



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

# COMO FAZER ANÚNCIOS NO TIKTOK ADS



LIVE #303



@pedrosobral



#pedrosobral.com.br



# SUMÁRIO



•	Minuto 00'02'' Introdução Cap. 1 - Pág. 2	•
•	Minuto 14'55'' Como fazer anúncios no TikTok Cap. 2 - Pág. 4	•
•		



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.

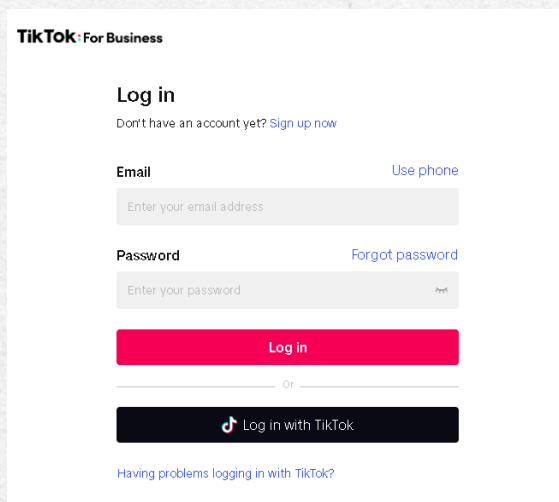


## Como criar uma BC

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 image shows the TikTok For Business login page. At the top, it says "TikTok For Business". Below that is a "Log in" heading. A link "Don't have an account yet? Sign up now" is provided. There are two input fields: "Email" with a "Use phone" link and "Password" with a "Forgot password" link. Both fields have placeholder text "Enter your email address" and "Enter your password" respectively. A red "Log in" button is below the password field. Below the button is an "Or" separator. Underneath is a black button with the TikTok logo and the text "Log in with TikTok". At the bottom, there is a link "Having problems logging in with TikTok?".

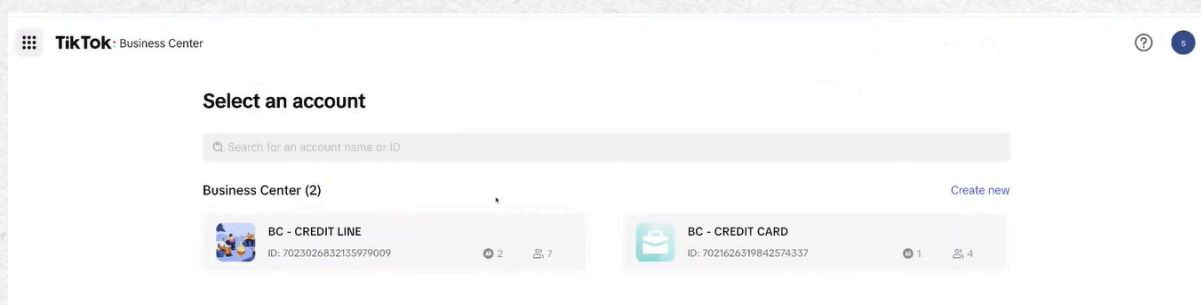
No meu caso, eu gosto de deixar tudo vinculado ao meu perfil.

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.

The image shows the TikTok Business Center account selection page. At the top, it says "TikTok Business Center". Below that is a "Select an account" heading. There is a search bar with the placeholder text "Search for an account name or ID". Below the search bar, it says "Business Center (2)" and a "Create new" link. There are two account cards: "BC - CREDIT LINE" with ID "7023026832135979009" and "BC - CREDIT CARD" with ID "7021626319842574337". Each card has a small icon and a number of items (2 and 4 respectively).



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

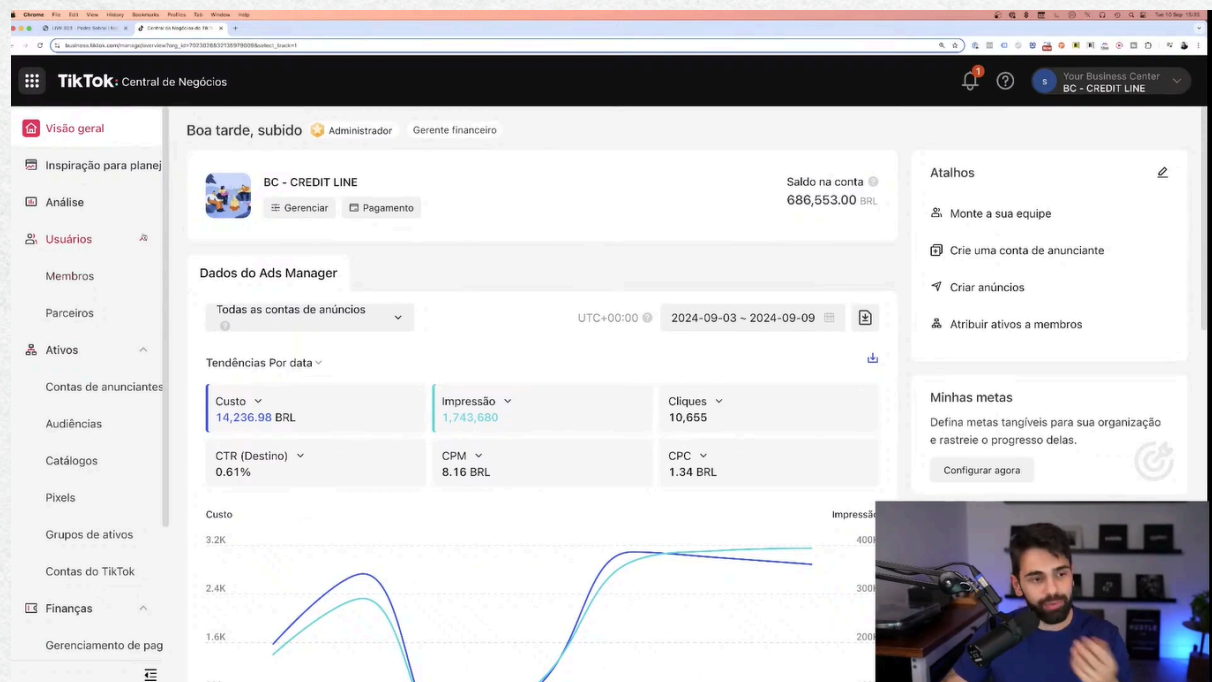
## **A Business Center é como se fosse a caixa organizadora do meu negócio, onde eu vou botar tudo que eu tenho de importante dentro.**

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**

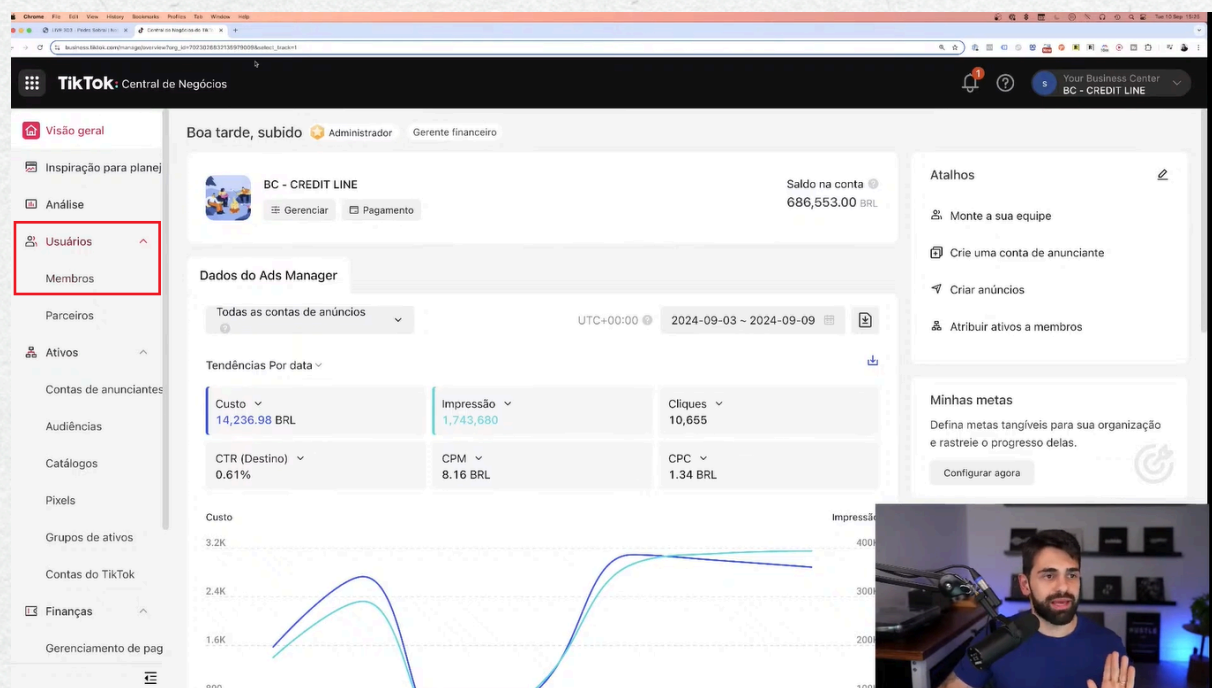
Na visão geral, é isso que a gente vai ver:





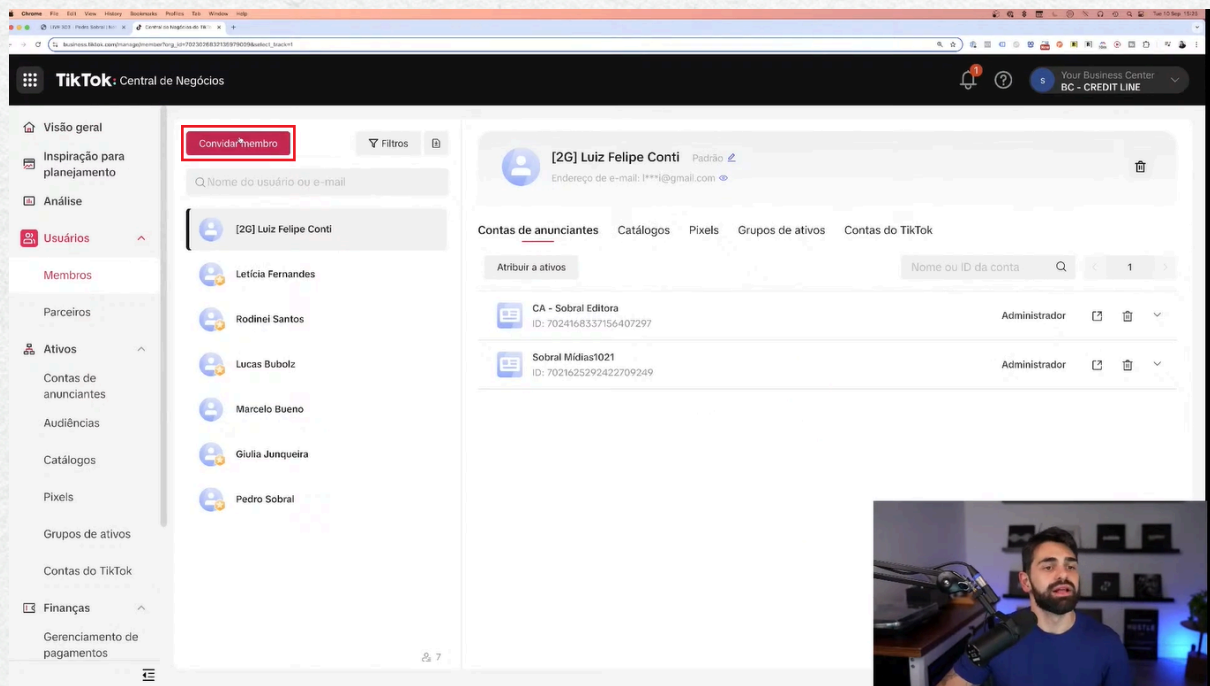
E o que é importante que você saiba no gerenciador é fazer o gerenciamento dos usuários.

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



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.





