

TUTORIAL EXTRA

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.

Fica bem proveito e bora para o tutorial!

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 acesse automaticamente o que é certo para você.

[Criar uma conta](#)

logo após preencha os dados solicitados:

×

Crie sua conta empresarial no Gerenciador de Negócios

Nome da sua conta e empresa

O nome deve corresponder ao nome público da sua empresa, pois ficará visível no Facebook, e não pode conter caracteres especiais.

Agência Fulano

Seu nome

Fulano de tal

Seu email comercial

Este deve ser um email que você usa para realizar negócios pela empresa. Enviaremos um email para verificá-lo. Você também receberá comunicações relacionadas à sua conta empresarial neste email.

fulano@gmail.com

Quando você adiciona pessoas à sua empresa, seu nome e email comercial ficam visíveis para elas.

Enviar

 Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

3

TUTORIAL EXTRA

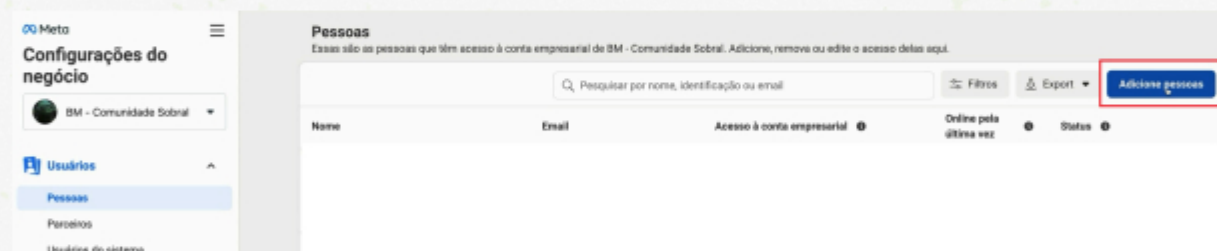
Após isso, basta seguir os passos de confirmação do seu e-mail e finalizar a criação do seu gerenciador de negócios e conta de anúncios.

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

Convidar pessoas

Inclua pessoas para trabalhar no seu negócio inserindo o endereço de email delas. Em seguida, atribua o acesso e defina quais contas e ferramentas elas podem usar.

Inserir endereços de email

exemplo@exemplo.com, exemplo@exemplo.com

O nome da sua empresa, a data de criação da conta empresarial, o status de verificação, a razão social, o país, o site, as informações da Página principal e o número de seguidores da Página mais relevante da sua empresa ficarão disponíveis para os usuários convidados.

Etapa 1 de 3

Cancelar

Avançar

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

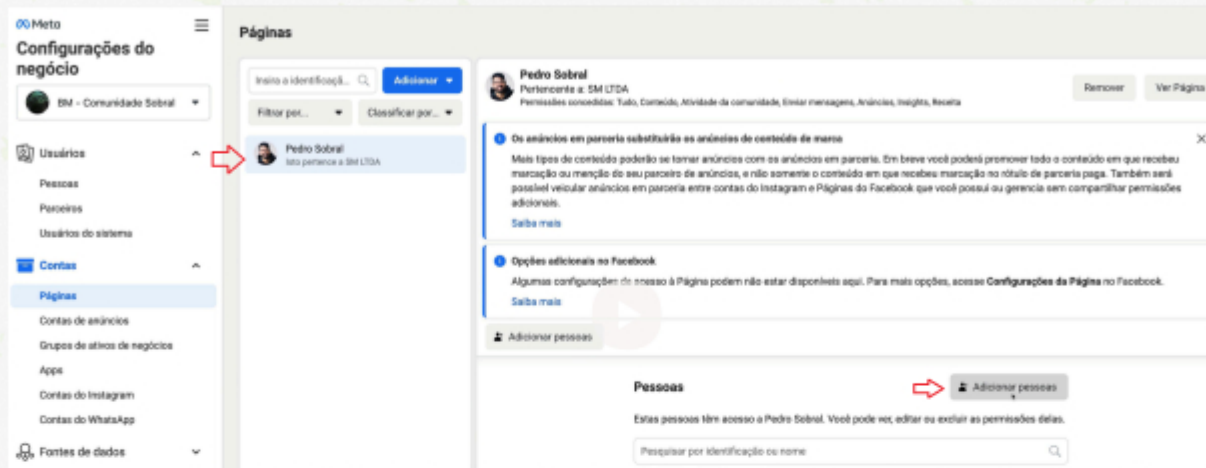


04 Caso a sua página não apareça, clique em **“adicionar”** e escolha a opção de acordo com a ação que será executada:

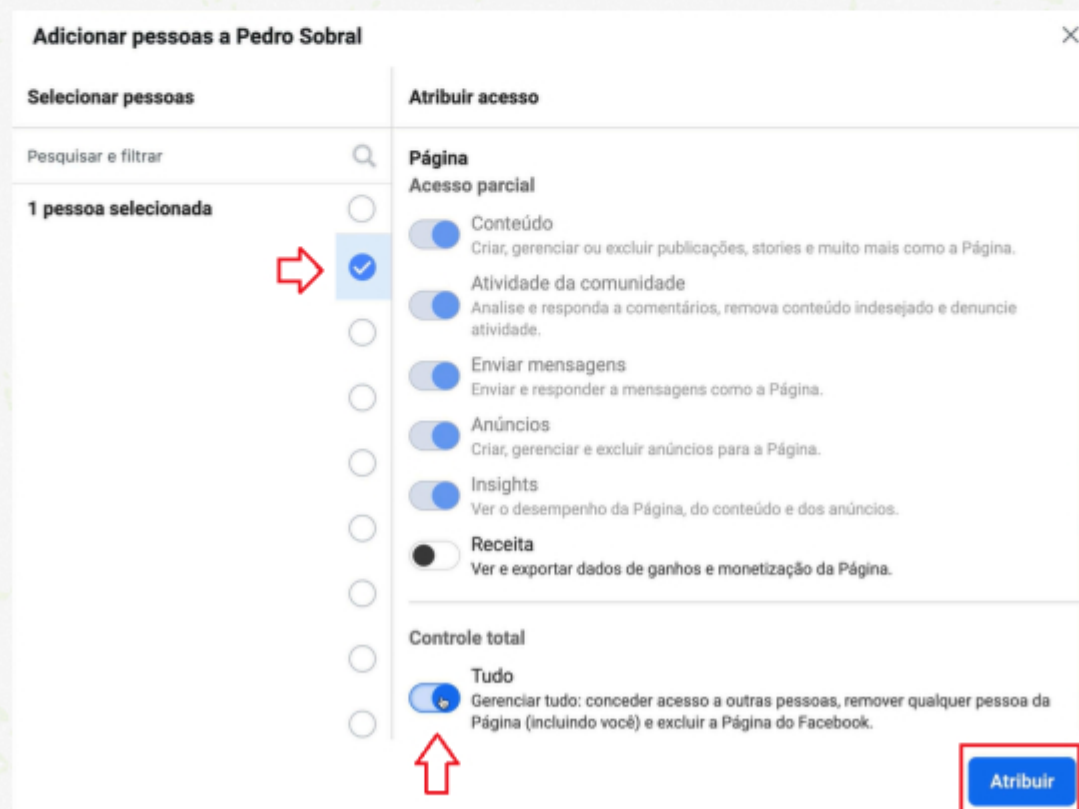


TUTORIAL EXTRA

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

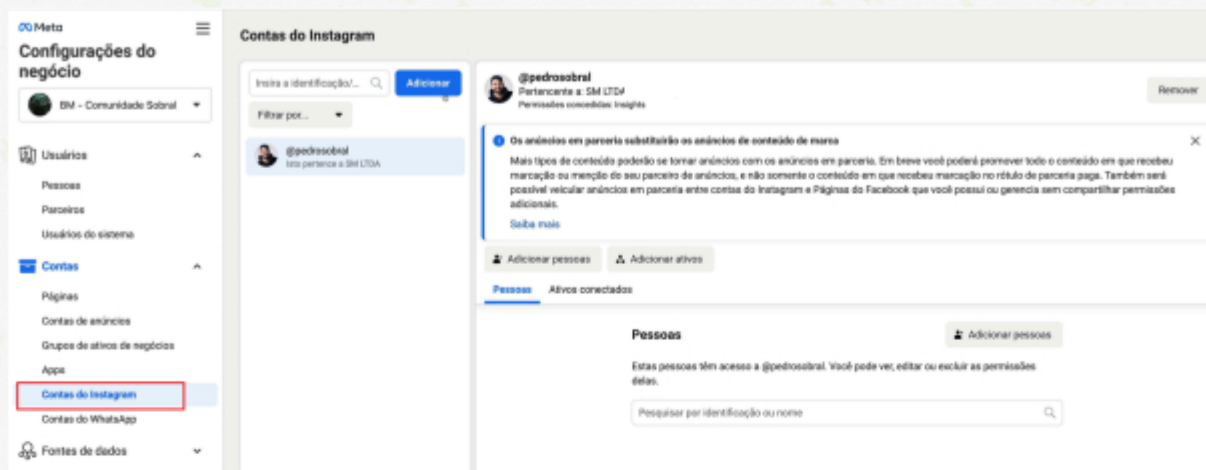


06 Em seguida, selecione o contato desejado e atribua os acessos. Você pode conceder o controle total ou parcial da conta de anúncios. Lembre-se que esses contatos só vão aparecer neste painel depois que você adicionar cada um deles dentro do gerenciador:

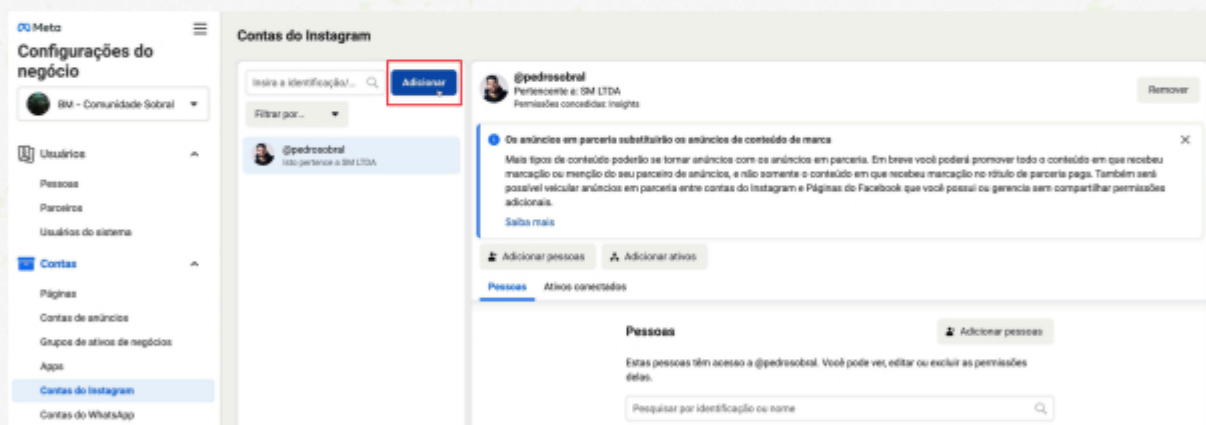


TUTORIAL EXTRA

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”**:

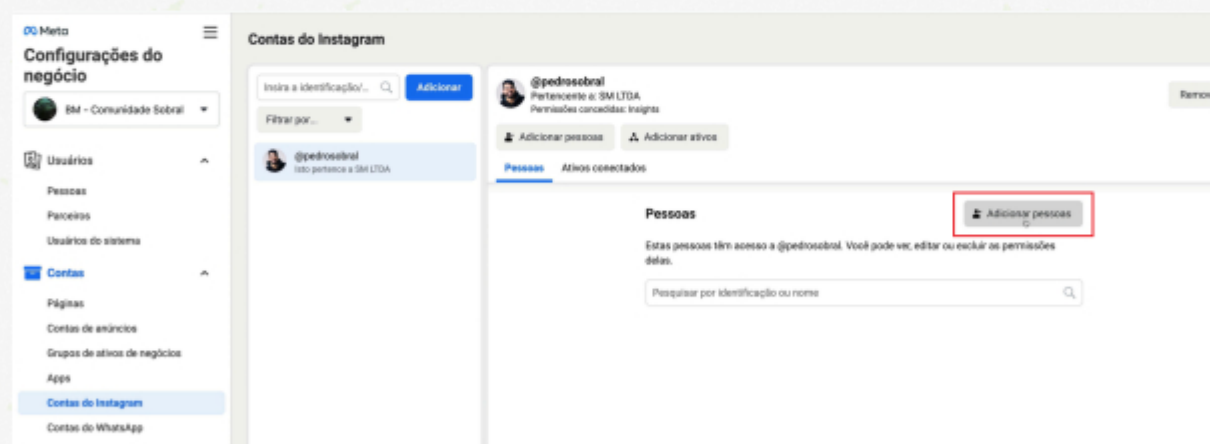


09 No painel **“adicionar uma conta do Instagram”** clique em **“conectar sua conta do Instagram”**:

TUTORIAL EXTRA

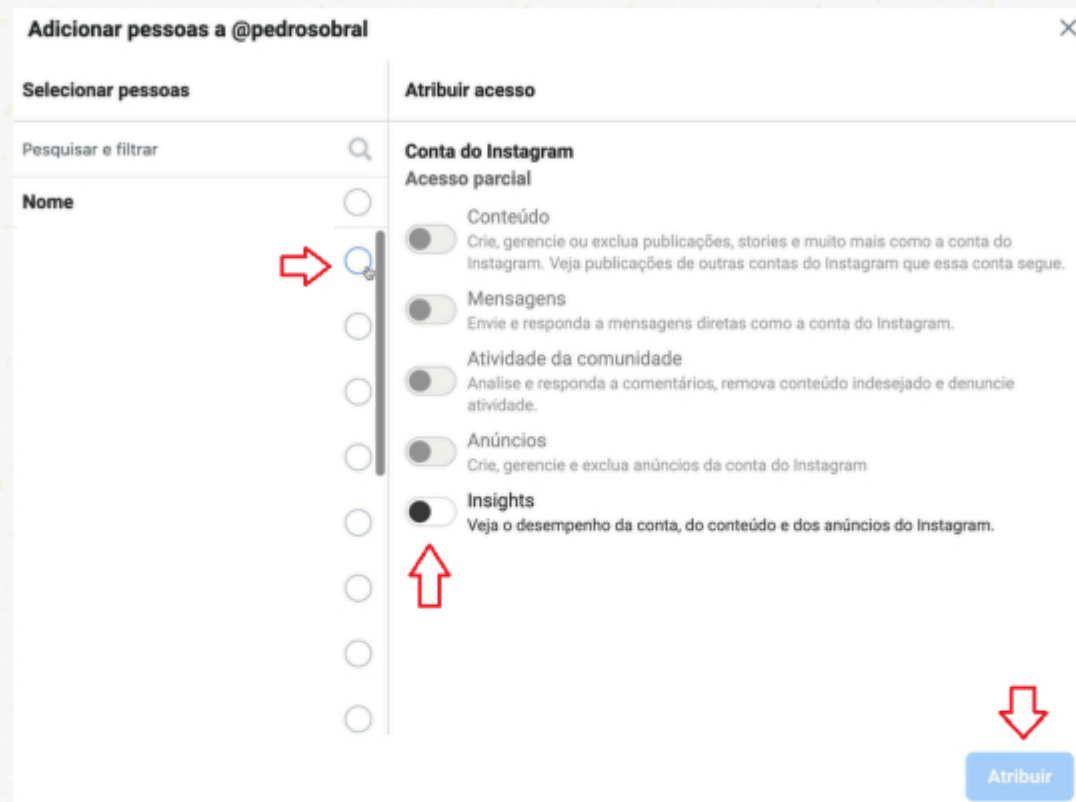


10 No painel maior à direita, clique em **“adicionar pessoas”**:

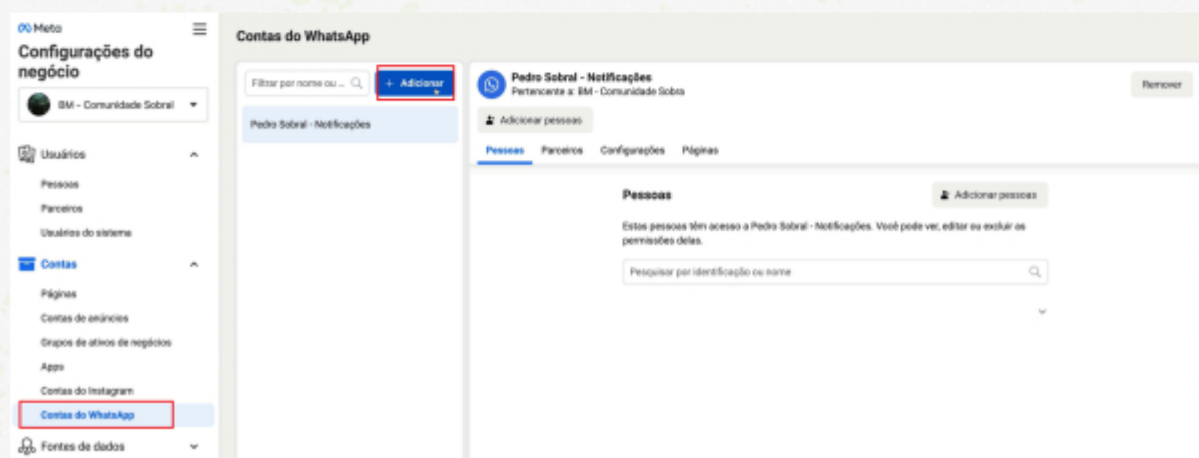


TUTORIAL EXTRA

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”**:

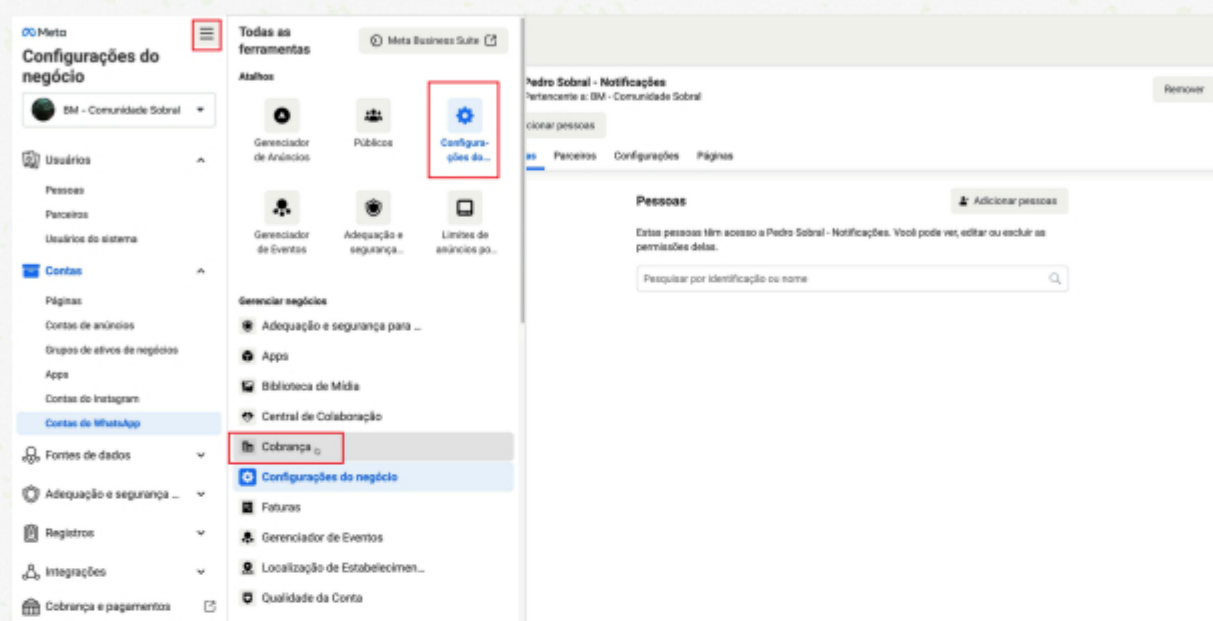


12 Na hora de adicionar as contas do WhatsApp o processo é o mesmo: volte ao menu lateral esquerdo, clique em **“contas do WhatsApp”**. Em seguida, clique em **“adicionar”**:



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”**:



Adicionar informações de pagamento

Adicionar forma de pagamento

Cartão de crédito ou débito   ☒

PayPal   ☐

Boleto Bancário  ☐

PIX  ☐

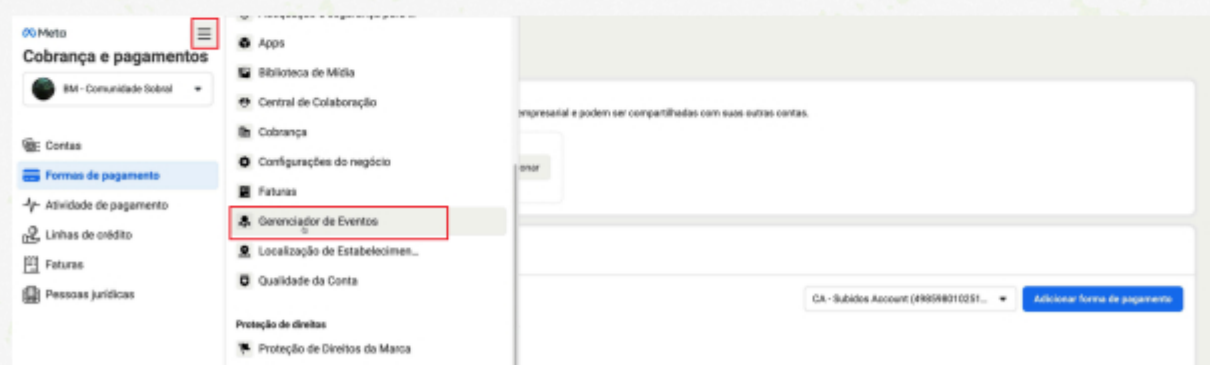
Mercado Pago  ☐

Crédito para anúncio ☐

Suas formas de pagamento ficam salvas e armazenadas de modo seguro.
[Aplicam-se termos](#)

