



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

# COMO FAZER ANÚNCIOS NO TIKTOK ADS



LIVE #303

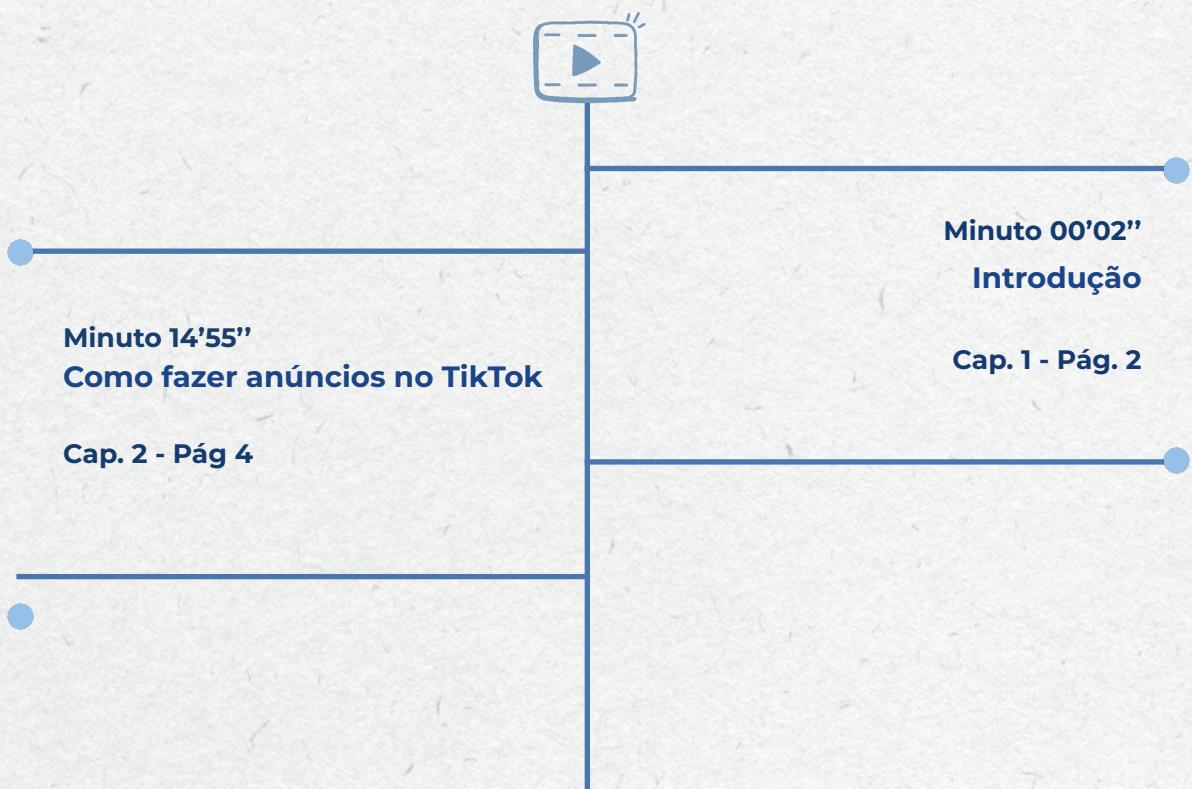


@pedrosobral



#pedrosobral.com.br

# SUMÁRIO



Seja bem-vindo ao pdf supremo da **aula 303: Como fazer anúncios no TikTok Ads**. Este é um dos maiores materiais que já produzi para você e **eu espero que você tenha fome por conhecimento para devorar cada página a seguir.**

Então, continue a leitura.

1



00'02"

## Introdução

Nesse material, **você vai encontrar o passo a passo para fazer anúncios no TikTok**. Você vai perceber que o TikTok é uma ferramenta absolutamente simples e fácil de ser utilizada para o gerenciamento, para a criação de anúncios online.

Mas, antes de mergulhar nesse assunto, eu quero que você entenda um grande conceito dos anúncios online. Esse conceito é: todas as ferramentas de anúncios online vêm do mesmo lugar.

**“Pedro, como assim as ferramentas de anúncios online vêm do mesmo lugar?”**

Vem comigo aqui. Se eu abrir o gerenciador de anúncios do LinkedIn Ads, o gerenciador de anúncios do Meta Ads, do Google Ads, do TikTok, a gente vai perceber que eles têm certa semelhança (claro, são interfaces levemente diferentes).

Mas, quando a gente está falando de se tornar um gestor de tráfego, de dominar os anúncios online, de prestar esse serviço para outras empresas, **a gente tem que começar pelo Meta e pelo Google. E por quê?**

**Porque essas são as ferramentas que mais geram resultado**, em que a gente consegue, por um custo mais barato, alcançar as nossas audiências.

**Isso quer dizer que meu público não está no LinkedIn? Ou que não está no TikTok?** A verdade é que a maioria das pessoas utilizam todas as redes sociais. Então, seu público está sim no TikTok e no LinkedIn. Porém, você tem que entender que as pessoas têm momentos diferentes.

Quando a gente usa as diferentes redes sociais, normalmente a gente está em diferentes estados de espírito. **Tem momentos que a gente está mais pelo entretenimento, tem momentos que a gente está mais voltado pro profissional, tem momentos que a gente está só para ver vídeo etc.**

Por exemplo, se eu resolvesse fazer uma aula ao vivo no TikTok, provavelmente ela não ia funcionar tão bem porque as pessoas que estão usando lá têm interesse em conteúdos mais rápidos e superficiais. Não querem conteúdos técnicos.

**Em resumo, o que eu quero que você entenda é que as pessoas usam todas as plataformas, mas você precisa ter o feeling de entender o modo como elas usam cada uma dessas plataformas.**

A gente sabe, com toda certeza do mundo, que o Google e a Meta têm as melhores ferramentas de anúncios, isso não quer dizer que não existe uma pessoa que não tenha mais resultados com o TikTok ou com o LinkedIn, mas certamente é exceção.

Via de regra, você vai ter que dominar os anúncios do Google e os anúncios do Meta. **Mesmo assim, mesmo essas ferramentas sendo as melhores, eu vou te ensinar a anunciar no TikTok. Mas por quê? Porque o TikTok é um oceano azul.**

**Você começa sempre pelo Meta e pelo Google, mas não pode não anunciar no TikTok só por não saber como anunciar lá.** Por isso, eu criei esse material. Com ele, você vai aprender tudo o que precisa. **Bora lá!**

2



14'55"

## Como fazer anúncios no TikTok

### 1) O que você precisa para anunciar no TikTok

Para que a gente construa esse conhecimento, a gente precisa entender o que você precisa ter, quais são os recursos necessários para anunciar no TikTok.

Então, você precisa de:

- Perfil: Perfil de TikTok (não é obrigatório, mas é bom que tenha).
- Business Account (Conta de negócios): Perfil de Tiktok que tem a possibilidade de anunciar.
- BC: Business Center (Central de Negócios), é como a BM (Business Manager) do Meta.

## Como criar uma BC

Você cria a sua BC acessando o site:

[business.tiktok.com/select](https://business.tiktok.com/select).

Esse link te leva para a página na qual você deve fazer o login, que pode ser tanto fazendo um cadastro direto quanto usando a conta do perfil do TikTok.

The screenshot shows the 'TikTok For Business' login interface. It features a 'Log in' button at the top, followed by fields for 'Email' and 'Password'. Below these are links for 'Sign up now', 'Forgot password', and 'Log in with TikTok'. A note at the bottom states 'Having problems logging in with TikTok?'

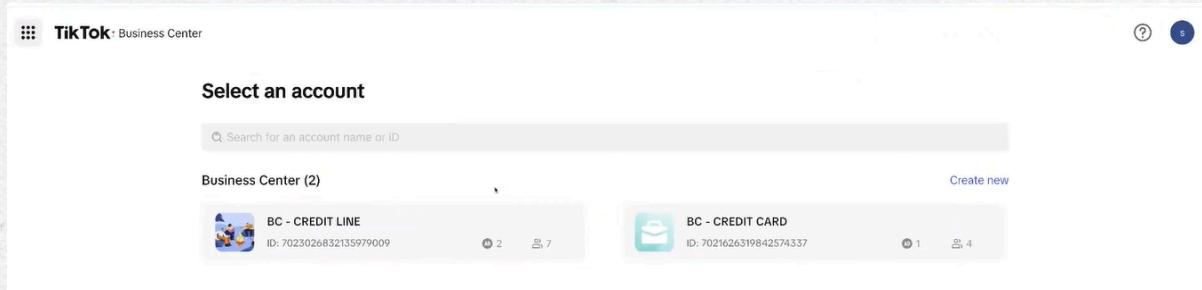
No meu caso, eu gosto de deixar tudo vinculado ao meu perfil.

Mas, **atenção:** a central de negócios é do seu cliente e ele vai te dar o acesso.

Se ele não souber como criar a conta, você ensina para ele que é basicamente isso que eu te disse aqui.

Um detalhe muito importante que muita gente não sabe é por onde acessar a conta de anúncio do TikTok quando fecha a página.

Você entra em [business.tiktok.com/select](https://business.tiktok.com/select) e ele vai te dar, um uma página, as suas Business Center para escolher qual deseja selecionar ou criar uma nova.



Se você optar por criar uma nova, você vai passar pelo passo de descrever o seu negócio, preencher informações como país, região, fuso-horário, moeda, nome da empresa etc.

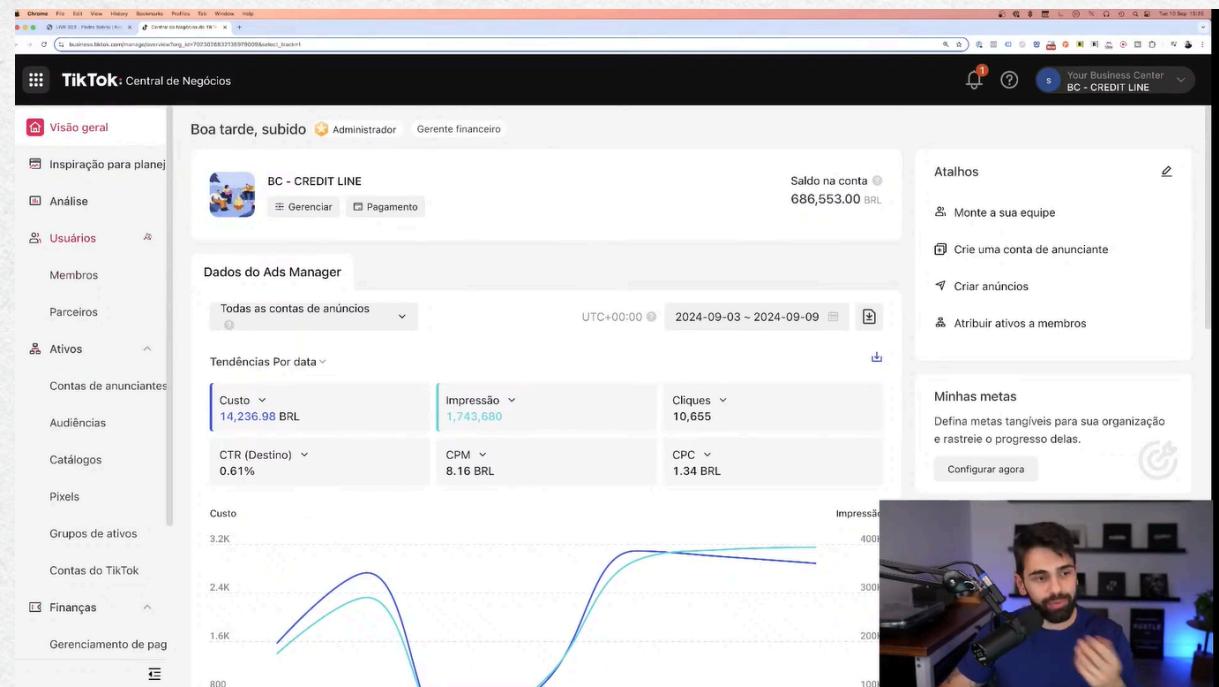
## A Business Center é como se fosse a caixa organizadora do meu negócio, onde eu vou botar tudo que eu tenho de importante dentro.

Nela, um dos recursos que a gente vai precisar ter é a nossa CA, que é a nossa conta de anúncio.

A CA é onde, de fato, eu vou criar os meus anúncios para conseguir mais vendas, mais seguidores no TikTok, para aumentar minhas visualizações, para eu conseguir o que eu quiser.

## 2) Tour por dentro da Central de Negócios

Na visão geral, é isso que a gente vai ver:



E o que é importante que você saiba no gerenciador é fazer o gerenciamento dos usuários.

Na aba lateral esquerda, em “**Usuários**”, você tem as pessoas que trabalham na sua empresa em “**Membros**”.

The screenshot shows the TikTok Business Center Ads Manager dashboard. On the left sidebar, the 'Usuários' (Users) and 'Membros' (Members) options under the 'Usuários' section are highlighted with a red box. The main area displays 'Dados do Ads Manager' (Ads Manager Data) with various performance metrics and a line chart. The right sidebar features 'Atalhos' (Shortcuts) and 'Minhas metas' (My Goals).

**Dados do Ads Manager**

Todos as contas de anúncios	UTC+00:00	2024-09-03 ~ 2024-09-09
BC - CREDIT LINE	Saldo na conta	686,553,00 BRL
Gerenciar	Pagamento	
Tendências Por data		
Custo	Impressão	Cliques
14,236,98 BRL	1,743,680	10,655
CTR (Destino)	CPM	CPC
0.61%	8.16 BRL	1.34 BRL

**Atalhos**

- Monte a sua equipe
- Crie uma conta de anunciente
- Criar anúncios
- Atribuir ativos a membros

**Minhas metas**

Defina metas tangíveis para sua organização e rastreie o progresso delas.

**Configurar agora**

Se eu quero contratar você como meu gestor de tráfego, eu clico em “**Convidar membro**” e dou o acesso de administrador ou padrão. Coloco o seu email e faço esse convite para você receber o acesso para trabalhar em minha central de anúncios.

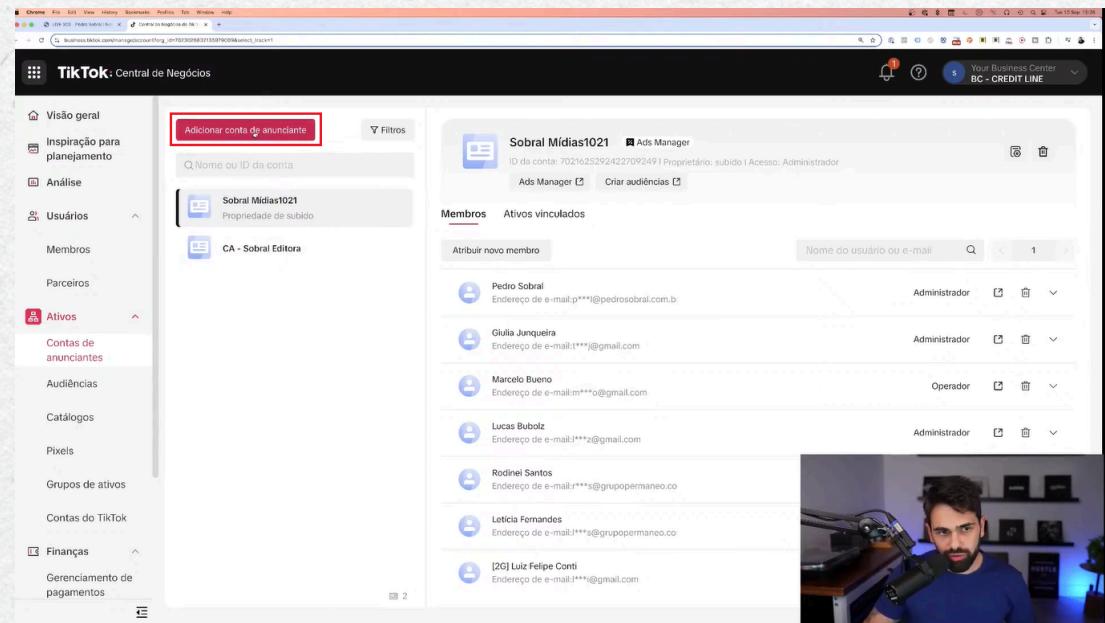
The screenshot shows the TikTok Business Center dashboard. On the left, there's a sidebar with navigation links like 'Visão geral', 'Inspiração para planejamento', 'Análise', 'Usuários' (which is expanded to show 'Membros', 'Parceiros', 'Ativos', 'Finanças'), and 'Contas do TikTok'. The main area has a search bar at the top labeled 'Comida de membro' and 'Filtros'. Below it, a list of users includes '[2G] Luiz Felipe Conti' (selected), Letícia Fernandes, Rodinei Santos, Lucas Bubolz, Marcelo Bueno, Giulia Junqueira, and Pedro Sobral. To the right, there's a section titled 'Contas de anunciantes' with two entries: 'CA - Sobral Editora' (ID: 7024168337156407297) and 'Sobral Midias1021' (ID: 7021625292422709249), both marked as 'Administrador'. At the bottom right, there's a video thumbnail of a man with a beard speaking into a microphone.

Então, o que podemos colocar dentro da BC?

- **Pessoas:** pessoas que podem fazer os anúncios.
- **Contas de Anunciantes (CA):** lugar onde vamos efetivamente fazer os anúncios online.

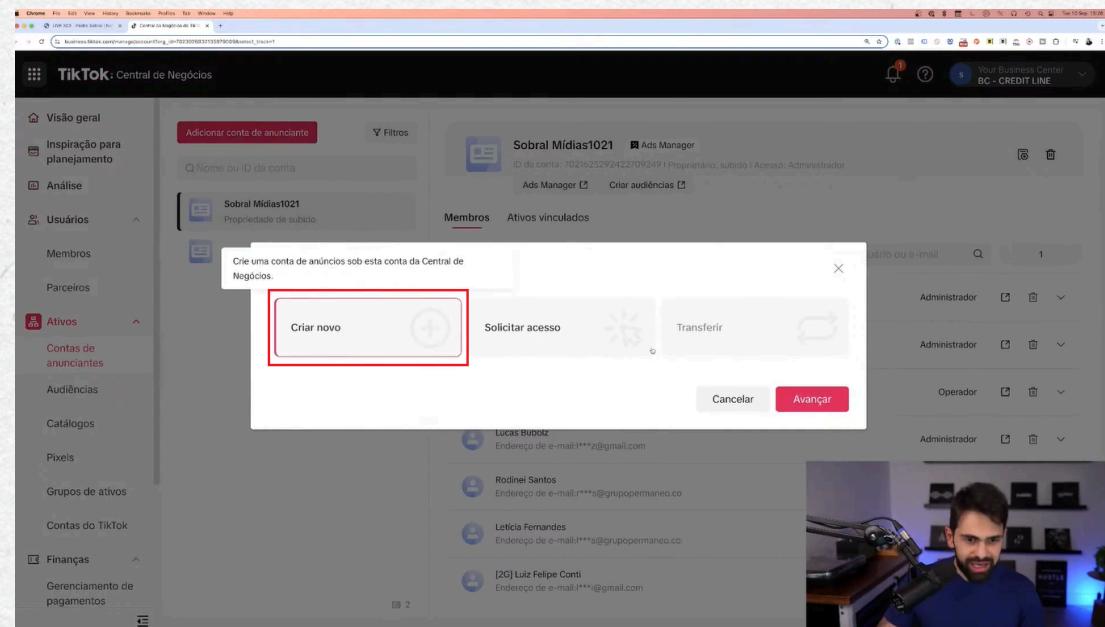
## Como adicionar nova conta de anunciante

01 Clique em “Adicionar conta de anunciante”.



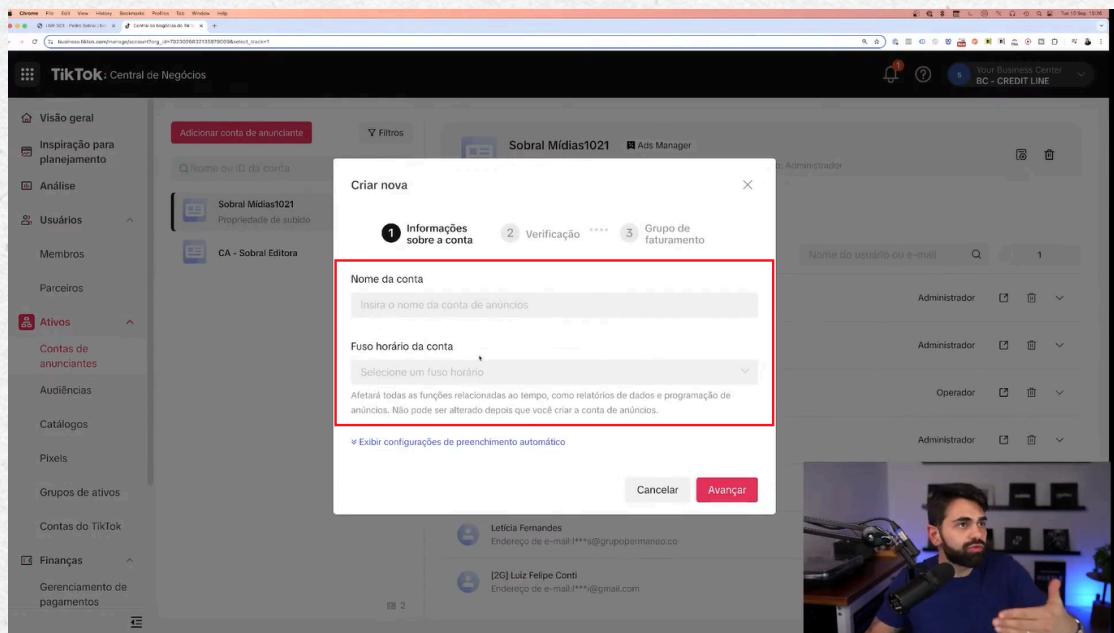
The screenshot shows the TikTok Business Center dashboard. On the left sidebar, under the 'Ativos' section, there is a 'Contas de anunciantes' option. A red box highlights the 'Adicionar conta de anunciante' button located above the search bar. The main panel displays the account 'Sobral Mídias1021' (Ads Manager) with its ID and owner information. Below it, the 'Membros' tab is selected, showing a list of users with their roles (Administrator, Operador) and email addresses. A video thumbnail of a man speaking into a microphone is visible on the right side of the screen.

