E caso você faça uma campanha de cadastro, o passo a passo a seguir será o mesmo:



20

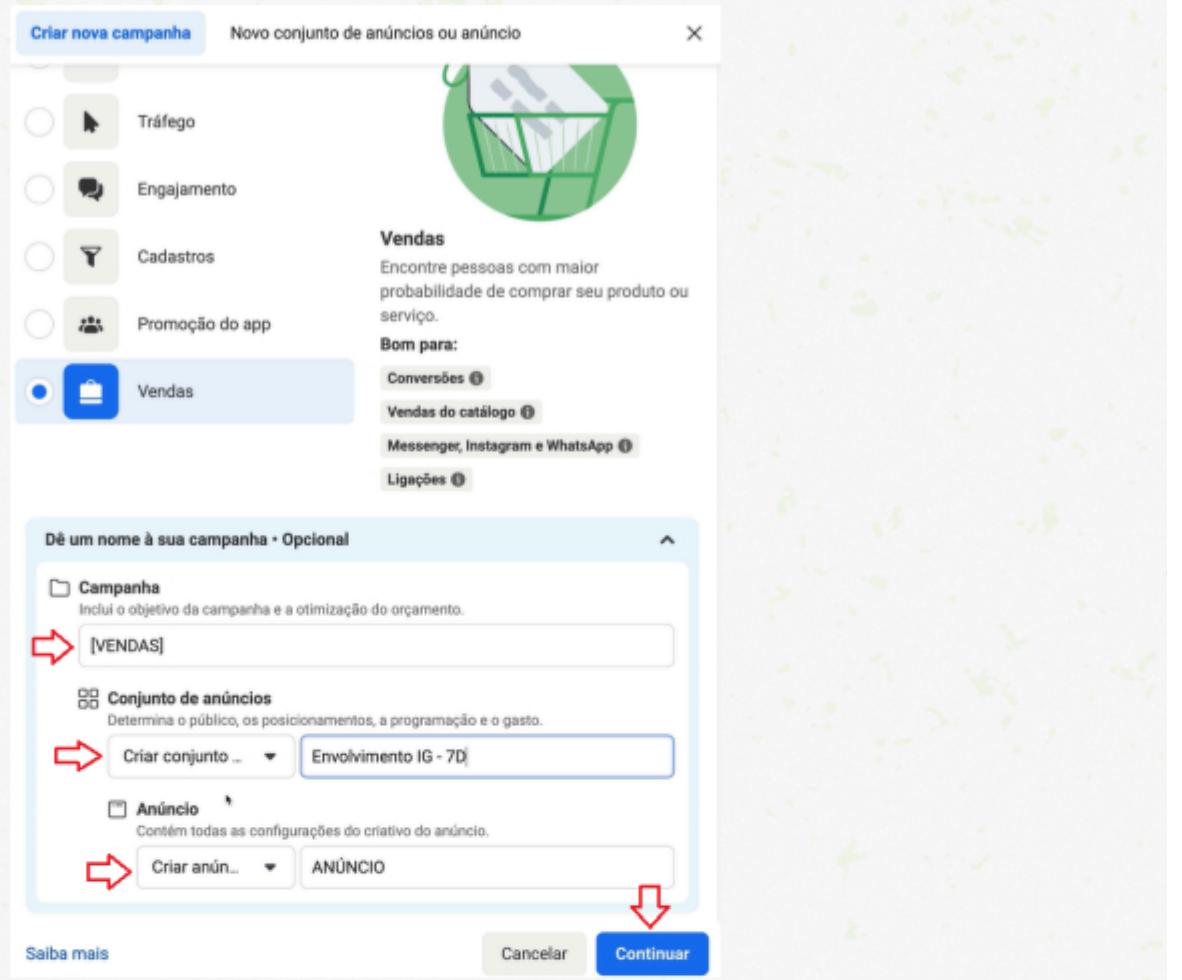
TUTORIAL EXTRA

05 Para continuar a configuração, clique em “dê um nome à sua campanha”:

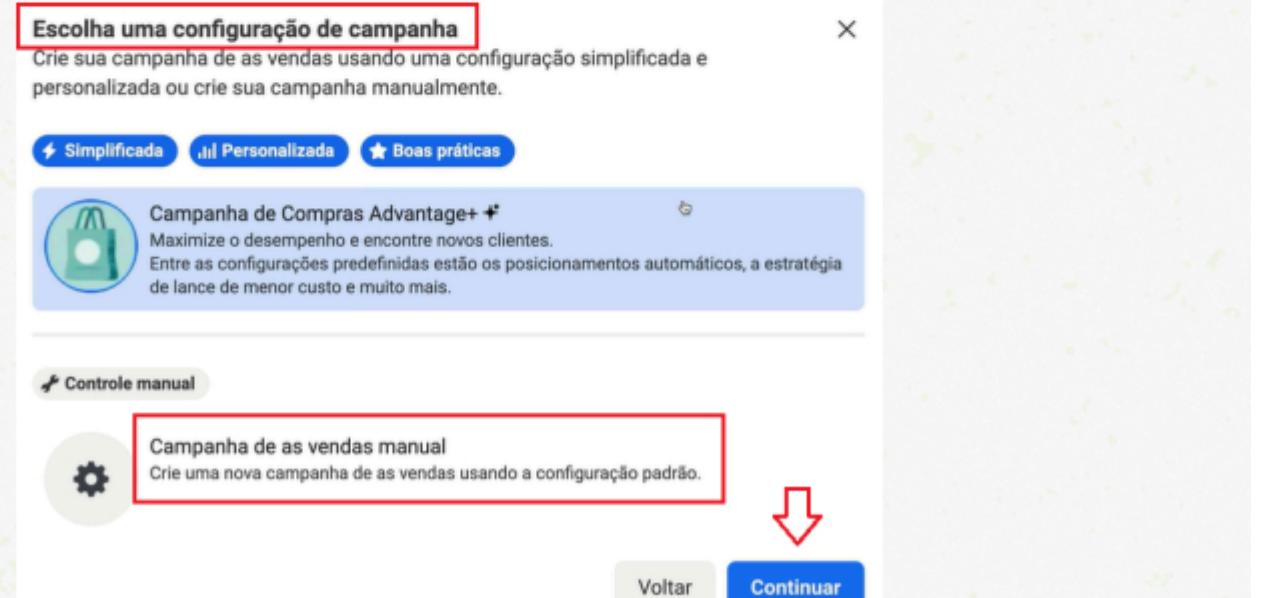


06 Dê um nome para sua campanha no campo “campanha”. Não se esqueça que a nomenclatura deve facilitar sua organização posteriormente. Em “conjunto de anúncios” você deve colocar o público do seu anúncio. Neste exemplo, coloquei um público super quente:

TUTORIAL EXTRA

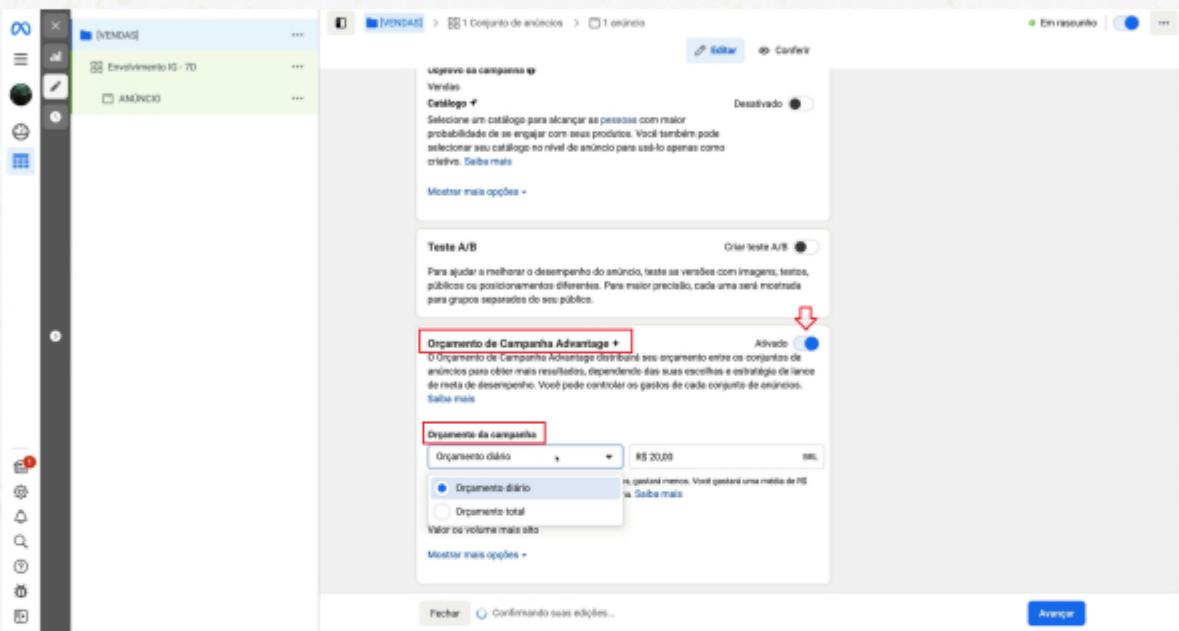


07 No painel “escolha uma configuração de campanha” escolha a opção “campanha de vendas manual”. Feito isso, clique em “continuar”:

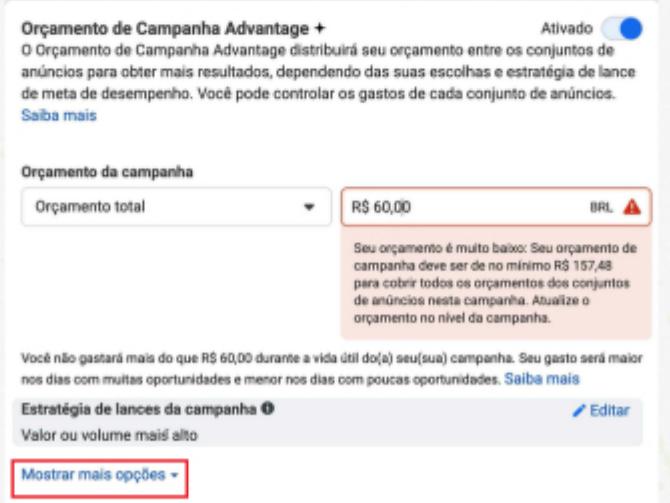


TUTORIAL EXTRA

08 Role o mouse para baixo na página até a seção **“orçamento de campanha advantage +”**. Ative essa opção e na hora de decidir entre **“orçamento diário”** e **“orçamento total”** use a seguinte lógica: se você quiser gastar dinheiro em determinados períodos do dia, use o **“orçamento total”**. Se você quiser gastar dinheiro o dia todo, use **“orçamento diário”**. O valor mínimo por dia é R\$6,00 (seis reais):

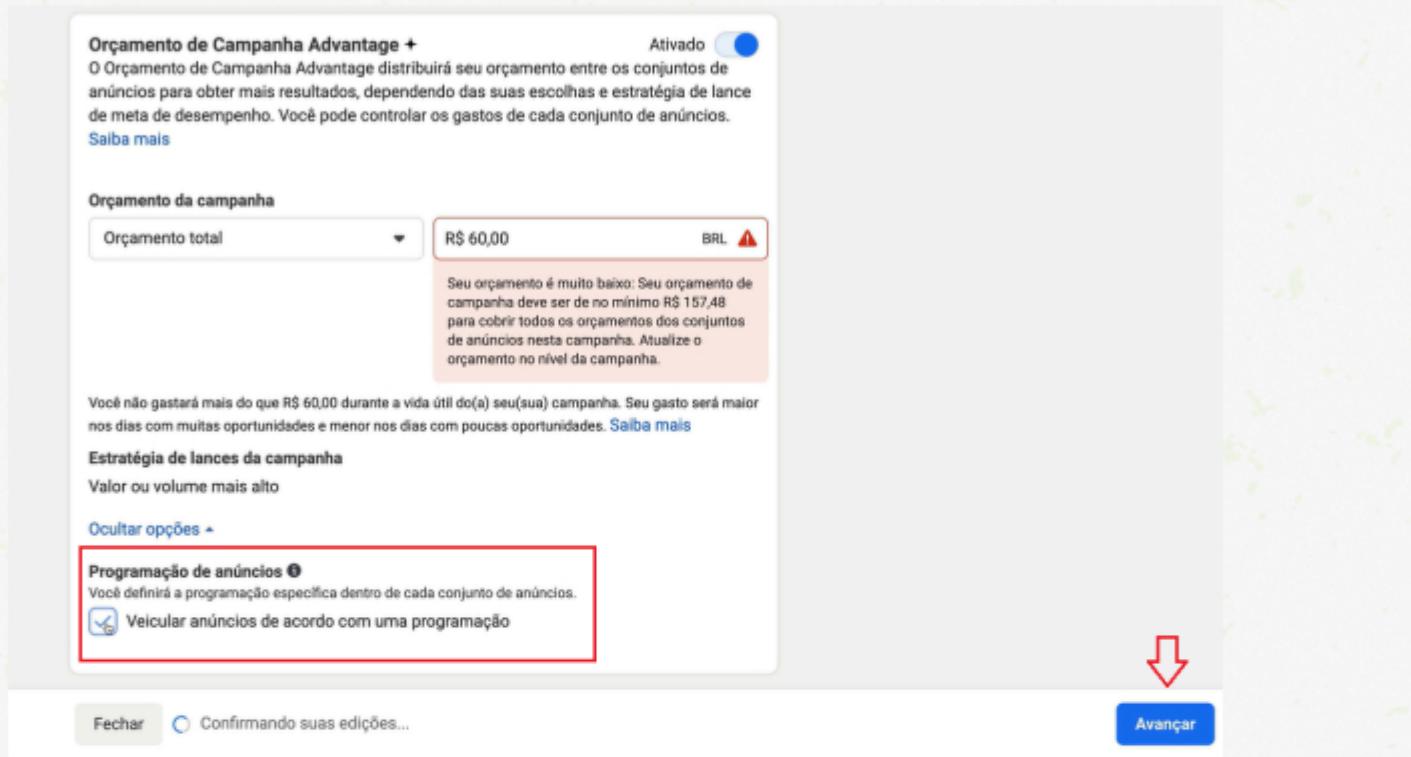


09 Feito isso, clique em **“mostrar mais opções”**:

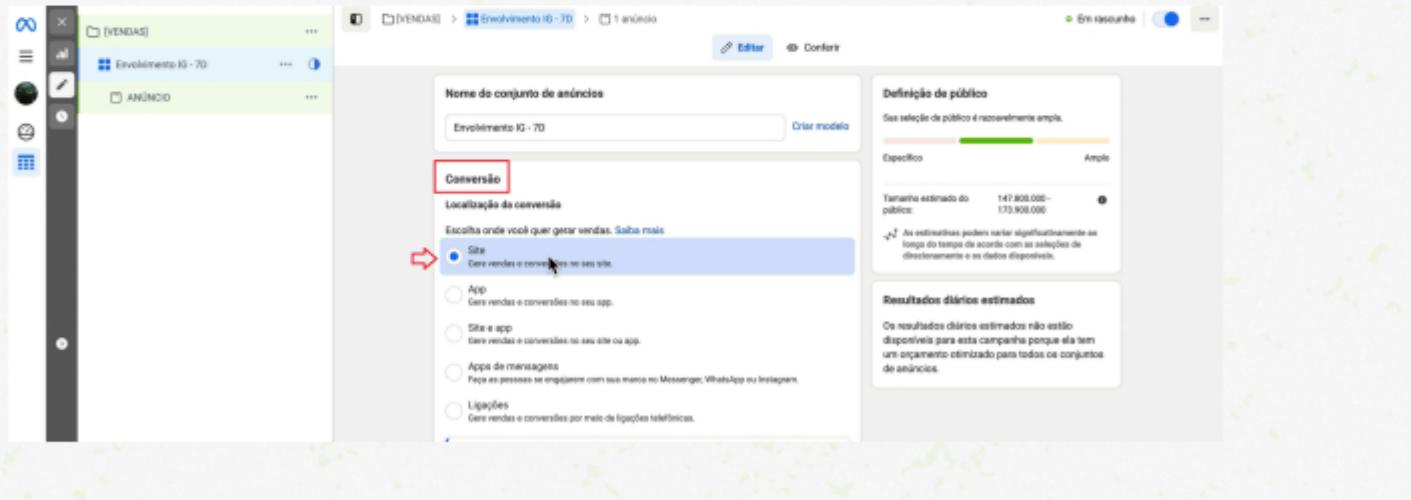


TUTORIAL EXTRA

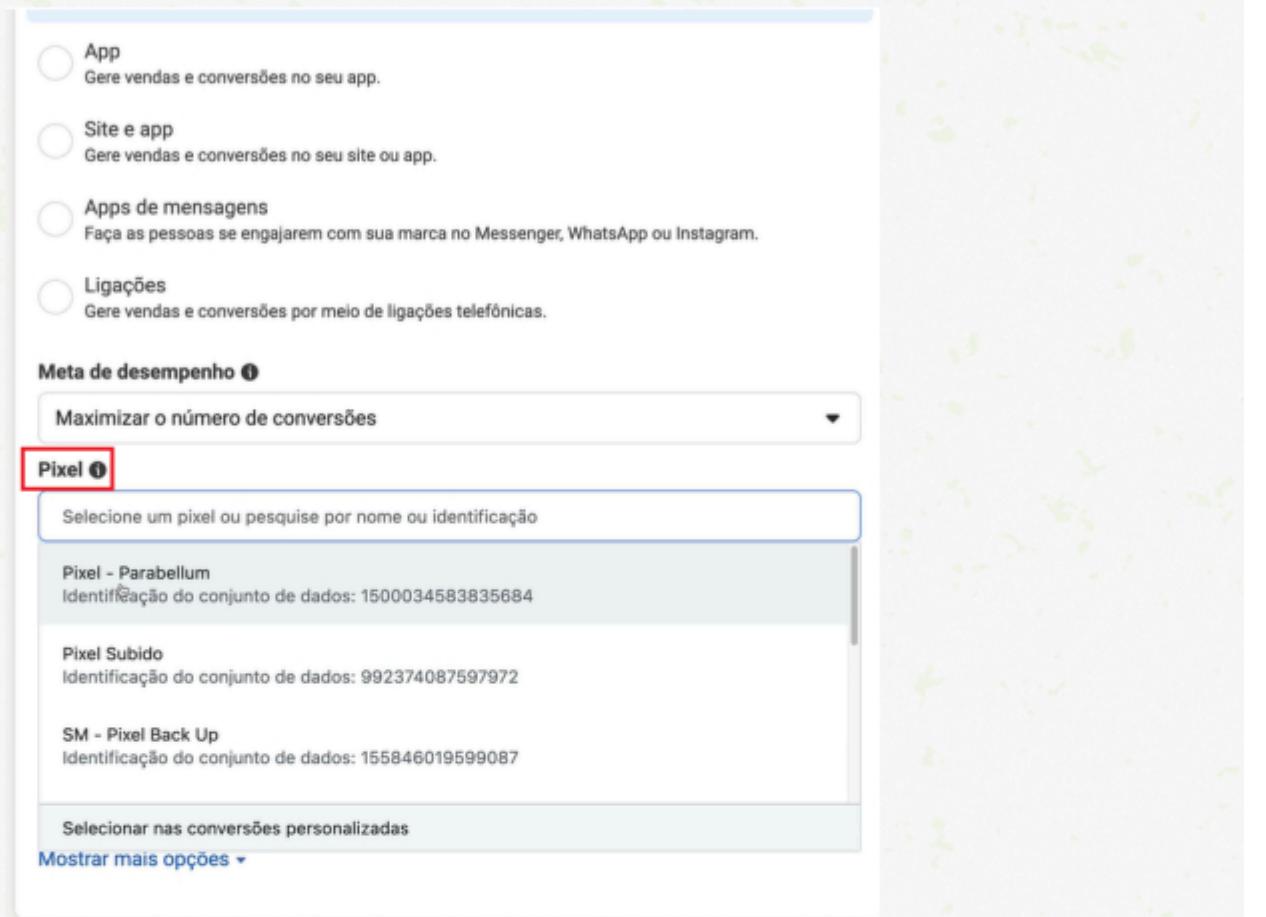
- 10 Em “programação de anúncios” selecione a caixa “veicular anúncios de acordo com uma programação”. Para prosseguir com a configuração, clique em “avançar”:



- 11 Na seção “conversão”, selecione a opção “site”:



12 Nesse caso precisamos incluir o pixel na seção “pixel” e para isso ele precisa estar ativado. Caso ele esteja na cor cinza, significa que ele ainda não foi ativado:



App
Gere vendas e conversões no seu app.

Site e app
Gere vendas e conversões no seu site ou app.

Apps de mensagens
Faça as pessoas se engajarem com sua marca no Messenger, WhatsApp ou Instagram.

Ligações
Gere vendas e conversões por meio de ligações telefônicas.

Meta de desempenho ⓘ
Maximizar o número de conversões

Pixel ⓘ
Selecionar um pixel ou pesquise por nome ou identificação

Pixel - Parabellum
Identificação do conjunto de dados: 1500034583835684

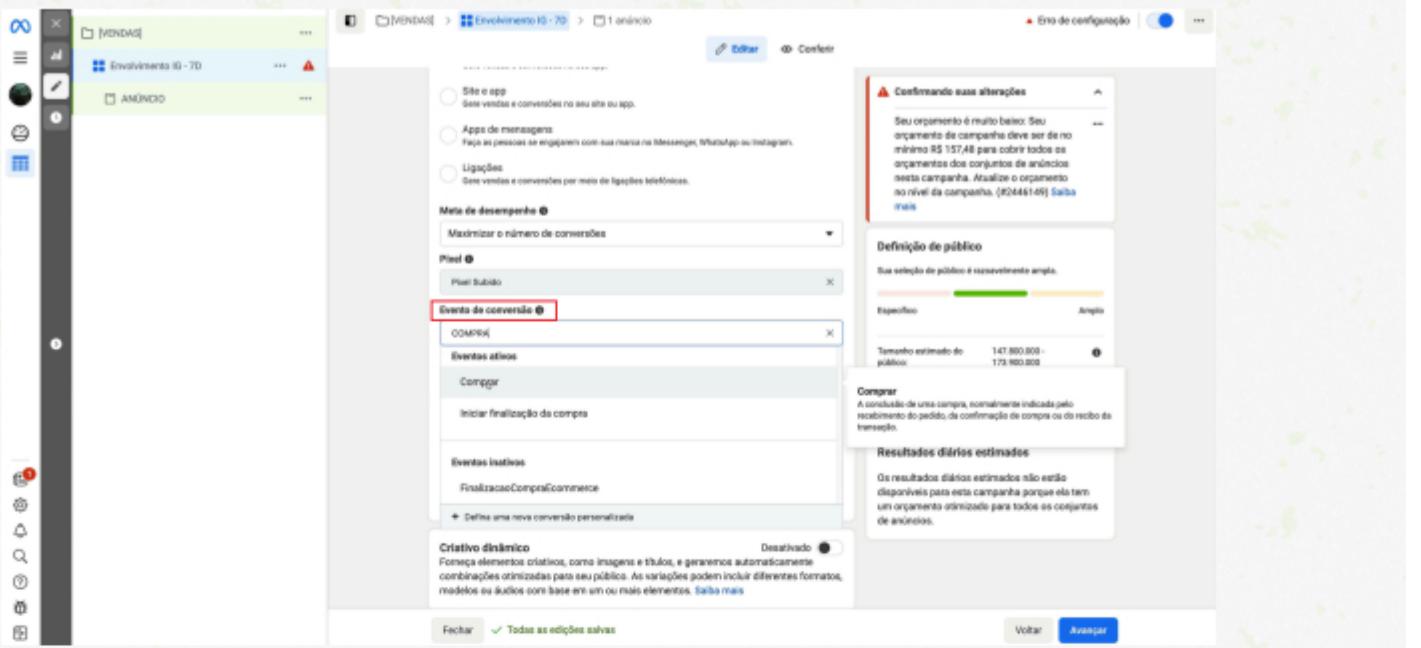
Pixel Subido
Identificação do conjunto de dados: 992374087597972

SM - Pixel Back Up
Identificação do conjunto de dados: 155846019599087

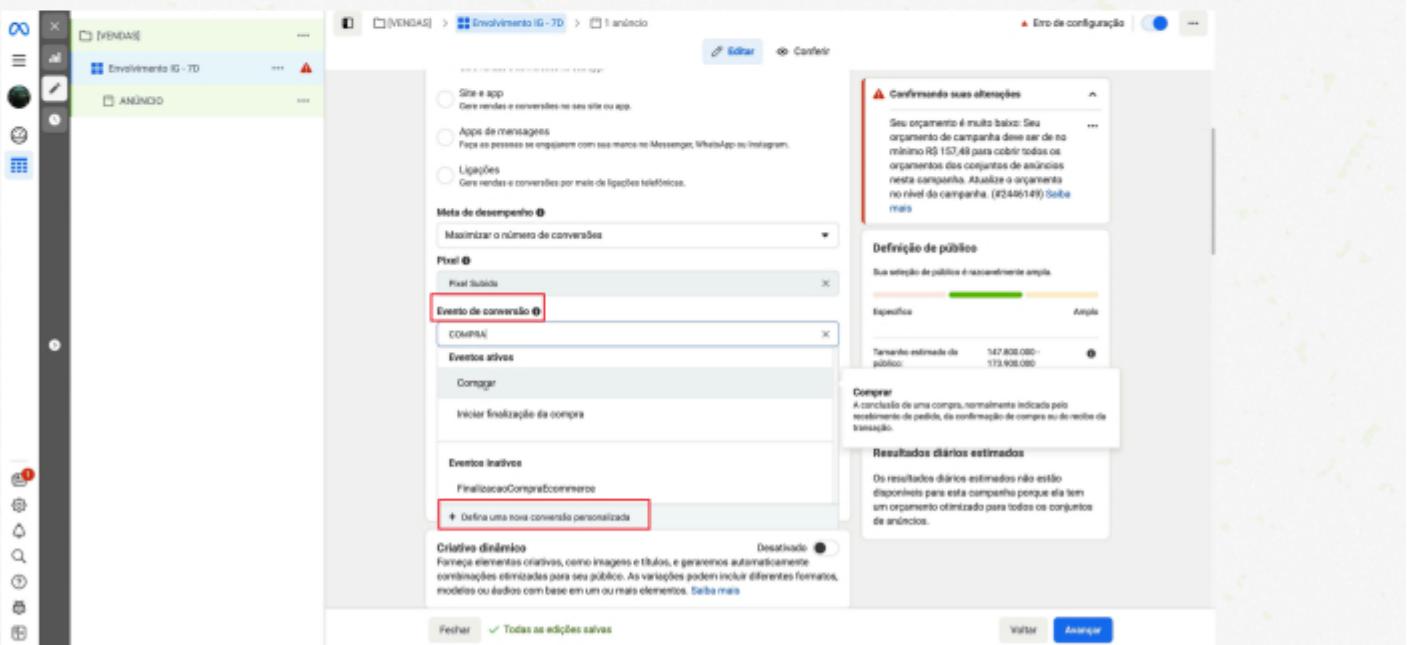
Selecionar nas conversões personalizadas
Mostrar mais opções

13 Agora que o pixel está selecionado, você vai dizer para o Meta Ads: *Meta, quando alguém entra no meu site e realiza tal ação, considere isso uma conversão*. Essa configuração é feita na seção “**evento de conversão**”. Se você tem um e-commerce, os eventos de conversão são automáticos e um deles é “comprar”:

TUTORIAL EXTRA



14 Se você não tiver um e-commerce, será necessário criar um evento de conversão personalizado. Para isso, clique em **"defina uma nova conversão personalizada"**:



TUTORIAL EXTRA

- 15 No painel “criar uma conversão personalizada”, selecione o pixel correto em “fonte de dados”. Em “fonte de ação” selecione “site” e em “evento”, selecione “todo o tráfego da URL”:

Criar uma conversão personalizada

Nome COMPRA CONCL 12/50 **Descrição · Opcional** Forneça detalhes para informar ... 0/100