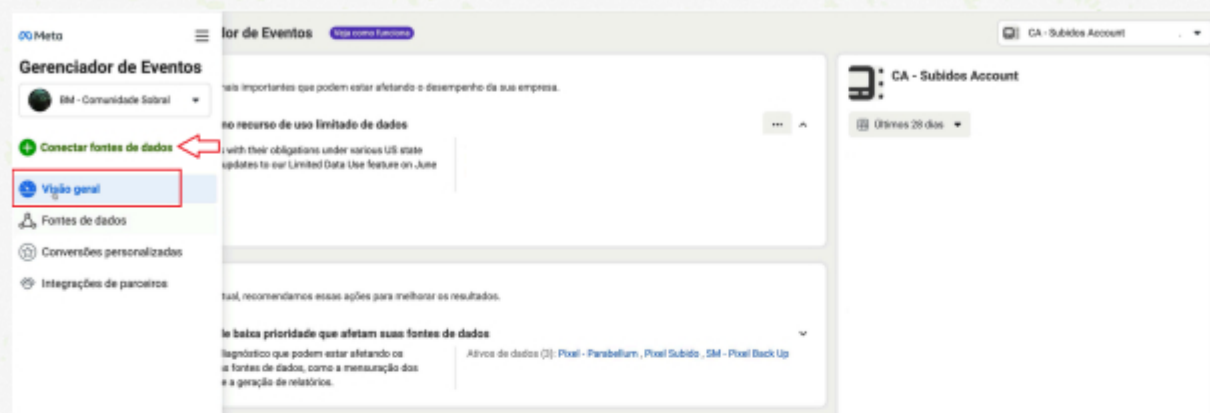
Avançar

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”**:

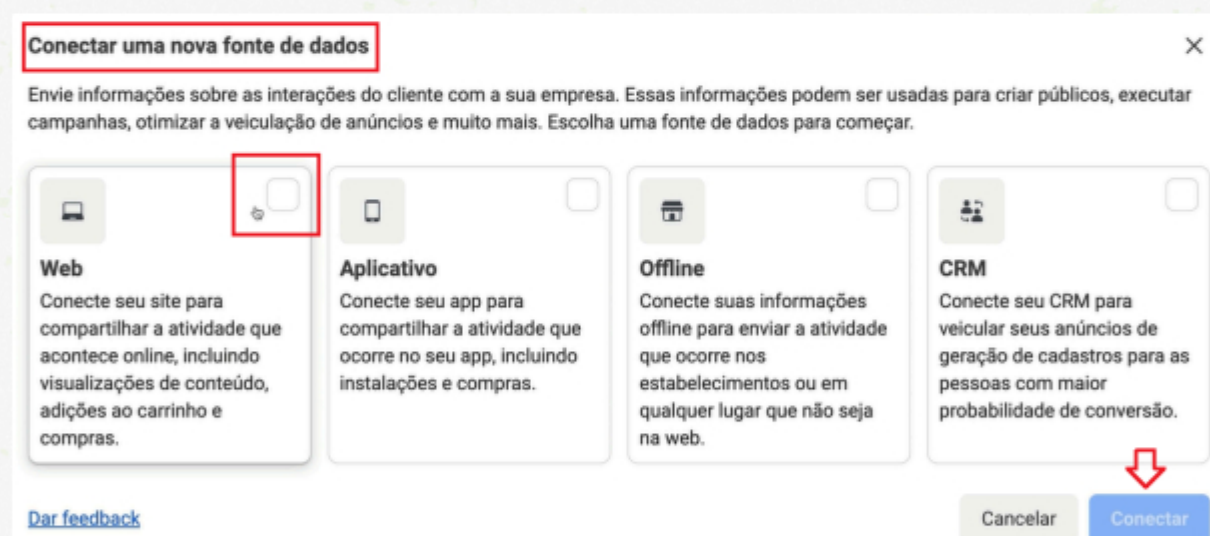


TUTORIAL EXTRA

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”**:

Criar pixel ✕

Crie um pixel para enviar eventos da web e parâmetros do seu site, incluindo ações do cliente e comportamento de navegação. [Saiba mais](#)

Dê um nome ao seu pixel

Pixel do Fulano

Para estar em conformidade com nossas políticas e ajudar a proteger a privacidade de seus usuários, não compartilhe dados confidenciais de usuários conosco ao configurar eventos. Acesse a [Central de Ajuda](#) para saber mais sobre dados confidenciais.

Ao continuar, você concorda com os [Termos das Ferramentas da Meta para Empresas](#).

[Dar feedback](#) Voltar 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 **“adicione 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”**:

Adicione seu site ✕

Agora que criou um pixel, insira o URL do site. Informaremos se você pode conectar seus dados usando um parceiro, como Shopify, Wordpress ou WooCommerce.

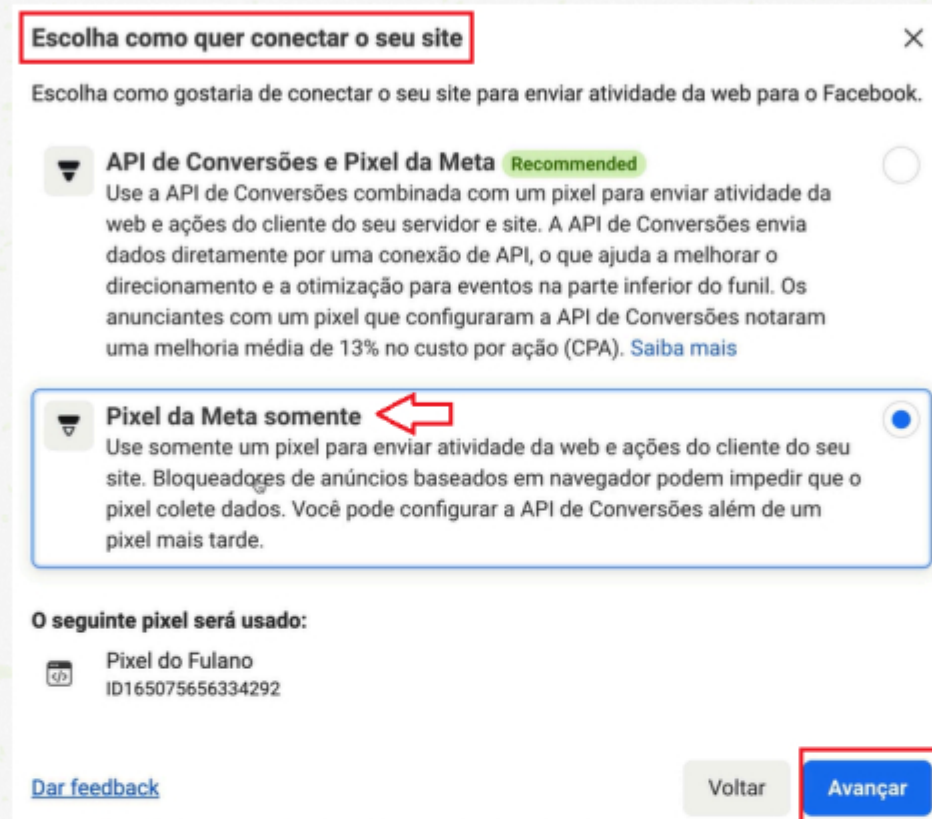
Insira a URL do site

☐ Eu não tenho um site

[Dar feedback](#) Verificar

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”**:




Escolha como quer conectar o seu site ✕

Escolha como gostaria de conectar o seu site para enviar atividade da web para o Facebook.

☐ **API de Conversões e Pixel da Meta** Recommended
Use a API de Conversões combinada com um pixel para enviar atividade da web e ações do cliente do seu servidor e site. A API de Conversões envia dados diretamente por uma conexão de API, o que ajuda a melhorar o direcionamento e a otimização para eventos na parte inferior do funil. Os anunciantes com um pixel que configuraram a API de Conversões notaram uma melhoria média de 13% no custo por ação (CPA). [Saiba mais](#)

☒ **Pixel da Meta somente** ←
Use somente um pixel para enviar atividade da web e ações do cliente do seu site. Bloqueadores de anúncios baseados em navegador podem impedir que o pixel colete dados. Você pode configurar a API de Conversões além de um pixel mais tarde.

O seguinte pixel será usado:

 Pixel do Fulano
ID165075656334292

[Dar feedback](#) Voltar **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

Selecione 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:

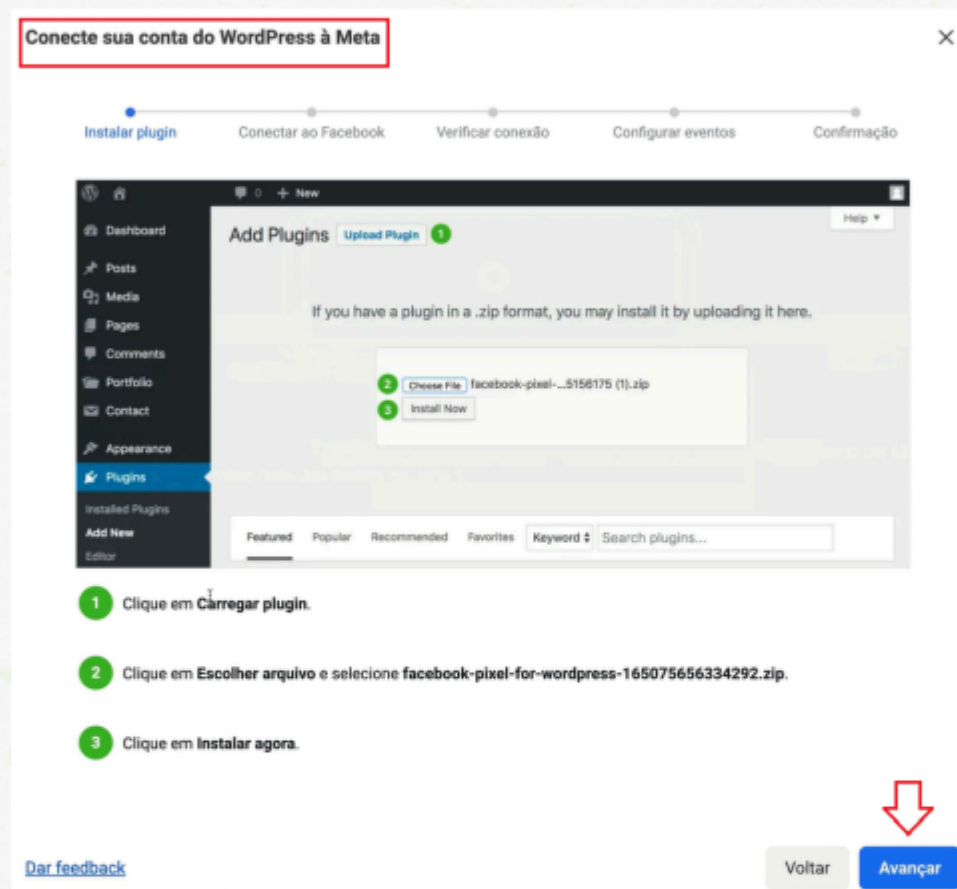
Escolha um parceiro

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

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

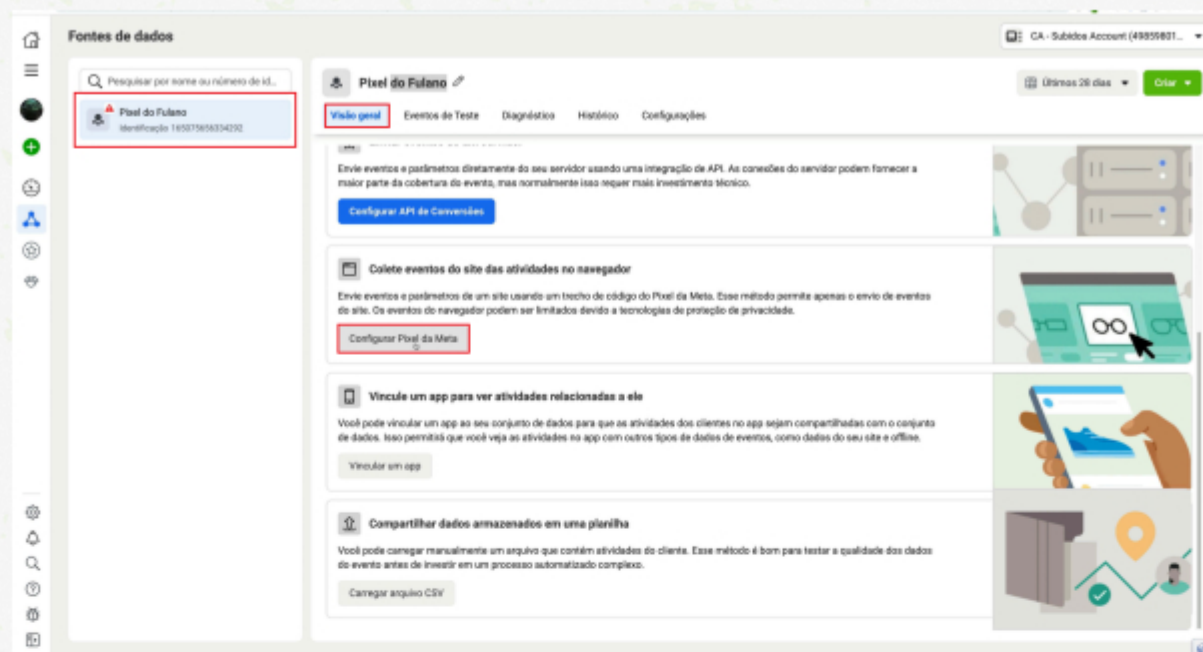
TUTORIAL EXTRA

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

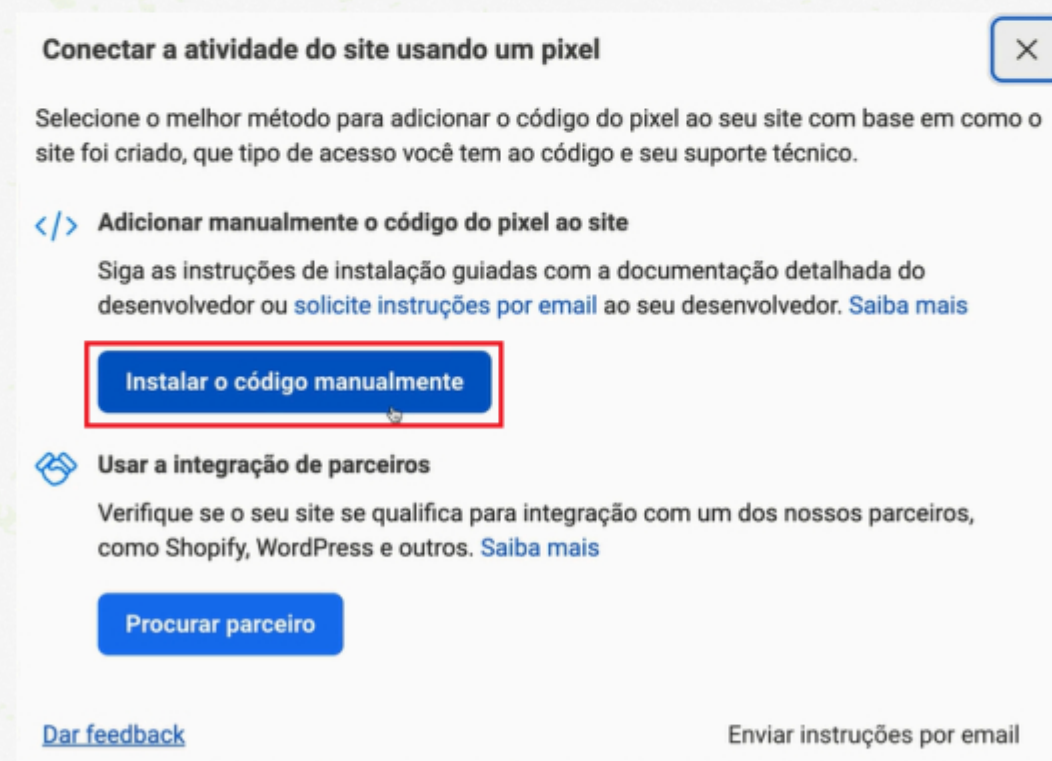


25 Caso você não tenha encontrado o parceiro, volte para tela principal. O seu pixel vai aparecer no canto esquerdo da sua tela. Não se preocupe com o sinal de atenção que estiver sobre ele; isso é normal. **Clique no pixel** e, em seguida, clique em **“visão geral”** na barra de ferramentas do painel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

TUTORIAL EXTRA



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



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"**:

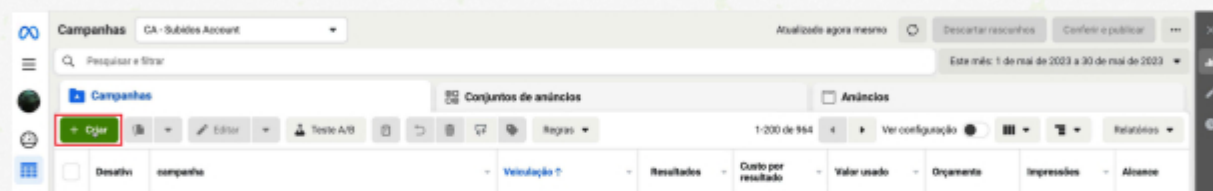


TUTORIAL EXTRA

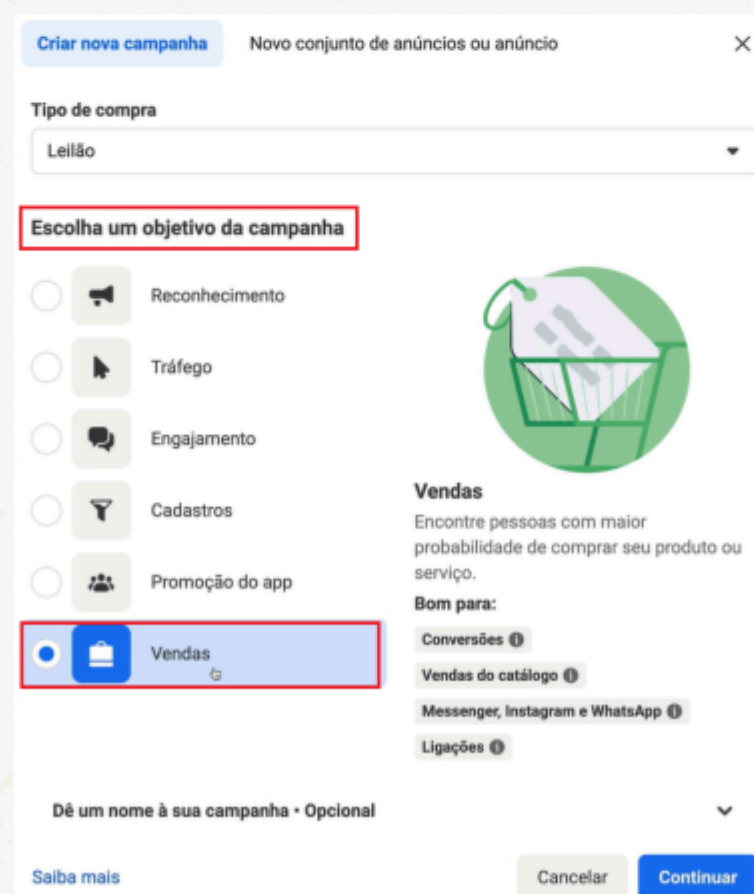
02 Feito isso, ainda no menu lateral esquerdo, clique no ícone correspondente a **"campanhas"**:



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:



TUTORIAL EXTRA

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

Novo conjunto de anúncios ou anúncio

Tipo de compra

Leilão

Escolha um objetivo da campanha

☐ Reconhecimento

☐ Tráfego

☐ Engajamento

☐ Cadastros

☐ Promoção do app

☒ **Vendas**

Vendas
Encontre pessoas com maior probabilidade de comprar seu produto ou serviço.

Bom para:

Conversões ⓘ

Vendas do catálogo ⓘ

Messenger, Instagram e WhatsApp ⓘ

Ligações ⓘ

Dê um nome à sua campanha • Opcional

Saiba mais

Cancelar

Continuar

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

Criar nova campanha Novo conjunto de anúncios ou anúncio

☐ Tráfego

☐ Engajamento

☐ Cadastros

☐ Promoção do app

☒ **Vendas**

Vendas
Encontre pessoas com maior probabilidade de comprar seu produto ou serviço.

Bom para:

- Conversões
- Vendas do catálogo
- Messenger, Instagram e WhatsApp
- Ligações

Dê um nome à sua campanha - Opcional

Campanha
Inclui o objetivo da campanha e a otimização do orçamento.

[VENDAS]

Conjunto de anúncios
Determina o público, os posicionamentos, a programação e o gasto.

Criar conjunto ... Envolvimento IG - 7D

Anúncio
Contém todas as configurações do criativo do anúncio.

Criar anún... ANÚNCIO

Salva mais Cancelar Continuar

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

Escolha uma configuração de campanha

Crie sua campanha de as vendas usando uma configuração simplificada e personalizada ou crie sua campanha manualmente.

Simplificada Personalizada Boas práticas

Campanha de Compras Advantage+
Maximize o desempenho e encontre novos clientes. Entre as configurações predefinidas estão os posicionamentos automáticos, a estratégia de lance de menor custo e muito mais.