02 Clique em “Criar novo”.

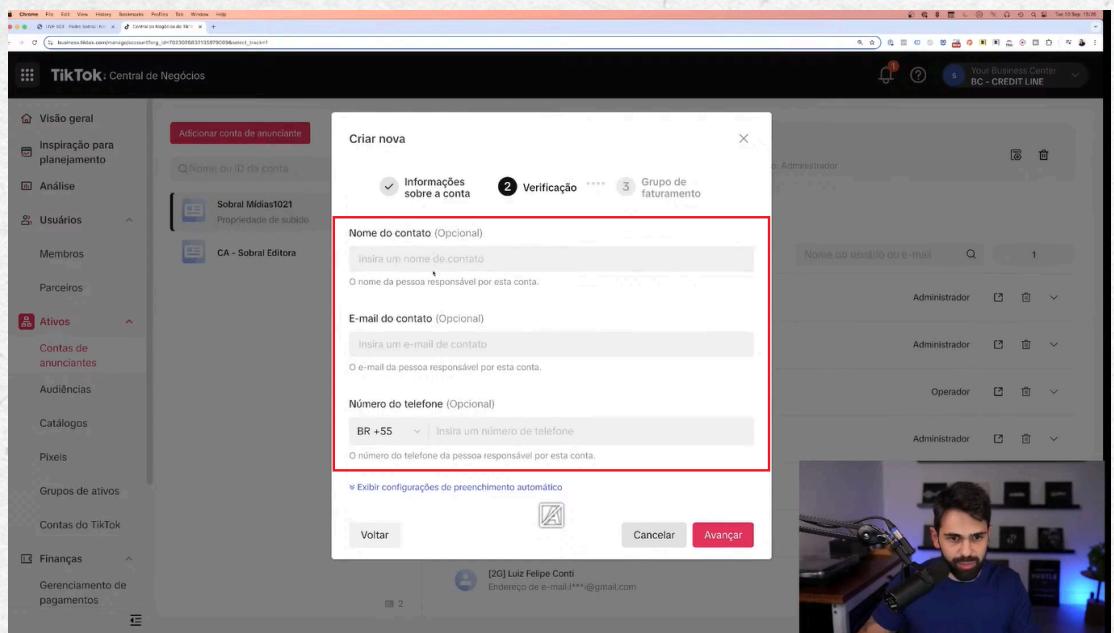


This screenshot shows the same TikTok Business Center interface as the previous one, but with a modal dialog box overlaid. The dialog box contains the text 'Crie uma conta de anúncios sob esta conta da Central de Negócios.' and features three buttons: 'Criar novo' (highlighted with a red box), 'Solicitar acesso', and 'Transferir'. In the background, the account details and member list are partially visible, along with the video thumbnail.

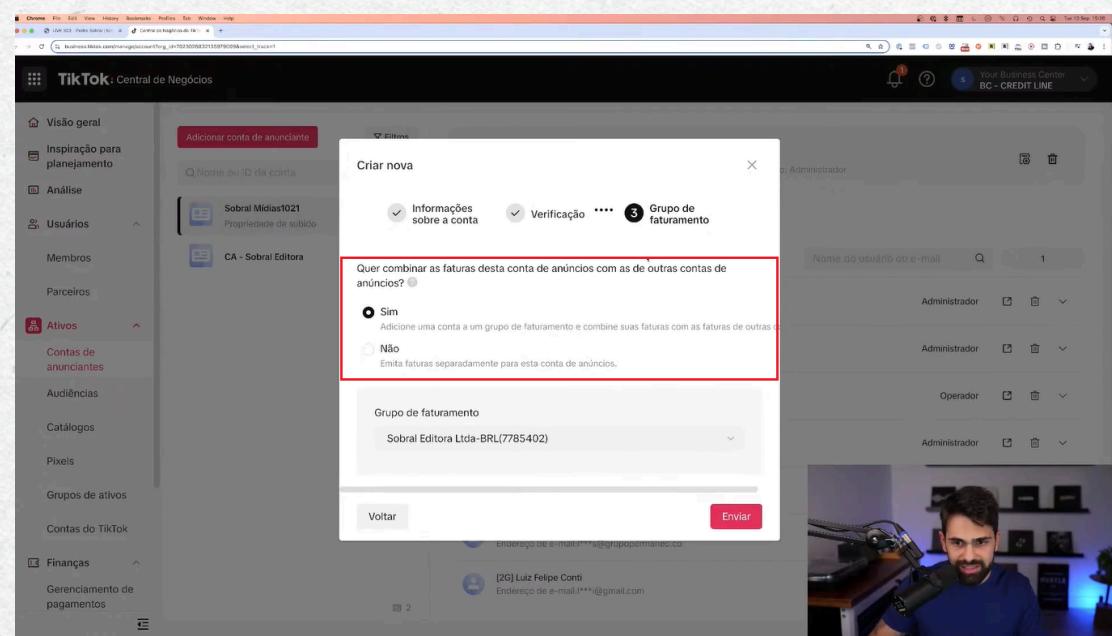
### 03 Preencha as informações da conta.



### 04 Preencha os dados para que ele faça a verificação.



### 05 Selecione a resposta para combinar ou não as faturas.



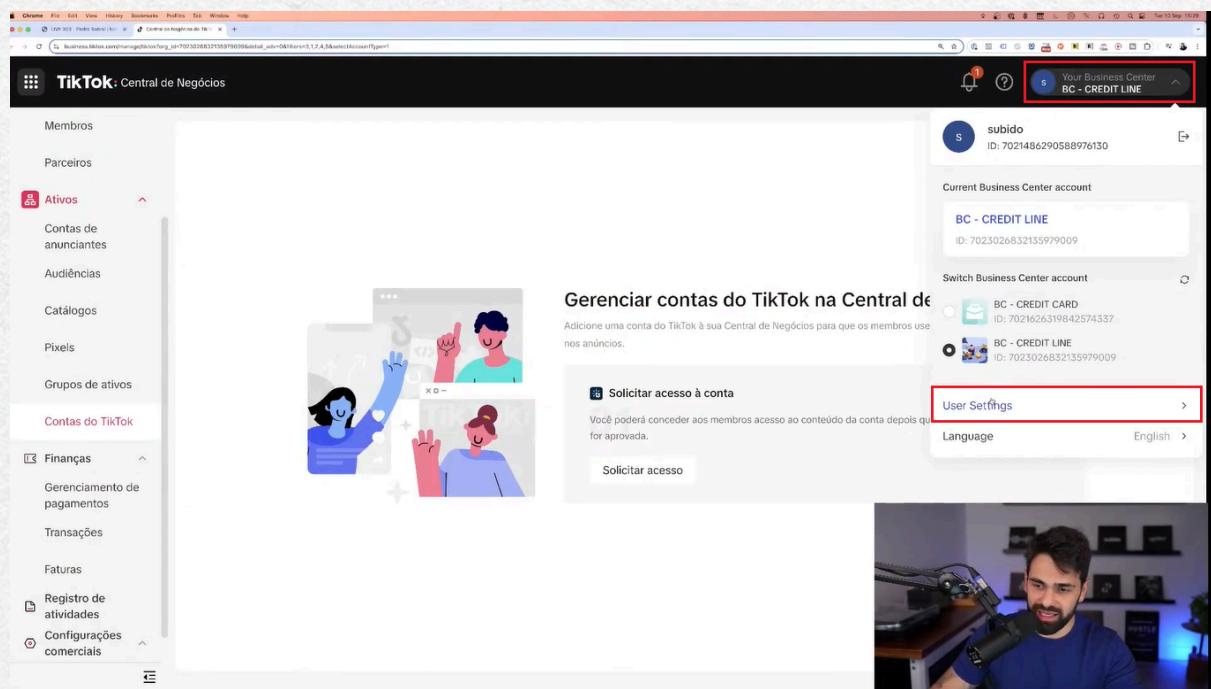
Definido isso, a sua conta de anúncios está criada e você já pode anunciar.

Além da conta de anunciante, eu também consigo criar:

- Pixel;
- Audiências;
- Métodos de pagamento;
- Contas do TikTok.

Um detalhe importante que eu quero trazer para você. Quando eu comecei a anunciar no TikTok, eu ficava perdido de onde eu conectava a minha conta do TikTok (o meu perfil) à minha conta de anúncio.

Então, você vai configurar clicando no “uzinho” (para mim aparece o “S”) e em **“User Settings”**. Quando você clicar, ele vai te dar a opção de conectar a sua conta do TikTok.



Para configurar os outros, a gente vai fazer isso pela conta de anúncios. Não tem necessidade de fazer pelo BC porque ficaria muito complexo.

O que você precisa fazer no BC é:

1. Adicionar as pessoas da equipe em usuários/membros;
2. Adicionar conta de anunciante;
3. Fazer a verificação da conta de anunciante.

### Onde encontrar alguns menus

O que eu tenho, também, que te falar é que tem três menus que são horríveis de encontrar.

### Para adicionar conta do TikTok (esse foi o que eu disse acima)

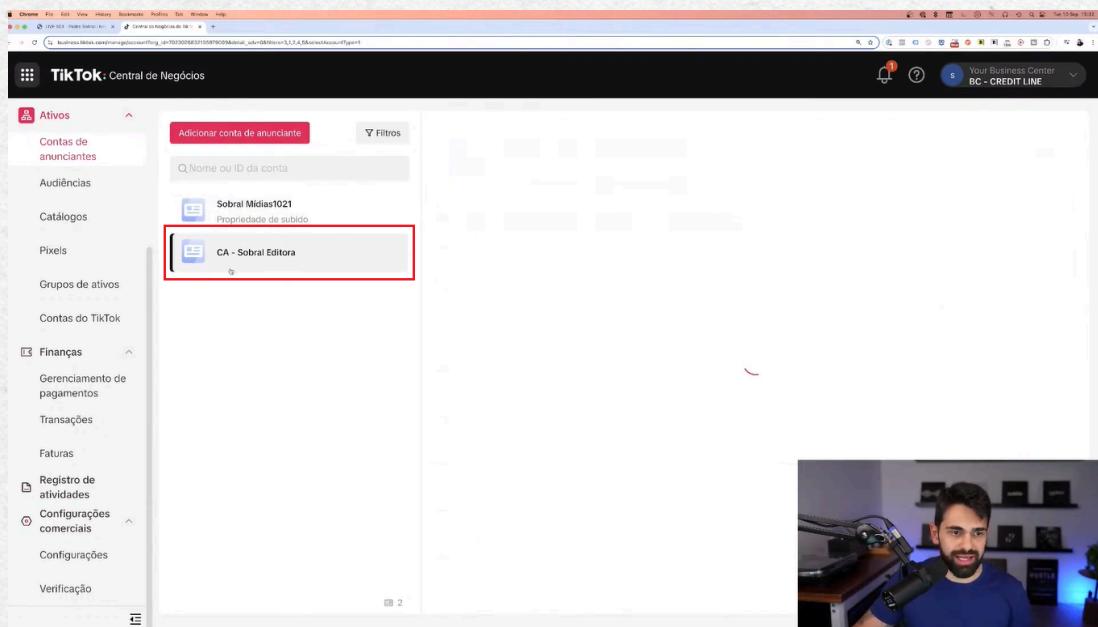
**01** Clique no "uzinho".

**02** Vá na configuração de usuário.

Agora, se estou na minha central de negócios, **como acesso a minha conta que já está criada?**

### Para abrir a CA

- 01 Clique na conta de anúncios que você quer.



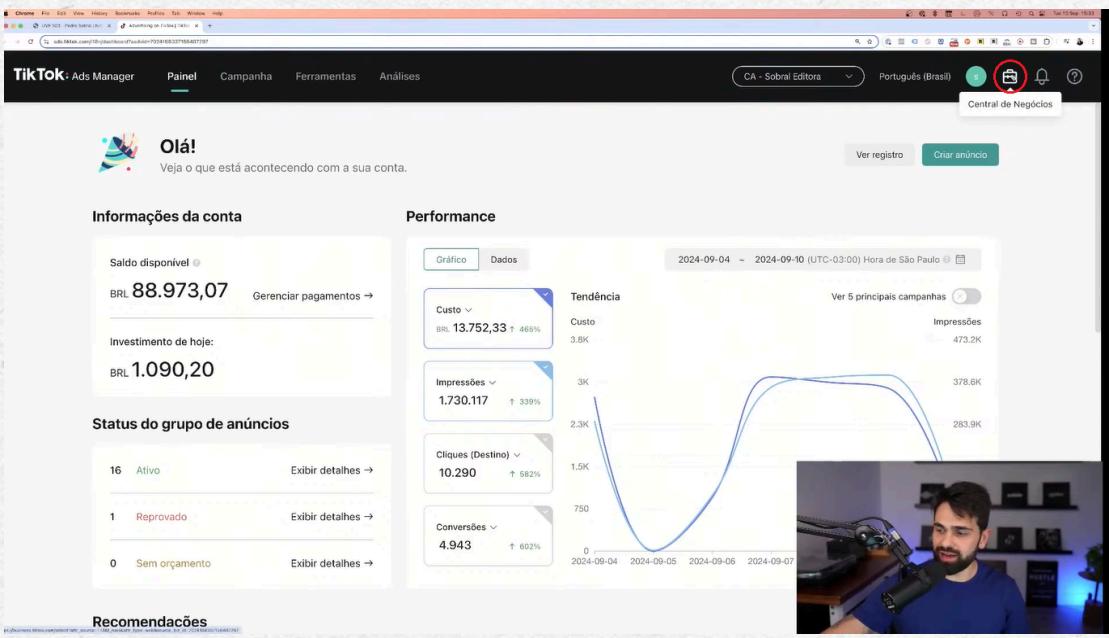
- 02 Clique em Ads Manager.

The screenshot shows the TikTok Business Center interface. On the left, there's a sidebar with categories like 'Ativos' (Ads), 'Finanças' (Finance), and 'Configurações comerciais' (Commercial settings). The main area is titled 'Ads Manager' and shows a list of members: Pedro Sobral, Giulia Junqueira, Marcelo Bueno, Lucas Bubolz, Rodinei Santos, Leticia Fernandes, and [2G] Luiz Felipe Conti. A red box highlights the 'Ads Manager' button. In the bottom right corner of the main area, there's a small video thumbnail of a man speaking.

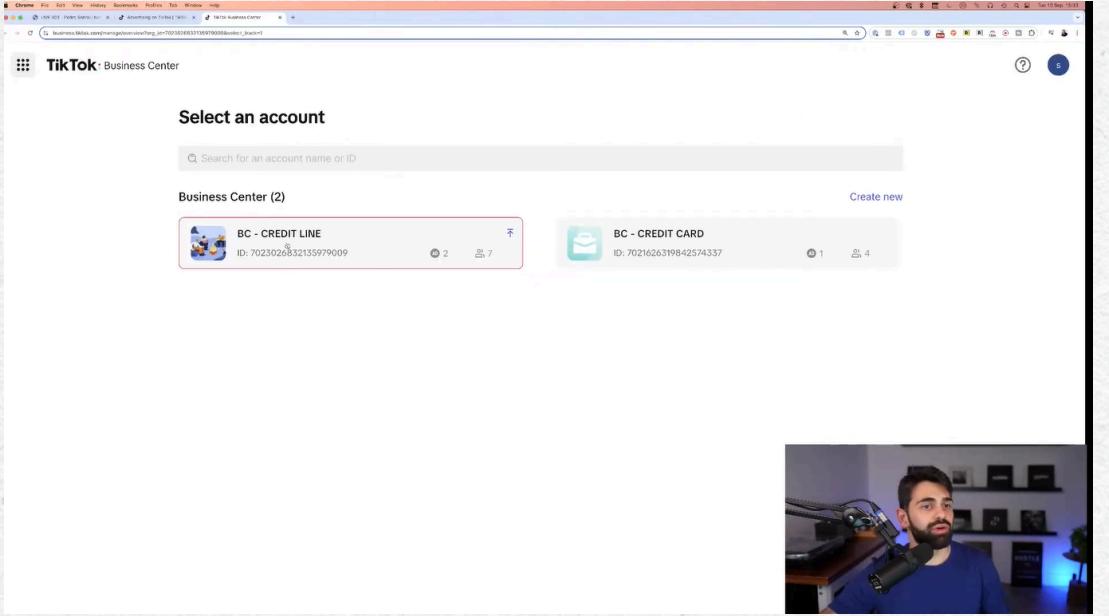
Ele vai abrir a sua conta de anúncios.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. It features a 'Olá!' greeting and a message about account status. Below that are sections for 'Informações da conta' (Account info) showing a balance of BRL 88.973,07 and an investment of BRL 1.090,20. The 'Status do grupo de anúncios' (Ad group status) section shows 16 active ads, 1 rejected ad, and 0 ads without budget. The 'Performance' section includes a graph showing trends over time for metrics like Cost, Impressions, Clicks, and Conversions. A red box highlights the 'Gráfico' (Graph) tab in the top navigation. In the bottom right corner of the main area, there's a small video thumbnail of a man speaking.

E vamos dizer que eu fechei a central de negócios. Para voltar, você vai clicar na maletinha que aparece no canto superior direito.



Depois de clicar nela, ele vai te redirecionar para aquela página de seleção de conta.

**Para abrir a BC**

**01** Clique do lado do "uzinho".

### 3) Explorar a ferramenta

Aqui dentro do Ads Manager, temos quatro grandes menus.

**Painel:** para ser bonito.

**Campanha:** local onde gerenciamos os anúncios.

**Ferramentas:** onde criamos **públicos**, **pixel** e **gerenciamos pagamentos**.

**Análises:** ainda não serve para muita coisa.

Campanha e ferramentas é onde, de fato, a gente vai trabalhar. Todos os grandes pontos que a gente não configurou no tópico anterior, inclusive, a gente vai configurar a seguir.

### 4) Configurando seu pixel e criando públicos

- **Como configurar o pixel?**

#### O que é pixel?

Talvez, você que é mais iniciante está se perguntando “**Pedro, o que é pixel?**”. Eu te explico.

Pixel é um código que eu vou colar no meu site. Mas não se preocupe porque você não precisa ser um programador para ser gestor de tráfego. Você não precisa programar nada. É só um código que você vai copiar e colar no seu site.

A função desse código é avisar o TikTok de tudo aquilo que está acontecendo em seu site. Como o TikTok fica sabendo que alguém visitou o meu site e comprou? Através do pixel, ou seja, seu site e o TikTok se comunicam através do pixel.

O pixel é como se fosse a CNH da sua conta de anúncios. Ele tem um número de identificação único que é só dele.

Como a gente configura os pixels? A gente vai abrir o menu de ferramentas e a gente vai em “**Eventos**”.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager dashboard. At the top, there's a navigation bar with 'TikTok Ads Manager', 'Painel', 'Campanha', 'Ferramentas' (which is highlighted with a red box), and 'Análises'. Below the navigation is a grid of tools: 'Gerenciador de audiências', 'Biblioteca de criativos', 'Regras automatizadas', 'Configurações'; 'Comentários', 'Página instantânea', 'Catálogos', 'Centro de segurança da marca' (marked as 'Beta'); 'Editor de vídeos', 'Eventos' (which is also highlighted with a red box), 'Leads', 'Documentos', 'Segurança da marca da Pangle', 'Pagamentos', and 'Central de recomendações'. To the right of the grid, there's a sidebar with 'Ver registro' and 'Criar anúncio' buttons. Below the sidebar is a date range selector '04 ~ 2024-09-10 (UTC-03:00) Hora de São Paulo' and a switch for 'Ver 5 principais campanhas'. At the bottom right, there's a video thumbnail of a man speaking into a microphone. On the left side of the main area, there's a section titled 'Status do grupo de anúncios' with three items: '16 Ativo', '1 Reprovado', and '0 Sem orçamento', each with an 'Exibir detalhes' button. To the right of this is a chart showing 'Impressões' (1.730.117), 'Clique (Destino)' (10.290), and 'Conversões' (4.943) over time from 2024-09-04 to 2024-09-07.