Fonte de dados Pixel Subido

Fonte da ação Site

Evento Todo o tráfego da URL

Escolha um evento padrão para a otimização
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

- 16 No mesmo painel, na seção “regras”, indique para o Meta Ads a URL da página em que você deseja ser avisado de que houve uma conversão ali. Para isso, coloque a URL da página em questão no campo “URL”:

TUTORIAL EXTRA

Criar uma conversão personalizada

Nome **Descrição - Opcional**

COMPRA CONCL 12/50 Forneça detalhes para informar ... 0/100

Fonte de dados
Pixel Subido

Fonte da ação
Site

Evento
Todo o tráfego da URL

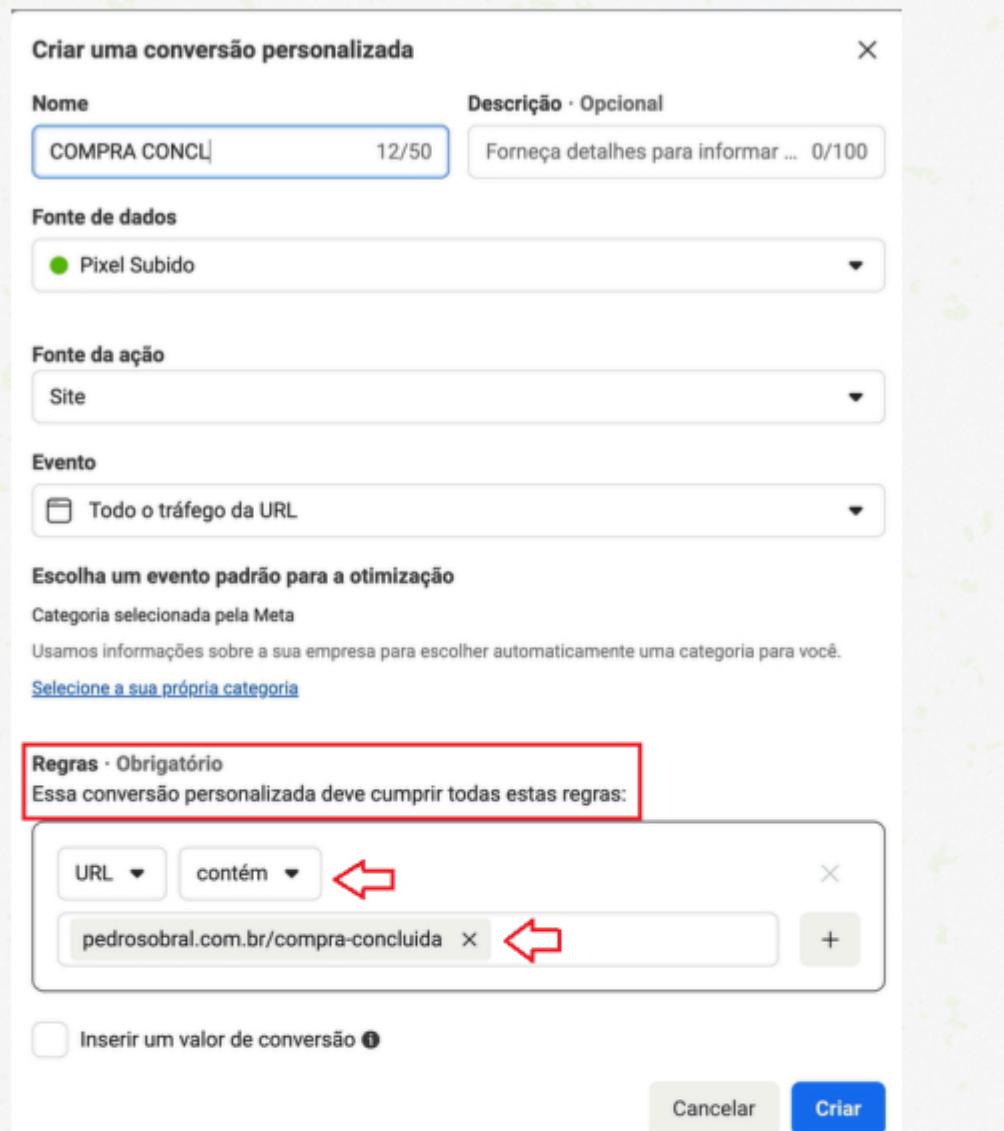
Escolha um evento padrão para a otimização
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

Regras - Obrigatório
Essa conversão personalizada deve cumprir todas estas regras:

URL contém +

Inserir um valor de conversão [?](#)

Criar



17 Não se esqueça de colocar nome no seu evento de conversão no campo **“nome”**. Feito isso, clique em **“criar”**:

TUTORIAL EXTRA

Criar uma conversão personalizada

Nome 17/50 **Descrição - Opcional** Forneça detalhes para informar ... 0/100

Fonte de dados

Fonte da ação

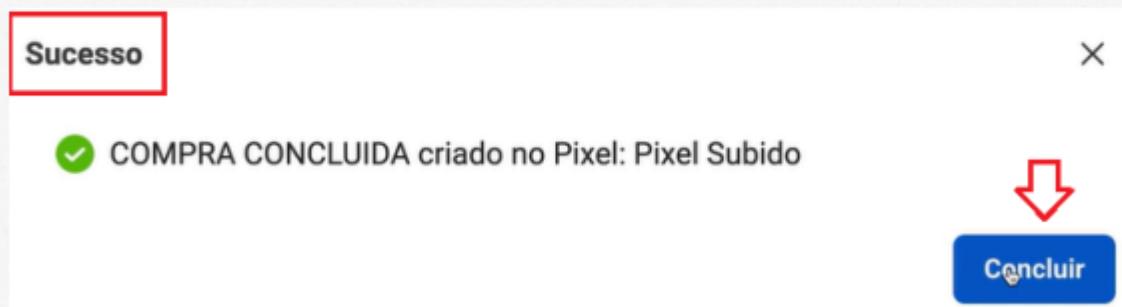
Evento

Escolha um evento padrão para a otimização
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

Regras - Obrigatório
Essa conversão personalizada deve cumprir todas estas regras:

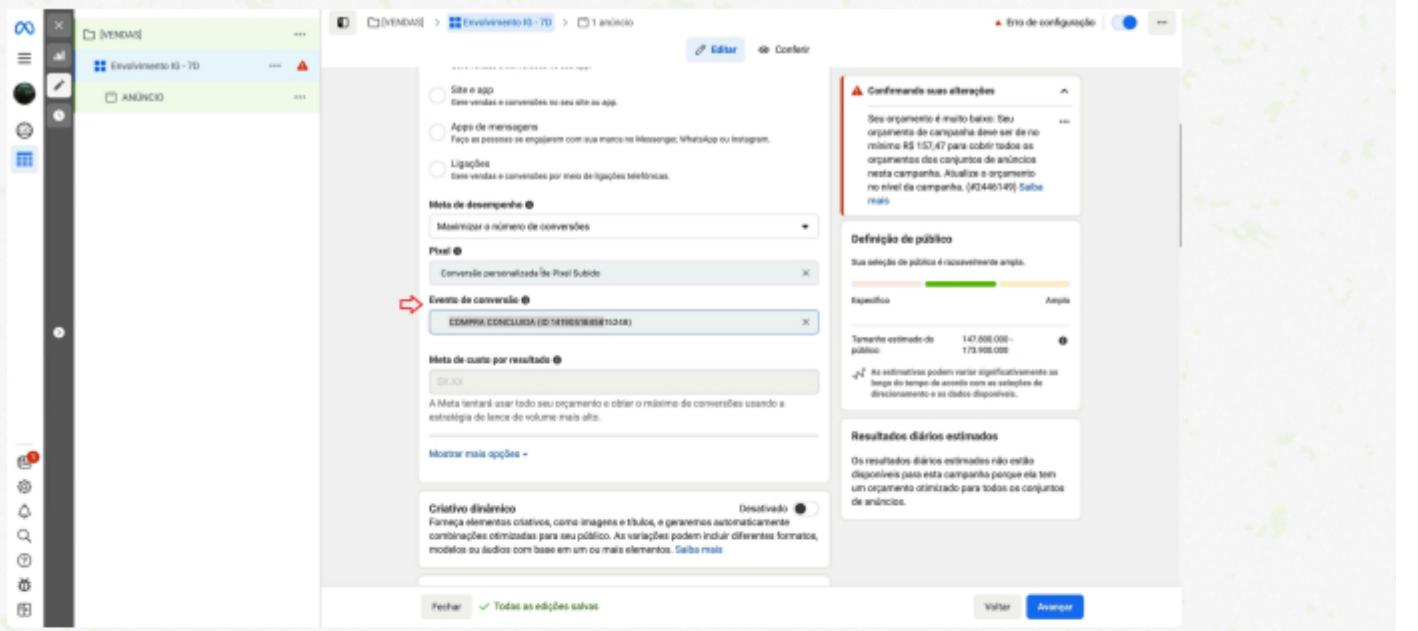
URL contém pedrosobral.com.br/compra-concluida Inserir um valor de conversão 