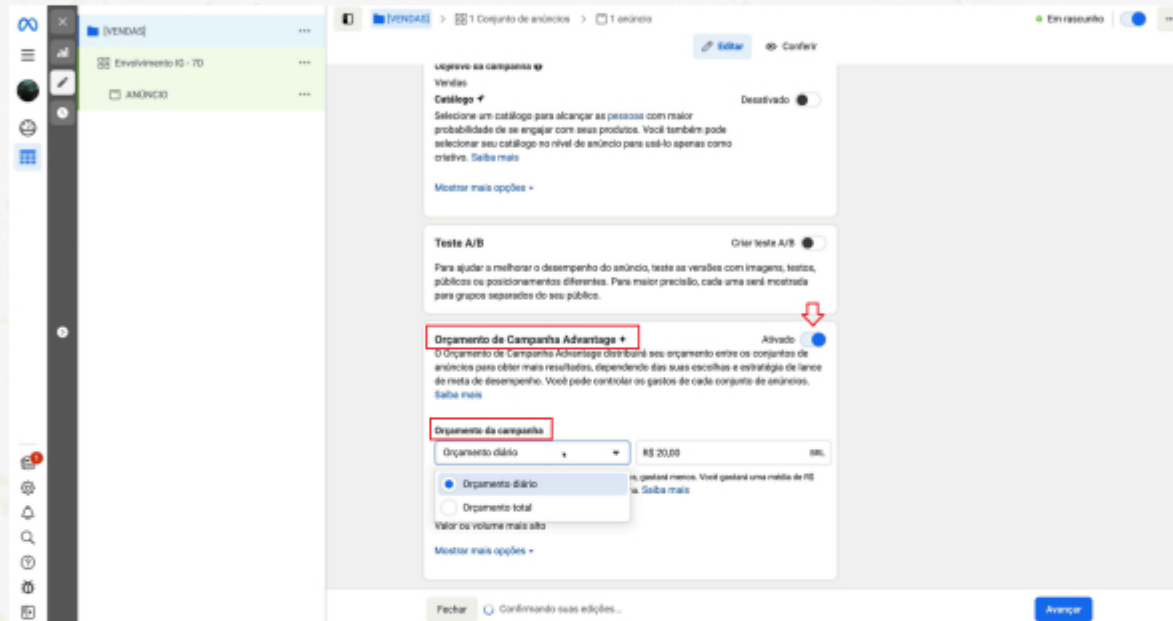
Controle manual

Campanha de as vendas manual
Crie uma nova campanha de as vendas usando a configuração padrão.

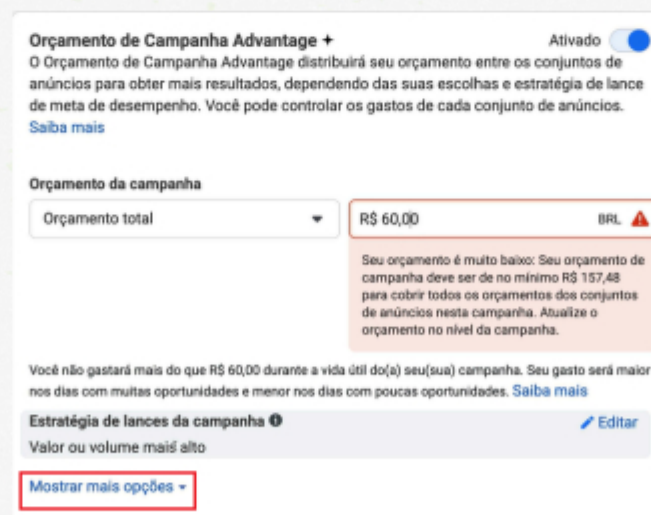
Voltar Continuar

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”**:

Orçamento de Campanha Advantage + Ativado

O Orçamento de Campanha Advantage distribuirá seu orçamento entre os conjuntos de anúncios para obter mais resultados, dependendo das suas escolhas e estratégia de lance de meta de desempenho. Você pode controlar os gastos de cada conjunto de anúncios. [Saiba mais](#)

Orçamento da campanha

Orçamento total ▼ R\$ 60,00 BRL ⚠

Seu orçamento é muito baixo: Seu orçamento de campanha deve ser de no mínimo R\$ 157,48 para cobrir todos os orçamentos dos conjuntos de anúncios nesta campanha. Atualize o orçamento no nível da campanha.

Você não gastará mais do que R\$ 60,00 durante a vida útil do(a) seu(sua) campanha. Seu gasto será maior nos dias com muitas oportunidades e menor nos dias com poucas oportunidades. [Saiba mais](#)

Estratégia de lances da campanha

Valor ou volume mais alto

[Ocultar opções +](#)

Programação de anúncios ⓘ

Você definirá a programação específica dentro de cada conjunto de anúncios.

☒ Veicular anúncios de acordo com uma programação

[Fechar](#) [Confirmando suas edições...](#) [Avançar](#)

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

Nome do conjunto de anúncios

Envolvimento IG - 7D [Criar modelo](#)

Conversão

Localização da conversão

Escolha onde você quer gerar vendas. [Saiba mais](#)

☒ Site
Gere vendas e conversões no seu site.

☐ App
Gere vendas e conversões no seu app.

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

☐ App de mensagens
Faça as pessoas se engajarem com seu marca no Messenger, WhatsApp ou Instagram.

☐ Ligações
Gere vendas e conversões por meio de ligações telefônicas.

Definição de público

Sua seleção de público é razoavelmente ampla.

Específico ☒ Ampla

Tamanho estimado do público: 147.808.000 - 170.908.000

As estimativas podem variar significativamente ao longo do tempo de acordo com as seleções de direcionamento e os dados disponíveis.

Resultados diários estimados

Os resultados diários estimados não estão disponíveis para esta campanha porque ela tem um orçamento otimizado para todos os conjuntos de anúncios.

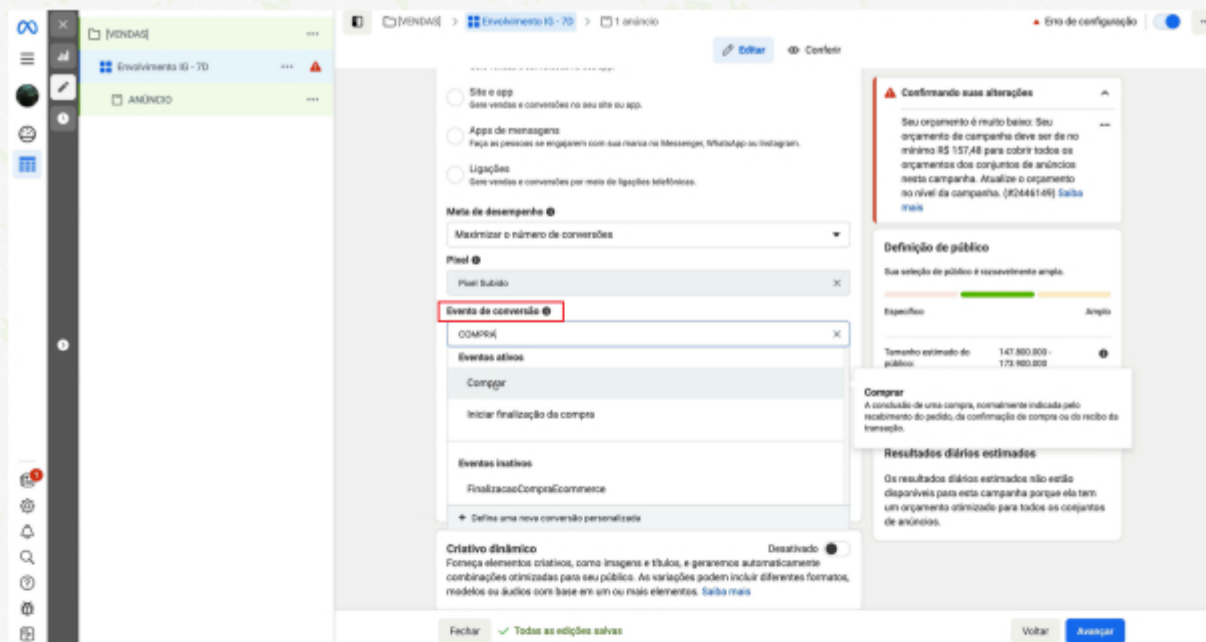
TUTORIAL EXTRA

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:

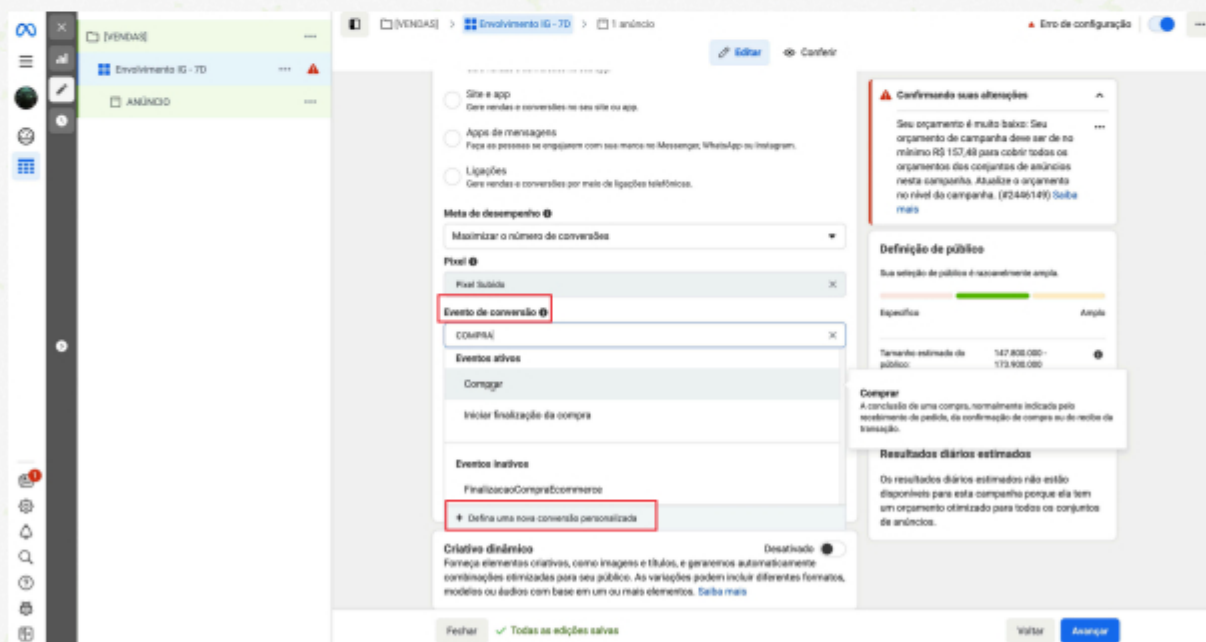
The screenshot shows the Meta Ads setup interface. At the top, there are four radio button options: 'App', 'Site e app', 'Apps de mensagens', and 'Ligações'. Below these is a dropdown menu for 'Meta de desempenho' set to 'Maximizar o número de conversões'. The 'Pixel' section is highlighted with a red box and contains a search bar with the placeholder text 'Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação'. Below the search bar, there is a list of three pixels: 'Pixel - Parabellum' with ID 1500034583835684, 'Pixel Subido' with ID 992374087597972, and 'SM - Pixel Back Up' with ID 155846019599087. At the bottom of the list, there is a link that says '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 **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.