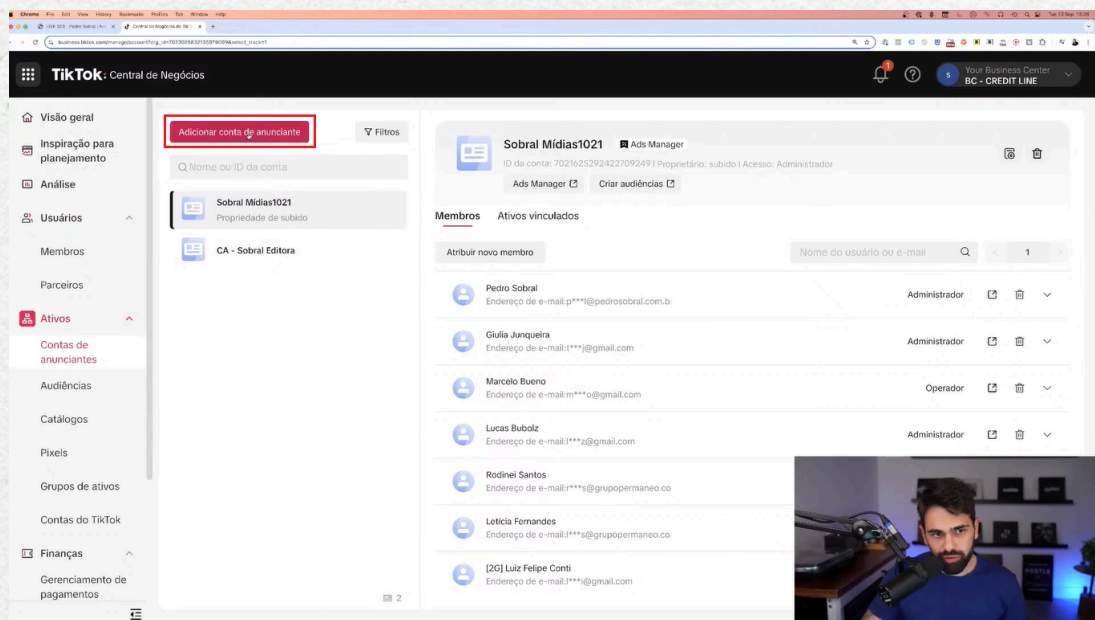
Então, o que podemos colocar dentro da BC?

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

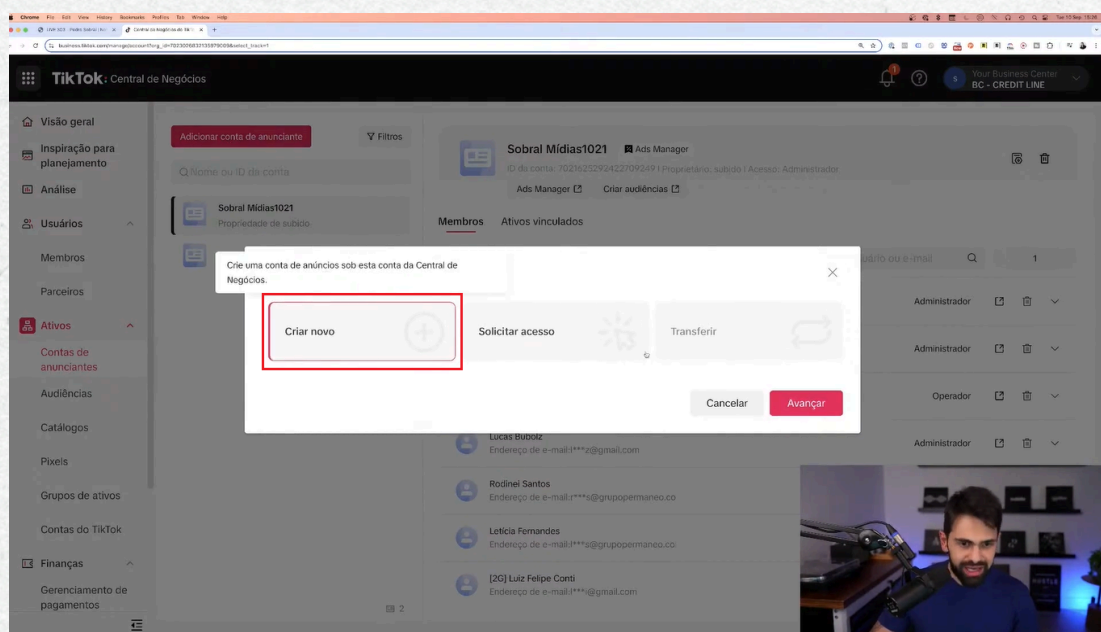


## Como adicionar nova conta de anunciante

01 Clique em “Adicionar conta de anunciante”.



02 Clique em “Criar novo”.





### 03 Preencha as informações da conta.

**TikTok: Central de Negócios**

**Criar nova**

1 Informações sobre a conta 2 Verificação 3 Grupo de faturamento

**Nome da conta**

Insira o nome da conta de anúncios

**Fuso horário da conta**

Selecione um fuso horário

Afetará todas as funções relacionadas ao tempo, como relatórios de dados e programação de anúncios. Não pode ser alterado depois que você criar a conta de anúncios.

Exibir configurações de preenchimento automático

Cancelar Avançar

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

**TikTok: Central de Negócios**

**Criar nova**

1 Informações sobre a conta 2 Verificação 3 Grupo de faturamento

**Nome do contato (Opcional)**

Insira um nome de contato

O nome da pessoa responsável por esta conta.

**E-mail do contato (Opcional)**

Insira um e-mail de contato

O e-mail da pessoa responsável por esta conta.

**Número do telefone (Opcional)**

BR +55 Insira um número de telefone

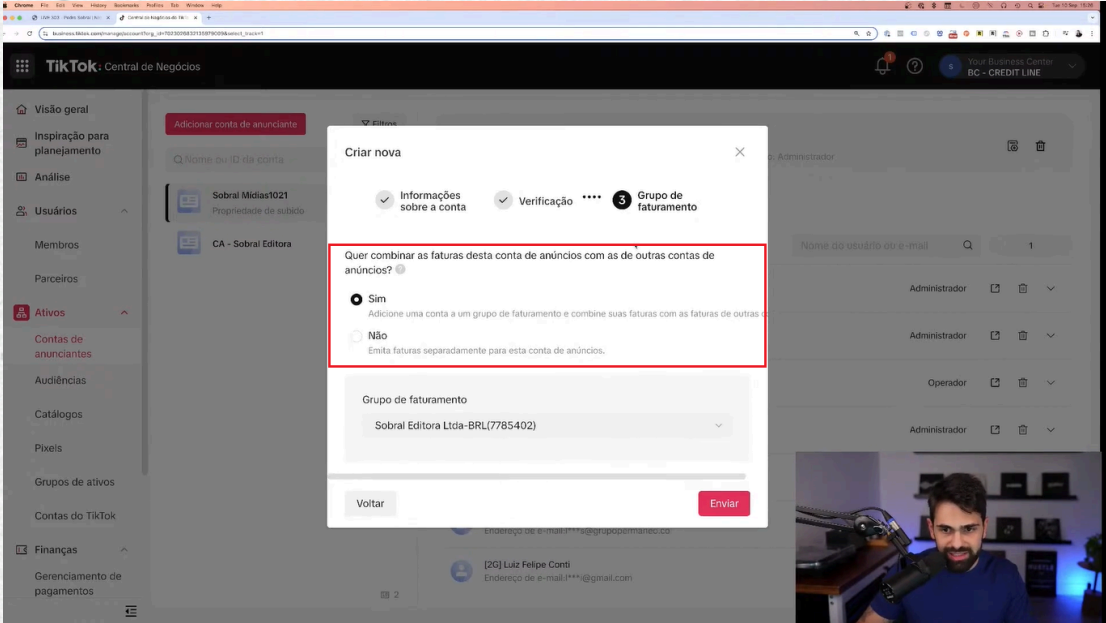
O número do telefone da pessoa responsável por esta conta.

Exibir configurações de preenchimento automático

Voltar Cancelar Avançar

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





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

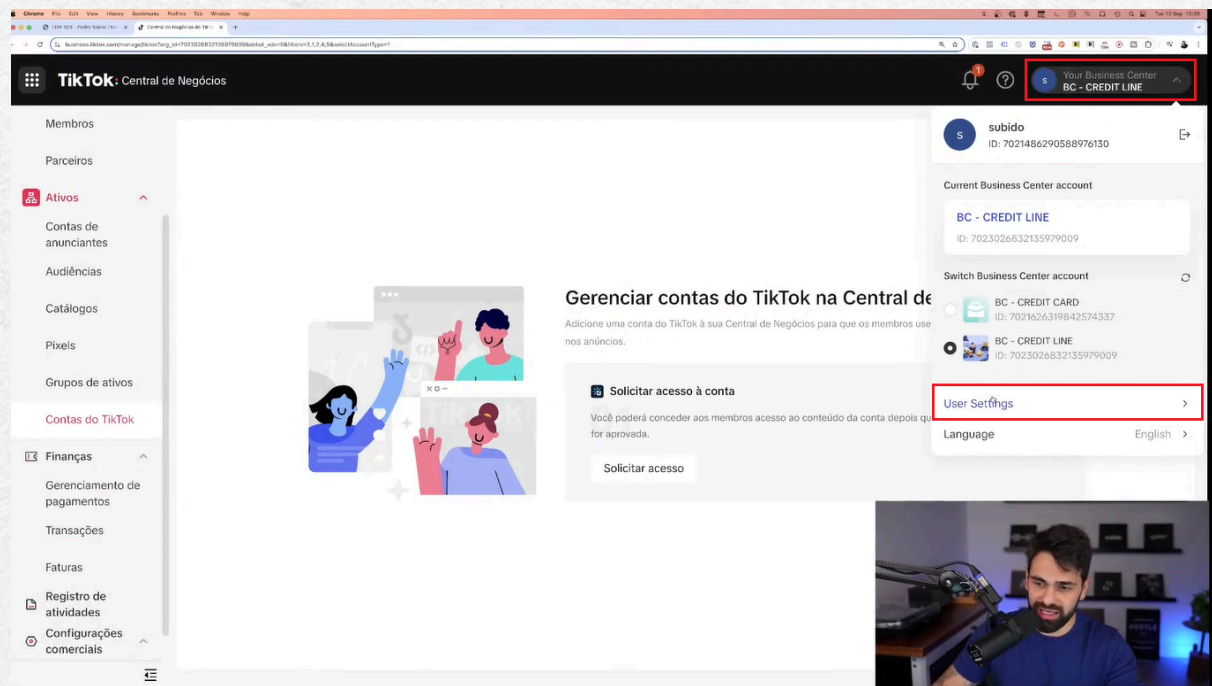
Além da conta de anunciante, eu também consigo criar:

- 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".

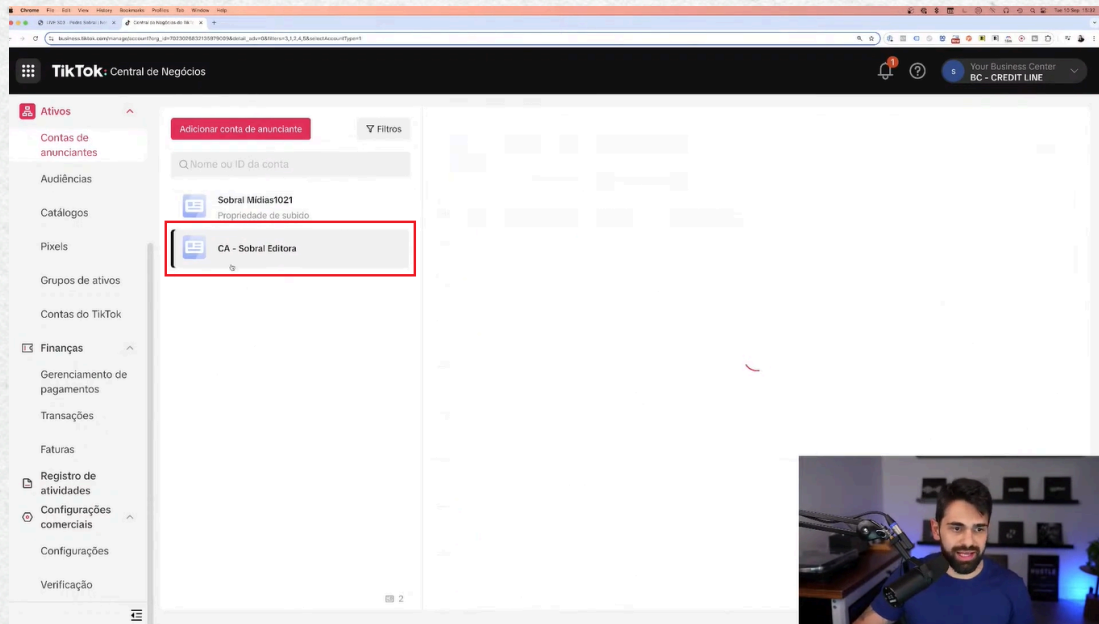
**02** Vá na configuração de usuário.