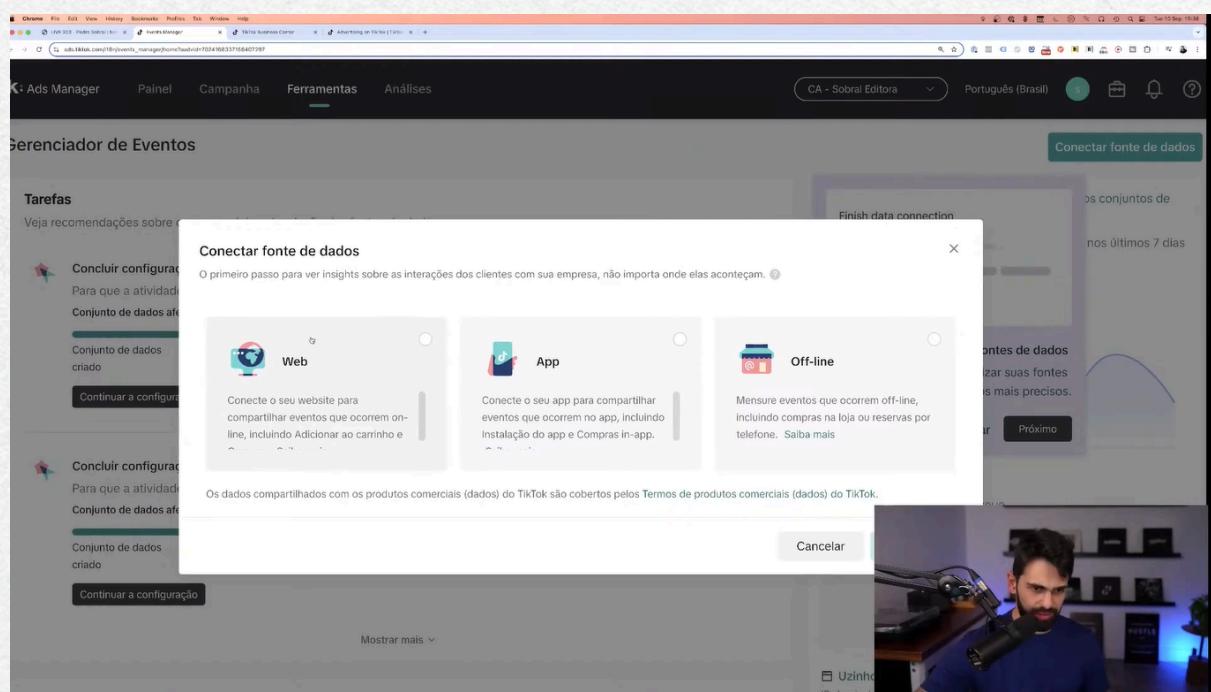
Ele vai abrir o menu de gerenciamento de eventos.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. In the top navigation bar, 'Ferramentas' (Tools) is selected. Below it, the 'Gerenciador de Eventos' (Event Manager) section is active. On the left, there's a sidebar with icons for 'Tarefas' (Tasks), 'Conectar fonte de dados' (Connect data source), and 'Próximo' (Next). The main area displays two tasks under 'Tarefas': 'Concluir configuração de pixel' (Complete pixel configuration) and 'Concluir configuração de pixel' (Complete pixel configuration). Both tasks involve connecting to Subidoflix and Uzinho. A large modal window titled 'Finish data connection' is overlaid, containing a progress bar and the text 'Optimize the data source configuration'. At the bottom right of the modal, there are 'Pular' (Skip) and 'Próximo' (Next) buttons.

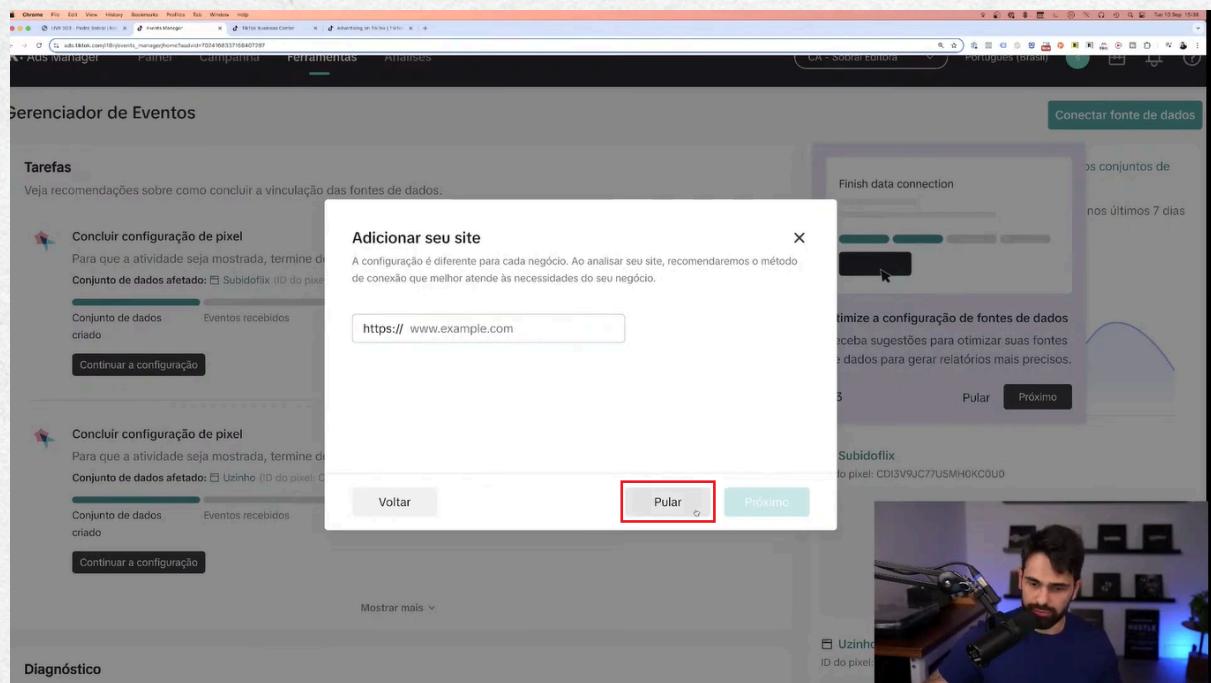
Como eu já tenho um pixel, eu vou ter outras notificações que você não vai ter. Mas a gente vai clicar em “**Conektar fonte de dados**”.

This screenshot is identical to the one above, showing the 'Event Manager' section of the TikTok Ads Manager. The 'Conectar fonte de dados' button is highlighted with a red box. The 'Finish data connection' modal window is still present, prompting to optimize data sources.

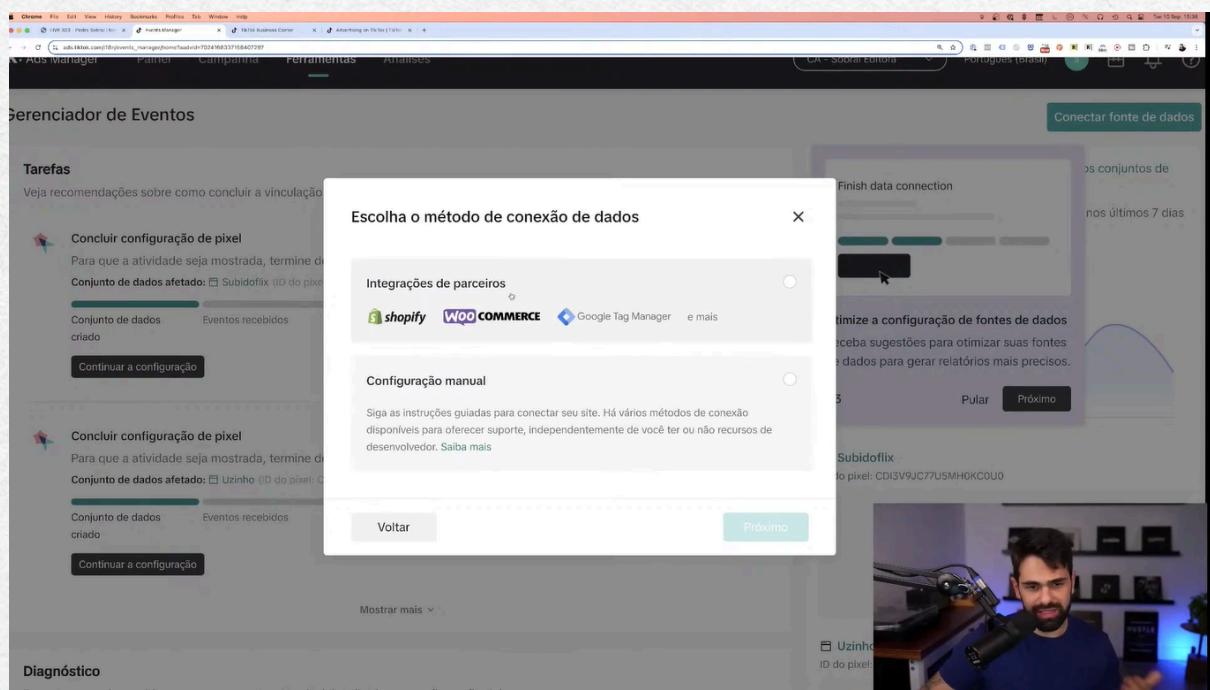
Ele vai dar a opção “**Web**”, “**App**” ou “**Off-line**”. No meu caso, eu venho em “**Web**” e clico em “**Próximo**”.



Depois disso, ele vai me pedir o meu site e eu vou clicar em “**Pular**”.

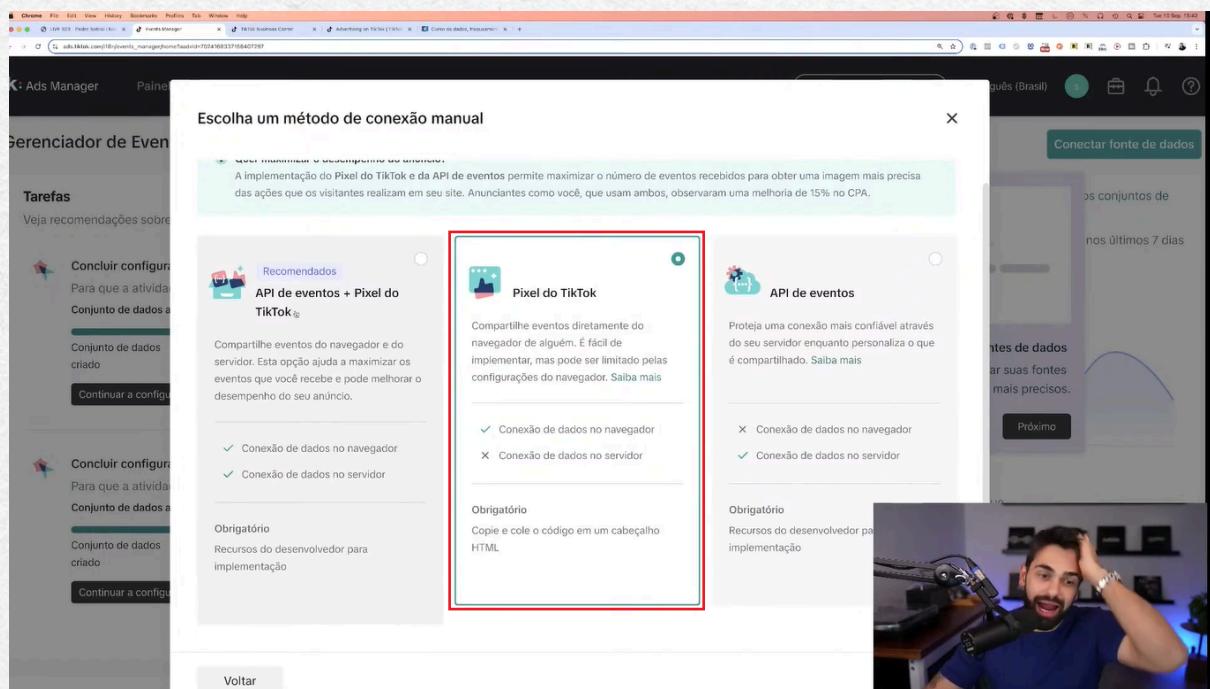


Ele, então, me dá duas opções: integração de parceiros ou configuração manual. A integração de parceiros é a forma mais fácil.

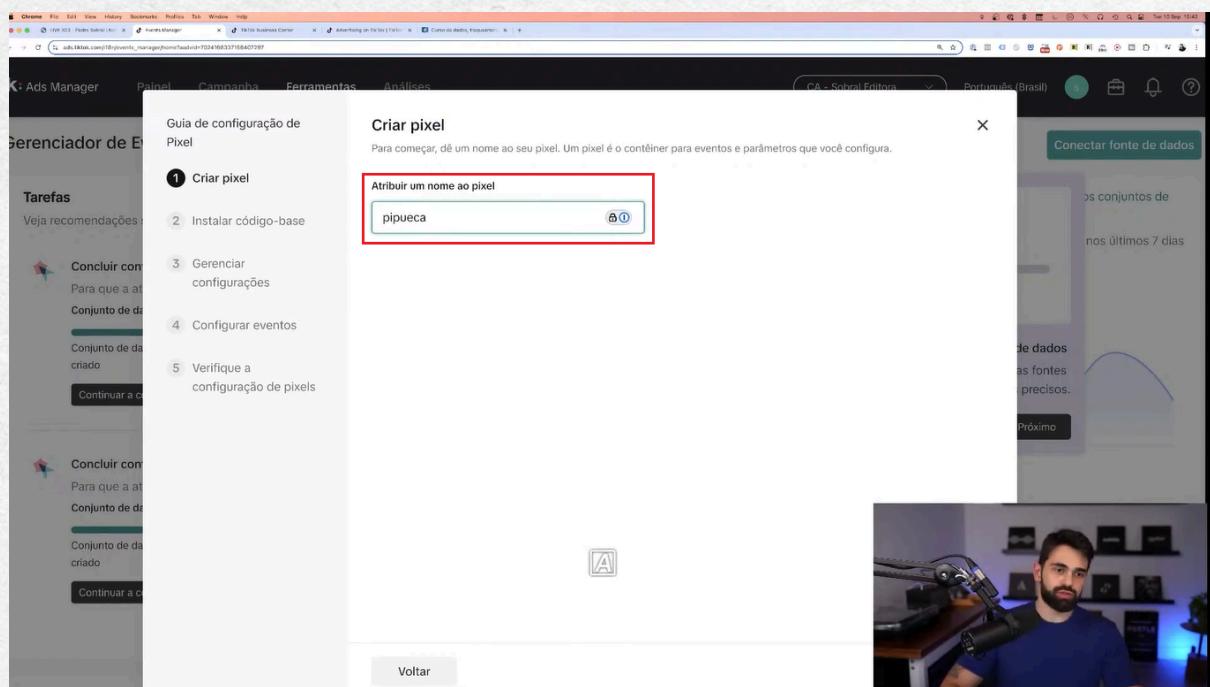


Se você criou o seu site com algum dos parceiros que encontra lá (podem ser os parceiros comerciais ou os parceiros de dados e gerenciadores de tags), você pode conectar o seu pixel com ele. Se quiser optar pelos gerenciadores de tags, o ideal é que você domine o Google Tag Manager.

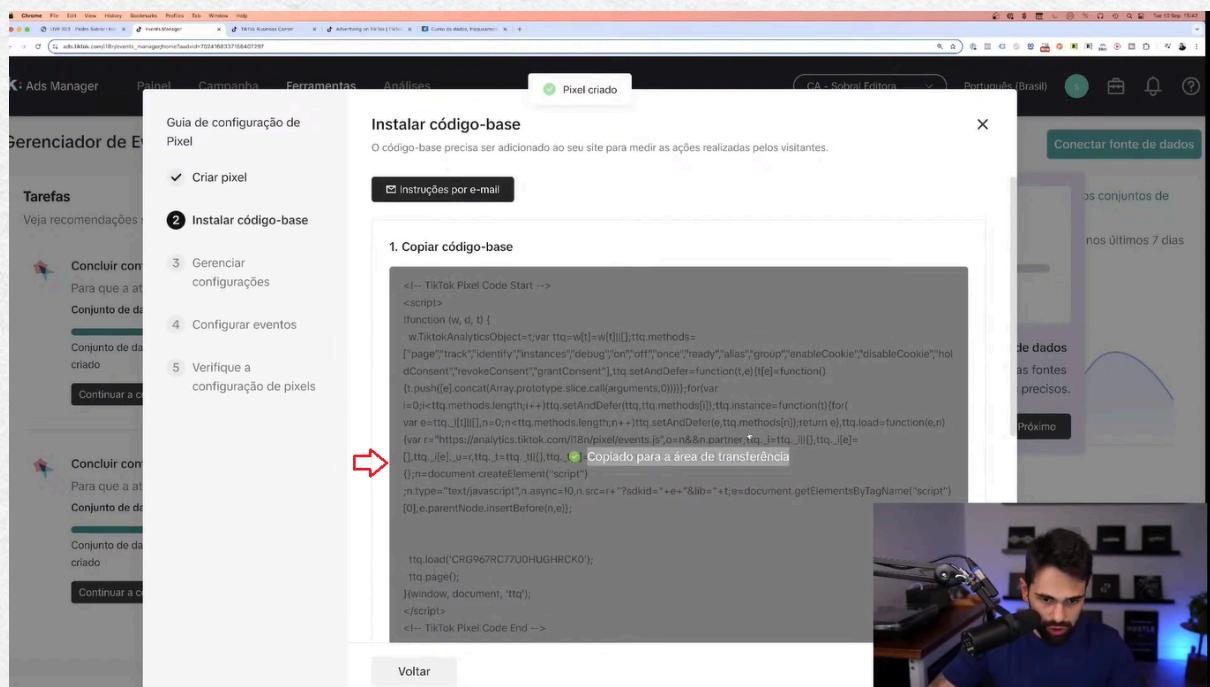
**Se você optar pela configuração manual**, por estar começando agora, a minha indicação honesta é que você **vá em “Pixel do TikTok”**.



Depois, na parte de criação do pixel, dê um nome para ele.



Em seguida, copie o código.



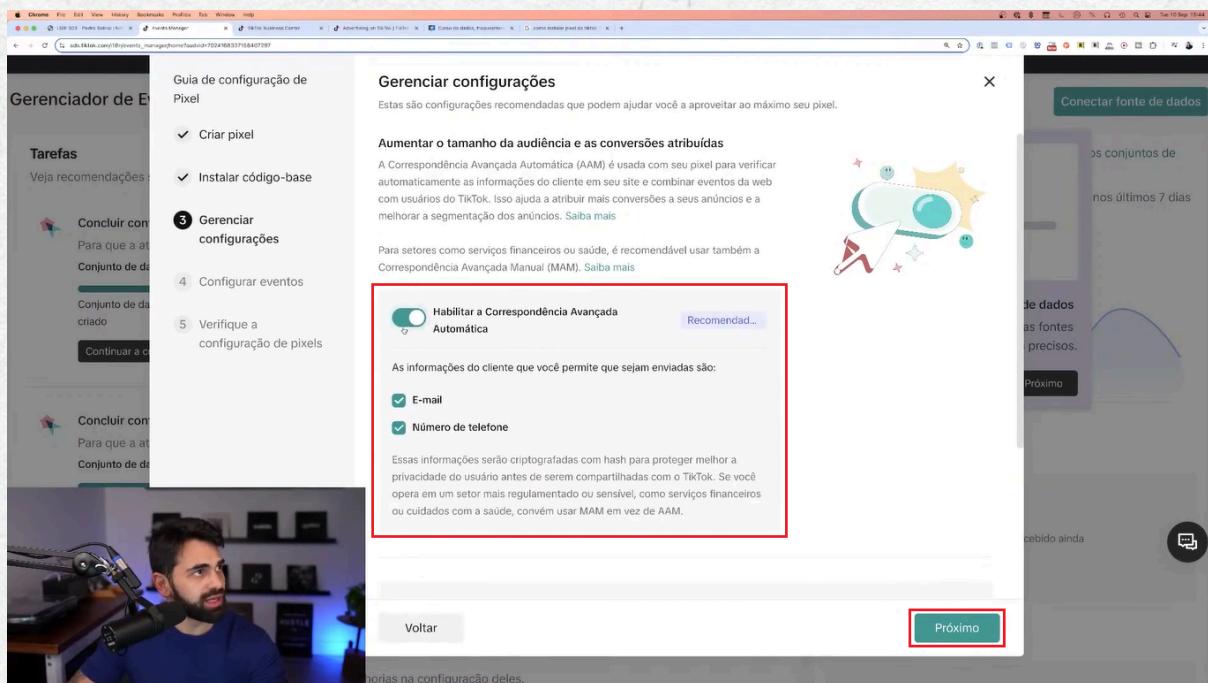
## Onde você instala esse código? Depende de onde você criou o seu site.