[Selecione 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

COMPRA CONCLU

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.

[Selecione 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 ⓘ

Cancelar

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

COMPRA CONCLUIDA| 17/50

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.

[Selecione 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 ⓘ

Cancelar

Criar

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

Sucesso

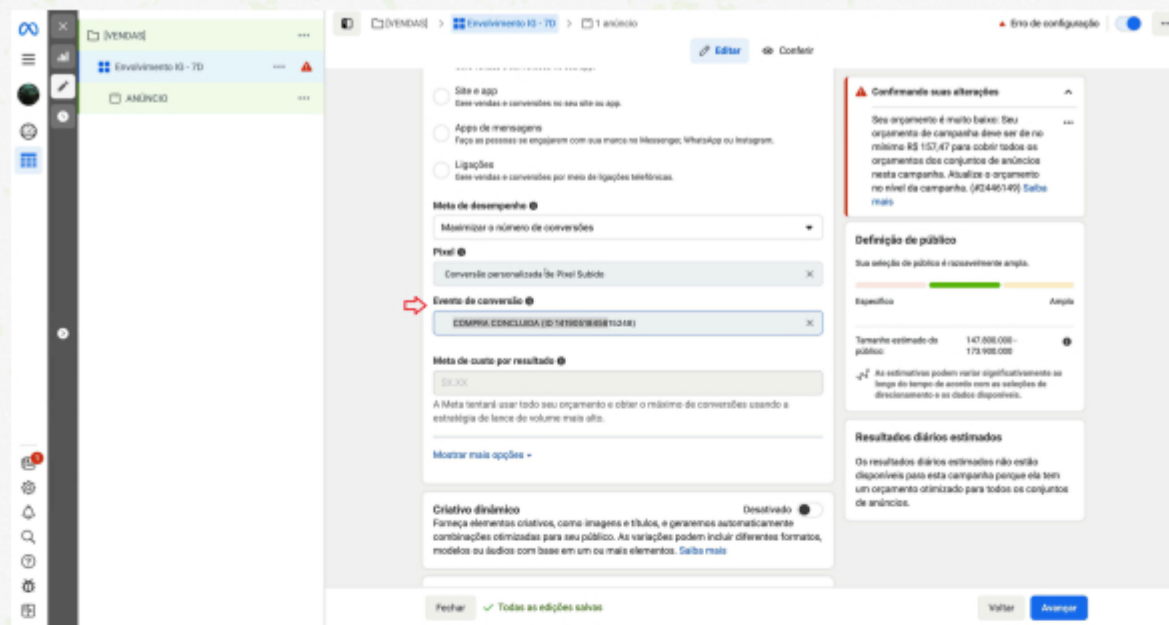
×

✓ COMPRA CONCLUIDA criado no Pixel: Pixel Subido

C concluir

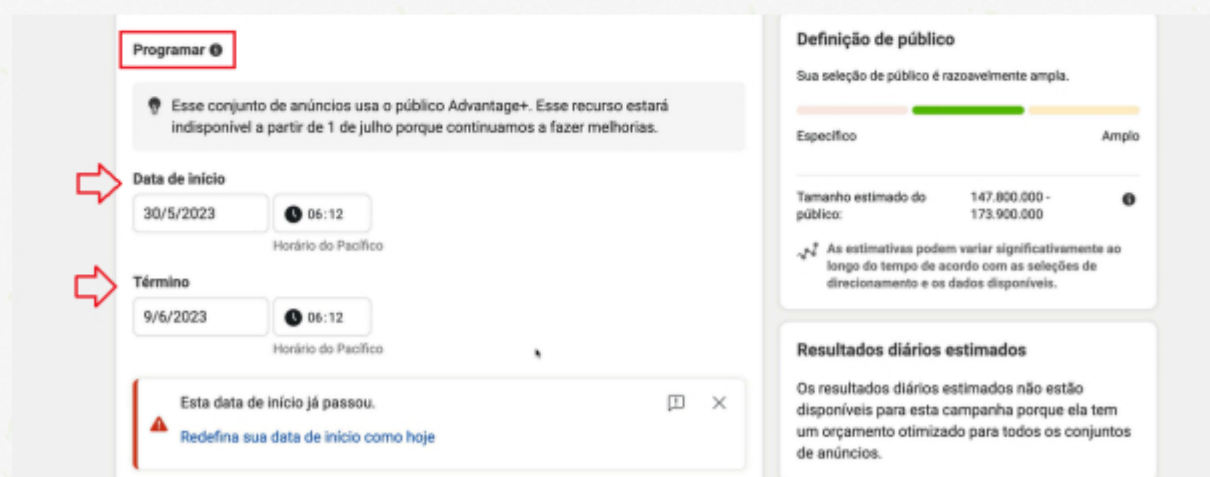
19 Após essa configuração, vá até o campo **“evento de conversão”** e selecione a conversão personalizada que você acabou de criar:

TUTORIAL EXTRA



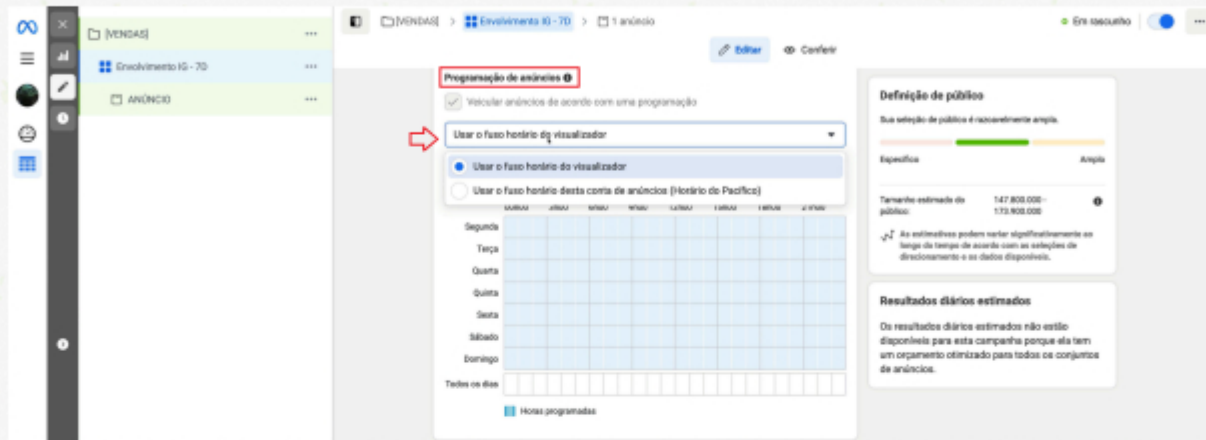
Observação importante: é válido ressaltar que se você tivesse criado uma campanha de cadastro, a conversão personalizada seria criada para as pessoas que concluíram o cadastro. Para isso, na hora de configurar, basta trocar o URL da página, indicando para o Meta Ads a página correta que indica o cadastro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

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

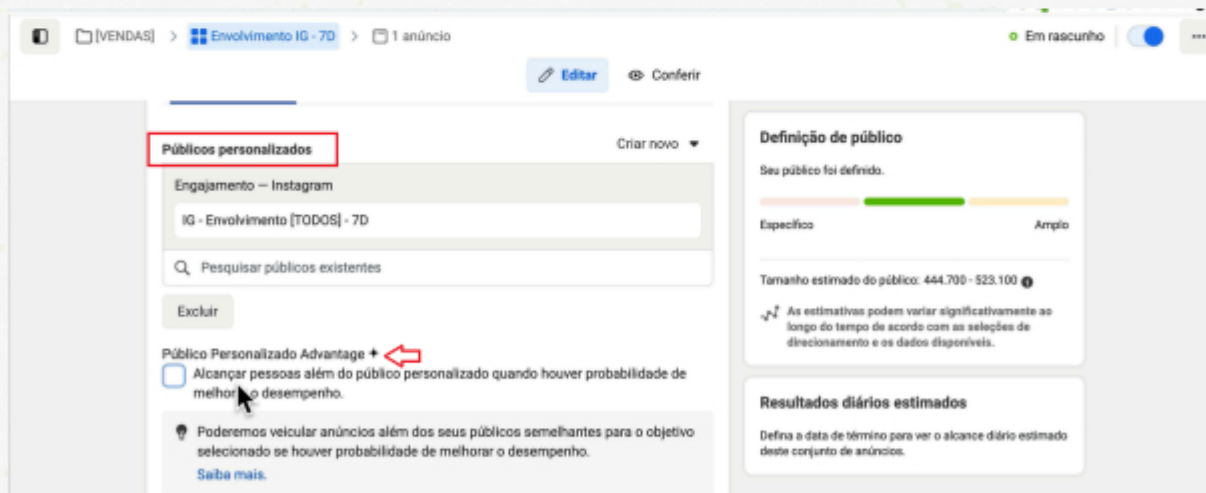


TUTORIAL EXTRA

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

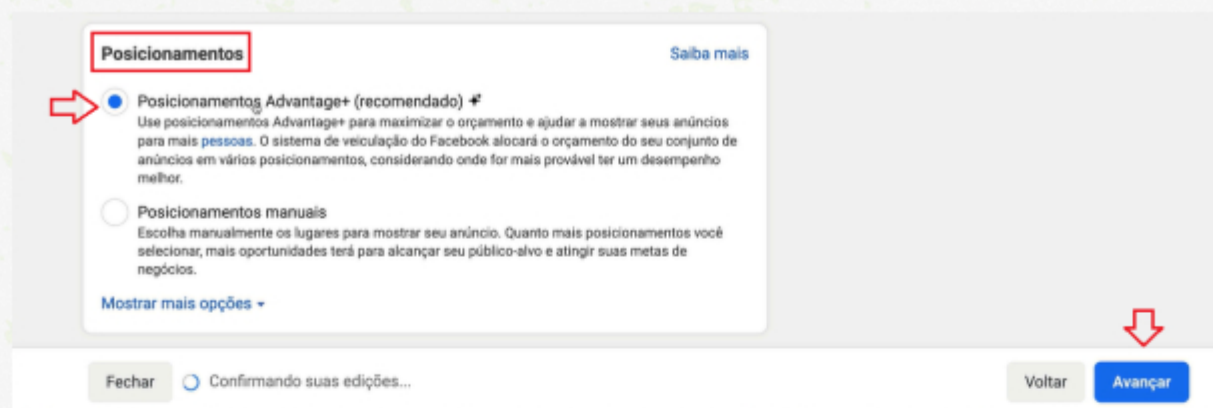
23 Em **"localizações"**, selecione "Brasil" e em **"idade"** coloque a faixa etária do seu público-alvo. Em **"gênero"** selecione o gênero do público que você deseja alcançar com esse anúncio. Em **"Idiomas"** e **"direcionamento detalhado"** não faremos alterações:

The screenshot shows the Facebook Ads targeting settings interface. Red arrows point to the following sections:

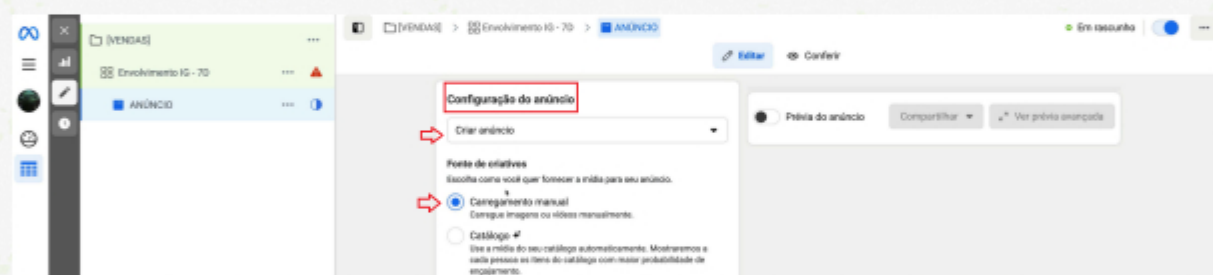
- * Localizações**: Shows "Brasil" selected.
- Idade**: Shows age range "20" to "50". Below it, a note states: "Selecionar um público com menos de 18 anos limitará suas opções de direcionamento a idade e algumas localizações. [Saiba mais](#)".
- Gênero**: Shows "Todos os gêneros" selected.
- Direcionamento detalhado**: Includes a search bar with "Dados demográficos, interesses ou comportamentos" and buttons for "Sugestões" and "Procurar". Below the search bar, a note states: "Poderemos veicular anúncios além dos seus públicos para o objetivo selecionado se houver probabilidade de melhorar o desempenho. [Saiba mais](#)". There is also an "Excluir" button.
- Idiomas**: Shows "Todos os idiomas" selected.

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

TUTORIAL EXTRA



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:

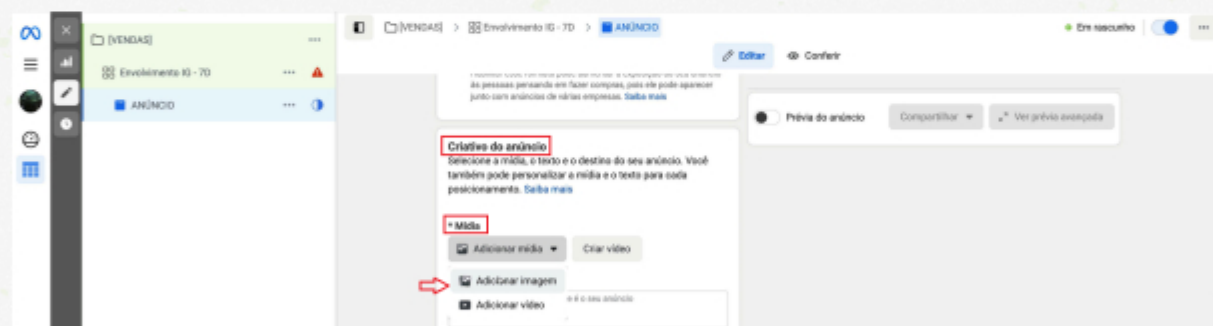
TUTORIAL EXTRA

Formato

Escolha a estrutura do seu anúncio.

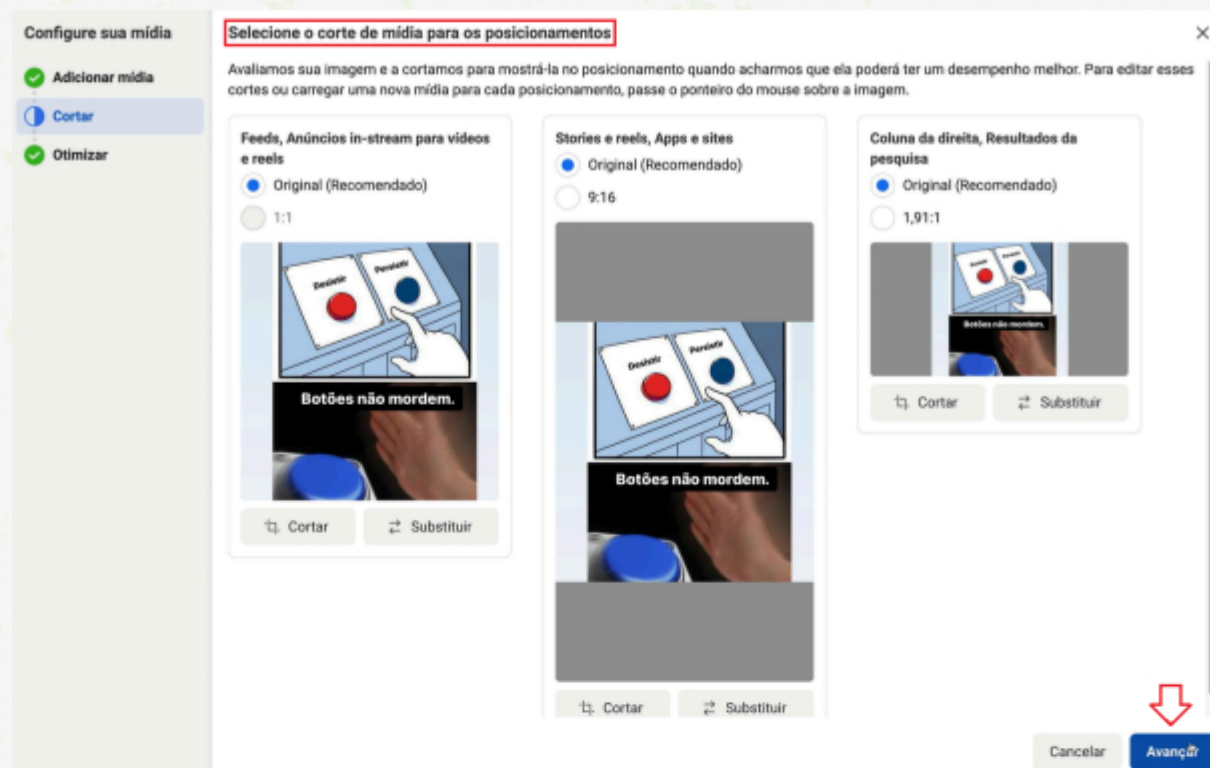
- ☒ **Imagem ou vídeo único**
Uma única imagem ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens
 - ☐ **Carrossel**
2 ou mais imagens ou vídeos roláveis
 - ☐ **Coleção**
Grupo de itens que são abertos em uma experiência em tela cheia no celular
-
- ☒ **Anúncios de vários anunciantes**
Habilitar esse formato pode aumentar a exposição do seu anúncio às pessoas pensando em fazer compras, pois ele pode aparecer junto com anúncios de várias empresas. [Saiba mais](#)

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

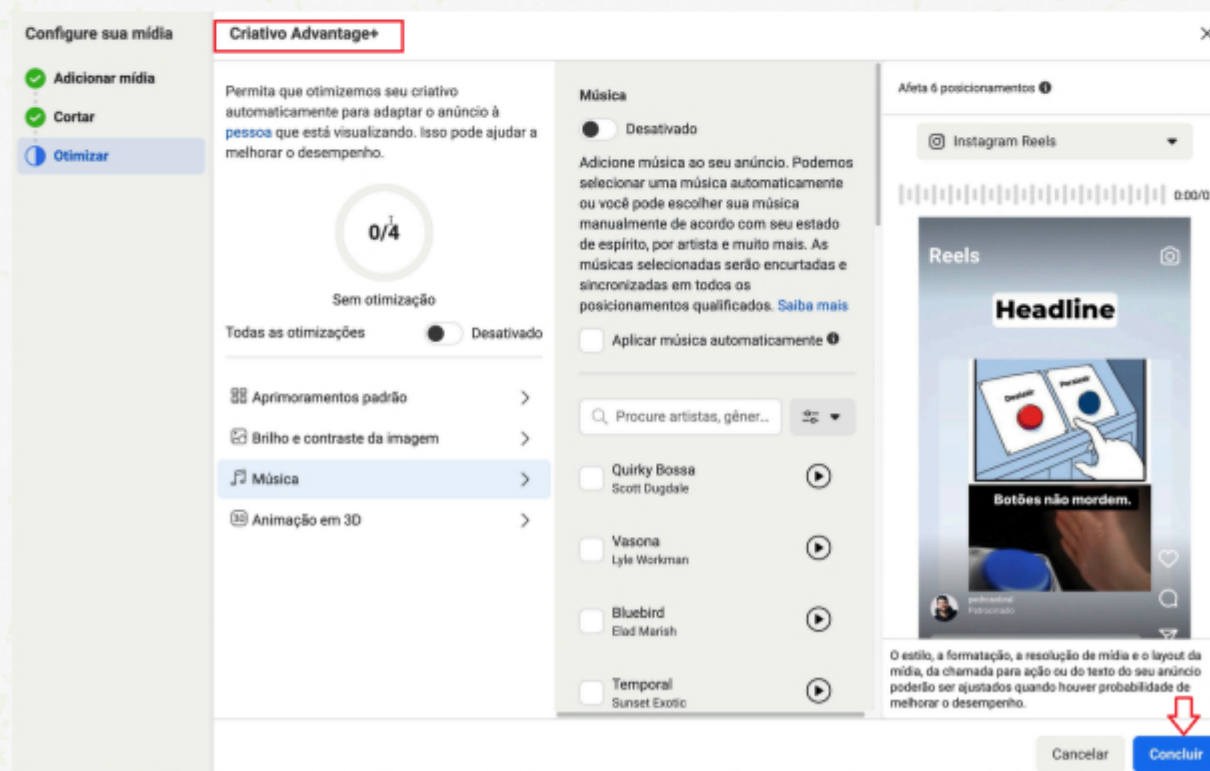


28 No painel **"selecione o corte de mídia para os posicionamentos"**, verifique se as imagens estão corretas para cada tipo de posicionamento. Caso tudo esteja correto, clique em **"avançar"**:

TUTORIAL EXTRA

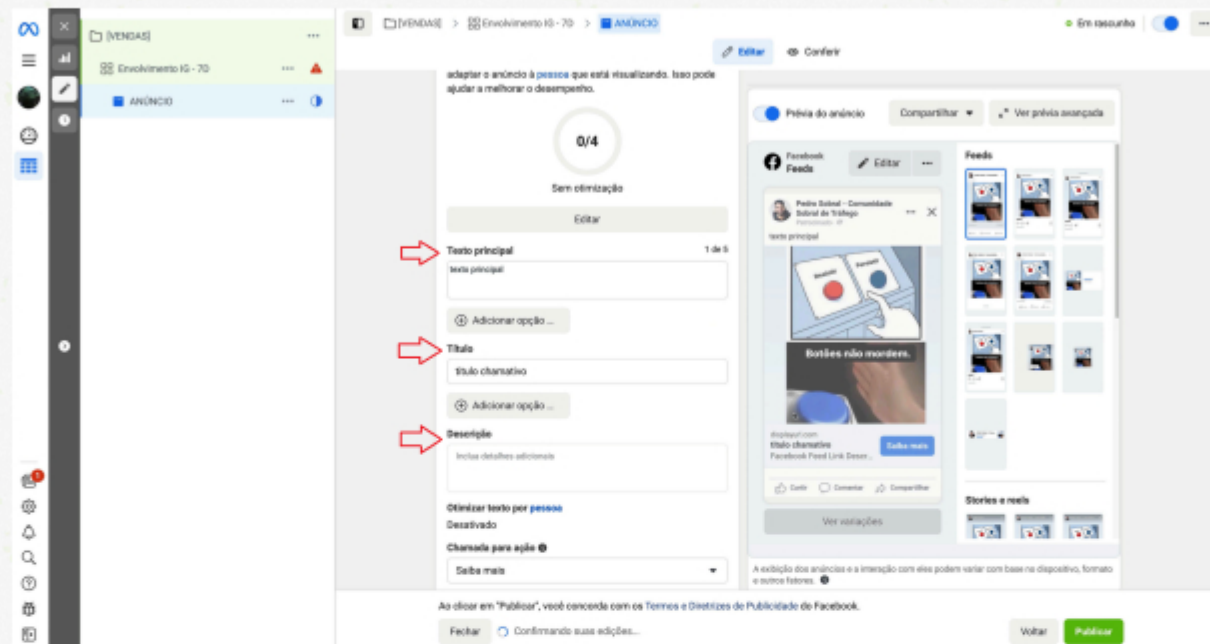


29 No painel **"criativo advantage+"** eu recomendo que você deixe sem nenhuma configuração. Em seguida, clique em **"avançar"**:

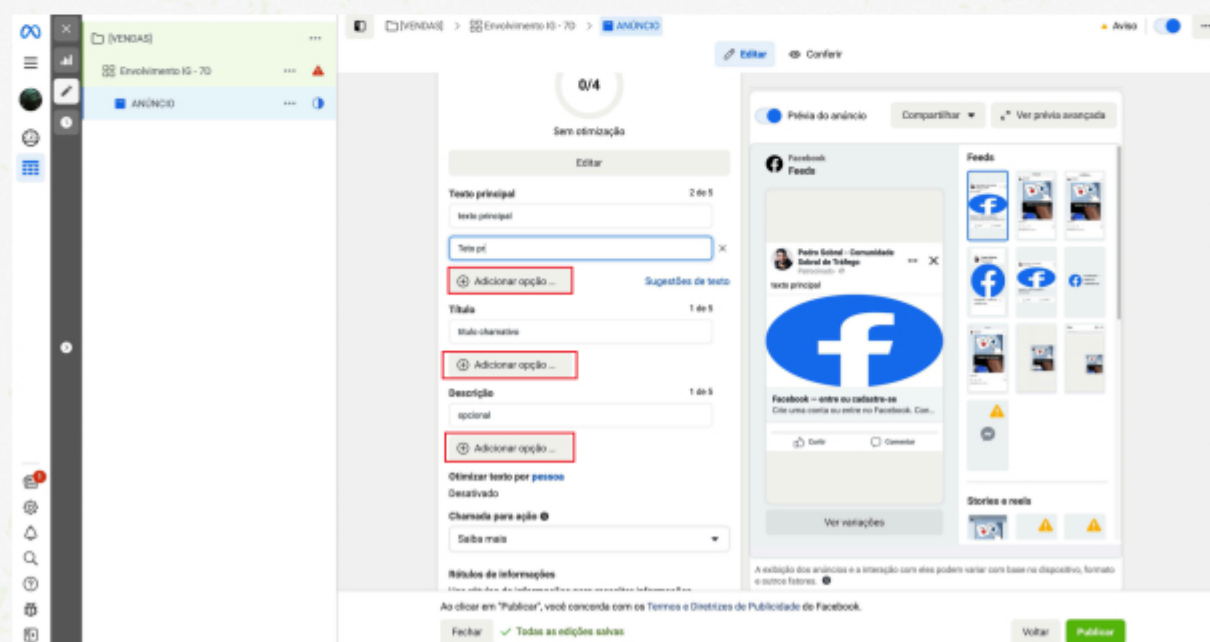


TUTORIAL EXTRA

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

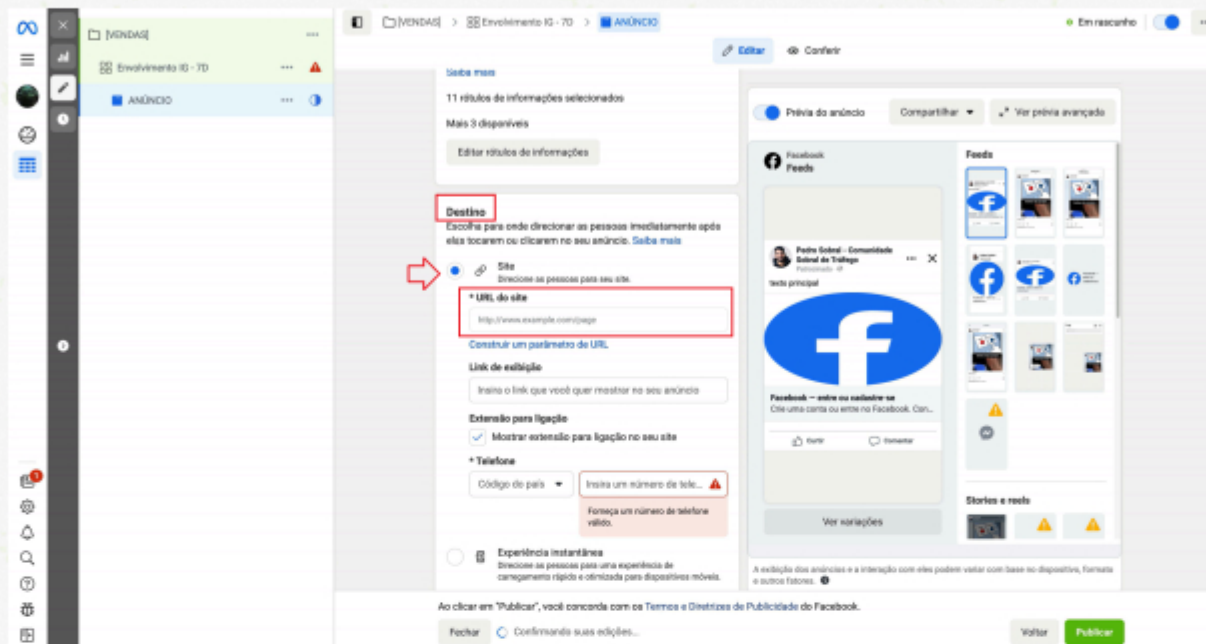


31 Adicione textos alternativos para que o Meta Ads descubra qual vai performar melhor nos seus anúncios. Para isso, clique em **"adicionar opção"**. Faça isso no título, no texto e na descrição:

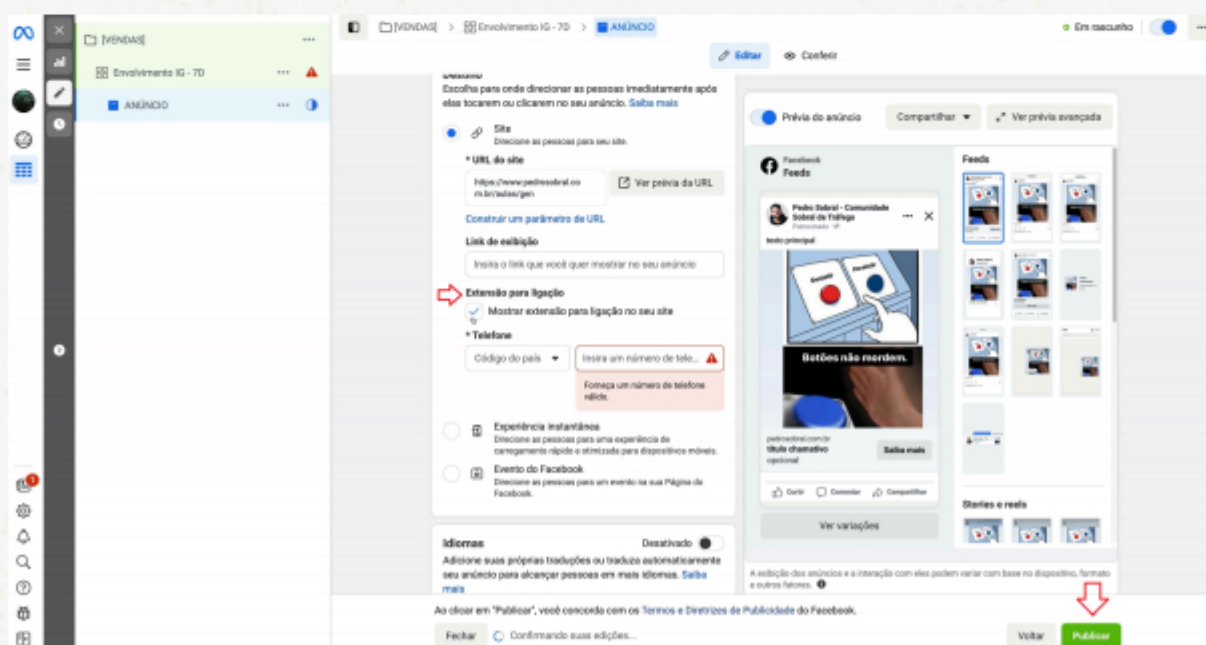


TUTORIAL EXTRA

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”**:

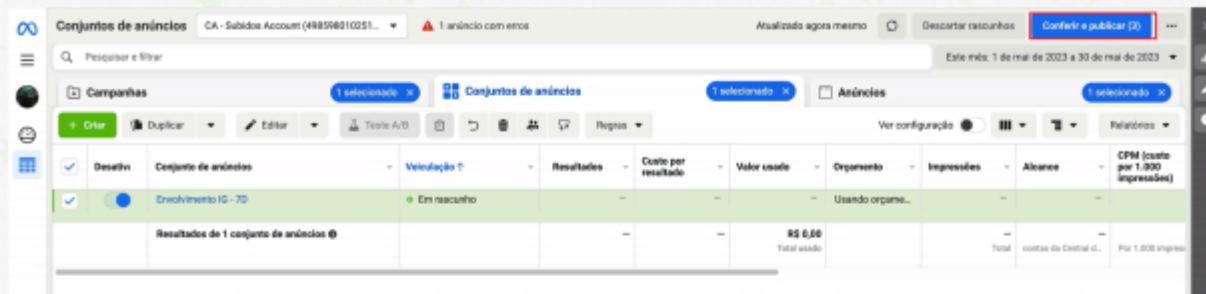


33 Em **“extensão para ligação”** você pode colocar um número para contato abaixo do anúncio. Como estamos configurando uma campanha de vendas, eu não recomendo. Feito isso, clique em **“publicar”**:



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.

TUTORIAL EXTRA

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!