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

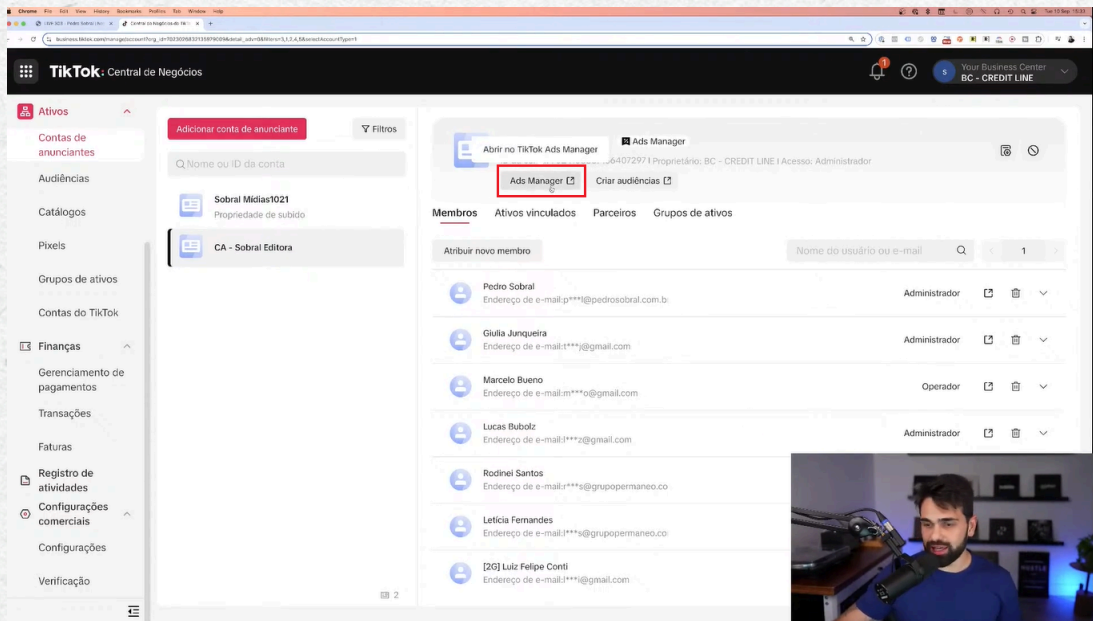
### Para abrir a CA

**01** Clique na conta de anúncios que você quer.

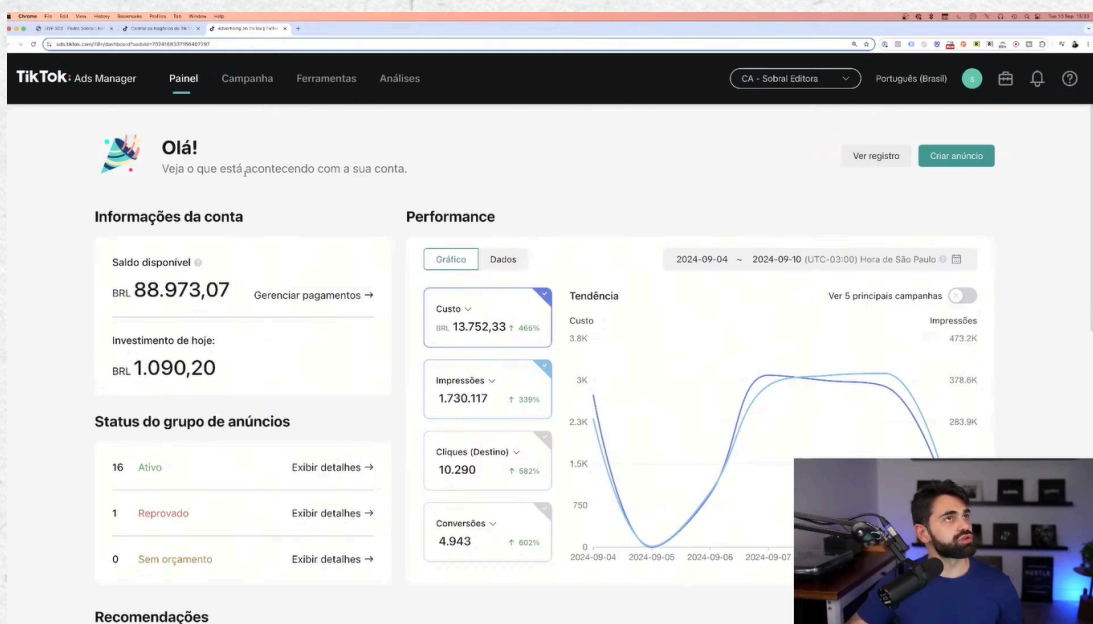


**02** Clique em Ads Manager.





Ele vai abrir a sua conta de anúncios.



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



**TikTok Ads Manager**

Olá! Veja o que está acontecendo com a sua conta.

Ver registro **Criar anúncio**

**Informações da conta**

Saldo disponível **BRL 88.973,07** Gerenciar pagamentos →

Investimento de hoje: **BRL 1.090,20**

**Status do grupo de anúncios**

Status	Quantidade	Ação
Ativo	16	Exibir detalhes →
Reprovado	1	Exibir detalhes →
Sem orçamento	0	Exibir detalhes →

**Performance**

Gráfico Dados 2024-09-04 2024-09-10 (UTC-03:00) Hora de São Paulo

**Custo** **BRL 13.752,33** ↑ 465%

**Impressões** **1.730.117** ↑ 339%

**Clique (Destino)** **10.290** ↑ 582%

**Conversões** **4.943** ↑ 602%

**Tendência**

Custo 3.8K 2.3K 1.5K 750 0

Impressões 473.2K 378.6K 283.9K

Ver 5 principais campanhas

**Recomendações**

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

**TikTok Business Center**

**Select an account**

Search for an account name or ID

**Business Center (2)** [Create new](#)

Business Center	ID	Followers	Views
BC - CREDIT LINE	ID: 7023026832135979009	2	7
BC - CREDIT CARD	ID: 7021626319842574337	1	4

**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.

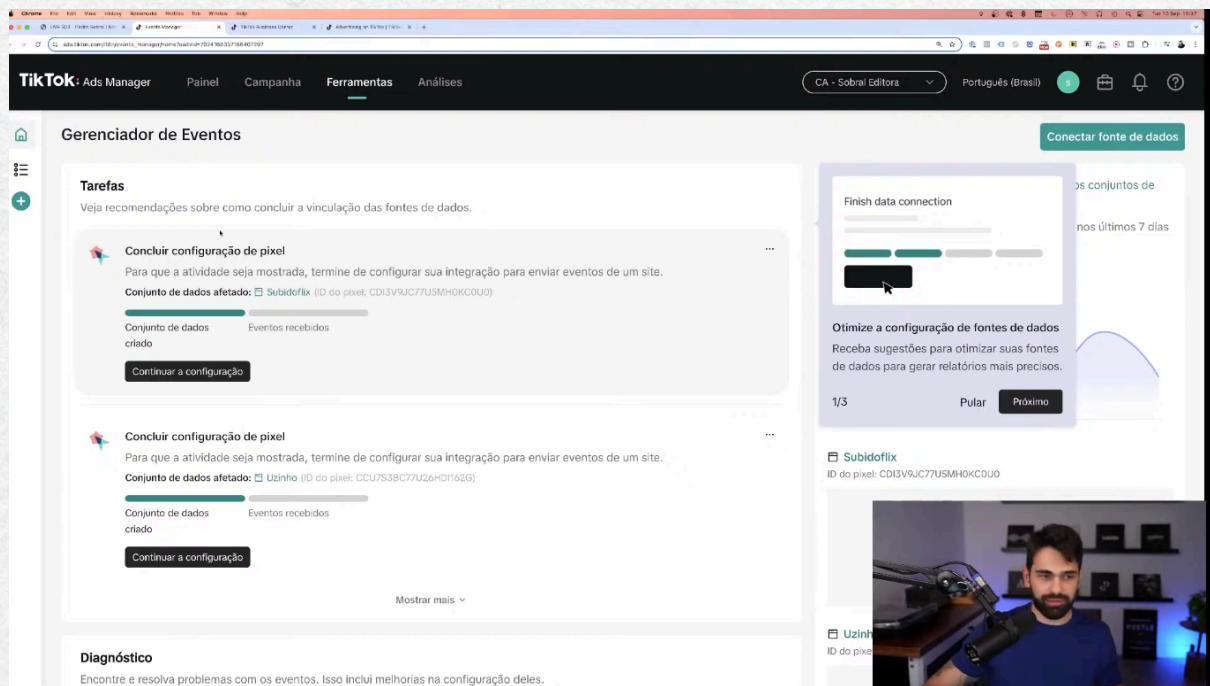
Como a gente configura os pixels? A gente vai abrir o menu de ferramentas e a gente vai em **“Eventos”**.

The screenshot displays the TikTok Ads Manager interface. The top navigation bar includes 'Painel', 'Campanha', 'Ferramentas' (highlighted with a red box), and 'Análises'. The 'Ferramentas' dropdown menu is open, showing options like 'Gerenciamento', 'Configurações', 'Eventos' (highlighted with a red box), 'Leads', 'Segurança da marca da Pangle', and 'Central de recomendações'. The main content area shows a dashboard with various metrics and a video player. The video player shows a man speaking into a microphone.

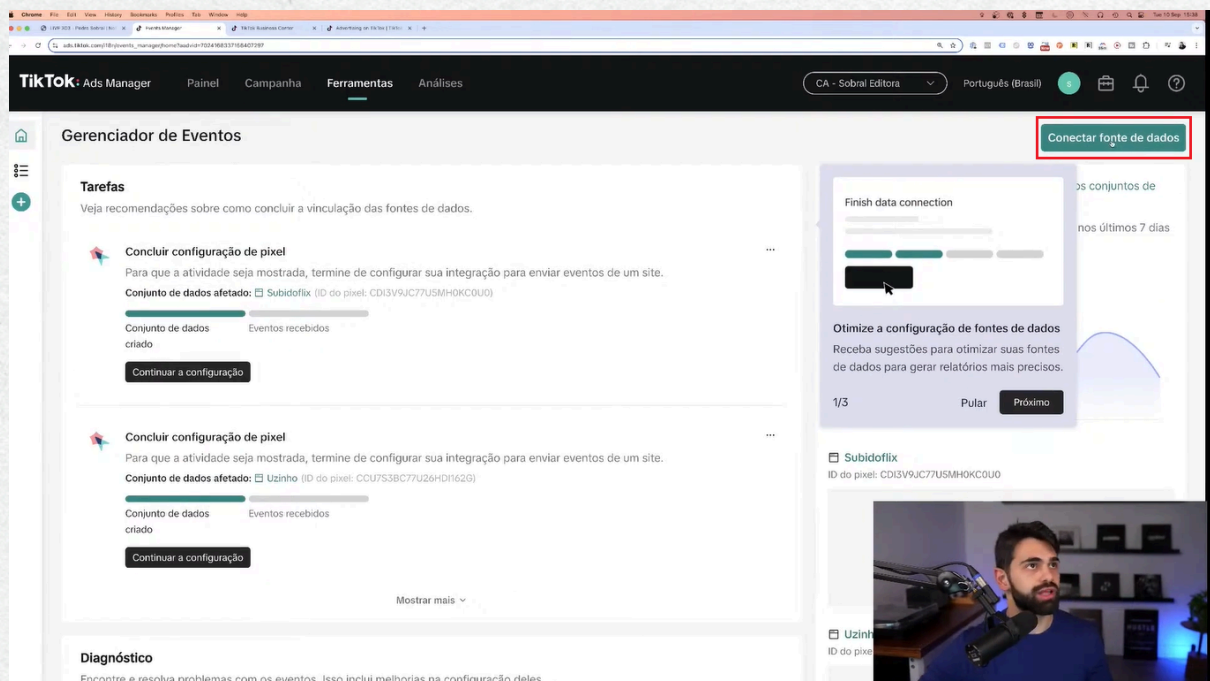
Metric	Value	Change
Impressões	1.730.117	↑ 339%
Cliques (Destino)	10.290	↑ 582%
Conversões	4.943	↑ 602%

Ele vai abrir o menu de gerenciamento de eventos.