Se alguém criou para você, envie para ele as instruções por email.

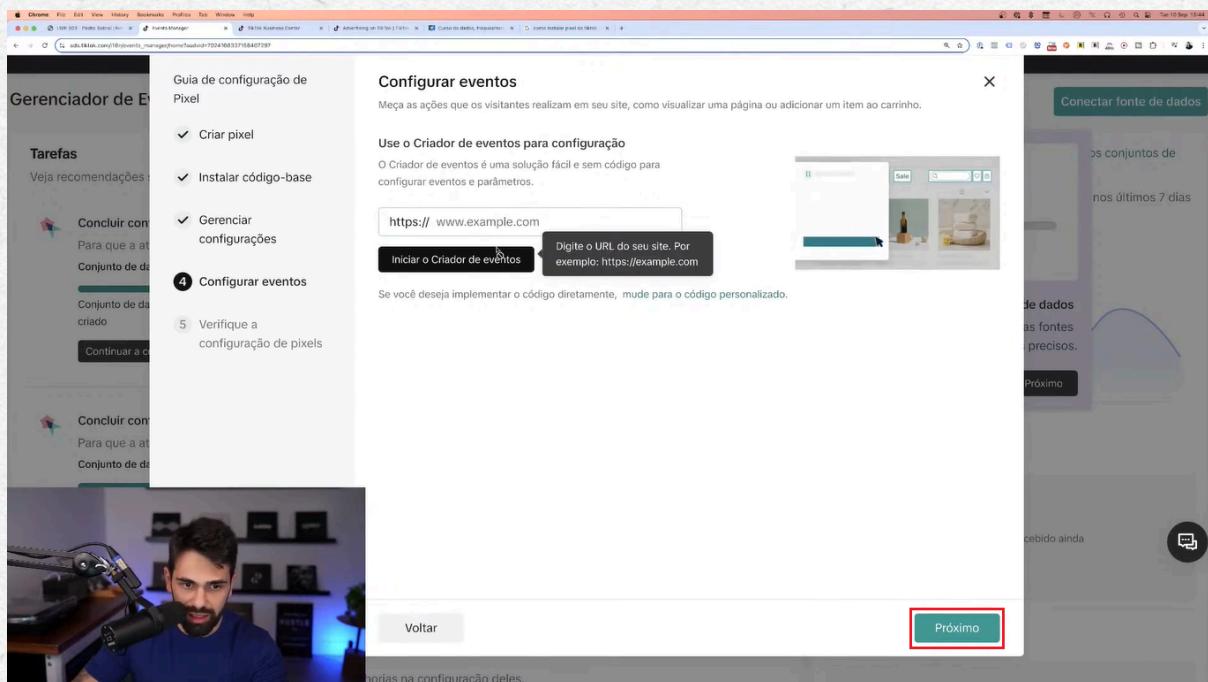
Mas o que você precisa entender aqui, mesmo, é: **instale o código no head das páginas do seu site.**

**“Ah, eu criei o meu site com uma ferramenta tal”.** Então, vá até o Google e pesquise “como instalar pixel do tiktok no \_\_\_\_\_” e siga o tutorial que te explique melhor como fazer.

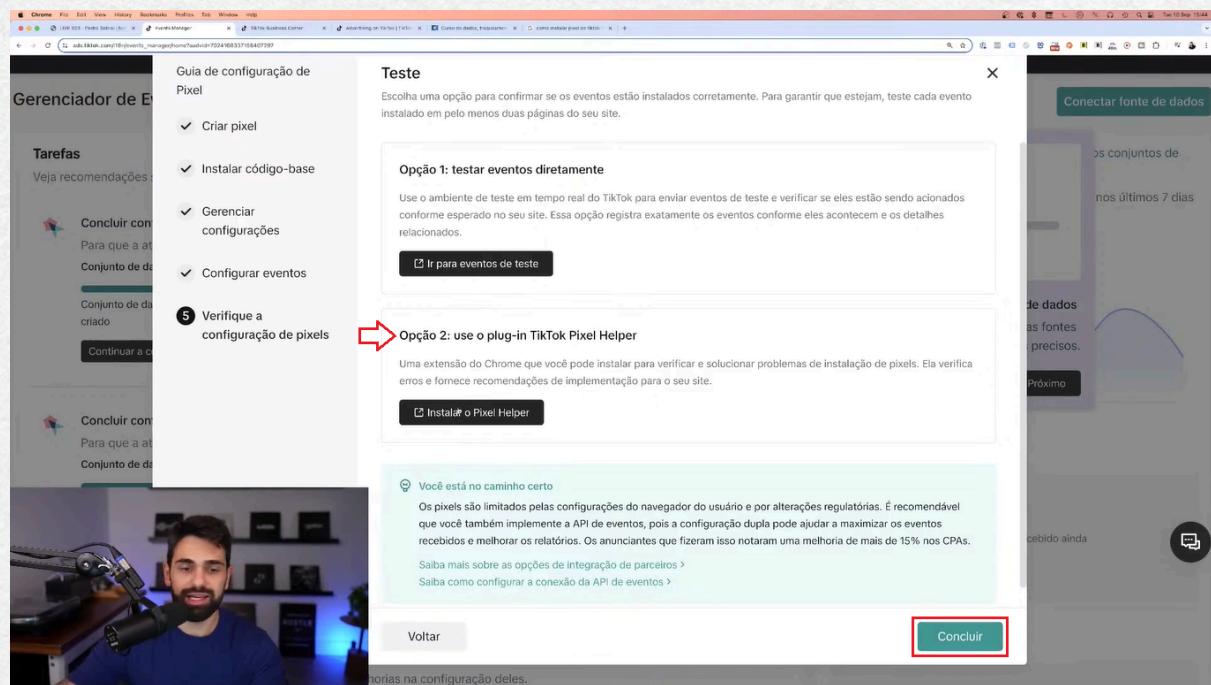
Em “**Gerenciar configurações**”, habilite a correspondência avançada automática e pode deixar tudo selecionado e seguir em frente.



Em “**Configurar eventos**”, não precisa iniciar o criador de evento. Só clique em “**Próximo**”.



Para ver se o pixel já está instalado, ele vai te dar a opção de usar o plug-in TikTok Pixel Helper. Você instala o pixel helper e esse plug-in verifica se o pixel está em seu site.



Feito isso, você clica em “**Concluir**”. Pronto! Pixel criado. Agora é a próxima etapa.

- **Quais são os públicos que a gente vai criar no TikTok?**

Vamos entrar em “**Ferramentas**” para criar os públicos. Então, a gente clica em “**Gerenciador de audiências**”.

## 1. Engajamento com seus anúncios

### Nome sugerido

[ENG] Video Ads - ALL - (25, 50, 75, 100%) - (7, 14, 30, 60, 90, 180)D

### PASSO A PASSO

**01** Clique em “Create audience” e, em seguida, em “Custom Audience”.

Audiences

Filter By Audience ID or Keywords

Create ad

	Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
[LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
[LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	2024-09-03 13:45:32 Paulo
[LISTA] Inscritos - lives - ABR24	Custom Audience Customer File	1,794,096	Available	187367625	2024-06-12 01:03:51 Paulo
[LISTA] Inscritos DG2 - 06.06.24	Custom Audience Customer File	434,771	Available		
[LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24	Custom Audience Customer File	85,784	Available		
[LISTA] Cadastrados - lives semanais 29.03.24	Custom Audience Customer File	1,593,576	Available		
[WT] Submit Form - 180D	Custom Audience	1,982,188	Available		

## 02 Selecione “Engagement”.

Create a Custom Audience

Select an audience type

- Customer File**: Upload a customer file to match your customers with people on our platform. The matches will be used to create an audience.
- Engagement**: Create a list of people who saw, clicked, or engaged with your content. (This option is highlighted with a red box.)
- App Activity**: Create a list of people who downloaded your app, or took specific actions, such as making a purchase.
- Lead Generation**: Create a list of people who viewed or submitted an instant form in a lead generation ad.
- Shop Activity**: Build an audience from people who took certain actions in TikTok Shops.
- Website Traffic**: Use TikTok Pixel to create a list of people who visited or took specific actions on your website.
- Business Ads**: Create a list of people who interacted with your business account on TikTok.
- Offline Ads**: Create a list of people who interacted with your offline ads.

## 03 Em “Ad groups”, selecione o público desejado.

**Create Engagement Audience**

**Define your audience**  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

**Select an asset type** Ad groups

**Ad groups**

- All
- 00 - Inscritos DG3
- 04 - [PUR] Purchase Intention - Marketing
- 04 - [INT] Marketing Digital
- 04 - [INT] Marketing & Advertising
- 04 - [LL] Narrow - Submit Form 180D

**Ad type**

+ Add rule

Back

**04** Em “**Ad type**”, selecione o tipo de conteúdo.

**Create Engagement Audience**

**Define your audience**  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

**Select an asset type** Ad groups

**Ad groups**

All

**Action**

Selecionar in the past

**Ad type**

- Video ads
- Video profile page ads
- TikTok Instant Page ads
- Collection ads

**Audience settings**

**Audience name**

Back

**05** Selecione a ação em “**Action**”.

Create Engagement Audience

Define your audience  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

Include

Select an asset type Ad groups Ad type

Action

- Selecionar
- Click
- Impression
- 2-Second Video View
- 6-Second Video View
- 6-second views (Focused...)

Audience name

Back

## 06 Selecione a quantidade de dias.

Create Engagement Audience

Define your audience  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

Include

Select an asset type Ad groups Ad type

Action

Video View at 100% in the past

- 7 days
- 14 days
- 30 days
- 60 days
- 90 days
- 180 days

Exclude People

Audience settings

Audience name

Back

## 07 Dê um nome para a sua audiência.

Create Engagement Audience

Action: Video View at 100% in the past 7 days

Audience settings

Audience name: Please name your audience.

Autorefresh: Refresh your audience automatically to view the latest user data.

Audience Enhancement: Increase total matched audience size by adding more users identified by our machine learning model. Recommended

Back

## 08 Ative o botão “Audience Enhancement”.

Create Engagement Audience

Audience name: [ENG] Video Ads - ALL - 50% - 30D

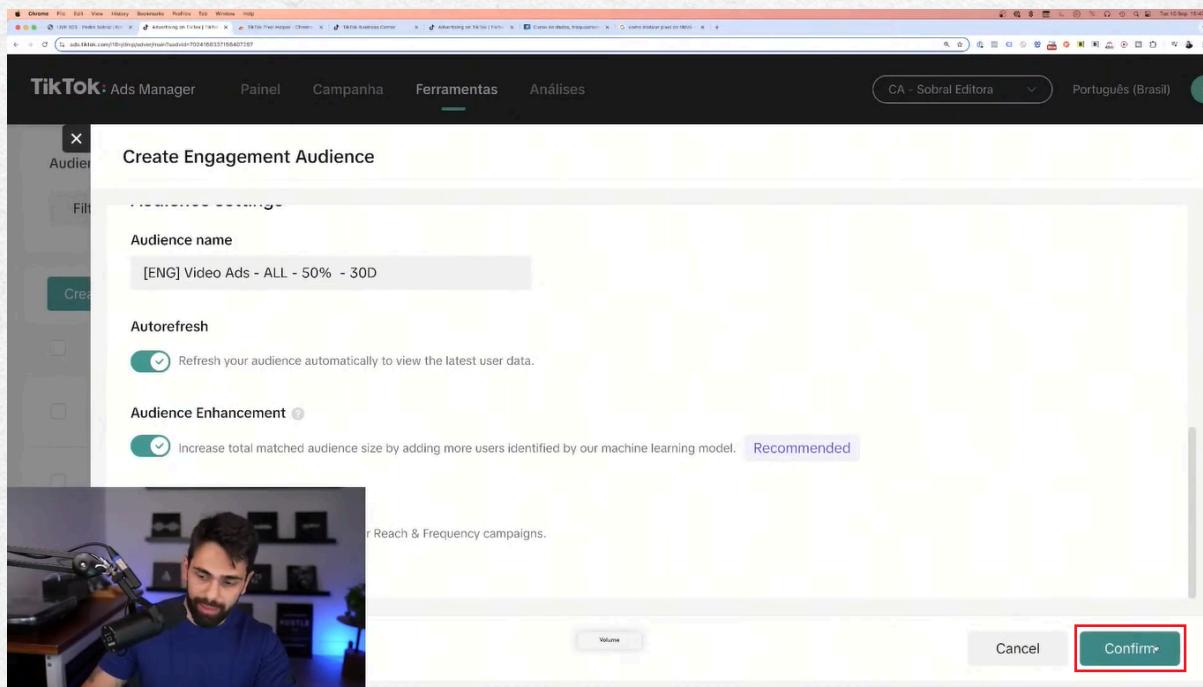
Autorefresh: Refresh your audience automatically to view the latest user data.

Audience Enhancement: Increase total matched audience size by adding more users identified by our machine learning model. Recommended

Reach & Frequency: Allow your audience to be used for Reach & Frequency campaigns.

Back

## 09 Clique em “Confirm”.



## 2. Website Traffic

**Atenção:** Para que esse público seja criado, é necessário que você tenha o pixel instalado em seu site.

**Nome sugerido**

[WT] SITE - (3, 7, 14, 30, 60, 90, 180)D

**PASSO A PASSO**

**01** Clique em “Create audience” e, em seguida, em “Custom Audience”.

Audiences

Filter By Audience ID or Keywords

Create ad

	Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	2024-09-03 13:45:32 Paulo
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos - lives - ABR24	Custom Audience Customer File	1,794,096	Available	187367625	2024-06-12 01:03:51 Paulo
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos DG2 - 06.06.24	Custom Audience Customer File	434,771	Available		
<input type="checkbox"/> [LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24	Custom Audience Customer File	85,784	Available		
<input type="checkbox"/> [LISTA] Cadastrados - lives semanais 29.03.24	Custom Audience Customer File	1,593,576	Available		
<input type="checkbox"/> [WT] Submit Form - 180D	Custom Audience	1,982,188	Available		

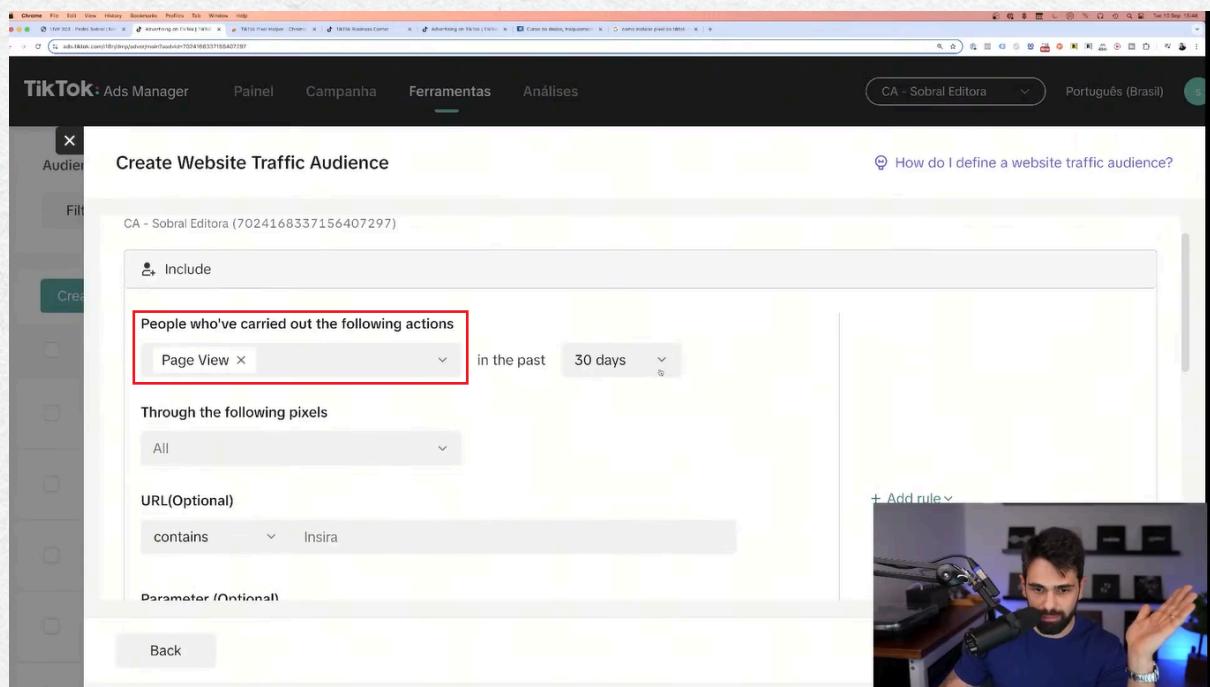
## 02 Selecione “Website Traffic”.

Create a Custom Audience

Select an audience type

- Customer File
- Engagement
- Website Traffic
- App Activity
- Lead Generation
- Shop Activity
- Business Account
- Offline Ads

## 03 Em “People who've carried out the following actions”, selecione o evento.



CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

How do I define a website traffic audience?

Include

People who've carried out the following actions

Page View in the past 30 days

Through the following pixels

All

URL(Optional)

contains Insira

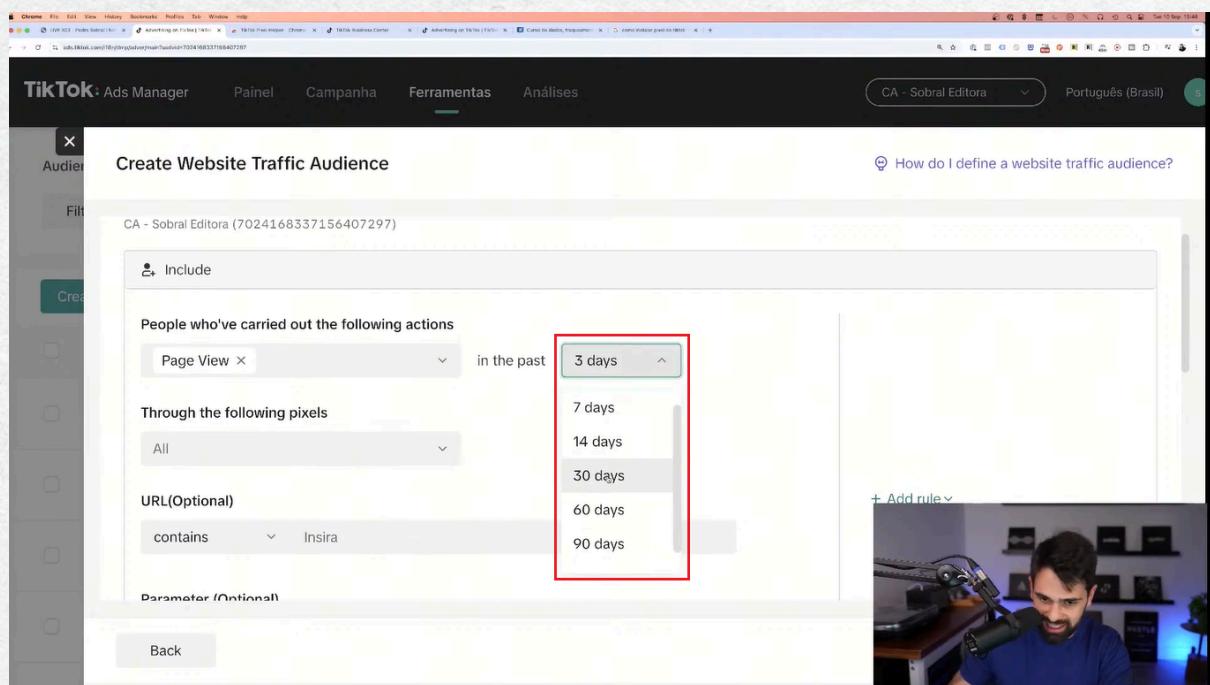
Parameter (Optional)

Back

+ Add rule



## 04 Selecione a quantidade de dias.



CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

How do I define a website traffic audience?

Include

People who've carried out the following actions

Page View in the past 3 days

Through the following pixels

All

URL(Optional)

contains Insira

Parameter (Optional)

Back

+ Add rule



## 05 Dê um nome para a sua audiência.

Create Website Traffic Audience

Audience settings

Audience name

Please name your audience.

Autorefresh

Audience Enhancement

Back

## 06 Ative o botão “Audience Enhancement”.

Create Website Traffic Audience

Audience name

Please name your audience.