18 No painel “sucesso”, clique em “concluir”:



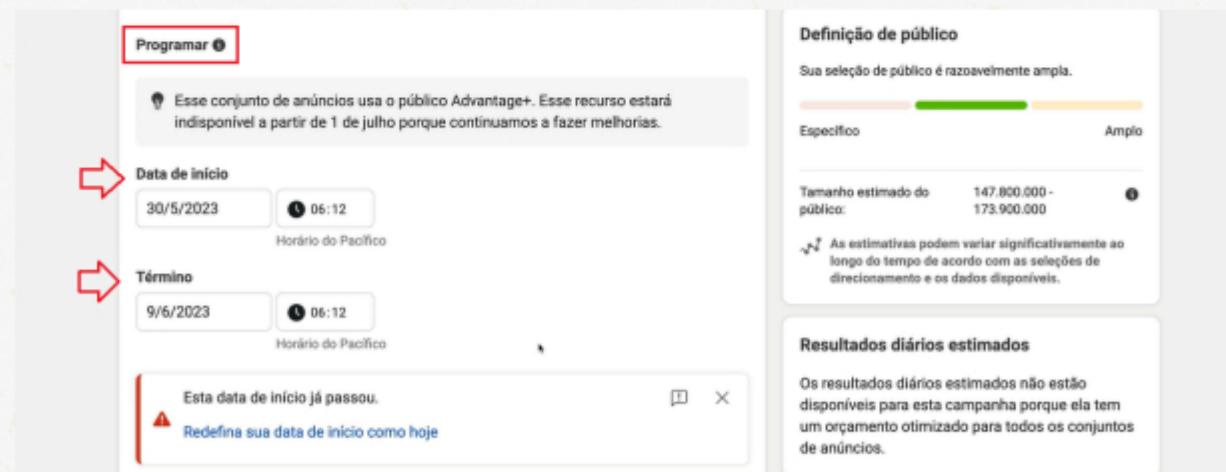
19 Após essa configuração, vá até o campo “evento de conversão” e selecione a conversão personalizada que você acabou de criar:

TUTORIAL EXTRA



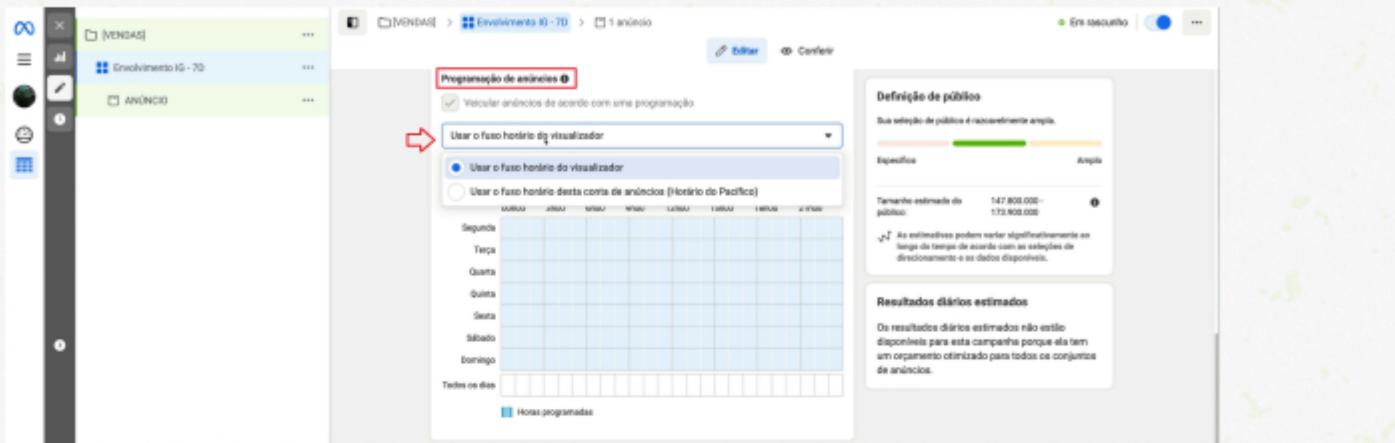
Observação importante: é válido ressaltar que se você tivesse criado uma campanha de cadastro, a conversão personalizada seria criada para as pessoas que concluíram o cadastro. Para isso, na hora de configurar, basta trocar o URL da página, indicando para o Meta Ads a página correta que indica o cadastro feito.

20 Na seção “**programar**”, indique o início e o término da sua campanha:

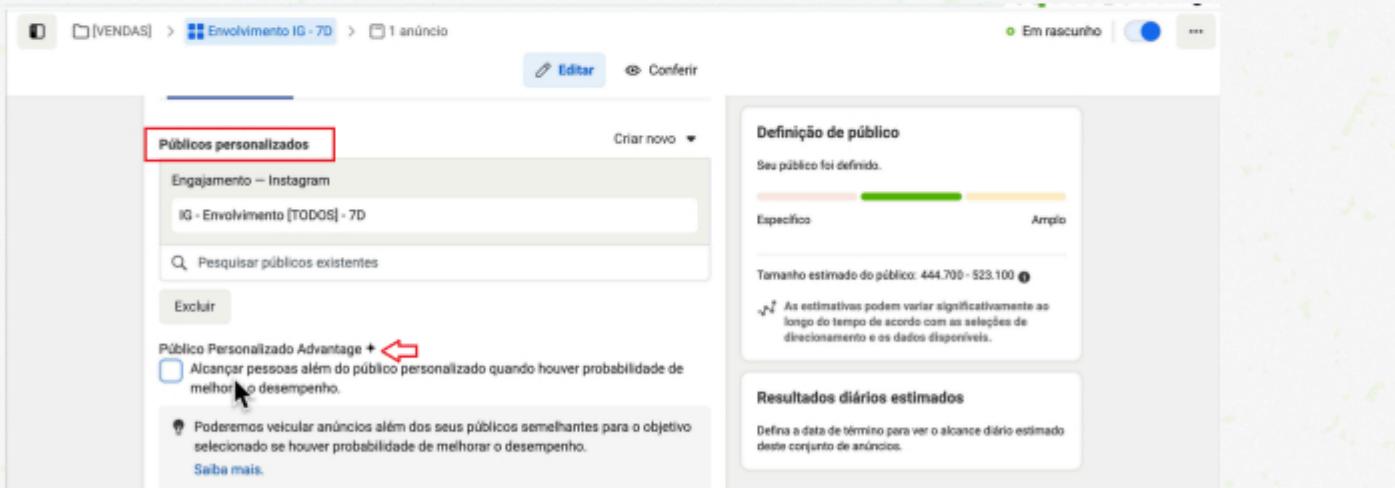


TUTORIAL EXTRA

21 Em "programação de anúncios" configure o fuso horário. Para isso, selecione a opção "usar o fuso do visualizador". Em seguida, selecione os dias e os horários que seu anúncios vai aparecer:

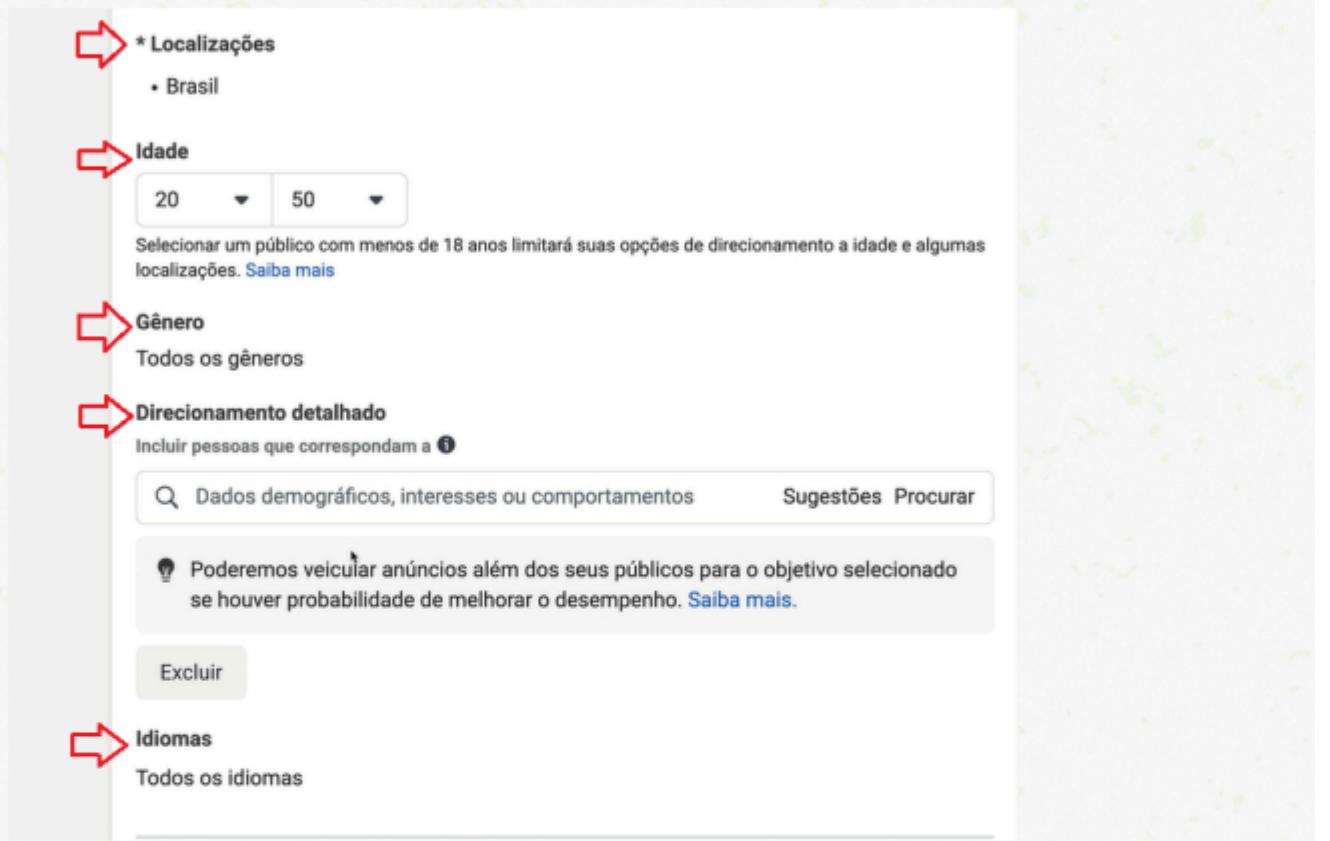


22 Em "públicos personalizados", selecione o público que você definiu para sua campanha. Em seguida, retire a seleção da caixa "alcançar pessoas além do público personalizado" na seção "público personalizado advantage +":