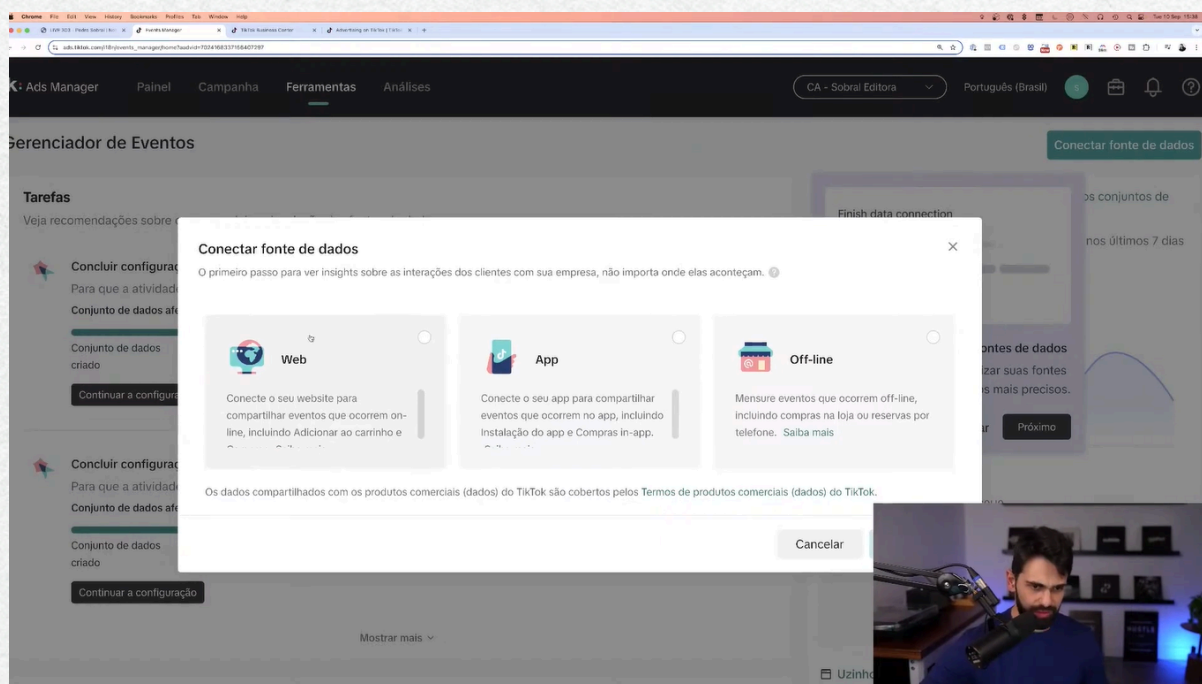


Como eu já tenho um pixel, eu vou ter outras notificações que você não vai ter. Mas a gente vai clicar em **“Conectar fonte de dados”**.

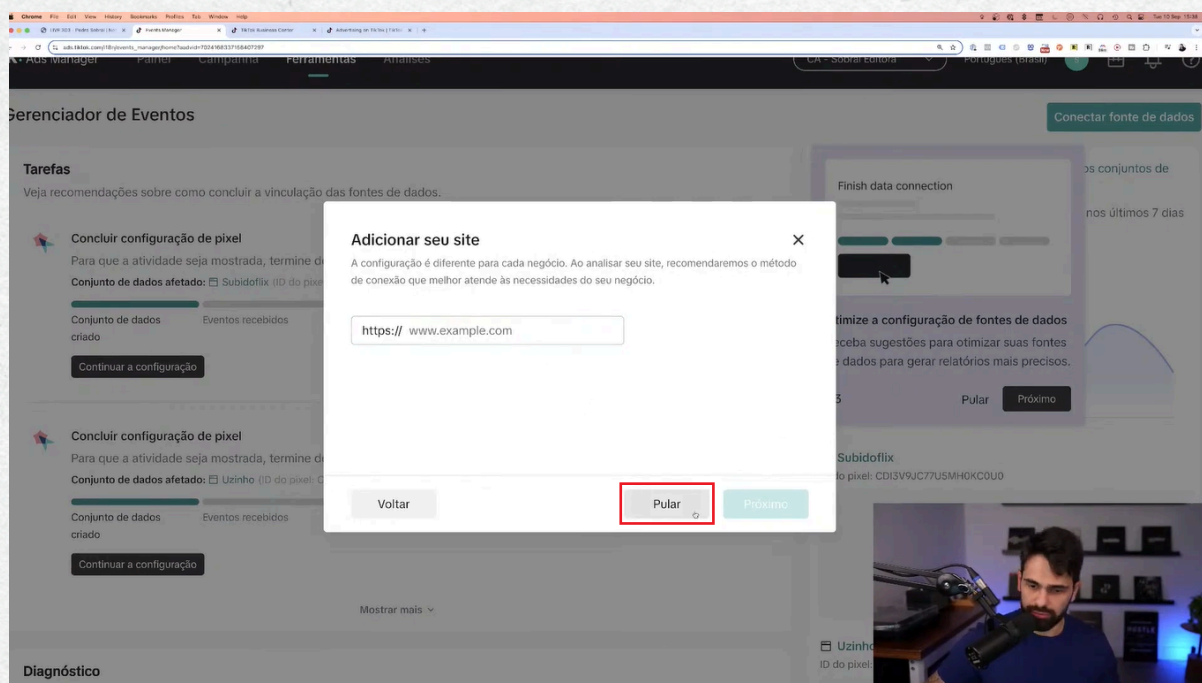


Ele vai dar a opção **“Web”**, **“App”** ou **“Off-line”**. No meu caso, eu venho em **“Web”** e cliço em **“Próximo”**.



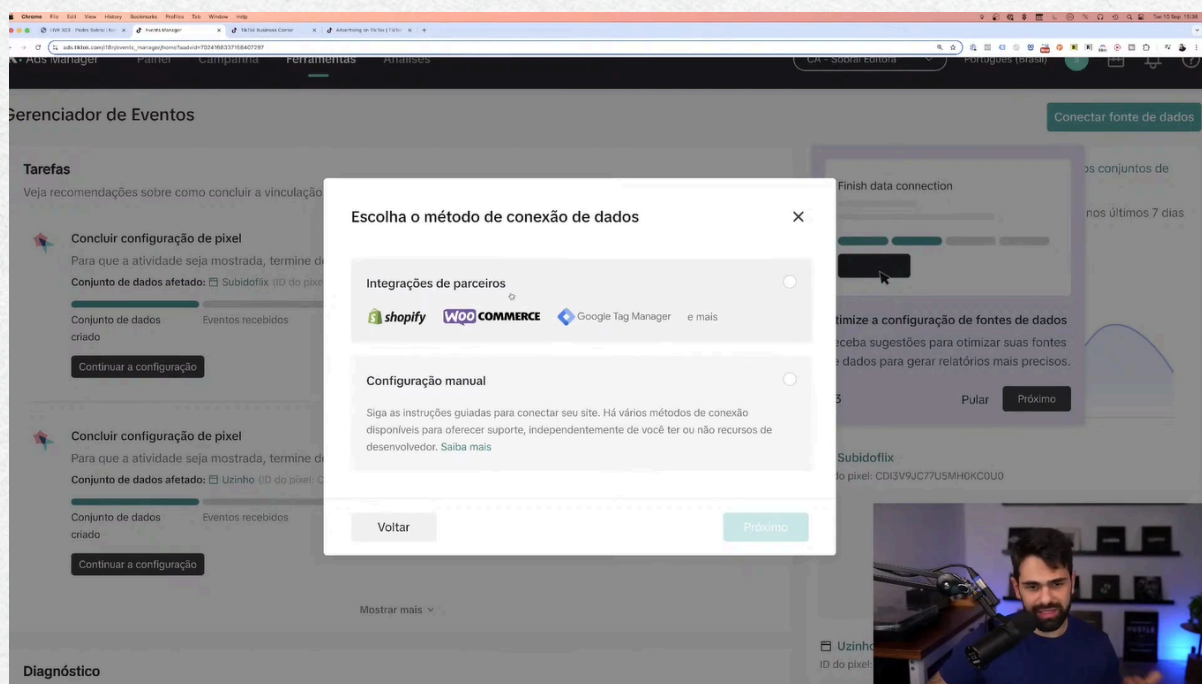


Depois disso, ele vai me pedir o meu site e eu vou clicar em **“Pular”**.



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

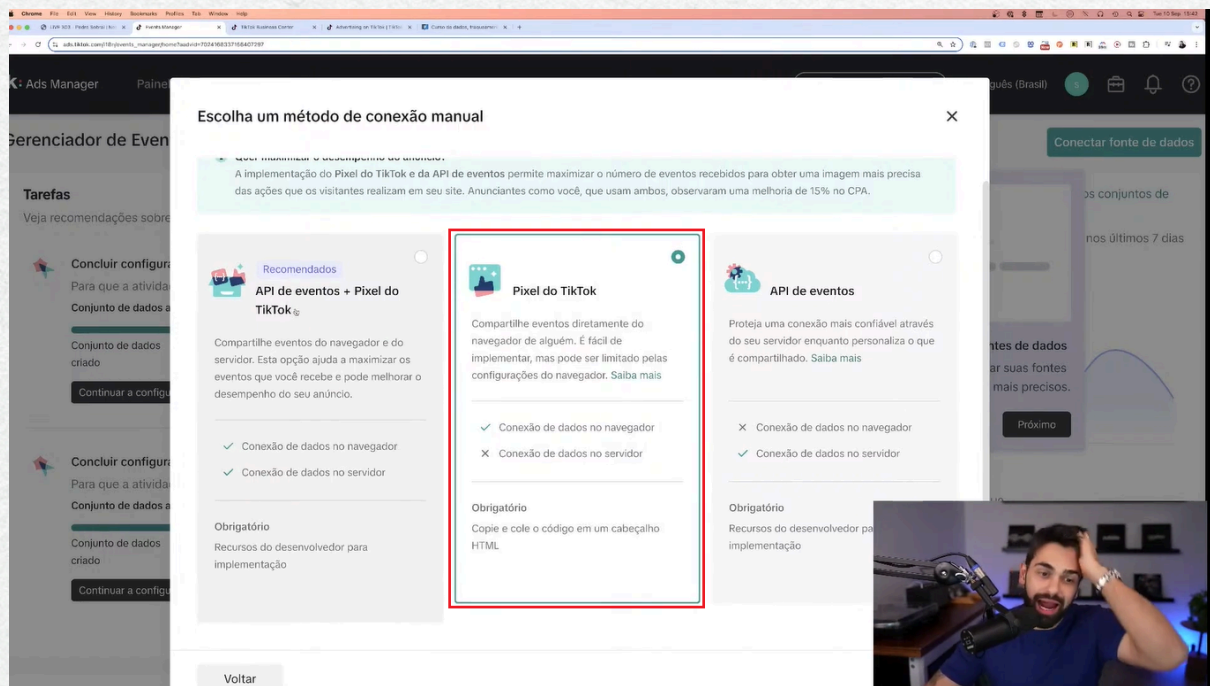




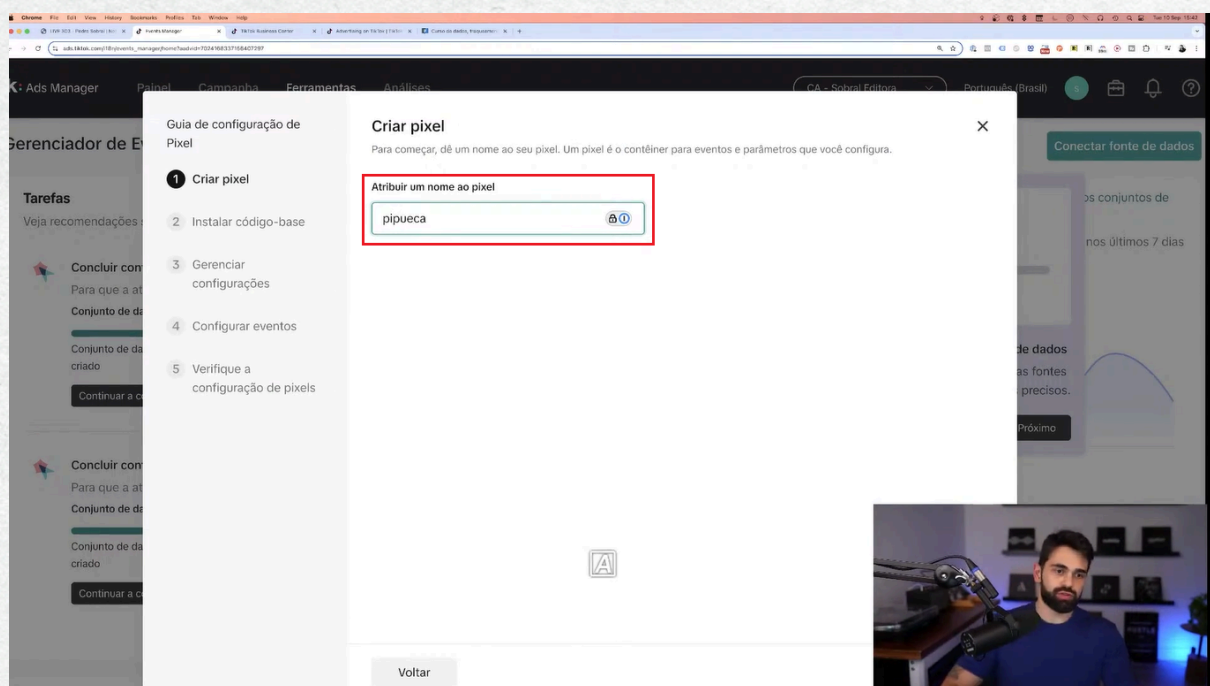
Se você criou o seu site com algum dos parceiros que encontra lá (podem ser os parceiros comerciais ou os parceiros de dados e gerenciadores de tags), você pode conectar o seu pixel com ele. Se quiser optar pelos gerenciadores de tags, o ideal é que você domine o Google Tag Manager.