Autorefresh

Audience Enhancement

Increase total matched audience size by adding more users identified by our machine learning model. Recommended

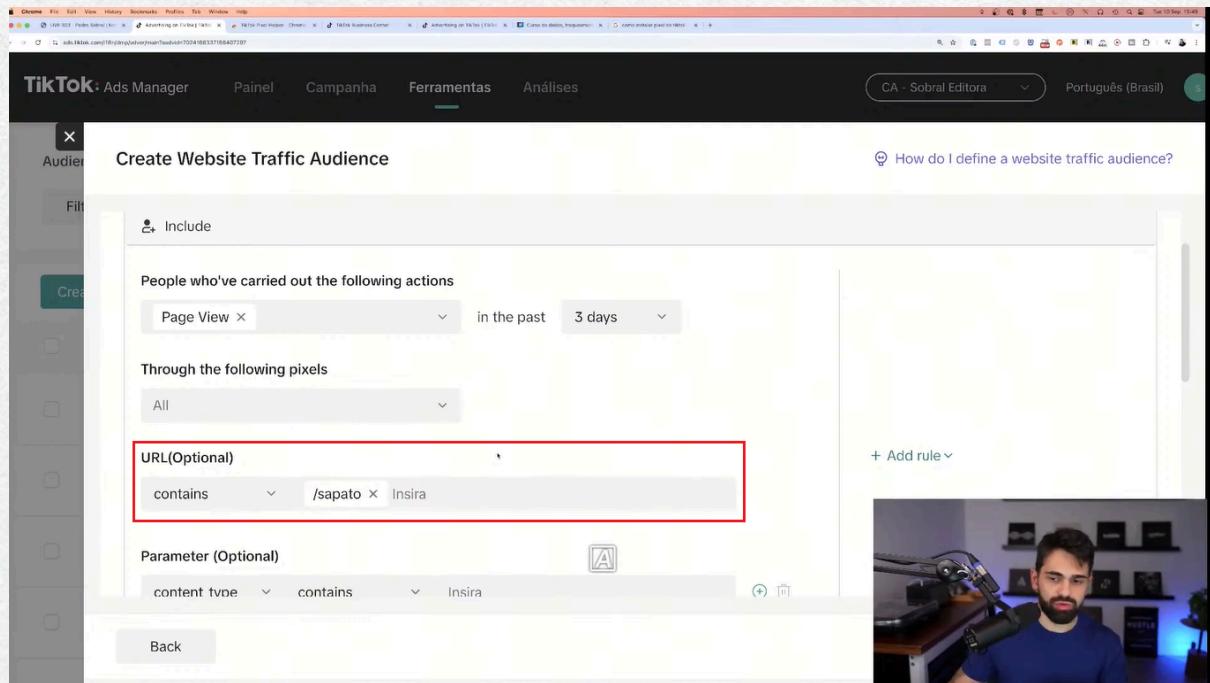
Reach & Frequency

Allow your audience to be used for Reach & Frequency campaigns.

Back

## 07 Clique em “Confirm”.

Ainda nessas configurações, **você tem a opção de inserir pessoas que acessaram uma página que continha, na URL, algo específico** ("sapato", por exemplo).



### 3. Business Account (para quem interagiu organicamente com o seu perfil)

#### Nomes sugeridos

[BA] Followers

[BA] Engagement (7, 14, 30)D

[BA] Video View 100% (7, 14, 30)D

[BA] Visitou Perfil (7, 14, 30)D

#### PASSO A PASSO

- 01 Clique em “Create audience” e, em seguida, em “Custom Audience”.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. The top navigation bar includes 'Ferramentas' (Tools) which is currently selected. Below the navigation is a search bar and a 'Create ad' button. The main content area is titled 'Audiences' and displays a table of custom audiences. A red box highlights the 'Create Audience' button in the top-left corner of the table header. The table columns are 'Type', 'Size', 'Availability', 'Audience ID', and 'Date Created'. The data in the table includes:

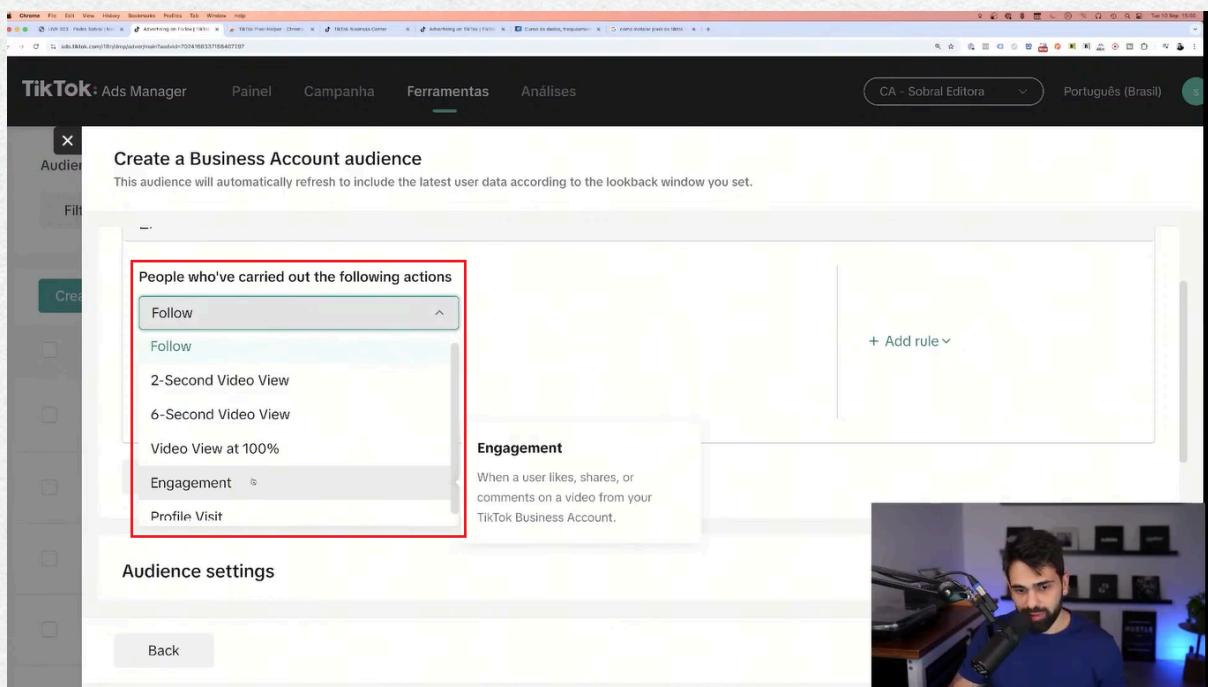
Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	2024-09-03 13:45:32 Paulo
Custom Audience Customer File	1,794,096	Available	187367625	2024-06-12 01:03:51 Paulo
Custom Audience Customer File	434,771	Available		
Custom Audience Customer File	85,784	Available		
Custom Audience Customer File	1,593,576	Available		
Custom Audience	1,982,188	Available		

## 02 Selecione “Business Account”.

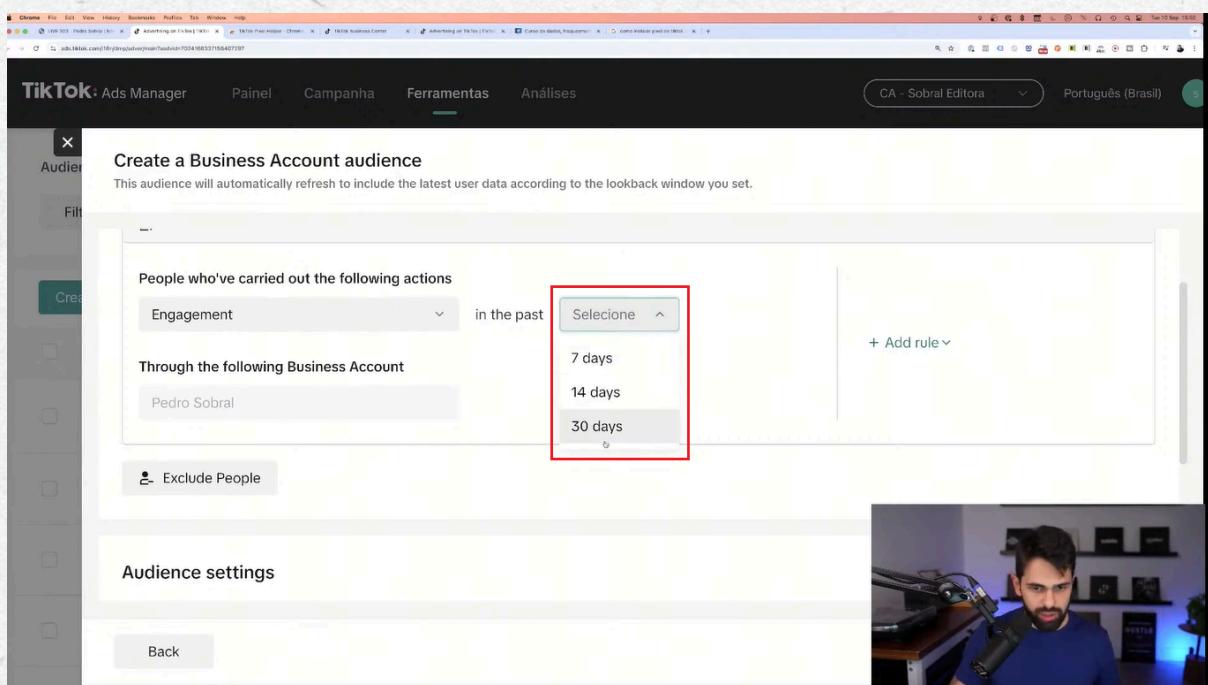
The screenshot shows the 'Create a Custom Audience' page. On the left, there's a sidebar with a 'Create Audience' button. The main area has several sections: 'App Activity', 'Website Traffic', 'Lead Generation', 'Business Account' (which is highlighted with a red box), 'Shop Activity', and 'Offline Activity'. The 'Business Account' section contains the following text:

**Business Account**  
Create a list of people who followed or interacted with your Business Account on TikTok.

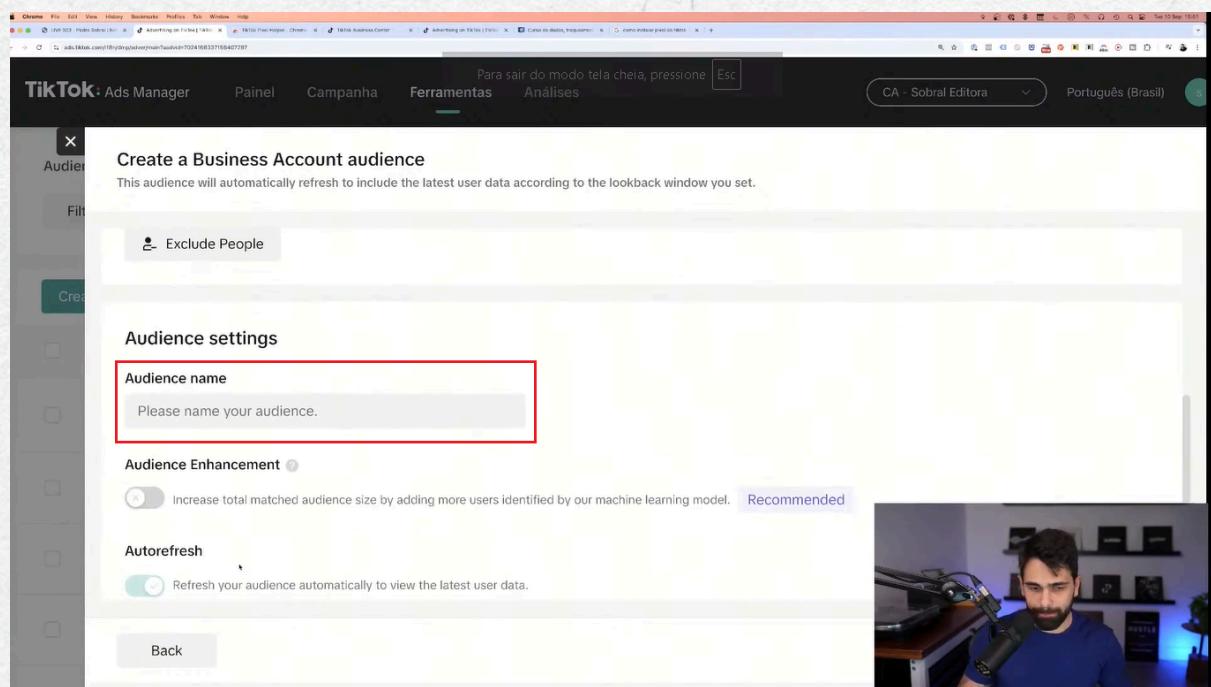
**03** Em “**People who've carried out the following actions**”, selecione a ação tomada pelo público “**Follow”/”Engagement”/”Video View at 100%”/”Profile visit”.**



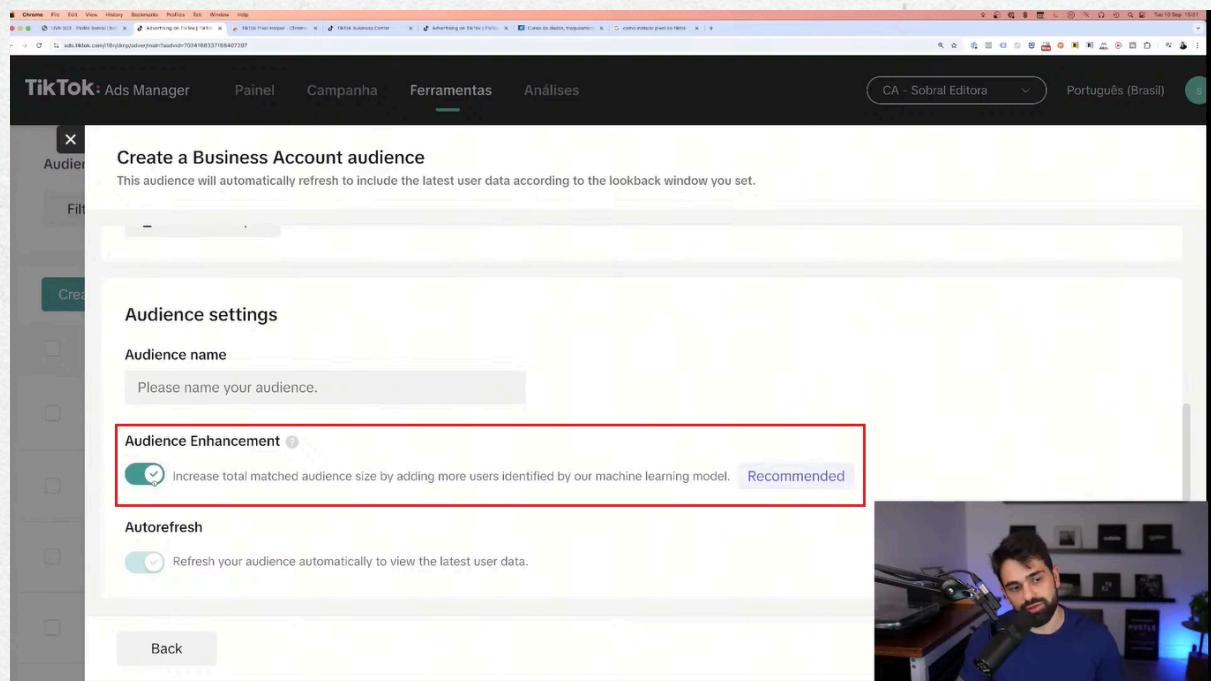
**04** Selecione a quantidade de dias.



## 05 Dê um nome para a sua audiência.



## 06 Ative o botão “Audience Enhancement”.



**07** Clique em “Confirm”.

#### 4. Customer file



#### PASSO A PASSO

**01** Clique em “Create audience” e, em seguida, em “Custom Audience”.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface under the 'Ferramentas' tab. In the 'Audiences' section, a dropdown menu is open with 'Create Audience' highlighted. Below it, 'Custom Audience' is selected. The main table lists several custom audiences:

	Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
[LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
[LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	2024-09-03 13:45:32 Paulo
[LISTA] Inscritos - lives - ABR24	Custom Audience Customer File	1,794,096	Available	187367625	2024-06-12 01:03:51 Paulo
[LISTA] Inscritos DG2 - 06.06.24	Custom Audience Customer File	434,771	Available		
[LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24	Custom Audience Customer File	85,784	Available		
[LISTA] Cadastrados - lives semanais 29.03.24	Custom Audience Customer File	1,593,576	Available		
[WT] Submit Form - 180D	Custom Audience Customer File	1,982,188	Available		

On the right side of the table, there is a small video thumbnail of a man with a beard speaking into a microphone.

**02** Selecione “Customer File”.

**Create a Custom Audience**

Select an audience type

- Customer File** (highlighted)  
Upload a customer file to match your customers with people on our platform. The matches will be used to create an audience.
- Engagement**  
Create a list of people who saw, clicked, or engaged with your content.
- App Activity**  
Create a list of people who downloaded your app, or took specific actions, such as making a purchase.
- Website Traffic**  
Use TikTok Pixel to create a list of people who visited or took specific actions on your website.
- Lead Generation**  
Create a list of people who viewed or submitted an instant form in a lead generation ad.
- Business Account**  
Create a list of people who interacted with your Business Account on TikTok.
- Shop Activity**  
Build an audience from people who took certain actions in TikTok Shops.
- Offline Actions**  
Create a list of people who took specific actions in the real world.

### 03 Em “Upload File”, faça o upload da sua lista.

**Create Custom Audience**

Due to Apple's App Tracking Transparency framework, there may be fewer or no matches for IDFA, email and phone files. [Learn more](#)

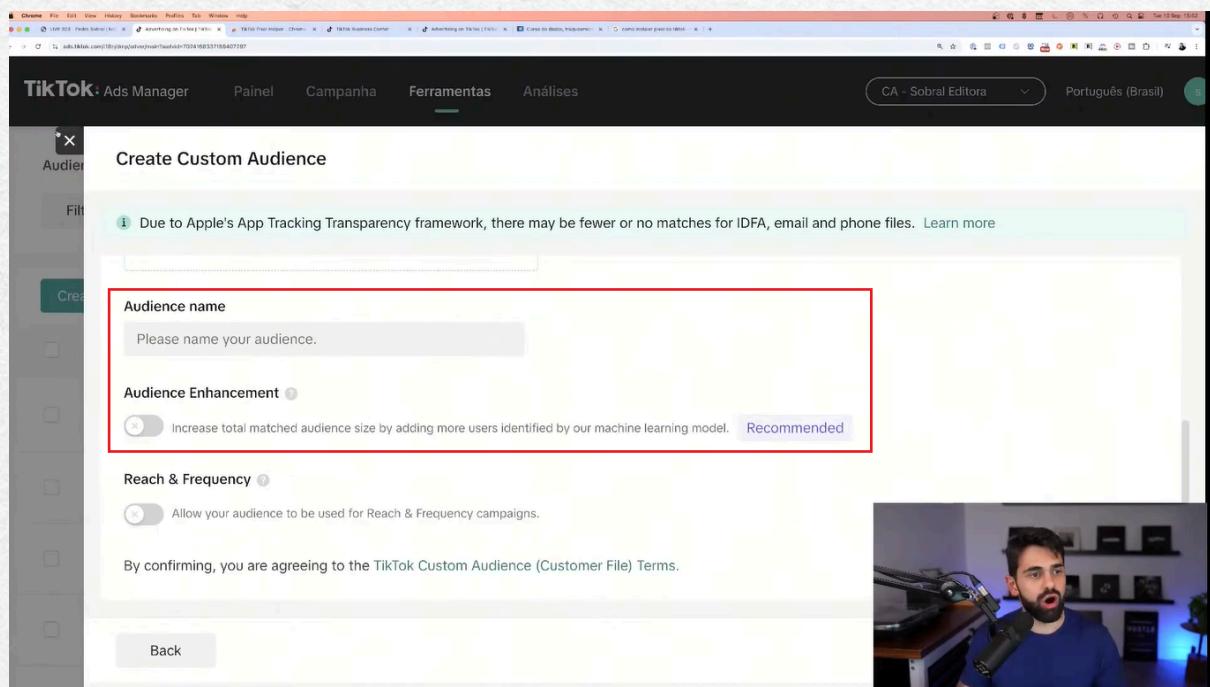
**Define your audience**  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

**Upload File(CSV or TXT)**  
Upload a CSV or TXT file with phone, email, and MAID identifiers as individual columns. Include multiple identifiers to improve match rates and make sure your supported IDs are formatted correctly. [Learn more](#)

Drag your file here or click to upload. Your file size should not exceed 1 GB.