TUTORIAL EXTRA

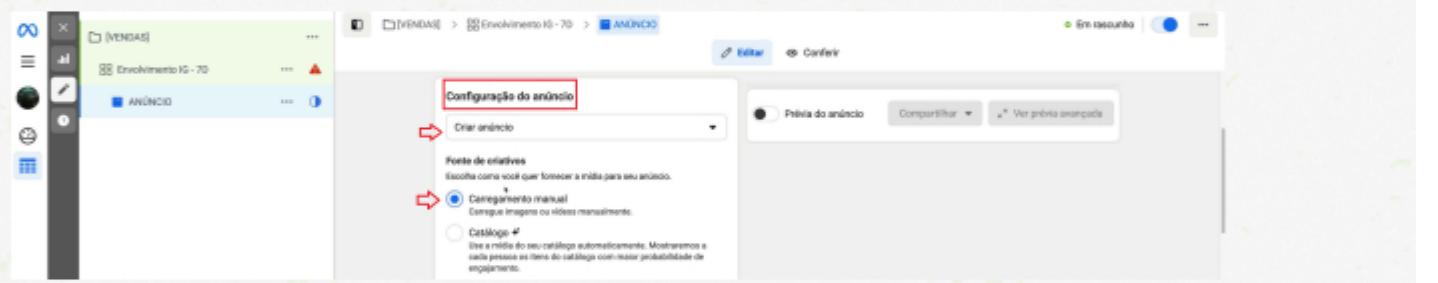
23 Em “localizações”, selecione “Brasil” e em “idade” coloque a faixa etária do seu público-alvo. Em “gênero” selecione o gênero do público que você deseja alcançar com esse anúncio. Em “Idiomas” e “direcionamento detalhado” não faremos alterações:



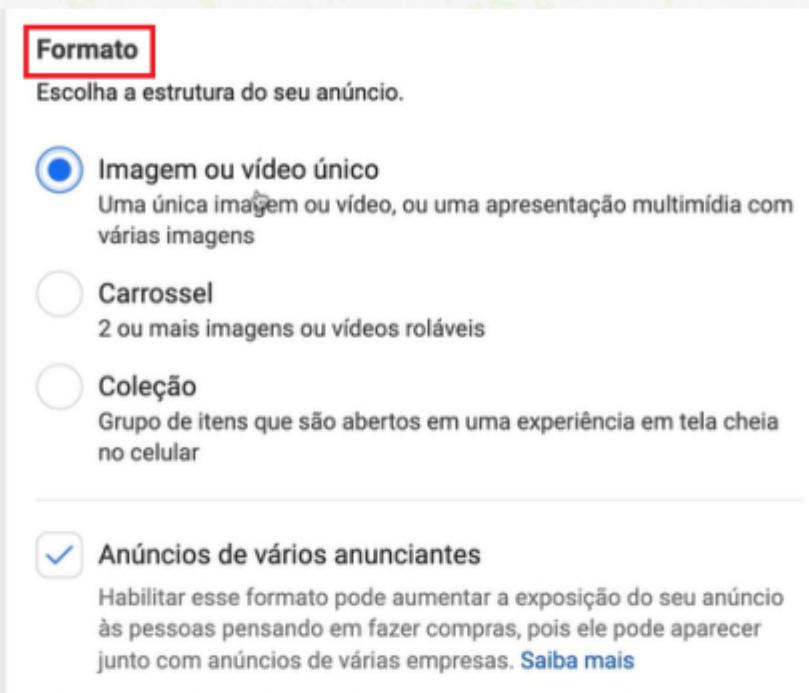
24 Como eu quero mais resultados com essa campanha, na seção “posicionamentos”, vamos deixar selecionada a opção “posicionamentos advantage”:



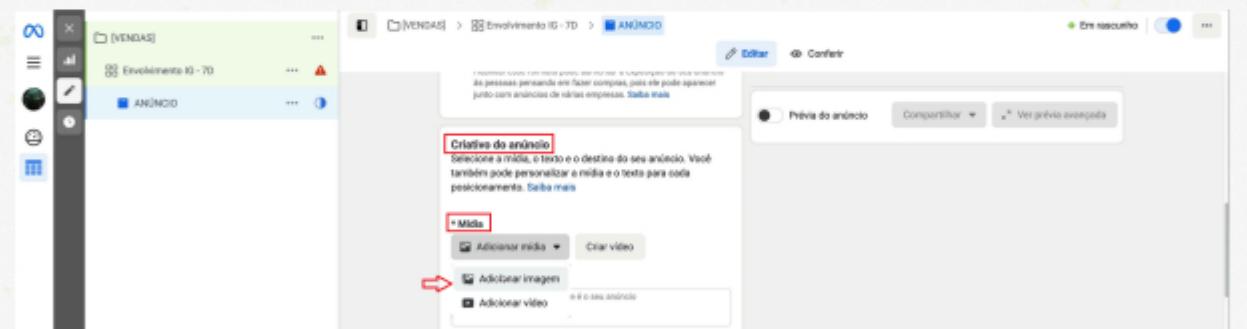
25 Na seção **"configuração do anúncio"**, selecione a opção **"criar anúncio"**. Caso você queira fazer um anúncio de uma publicação já existente no seu Instagram, basta selecionar essa opção e escolher a publicação em questão. Em seguida, em **"fonte do criativo"**, selecione **"carregamento manual"**:



26 Na seção **"formato"**, selecione a opção **"imagem ou vídeo único"**. Além disso, sempre deixe a opção **"anúncios de vários anunciantes"** selecionada:

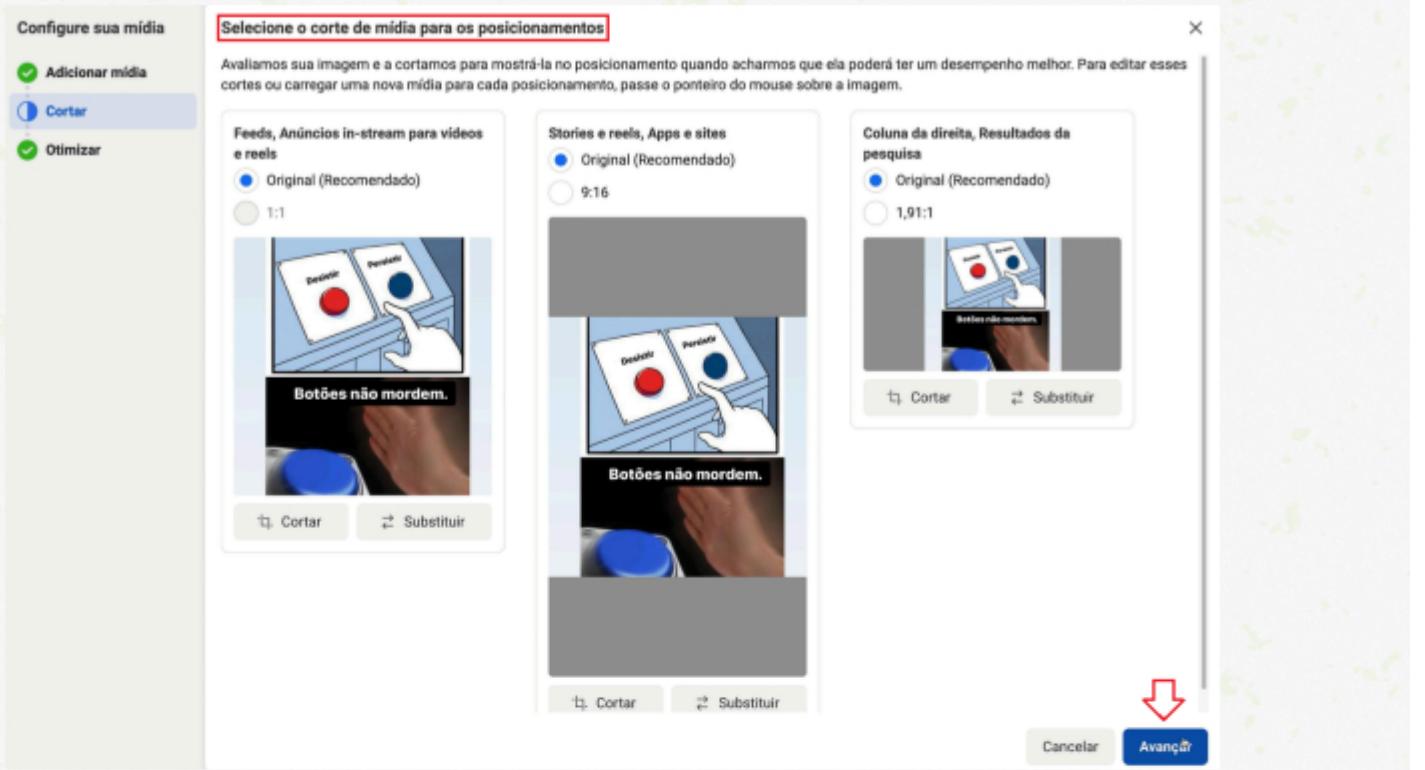


27 Agora, selecione os arquivos do seu anúncio na seção "**criativo do anúncio**". Em "**mídia**" clique em "**adicionar imagem**":