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



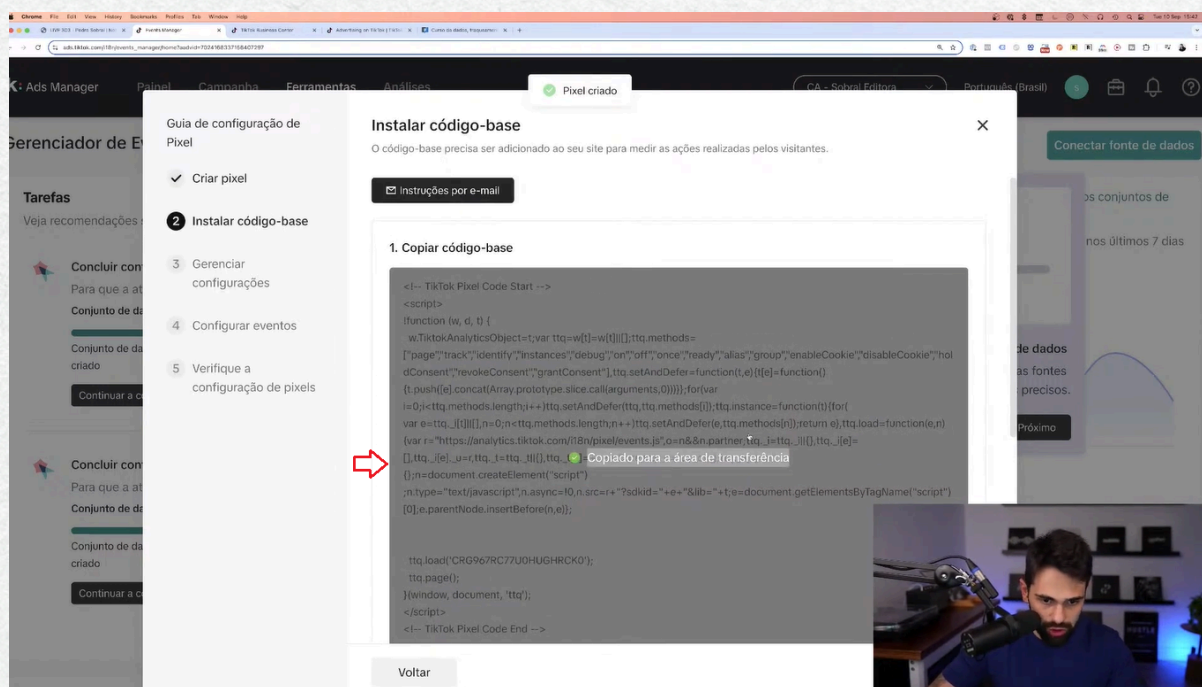


Depois, na parte de criação do pixel, dê um nome para ele.



Em seguida, copie o código.



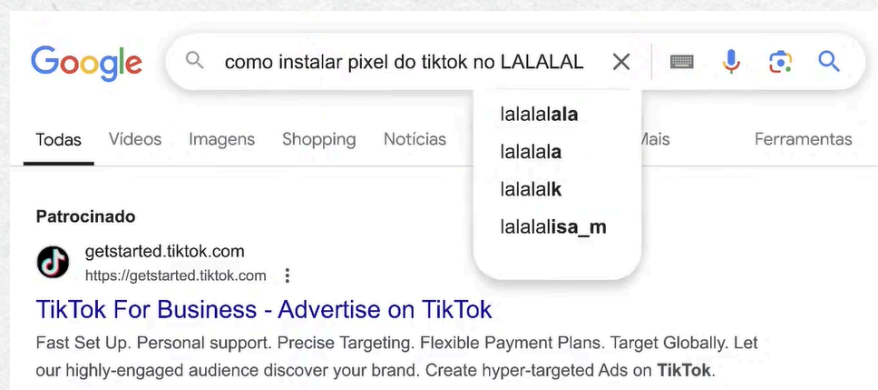


**Onde você instala esse código? Depende de onde você criou o seu site.**

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

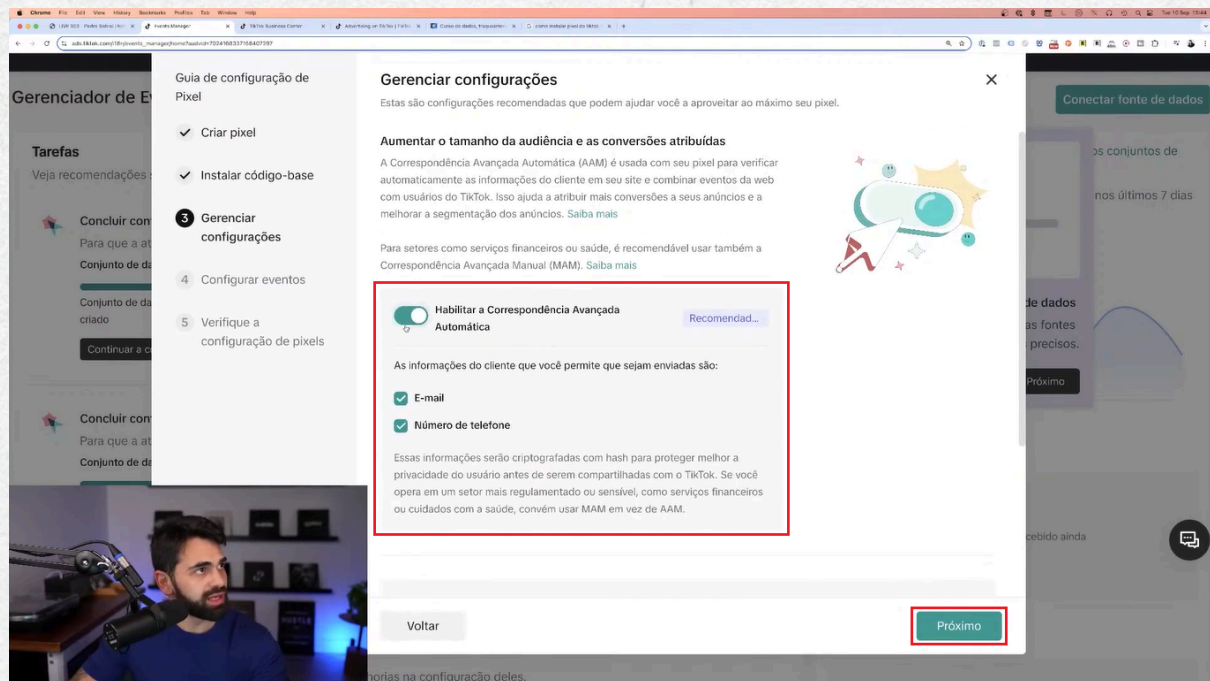
Mas o que você precisa entender aqui, mesmo, é: **instale o código no head das páginas do seu site.**

**“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.

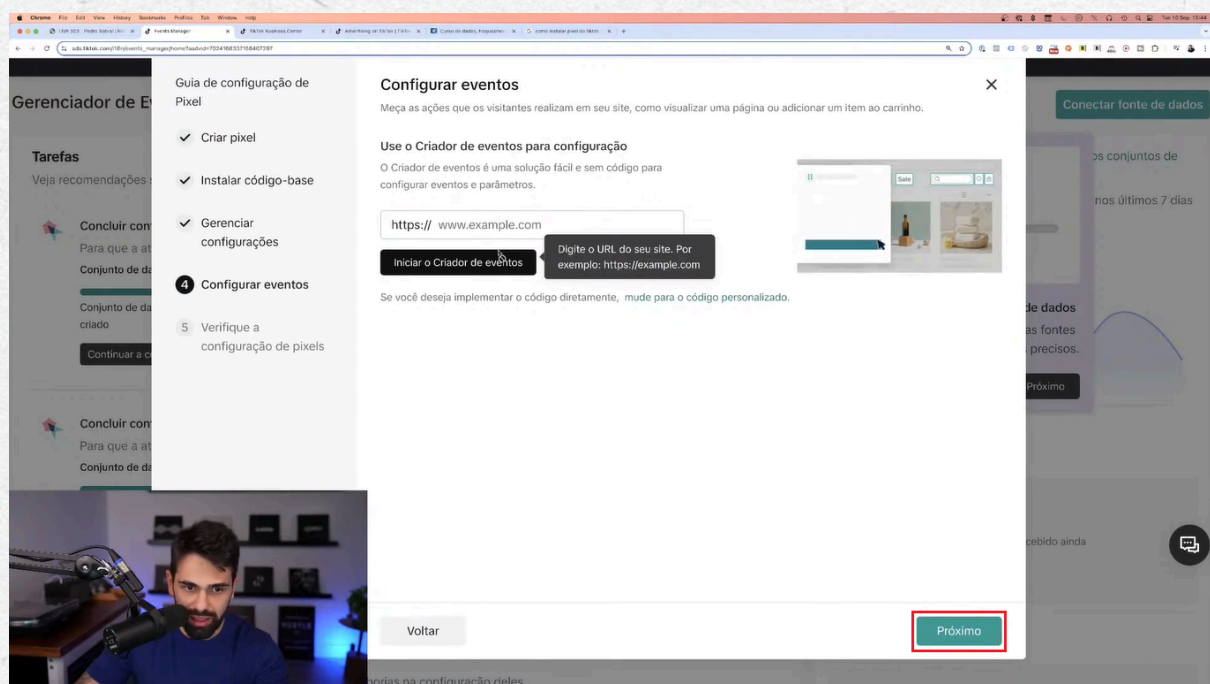




Em **“Gerenciar configurações”**, habilite a correspondência avançada automática e pode deixar tudo selecionado e seguir em frente.

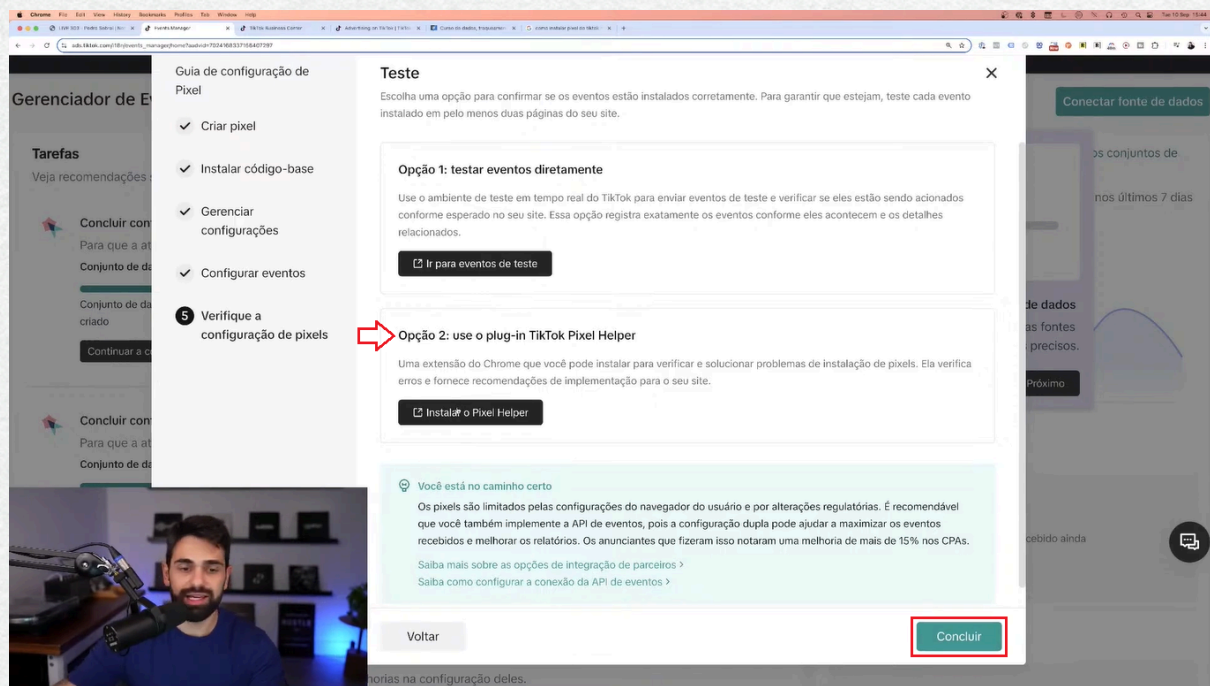


Em **“Configurar eventos”**, não precisa iniciar o criador de evento. Só clique em **“Próximo”**.





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.