**Back**

### 04 Dê um nome para a sua audiência e ative o botão “Audience Enhancement”.



**05** Clique em “**Confirm**”.

## 5. Lookalike

**Nome sugerido**

[LL] Público XYZ (Narrow, Balanced ou Broad)

**PASSO A PASSO**

**01** Clique em “**Create audience**” e, em seguida, em “**Lookalike Audience**”.

Audiences

Filter By Audience ID or Keywords  Create ad

<b>Create Audience</b>	<b>Actions</b>	Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
[LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
[LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	2024-09-03 13:45:32 Paulo
[LISTA] Inscritos - lives - ABR24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	1,794,096	Available	187367625	2024-06-12 01:03:51 Paulo
[LISTA] Inscritos DG2 - 06.06.24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	434,771	Available		
[LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	85,784	Available		
[LISTA] Cadastrados - lives semanais 29.03.24	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	1,593,576	Available		
[WT] Submit Form - 180D	<input type="checkbox"/>	Custom Audience Customer File	1,982,188	Available		

**02** Em “**Source**”, selecione a fonte, isto é, a audiência a qual ele deve encontrar o público semelhante.

Create a Lookalike Audience

Define your audience  
CA - Sobral Editora (7024168337156407297)

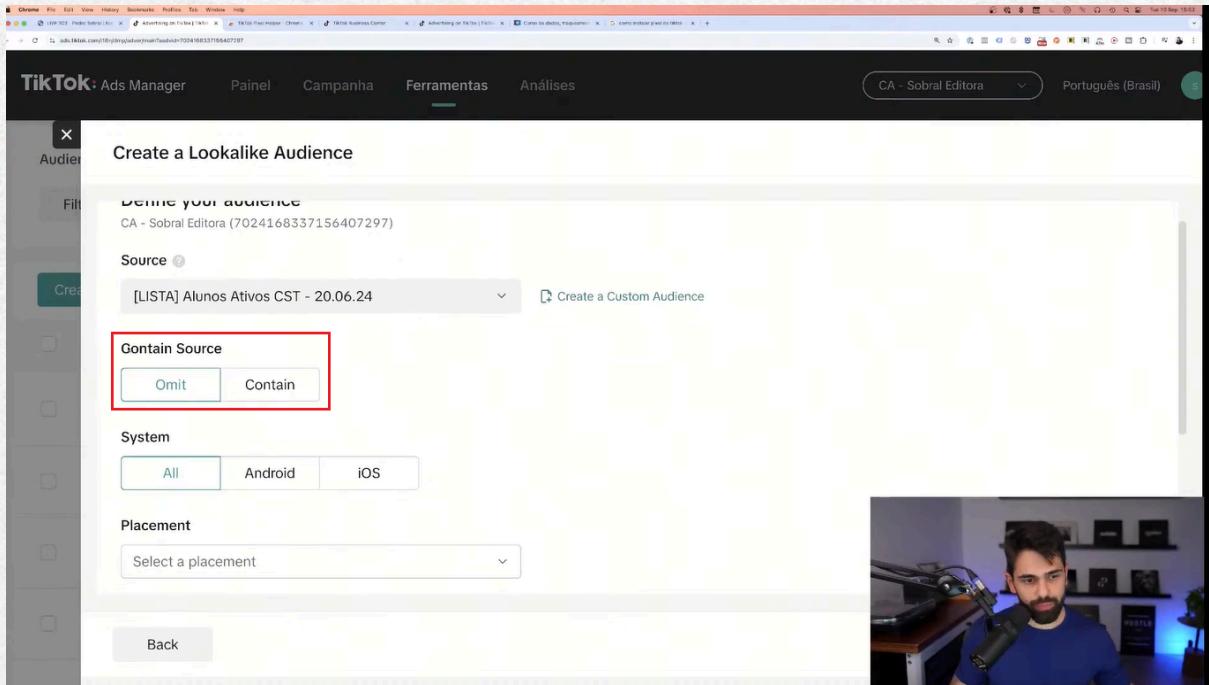
Source

Insira

- [LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24
- [LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24
- [LISTA] Inscritos - lives - ABR24
- [LISTA] Inscritos DG2 - 06.06.24
- [LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24

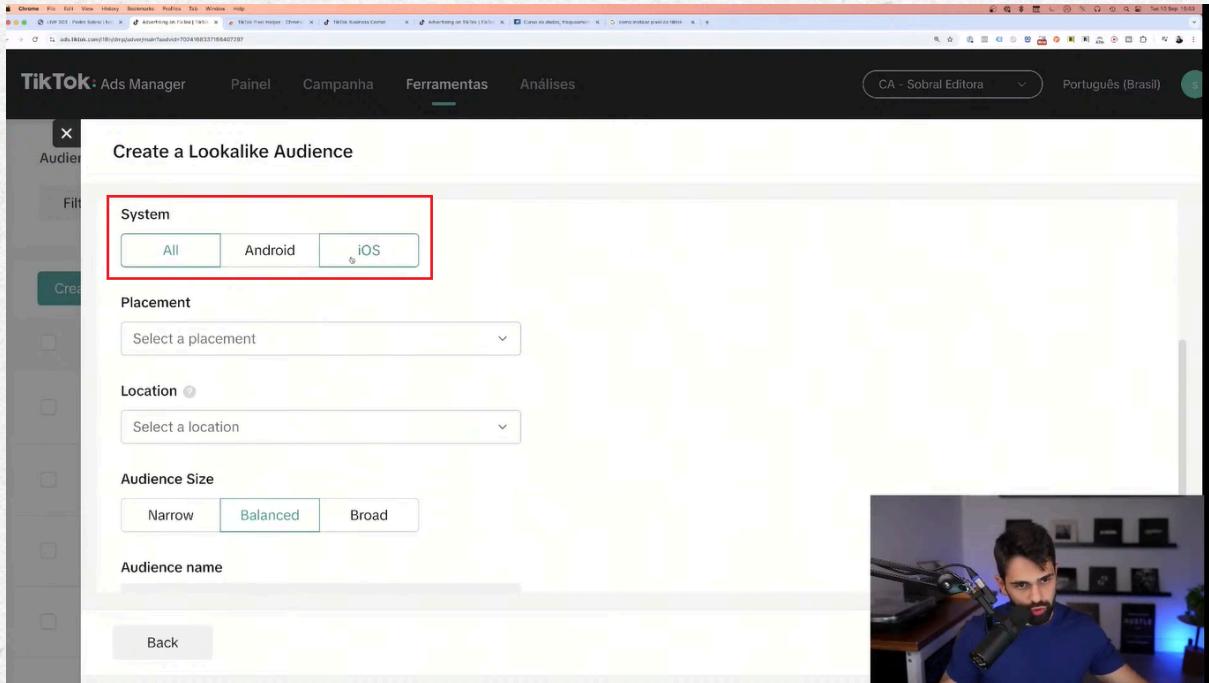
Back

**03** Em “**Contain Source**”, você tem a opção de selecionar se esse público vai conter ou não a fonte, ou seja, se você vai incluir o público “original” ou não.



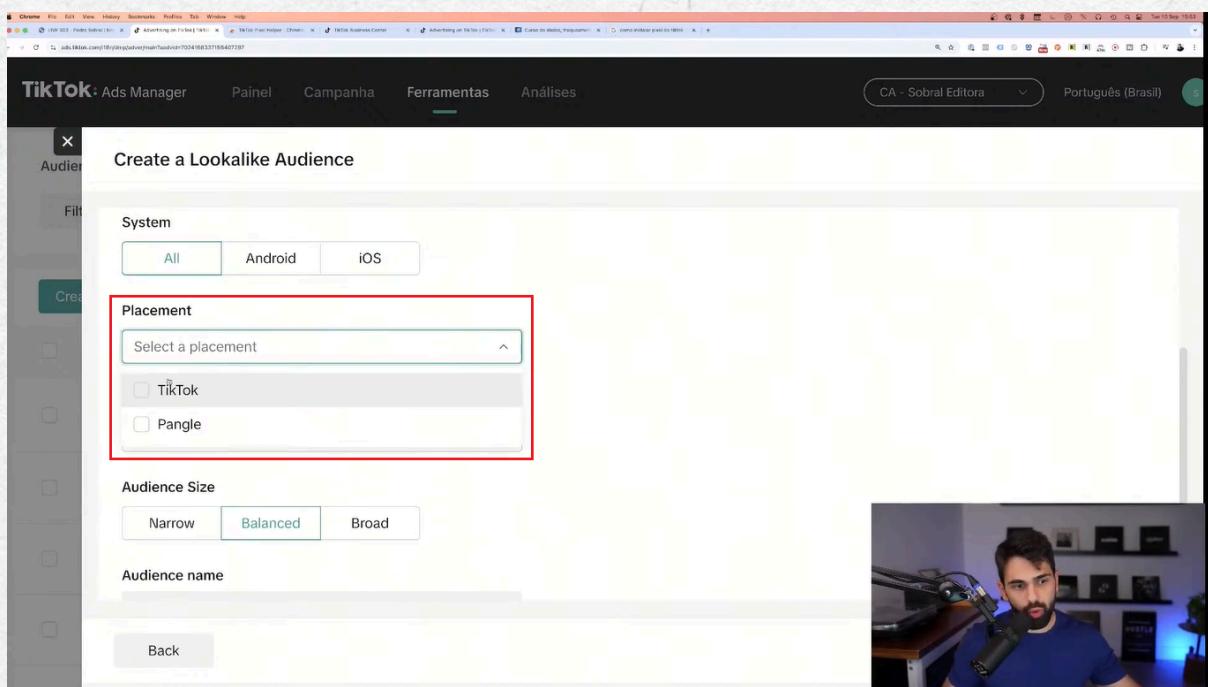
The screenshot shows the 'Create a Lookalike Audience' page in the TikTok Ads Manager. At the top, it says 'Define your audience' and shows 'CA - Sobral Editora (7024168337156407297)'. Below that is a dropdown labeled 'Source' containing '[LISTA] Alunos Ativos CST - 20.06.24'. To the right of the dropdown is a button to 'Create a Custom Audience'. A red box highlights the 'Contain Source' section, which has two buttons: 'Omit' and 'Contain', with 'Contain' being selected. Further down are sections for 'System' (with tabs for 'All', 'Android', and 'iOS', where 'All' is selected), 'Placement' (with a dropdown 'Select a placement'), and 'Back'.

**04** Em “**System**”, escolha o sistema operacional (todos, Android ou iOS).

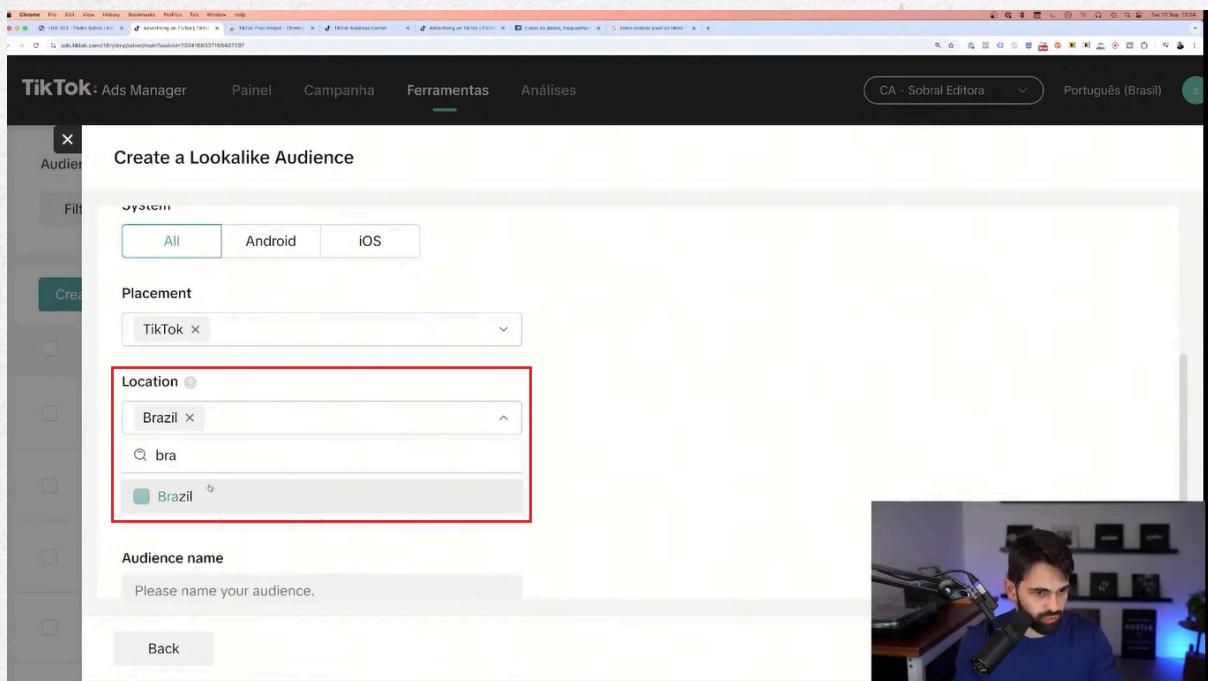


The screenshot shows the 'Create a Lookalike Audience' page in the TikTok Ads Manager. It includes sections for 'System' (with tabs for 'All', 'Android', and 'iOS', where 'All' is selected), 'Placement' (with a dropdown 'Select a placement'), 'Location' (with a dropdown 'Select a location'), 'Audience Size' (with tabs for 'Narrow', 'Balanced', and 'Broad', where 'Balanced' is selected), and 'Audience name' (with a text input field). A red box highlights the 'System' section. To the right of the interface is a video feed of a man with a beard and blue shirt speaking into a microphone.

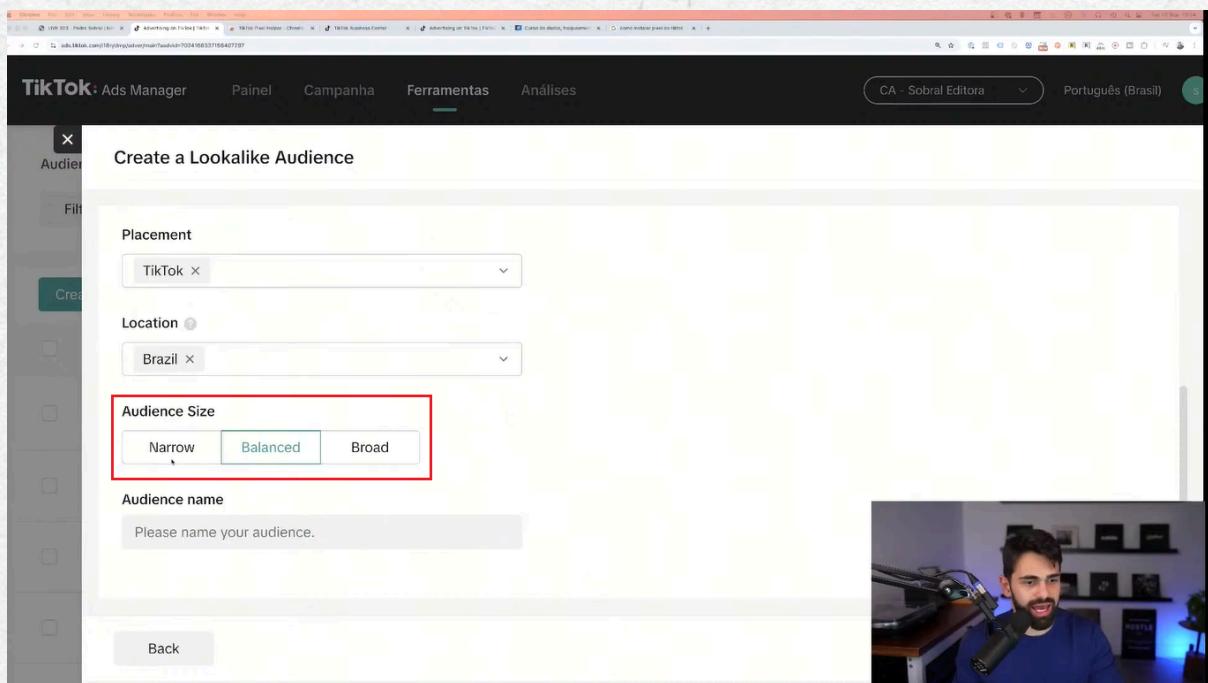
**05** Em “**Placement**”, selecione apenas TikTok.



**06** Em “**Location**”, evite selecionar tudo. Opte por selecionar Brasil.



**07** Em “**Audience size**”, selecione o tamanho da audiência (narrow, balanced ou broad).



### O que quer dizer cada um desses tamanhos?

**Narrow (específico):** Públco de pessoas muito parecidas.

**Balanced (balanceado):** Públco mais misturado.

**Broad (amplo):** Públco com o máximo de pessoas possível (pessoas cada vez mais diferentes).

Com o **“Balanced”**, você vai ter bons resultados.

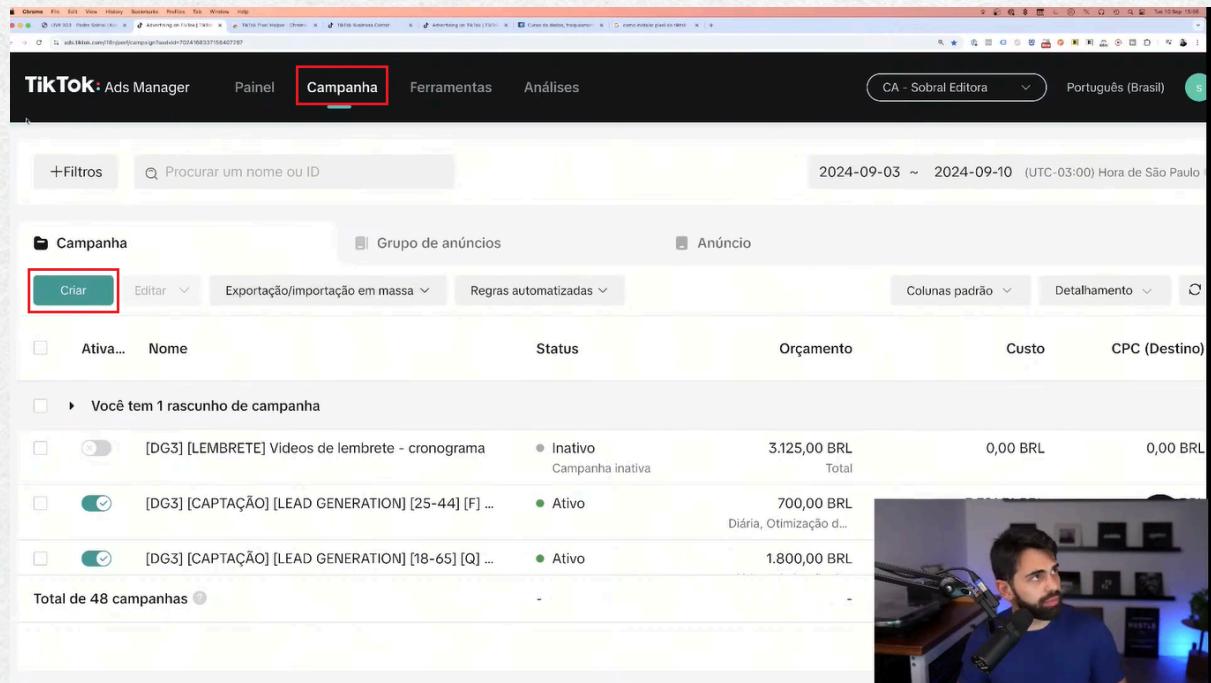
**08** Dê um nome para a sua audiência.

**09** Ative o botão **“Audience Enhancement”**.

**10** Clique em **“Confirm”**.

## 5) Configurando sua campanha na prática

Para criar campanha, a gente vai abrir o menu “**Campanha**” e, depois, a gente clica no botão “**Criar**”.