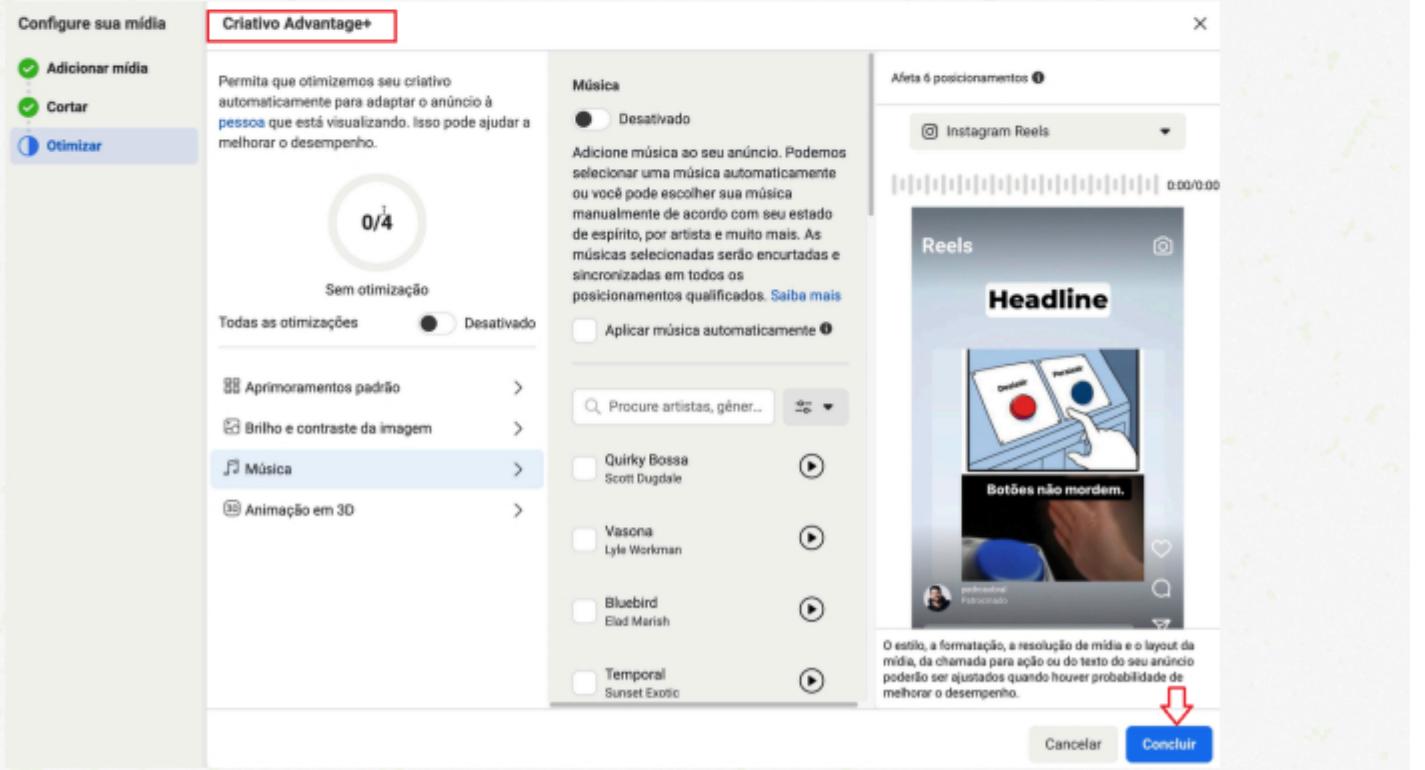


28 No painel "**selezione o corte de mídia para os posicionamentos**", verifique se as imagens estão corretas para cada tipo de posicionamento. Caso tudo esteja correto, clique em "**avançar**":

TUTORIAL EXTRA

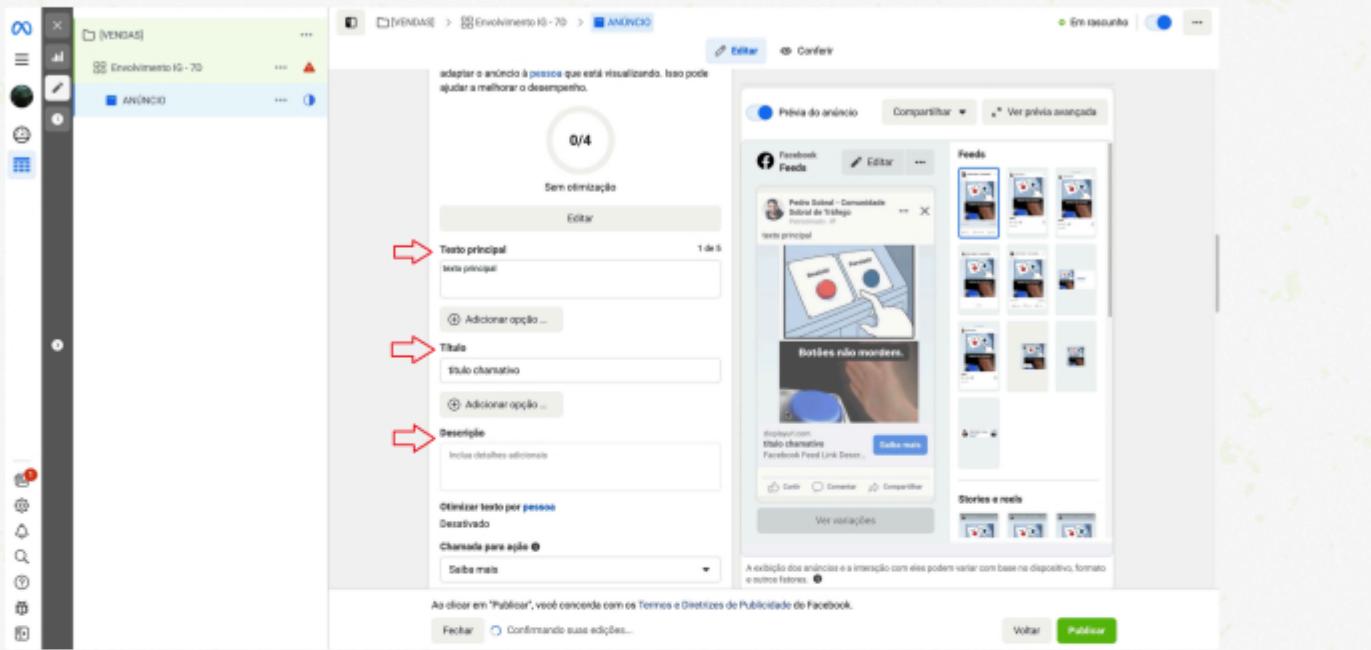


29 No painel “criativo advantage+” eu recomendo que você deixe sem nenhuma configuração. Em seguida, clique em “avançar”:

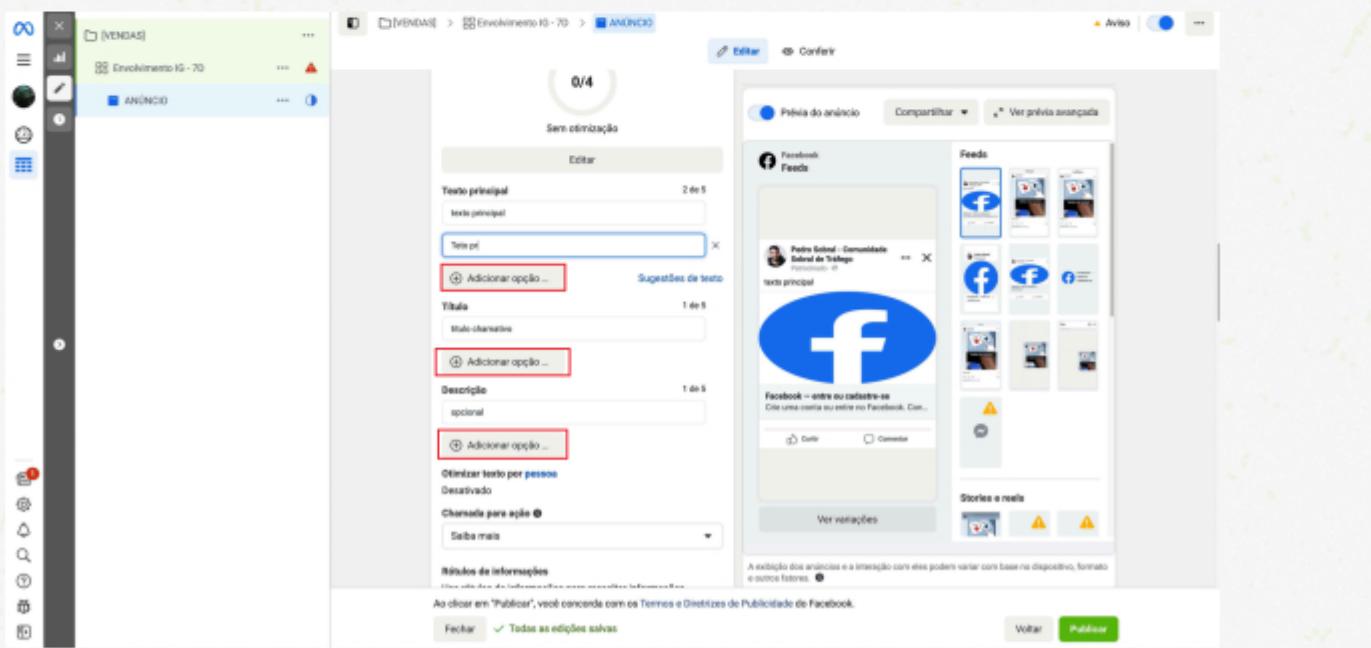


TUTORIAL EXTRA

30 Agora é hora de configurar o texto do seu anúncio. Preencha corretamente os campos **"texto principal"**, **"título"** e **"Descrição"**:

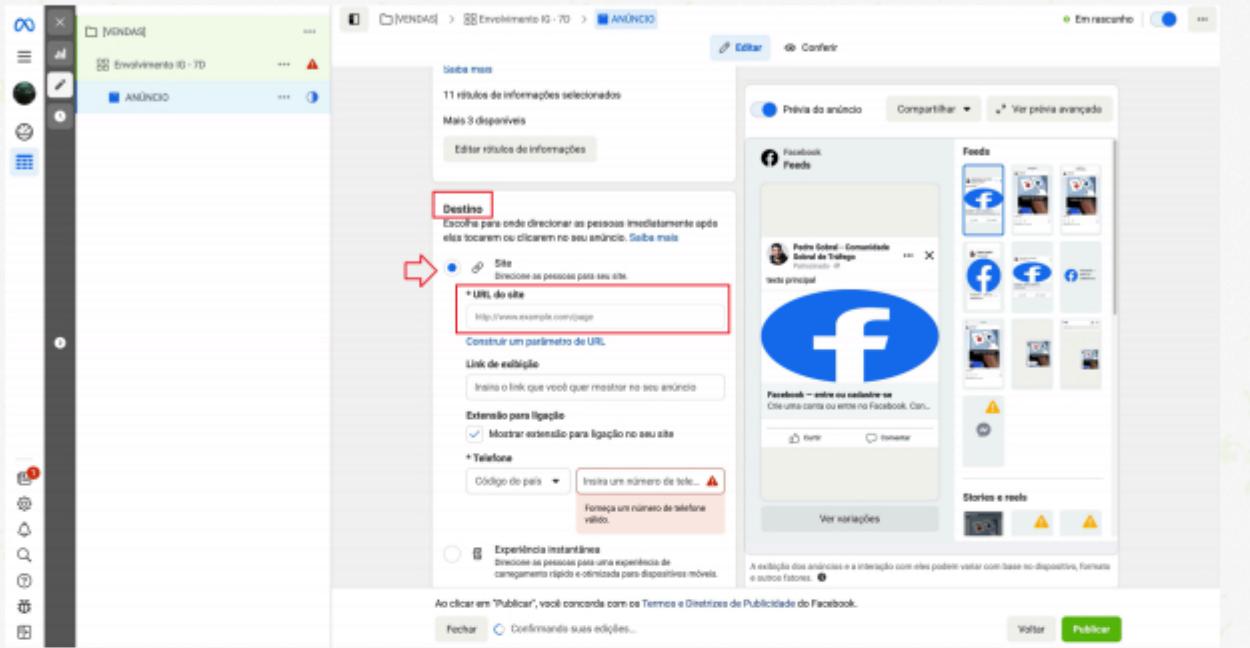


31 Adicione textos alternativos para que o Meta Ads descubra qual vai performar melhor nos seus anúncios. Para isso, clique em **"adicionar opção"**. Faça isso no título, no texto e na descrição:

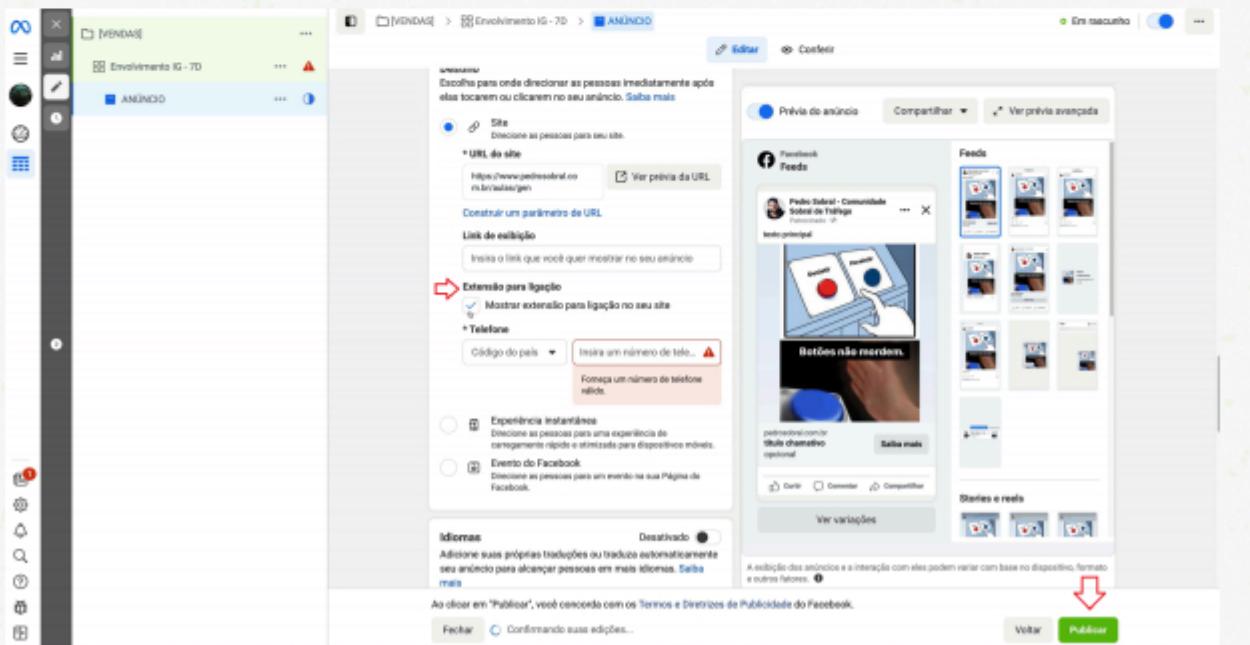


TUTORIAL EXTRA

- 32 Na seção “destino”, coloque o link da página para qual as pessoas serão encaminhadas quando clicarem no seu anúncio. Selecione a opção “site” e, na sequência, preencha o campo “URL do site”:

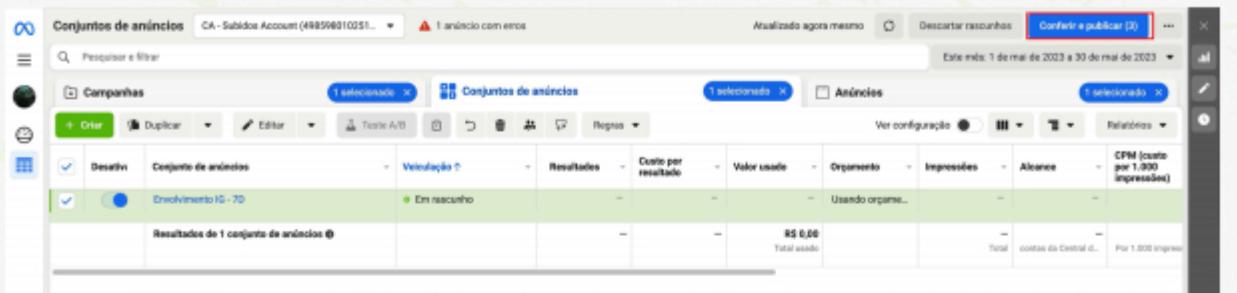


- 33 Em “extensão para ligação” você pode colocar um número para contato abaixo do anúncio. Como estamos configurando uma campanha de vendas, eu não recomendo. Feito isso, clique em “publicar”:



TUTORIAL EXTRA

34 Volte ao menu principal e clique em “**conferir e publicar**” no canto superior direito da página:



E pronto, sua campanha de vendas está finalizada!

Lembrete importante:

Sempre priorize os públicos super quentes na hora de configurar seu anúncio, depois públicos quentes e depois públicos frios. E uma dica: **crie uma campanha somente para públicos super quentes e outra para públicos quentes e outra para públicos frios.**

Dessa forma, você conseguirá otimizar seus gastos, já que você terá mais controle sobre os valores investidos em cada campanha.

Não se esqueça que **dentro de cada campanha** você pode ter **vários grupos de anúncios com públicos diferentes**. E dentro de cada grupo de anúncios você pode ter vários anúncios (o ideal é que você tenha pelo menos **6 anúncios por grupo de anúncio**).

Além disso, quando você coloca o investimento a nível de campanha, você deixa que **o Meta Ads escolha em qual grupo de anúncio (público) vale a pena gastar mais**. Você não vai gastar mais dinheiro só porque têm muitos grupos de anúncios; o Meta Ads vai decidir o que fazer com a verba que você colocou para ele.

Deu para entender até aqui?

Agora, você já sabe como criar uma campanha de vendas, mas ainda temos muito a aprender nos próximos dias do Desafio da Gestão de Tráfego. **Lembre-se que você pode ler este material quantas vezes quiser** e claro: não deixe de praticar o quanto antes para fixar melhor o conteúdo que você acabou de estudar.

Tamo junto!