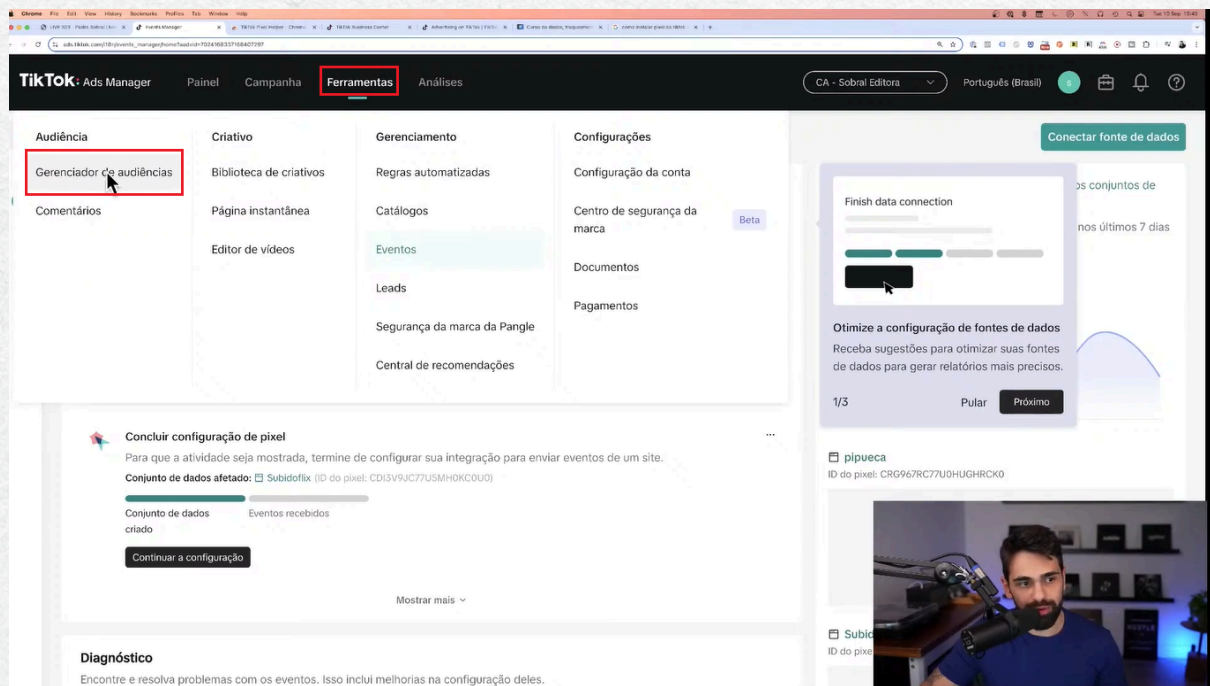


Feito isso, você clica em **“Concluir”**. Pronto! Pixel criado. Agora é a próxima etapa.