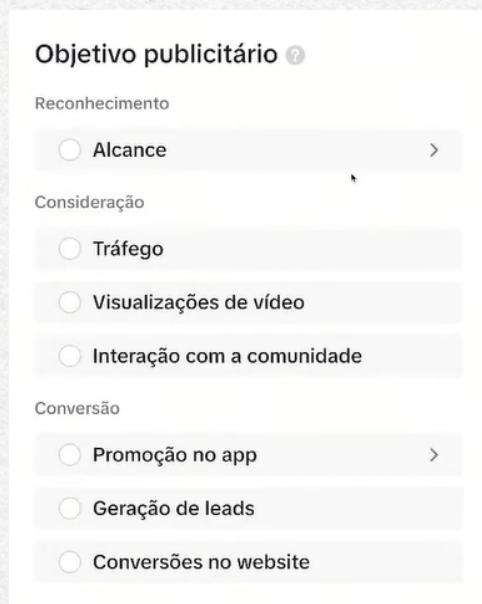
The screenshot shows the TikTok Ads Manager dashboard. The top navigation bar has tabs for 'Painel', 'Campanha' (which is highlighted with a red box), 'Ferramentas', and 'Análises'. Below the tabs is a search bar and date range selector (2024-09-03 ~ 2024-09-10). The main area displays a table of campaigns:

Ativa...	Nome	Status	Orçamento	Custo	CPC (Destino)
<input type="checkbox"/>	Você tem 1 rascunho de campanha				
<input type="checkbox"/>	[DG3] [LEMBRETE] Videos de lembrete - cronograma	Inativo Campanha inativa	3.125,00 BRL Total	0,00 BRL	0,00 BRL
<input type="checkbox"/>	[DG3] [CAPTAÇÃO] [LEAD GENERATION] [25-44] [F] ...	Ativo	700,00 BRL Diária, Otimização d...		
<input type="checkbox"/>	[DG3] [CAPTAÇÃO] [LEAD GENERATION] [18-65] [Q] ...	Ativo	1.800,00 BRL		

Total de 48 campanhas

A gente vai ter que **selecionar o objetivo da campanha**, que pode ser:

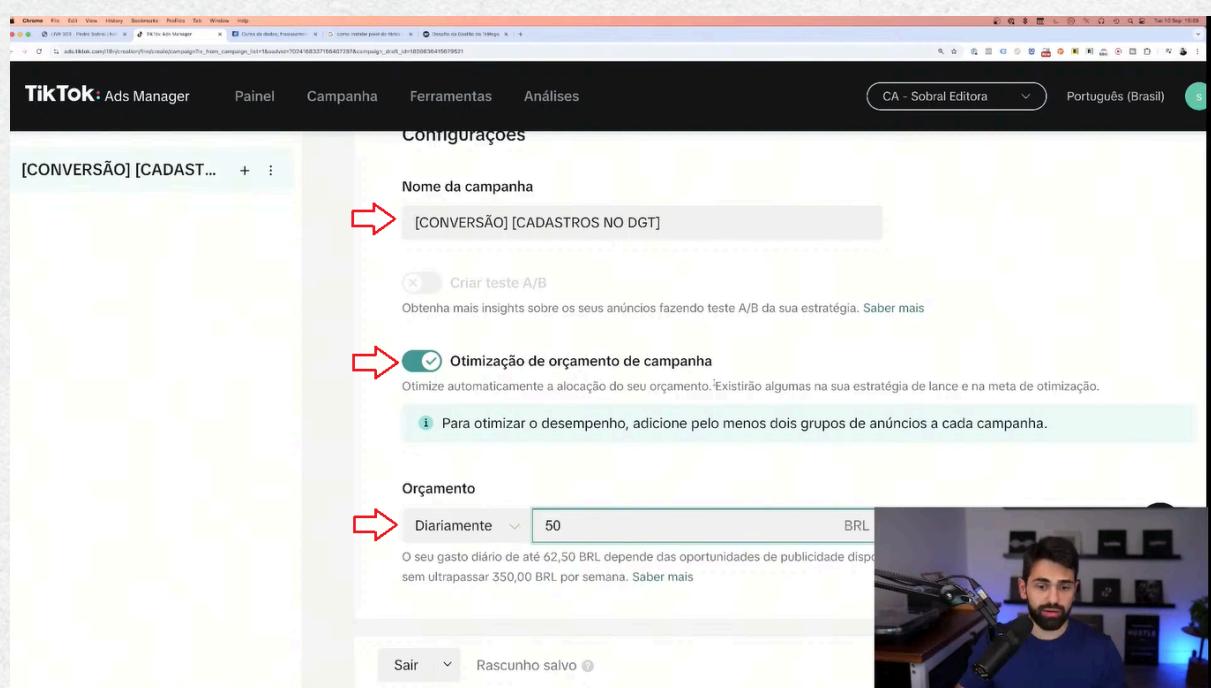
- **Alcance**, se eu quero aparecer para o maior número de pessoas;
- **Tráfego**, se eu quero jogar as pessoas para o meu site, mas não quero que elas comprem/cliquem;
- **Visualização de vídeo**, se eu quero o máximo de pessoas vendo o meu vídeo;
- **Interação com comunidade**, se eu quero seguidor no TikTok (isso traz seguidor no TikTok por um custo ridículamente barato, mas seguidor no



TikTok não quer dizer visualização/interação nenhuma e, por isso, eu não gastaria meu dinheiro com ele);

- **Promoção de aplicativo;**
- **Geração de leads**, a gente pode jogar as pessoas para preencher um formulário no meu site;
- **Conversões no website**, eu faço as pessoas converterem no meu site.

Com o objetivo selecionado, a gente vai dar um nome para a campanha, ativar o botão “**Otimização de orçamento da campanha**” e selecionar o quanto que a gente quer gastar por dia.



O TikTok tem uma variação, então ele diz que o gasto pode ir até R\$ 62,50 por dia. Ele também diz que o mínimo é 50 reais e que o máximo é 10 milhões.

Depois de inserir todas as informações, a gente clica em “**Continuar**” e está feita a configuração da campanha.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface for campaign configuration. The top navigation bar includes 'TikTok Ads Manager', 'Painel', 'Campanha', 'Ferramentas', 'Análises', 'CA - Sobral Editora', and 'Português (Brasil)'. The main section is titled 'Configurações' and shows a campaign named '[CONVERSÃO] [CADASTROS NO DGT]'. It features an A/B testing section with a button to 'Criar teste A/B' and a note about automatic optimization. Below this is an 'Orçamento' section showing a budget of 50,00 BRL per day, with a note that actual spending can vary. A video thumbnail of a man speaking into a microphone is displayed. At the bottom right is a red-bordered 'Continuar' button.

**Em resumo, na configuração da campanha, a gente faz duas coisas: seleciona objetivo e orçamento.**

Já no grupo de anúncio, a gente vai selecionar o público, para quem vamos anunciar. Então, **a gente começa dando um nome para o público.**

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. A red box highlights the input field for the ad group name, which contains the placeholder text "[NOME DO MEU PÚBLICO]". To the right of the input field is a "Template" button. On the far right, there's a sidebar with sections for "Audiência" (Audience) showing "Razoave" and "322.261.00", and "Resumo" (Summary) showing "Brasil" and "Sem limite".

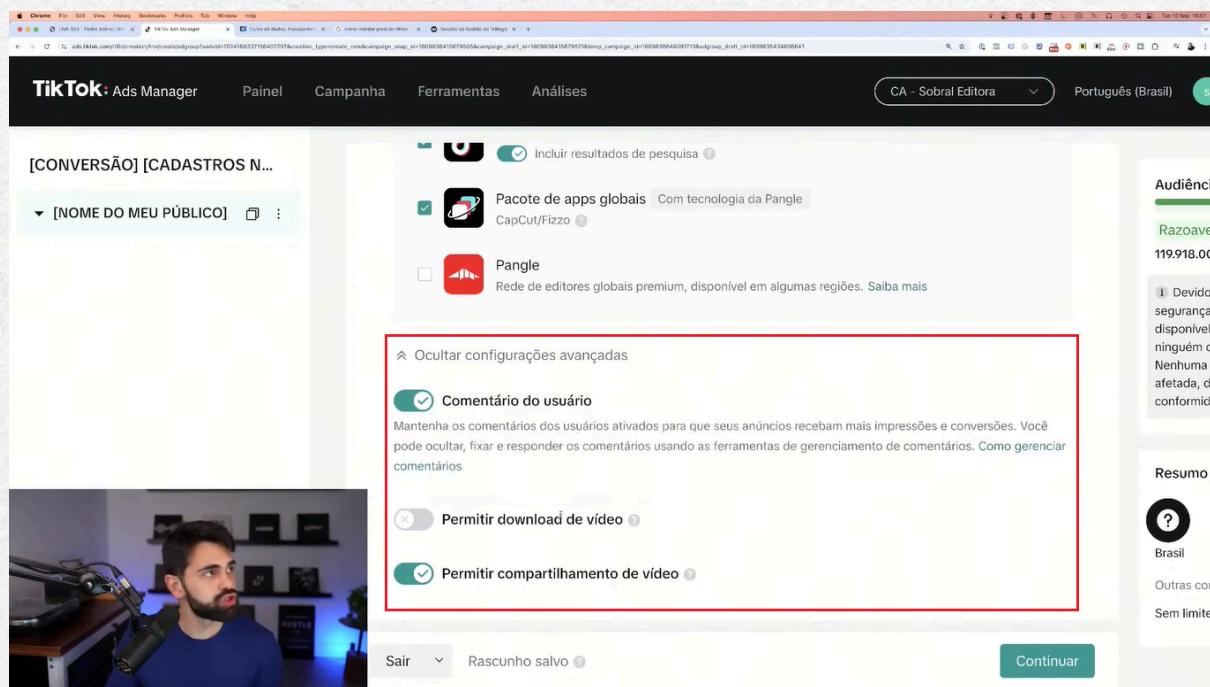
Depois, eu vou selecionar a localização da otimização. Então, vou selecionar o meu pixel e o evento de otimização.

The screenshot shows the continuation of the ad setup process. A red box highlights the "Conexão de dados" (Data Connection) dropdown, which is set to "Pixel Subido" (Pixel uploaded). Below it, another red box highlights the "Evento de otimização" (Optimization Event) dropdown, which is set to "Subscribe".

Em “**Posicionamento**”, ele me dá a opção de selecionar posicionamento automático ou selecionar posicionamento. Eu gosto de selecionar e remover o “**Pangle**”.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. At the top, there are tabs for Painel, Campanha, Ferramentas, and Analises. On the right, it shows 'CA - Sobral Editora' and 'Português (Brasil)'. Below the tabs, there's a section titled '[CONVERSÃO] [CADASTROS N...]' with a dropdown menu for '[NOME DO MEU PÚBLICO]'. A video thumbnail of a man with a beard speaking into a microphone is visible. The main content area is titled 'Posicionamento automático' and 'Selecionar posicionamento'. Under 'Selecionar posicionamento', there are three options: 'TikTok' (selected), 'Pacote de apps globais' (with subtext 'Com tecnologia da Pangle CapCut/Fizzo'), and 'Pangle' (with subtext 'Rede de editores globais premium, disponível em algumas regiões'). A red box highlights the 'Selecionar posicionamento' section. To the right, there's an 'Audiência' sidebar with 'Razoável' and '322.261,01' users, and a 'Resumo' sidebar with 'Brasil' and 'Sem limite'.

Você vai ver que **a gente tem também as configurações avançadas**. Você pode não permitir que alguém comente em seu anúncio e tem também a opção de não permitir download de vídeo.



Na parte da segmentação, que é para quem a gente vai anunciar, a gente pode:

- Inserir o país/estado/município;
- Selecionar a faixa etária (sempre selecione as idades mais recomendadas);
- Selecionar o gênero;
- Selecionar idioma;
- Selecionar poder de compra (esse é um teste que vale a pena fazer).

Depois, vem a parte da audiência, que é onde **a gente inclui o público, mas também onde a gente tem a opção de excluir públicos.**

Poder de compra

Poder de compra alto

Audiência disponível

Equilibrado  
43.765.000-53.491.000

Resumo da segmentação

Local: Brasil, Idade: 25-34, Outras configurações: Sem limite

Incluir: Pesquisar ou selecionar audiências

Excluir: Pesquisar ou selecionar audiências

Interesses e comportamentos

Continuar

Em “**Interesses e comportamentos**”, a gente pode escolher determinados públicos com base em interesses e comportamentos (aquele bom e velho *fuça e clica*), que são os públicos mais frios..

Pesquisar ou selecionar audiências

Audiência disponível

Equilibrado  
43.765.000-53.491.000

Resumo da segmentação

Local: Brasil, Idade: 25-34, Outras configurações

Interesses e comportamentos

Interesses > Viagem

Viagem

Tamanho da audiência: Calculando...

Interesses

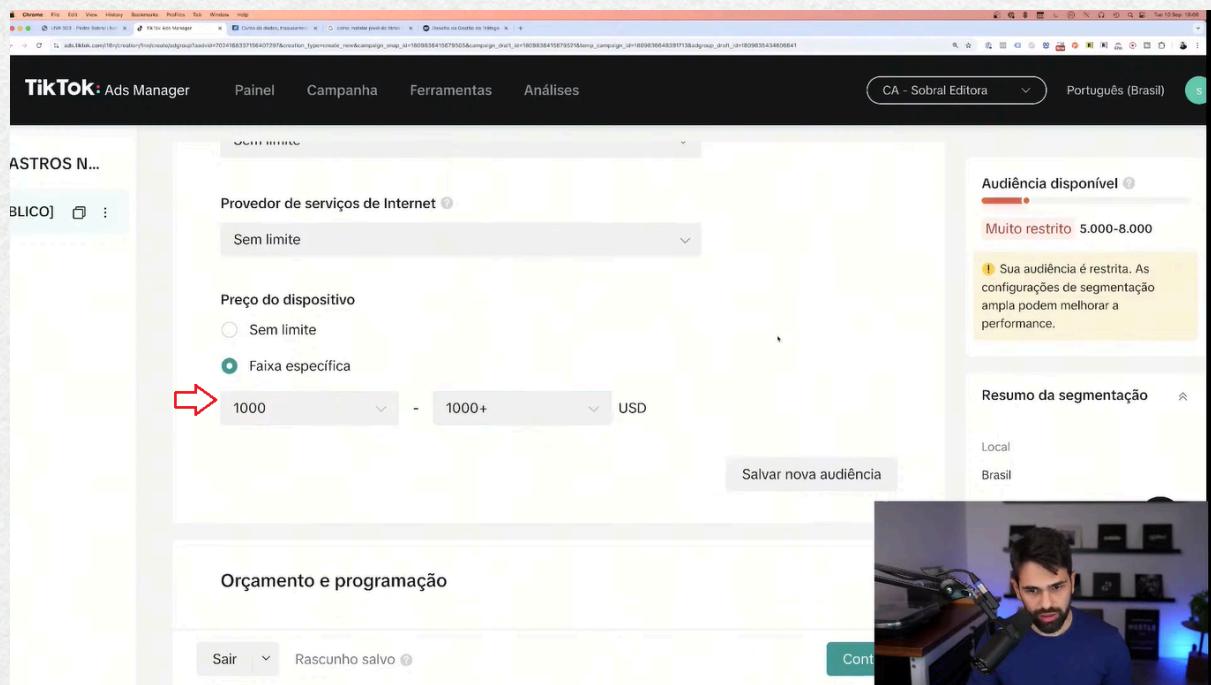
- Intenção de compra
- Interações de vídeo
- Interações do criador
- Interações de hashtag

Interesses > Viagem

- Veículos/Transporte
- Serviços de negócios
- Reforma/residencial
- Notícias e entretenimento
- Família
- Aplicativos
- Equipamentos eletrônicos

Sair Rascunho salvo Continuar

Em “**Dispositivo**”, a gente encontra uma função que eu considero relevante, principalmente, quando você está querendo as pessoas que têm o poder de compra mais alto. **A gente pode segmentar pela faixa de preço do dispositivo.**



No meu caso, eu recomendo não colocar. **Faça os testes e veja o que funciona melhor.**

Em seguida, a gente vai ter “**Orçamento e programação**”. Então, posso definir quanto eu quero gastar por dia, e também posso definir as horas de início e de fim da campanha.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface. A red box highlights the first two steps of a campaign setup process:

- Orçamento**: "Usa o orçamento da campanha. Diariamente: BRL 50,00"
- Programação**:
  - Definir a hora de inicio e veicular o grupo de anúncios continuamente
  - Definir as horas de inicio e de fimA note below states: "A veiculação do anúncio se baseia no fuso horário da conta registrada: (UTC-03:00) Hora de São Paulo. Consulte horário no local de segmentação."

To the right, there's a sidebar with audience information and a video thumbnail of a man with a beard giving a thumbs up.

Além disso, eu posso rodar a campanha o dia inteiro ou escolher rodar o anúncio em dias e horários específicos.

Mais para frente, a gente encontra **“Lance e otimização”**, mas a gente não vai mexer em nada por aqui. Clicamos em **“Continuar”** e está feito. Vamos para a parte de configuração do anúncio.

Na parte do anúncio, **a gente começa colocando o nome do anúncio.**

**Depois, a gente tem duas opções:**

1. Anunciar conteúdos que estão na minha conta do TikTok;
2. Subir um vídeo novo.

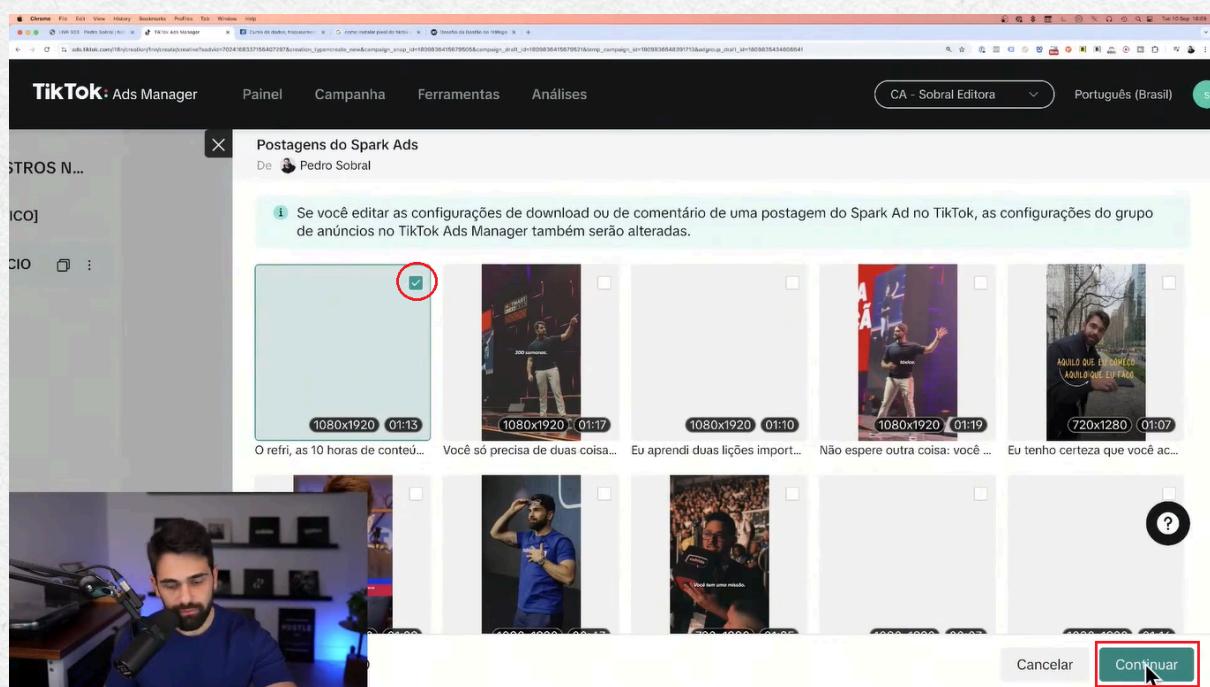
**O que funciona melhor? Tanto faz.** Você tem que escolher o que faz mais sentido para você.

Para anunciar um vídeo na sua conta do TikTok, **não esqueça que você tem que ter clicado no seu uzinho (que no meu caso é o “S”), ir nas configurações do usuário e adicionar a sua conta.**

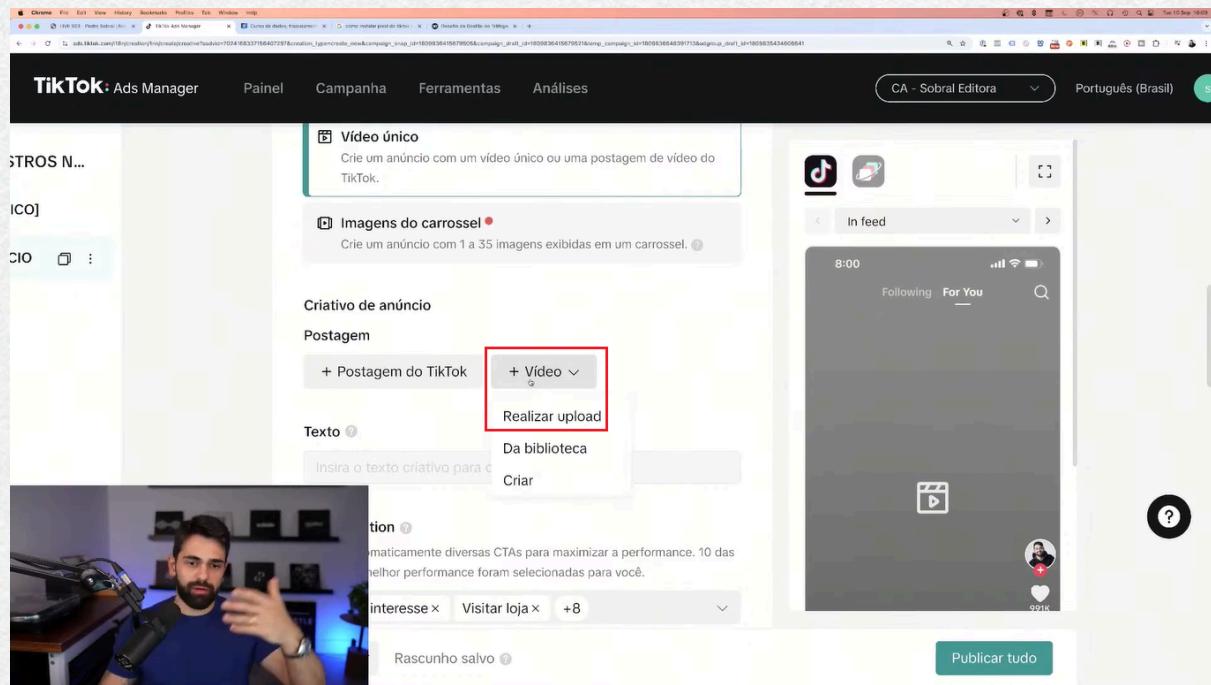
Quando você tiver feito isso, ela vai aparecer como uma conta autorizada.



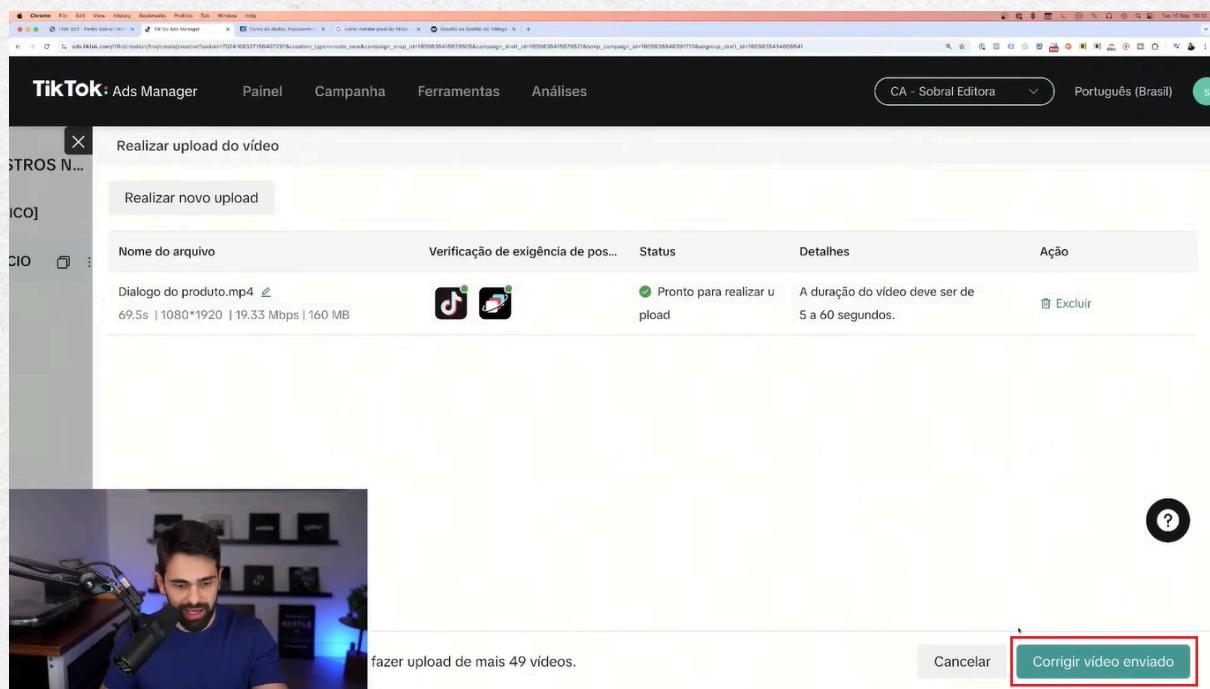
No detalhamento de anúncio, a gente vai selecionar a postagem do TikTok, ele vai carregar as publicações, a gente seleciona a publicação desejada e clica em "**Continuar**".



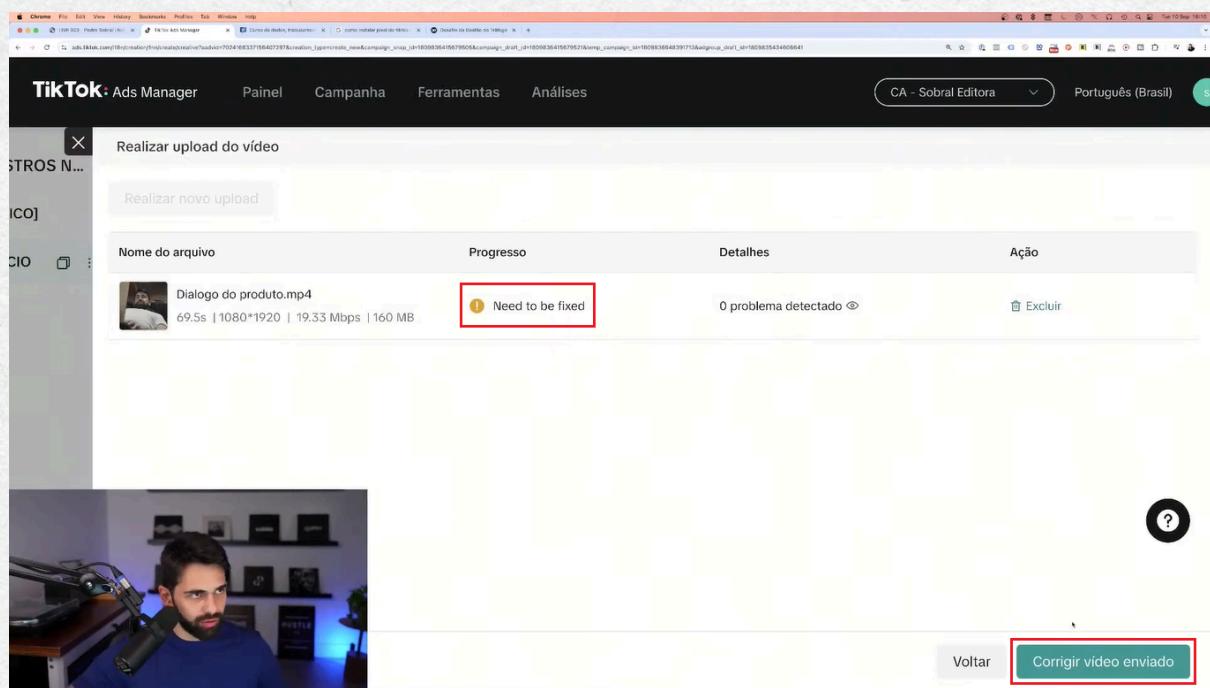
Se não for assim, eu posso carregar vídeo. Para isso, vou clicar em “**+** Vídeo” e, em seguida, em “**Realizar upload**” para subir um arquivo do computador.



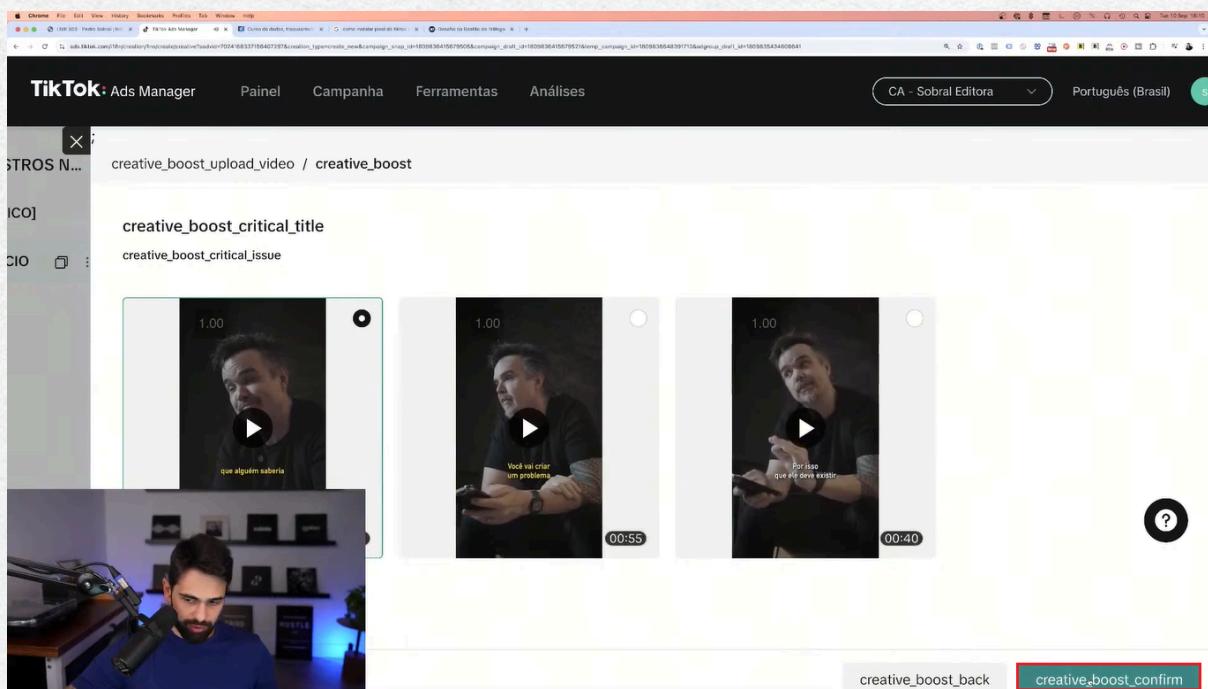
Vídeo selecionado, ele carrega, eu clico em “**Corrigir vídeo enviado**”, ele vai fazer o upload do vídeo.



Ele vai dizer que o vídeo precisa ser ajustado/arrumado. Então, a gente clica novamente em “**Corrigir vídeo enviado**” (não tem problema).



Vai ficar carregando algumas opções que ele dá para caso você queira cortar alguma coisa ou mudar alguma coisa. A gente clica em “**creative\_boost\_confirm**”.



Vai aparecer o vídeo para a gente e a gente vai selecionar a opção “**Mostrar somente como anúncio**”, porque se não selecionar, ele vai publicar o vídeo lá na conta do TikTok. Depois, a gente **coloca a descrição do anúncio**.

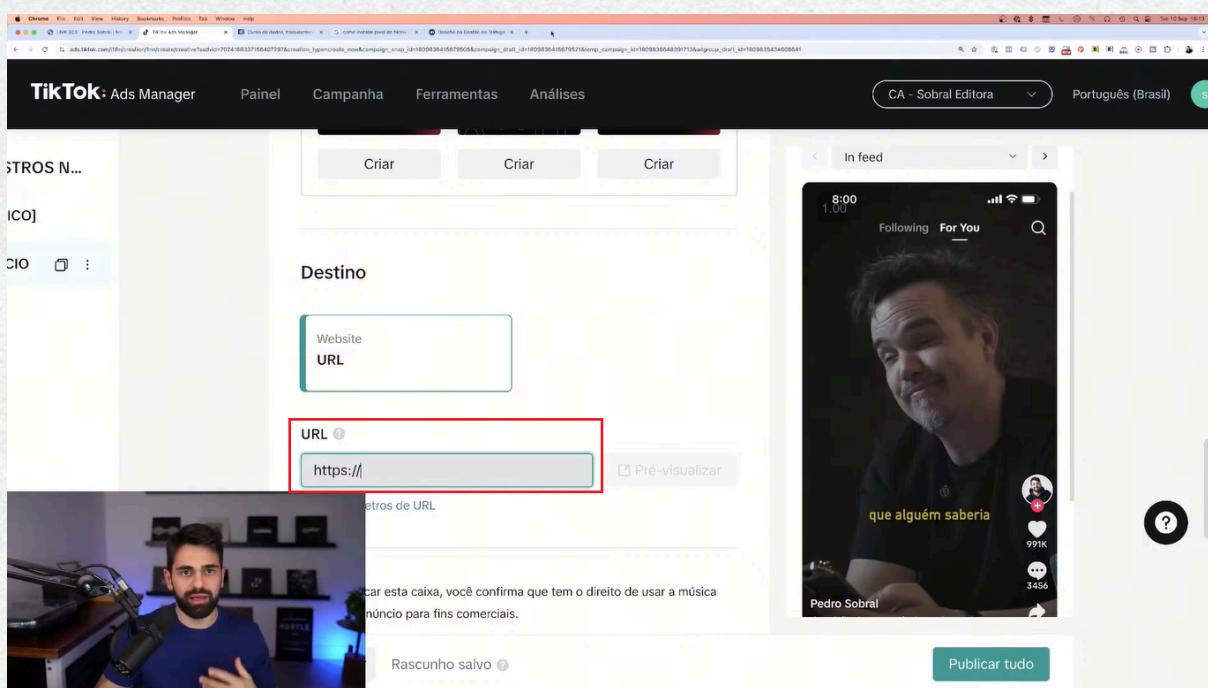
**Um ponto importante:** ele está com um monte de call to action selecionado. Então, clica em “**Selecionar tudo**” para desfazer a seleção geral e **escolhe apenas a que faz sentido para você.**

Se eu quiser, eu posso colocar um sticker no meu anúncio de countdown. **É um teste que você pode fazer, mas não é algo que você vai ver que vai dar mais resultado.**

Além disso, você pode usar um display card, que é como um cartão digital que vai aparecer na frente do seu anúncio. Para mim, fica horrível. Eu não gosto dele. **Mas também pode colocar um cupom de desconto, que eu acho que pode funcionar bem para e-commerce, mas que, para a maioria dos outros negócios, não faz sentido.**

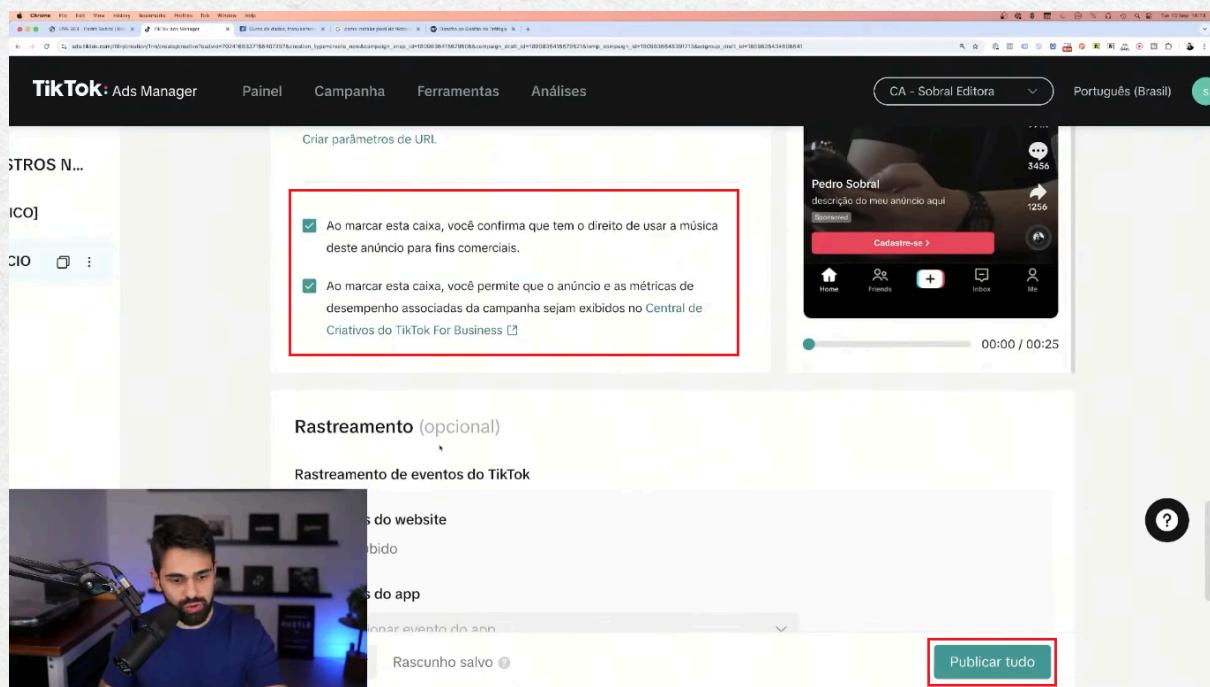
**Na parte final, a gente vai colocar para onde vamos enviar as pessoas.**

Se a gente estiver enviando as pessoas para um determinado destino, vamos colocar a URL.



Deixe as opções que aparecem logo abaixo selecionadas e pronto.

**Publicar campanha.**



Mas, claro, **eu também posso criar outros públicos**. Então, aqui estou anunciando para um determinado público e eu posso criar vários anúncios.

**Eu posso copiar esse anúncio, ele vai fazer uma duplicação desse anúncio e eu vou criar diferentes anúncios.** Eu faria isso para o TIKTok descobrir qual dos meus anúncios funciona melhor.

**Mas eu também posso duplicar o meu conjunto de anúncios para anunciar para outro público.** O TikTok vai, então, dividir aqueles 50 reais entre o meu público 1 e o meu público 2.

Minha recomendação para você é que você **tenha, no máximo, 6 conjuntos de anúncios**. Então, **uns 6 públicos diferentes para o qual você está anunciando e, dentro de cada um deles, 6 anúncios diferentes**.

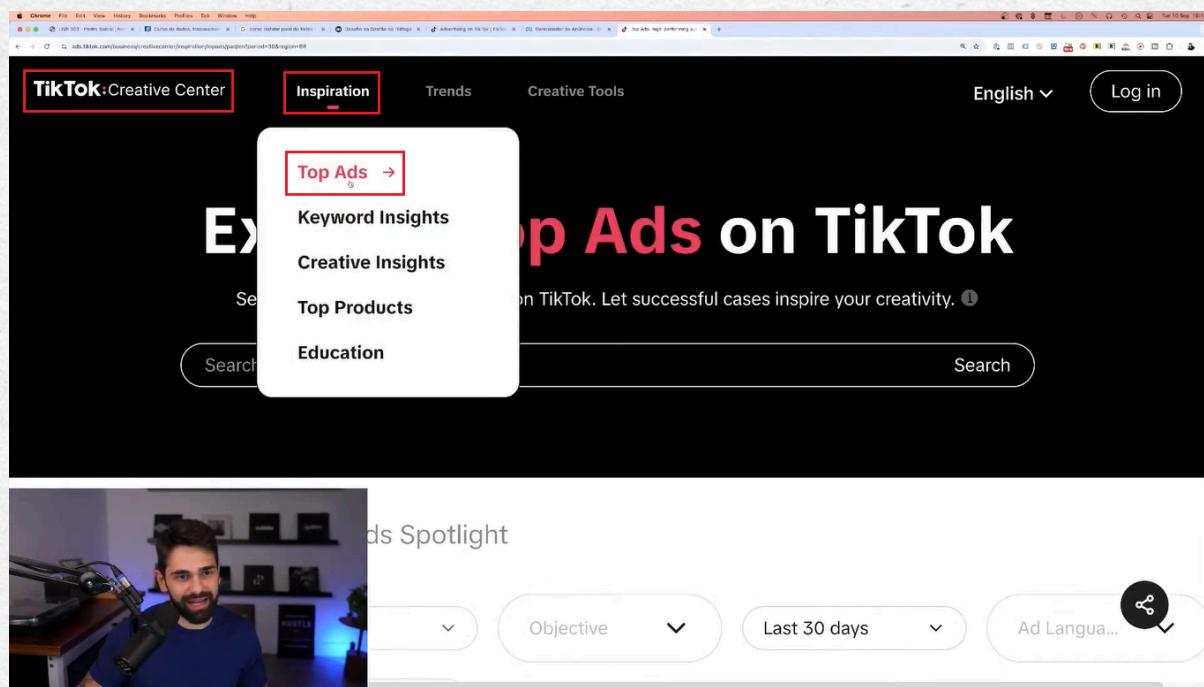
**Com toda essa configuração feita, publica tudo e bota a sua campanha para rodar.**

**Quais são os cuidados que você tem que tomar no TikTok?**

Principalmente, com a **qualidade das pessoas**.

**Se eu pegar as minhas campanhas, a gente vê que as conversões saem por um valor muito barato**, principalmente se a gente comparar com o Meta Ads. **Qual é a diferença? É que, no Meta, a gente tem leads muito mais qualificados.**

Uma dica importante que eu posso te dar é que o TikTok tem o Creative Center. Então, é só você pesquisar no Google, abrir o site e clicar em **“Inspiration”**, depois em **“Top Ads”** e você consegue pesquisar os anúncios que mais estão tendo resultado.



**Fechou?**

**Se você está no início da jornada, não se apavore.** Aqui na Comunidade Sobral de Tráfego, você encontra todos os ensinamentos que vão te conduzir nessa jornada de conhecimento no módulo TikTok Ads.

**Lembre-se: a confusão é o primeiro passo para o entendimento.** Se você ficou confuso, é porque deu o primeiro passo para aprender algo novo e crescer ainda mais como um gestor de tráfego.

**Tamo junto!**