- **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

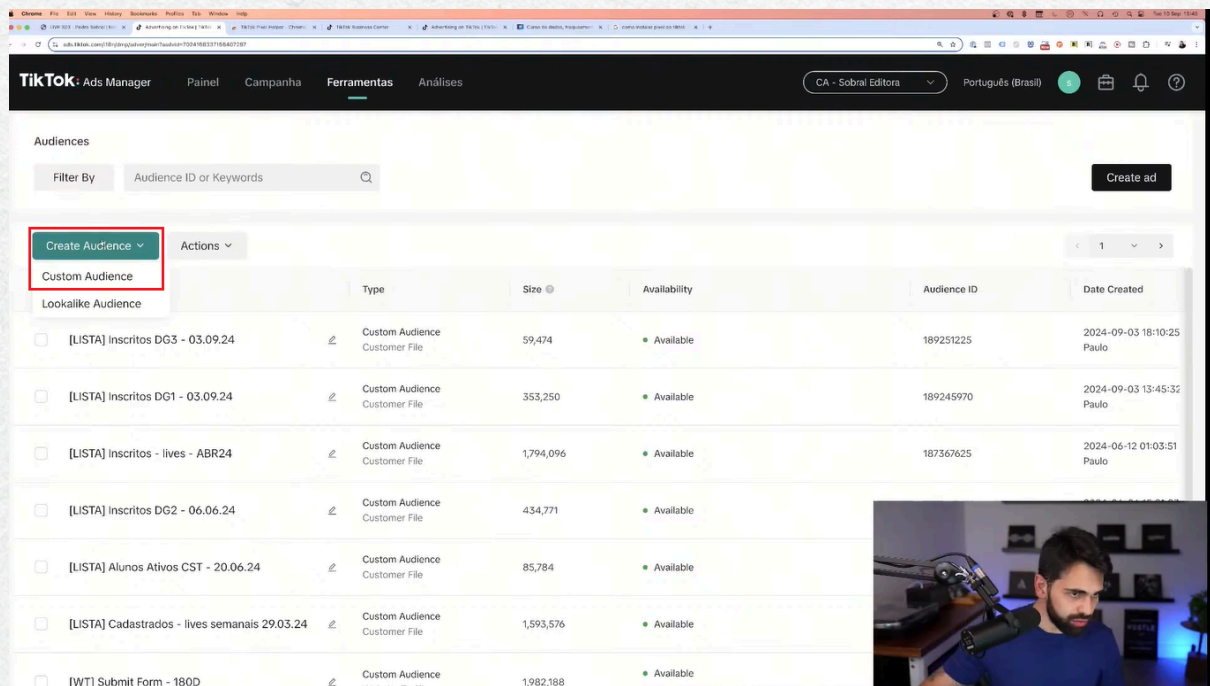
### Nome sugerido

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

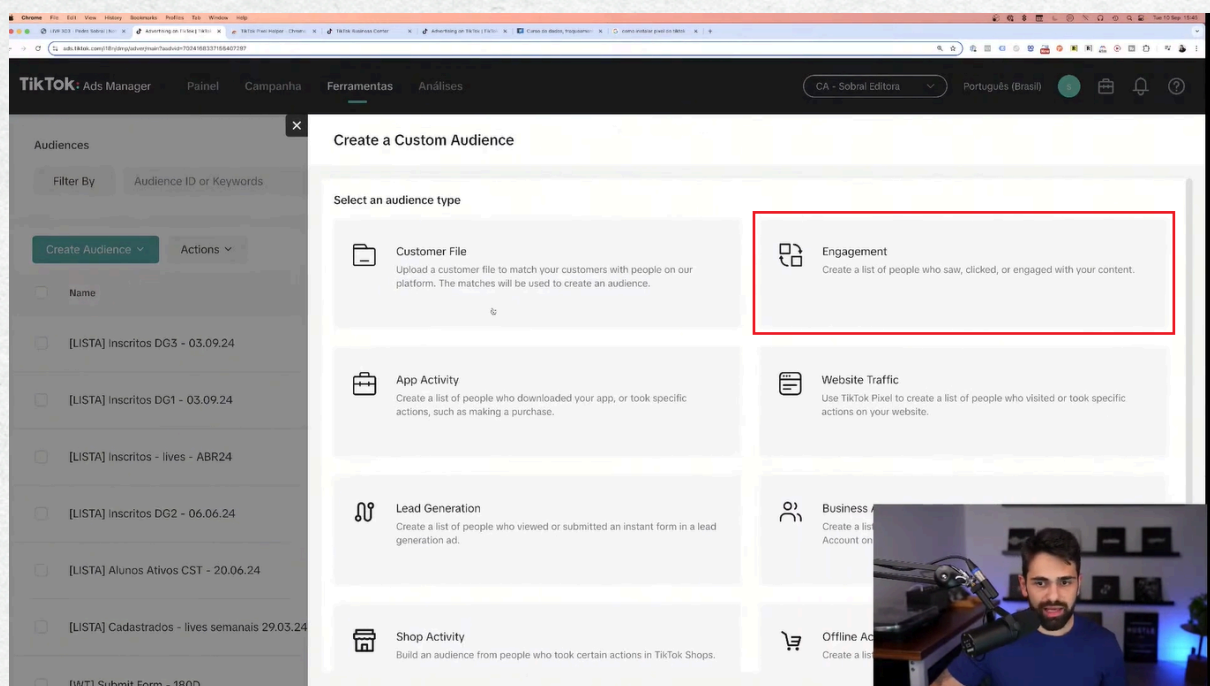
### PASSO A PASSO

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



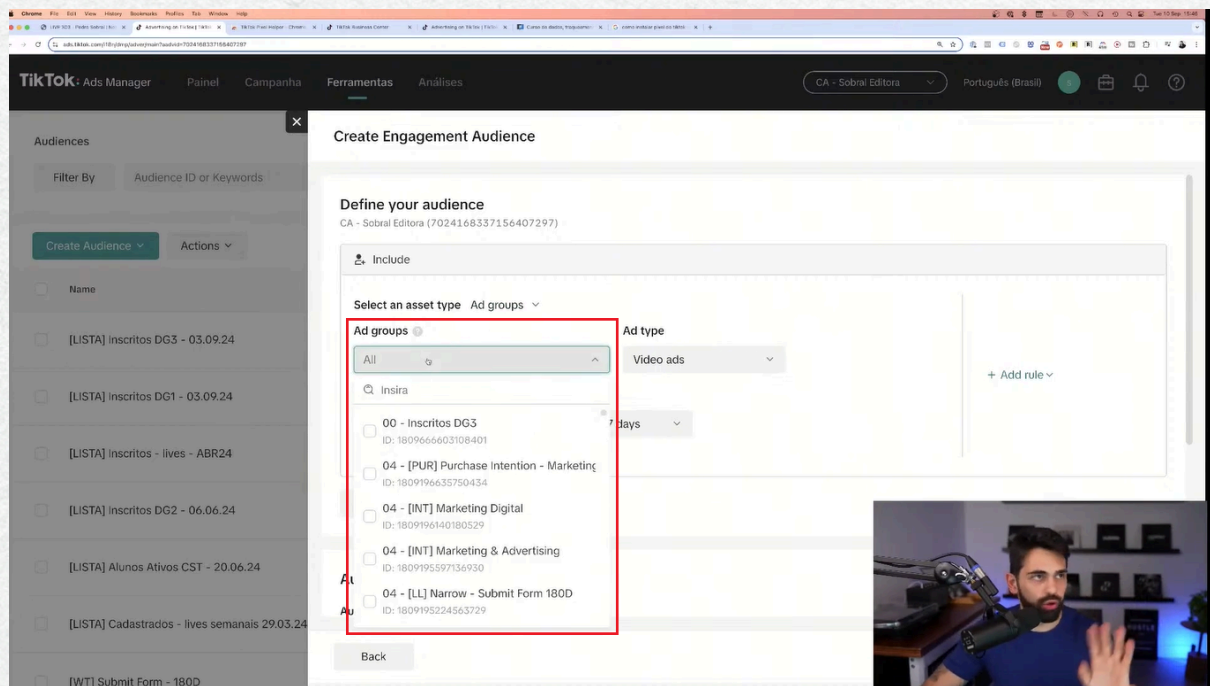


## 02 Seleccione “Engagement”.

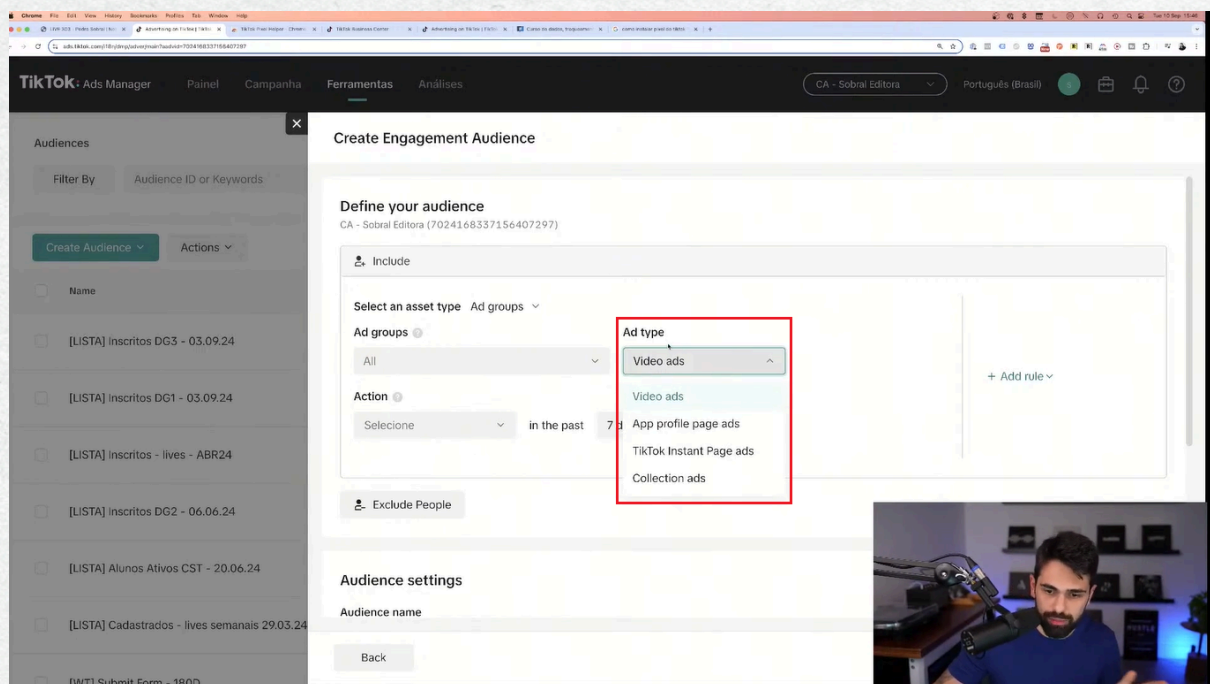


## 03 Em “Ad groups”, seleccione o público desejado.



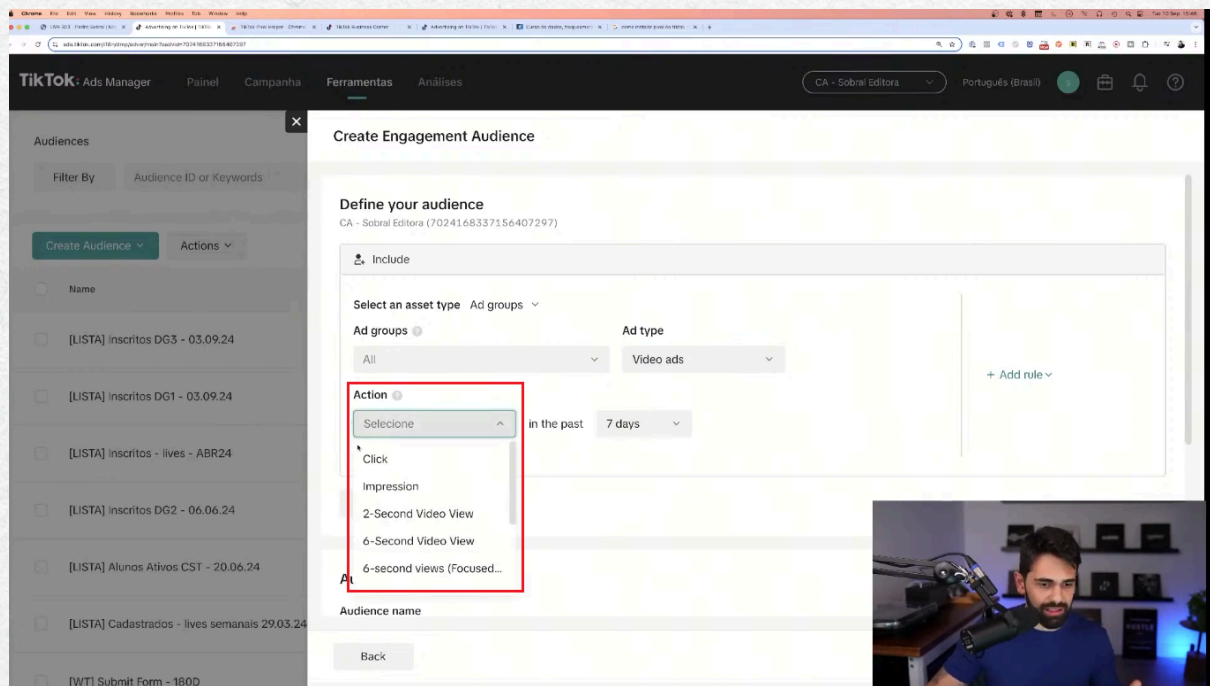


**04** Em “Ad type”, selecione o tipo de conteúdo.

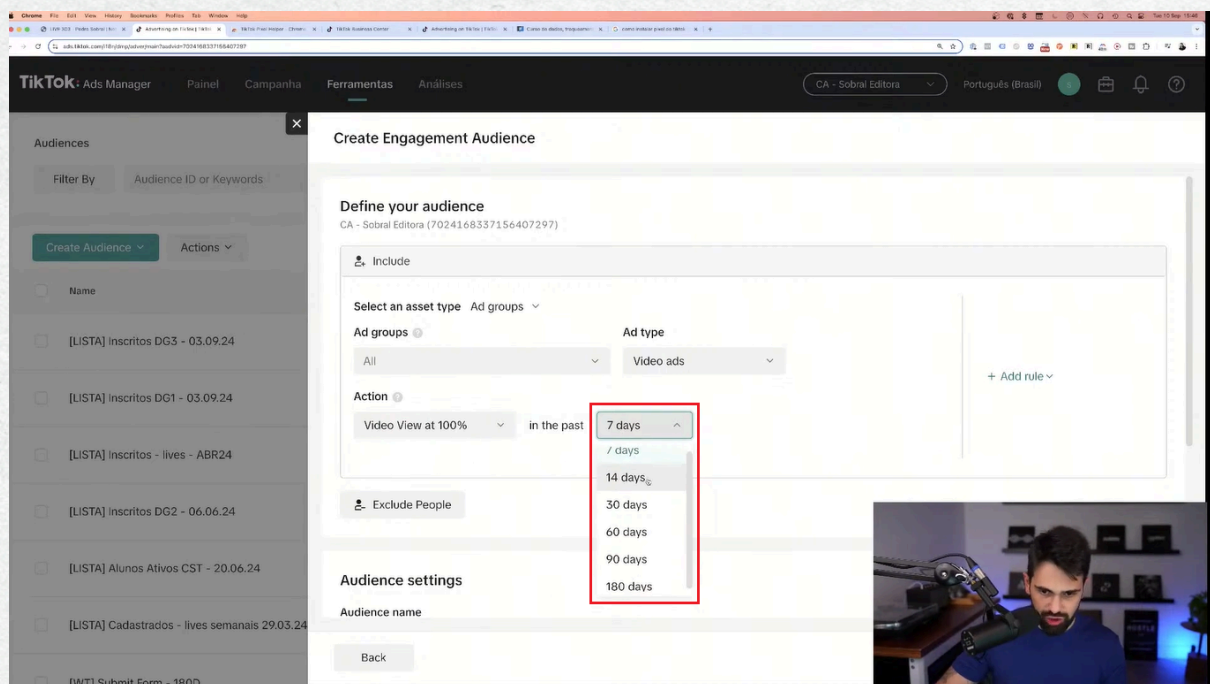


**05** Selecione a ação em “Action”.



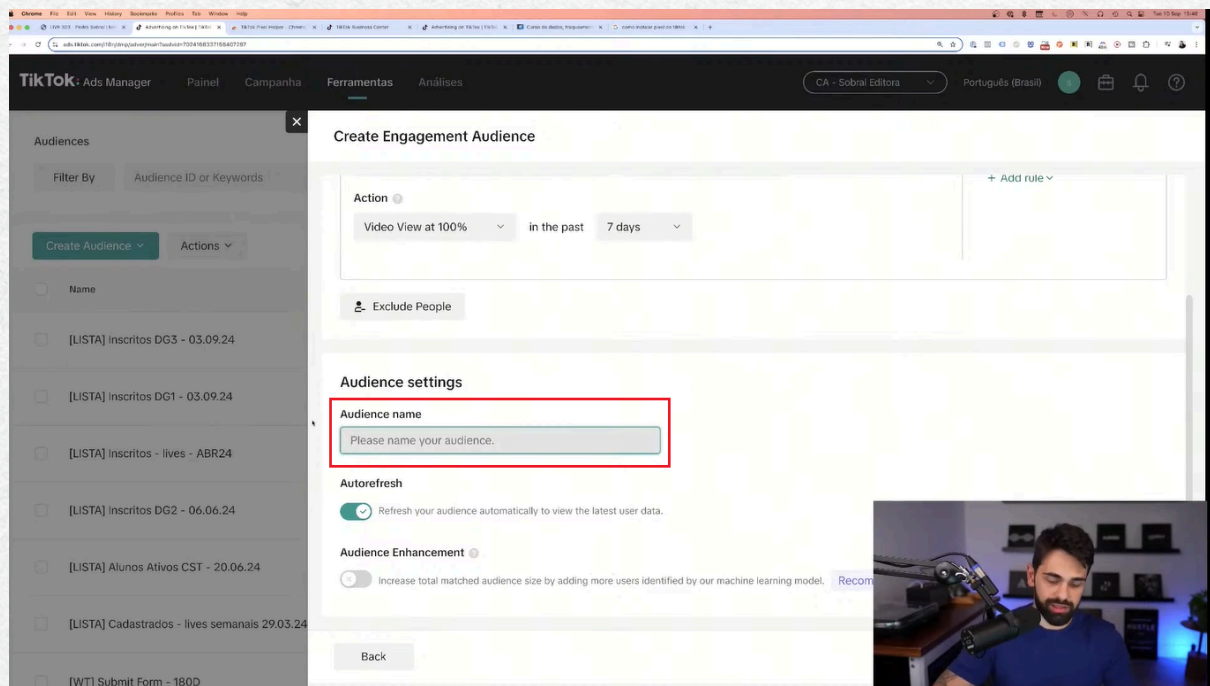


**06** Seleccione a quantidade de dias.

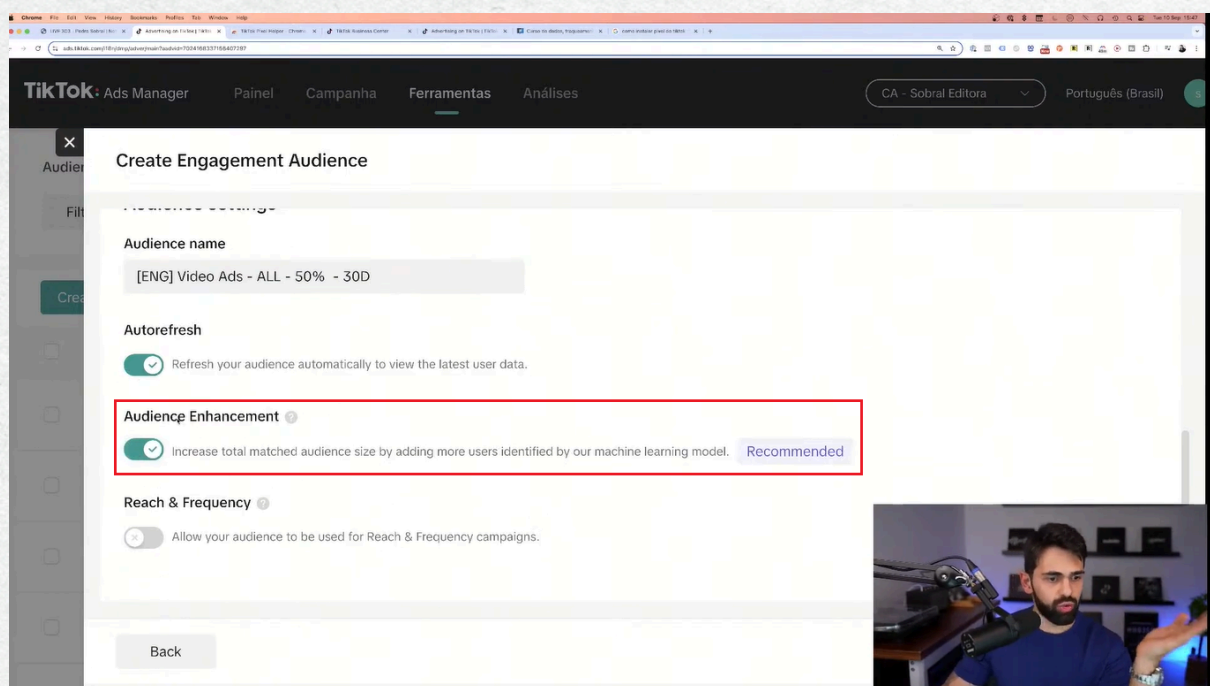


**07** Dê um nome para a sua audiência.



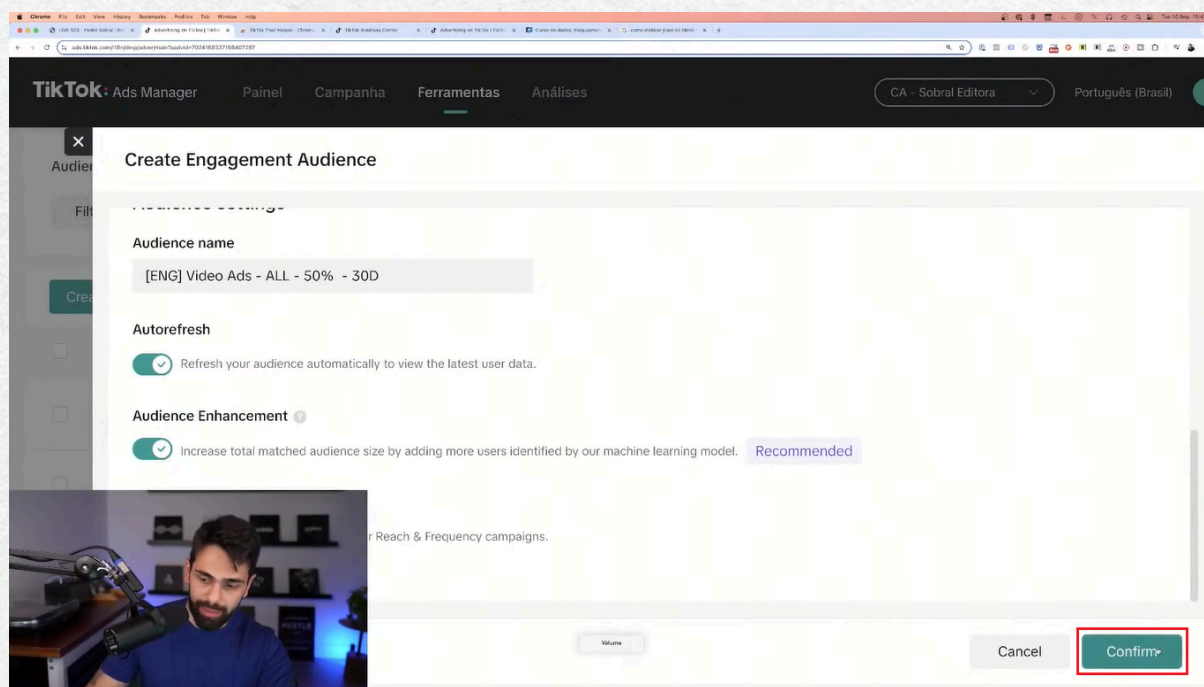


**08** Ative o botão “Audience Enhancement”.



**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.

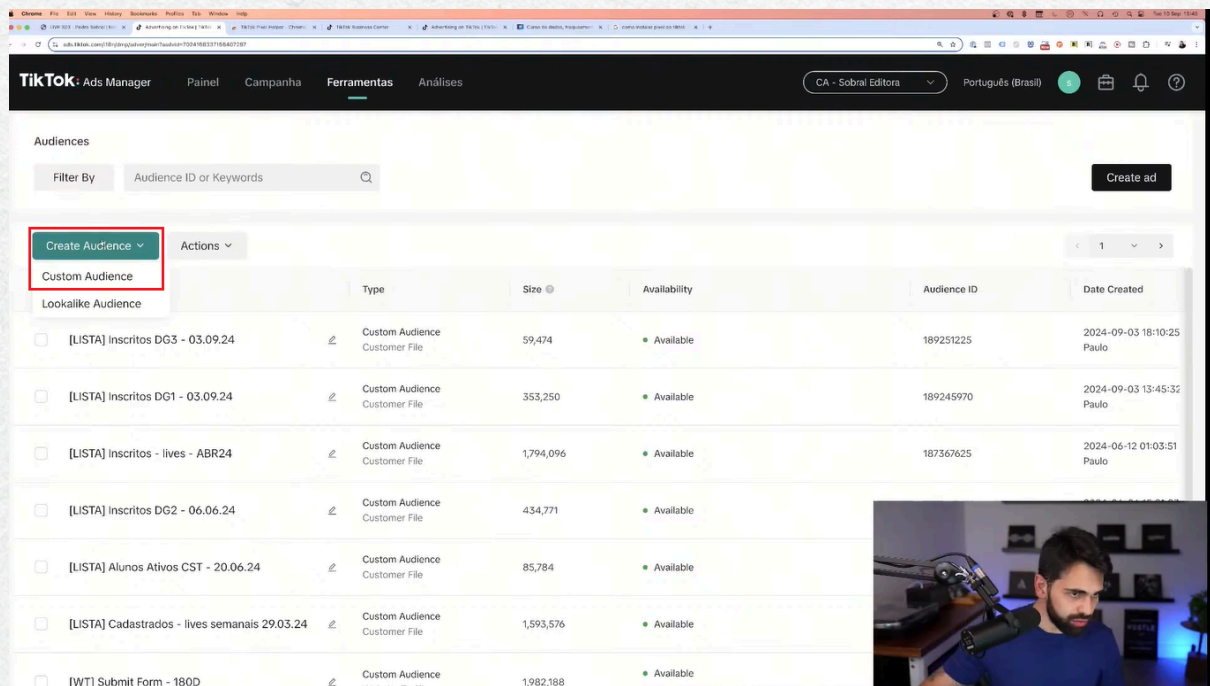
**Nome sugerido**

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

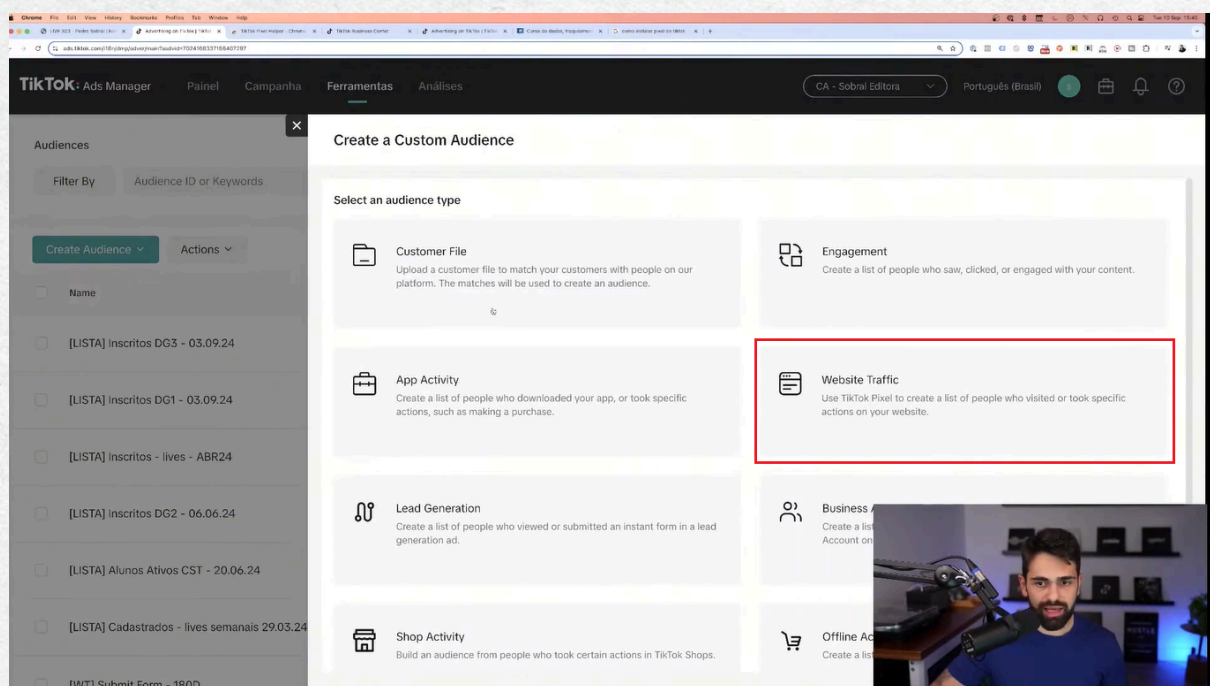
### **PASSO A PASSO**

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



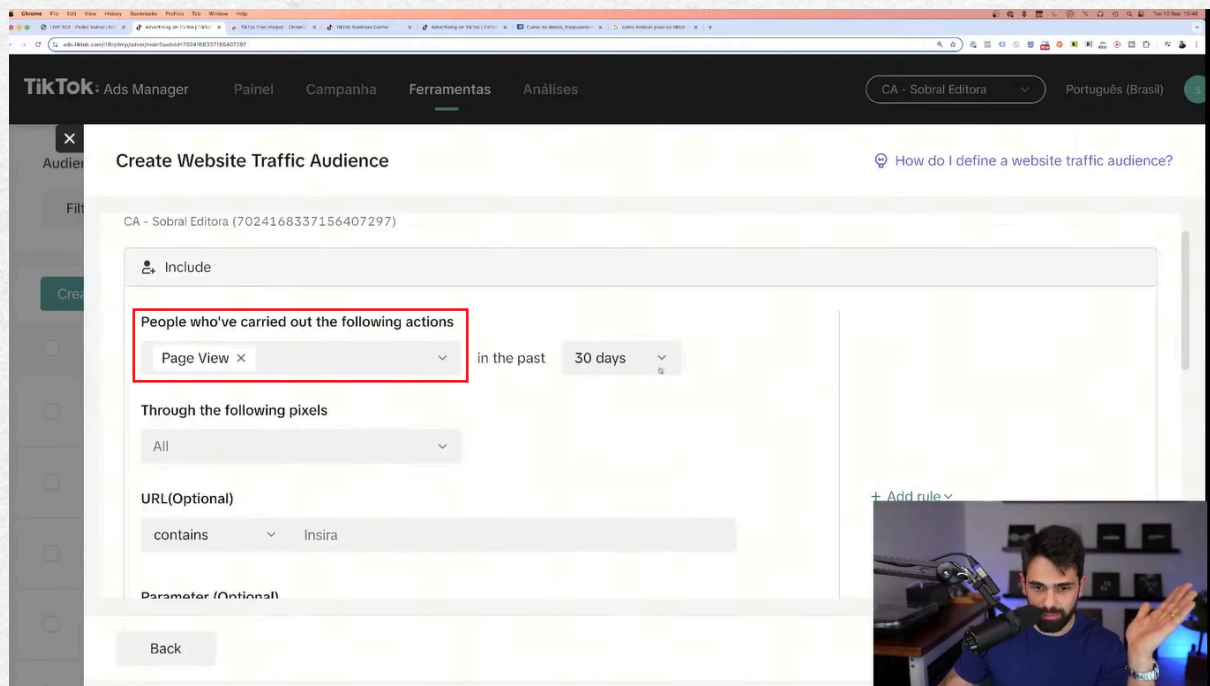


## 02 Seleccione “Website Traffic”.

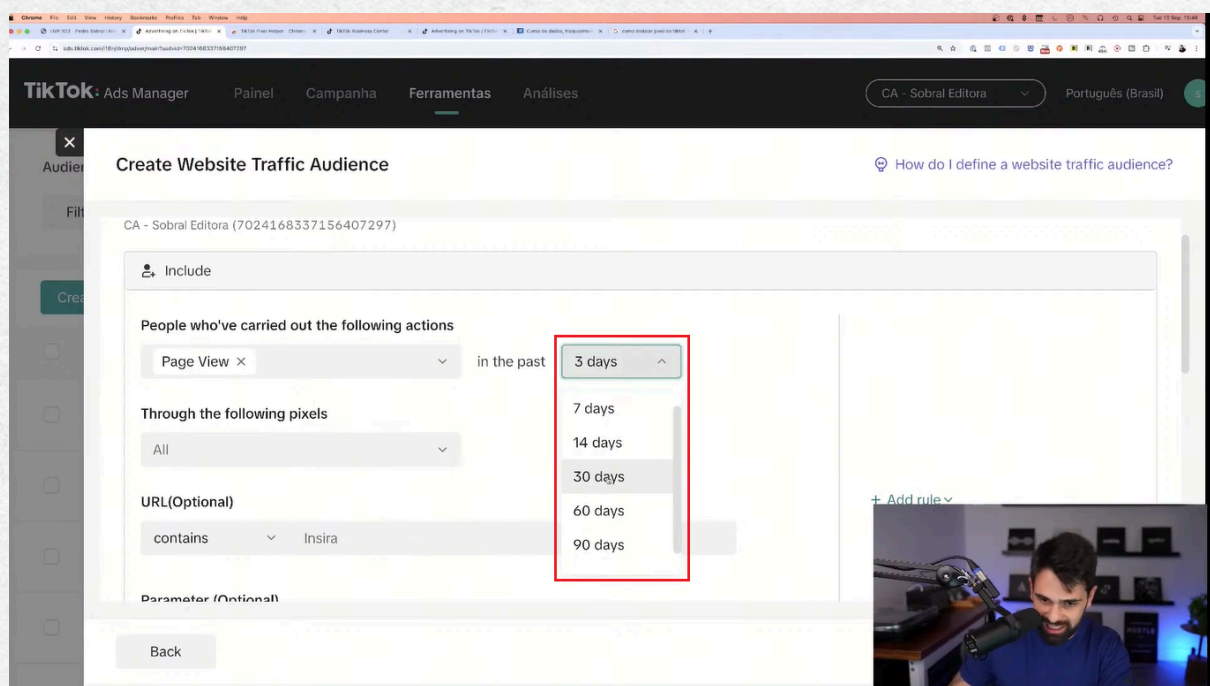


## 03 Em “People who’ve carried out the following actions”, selecione o evento.



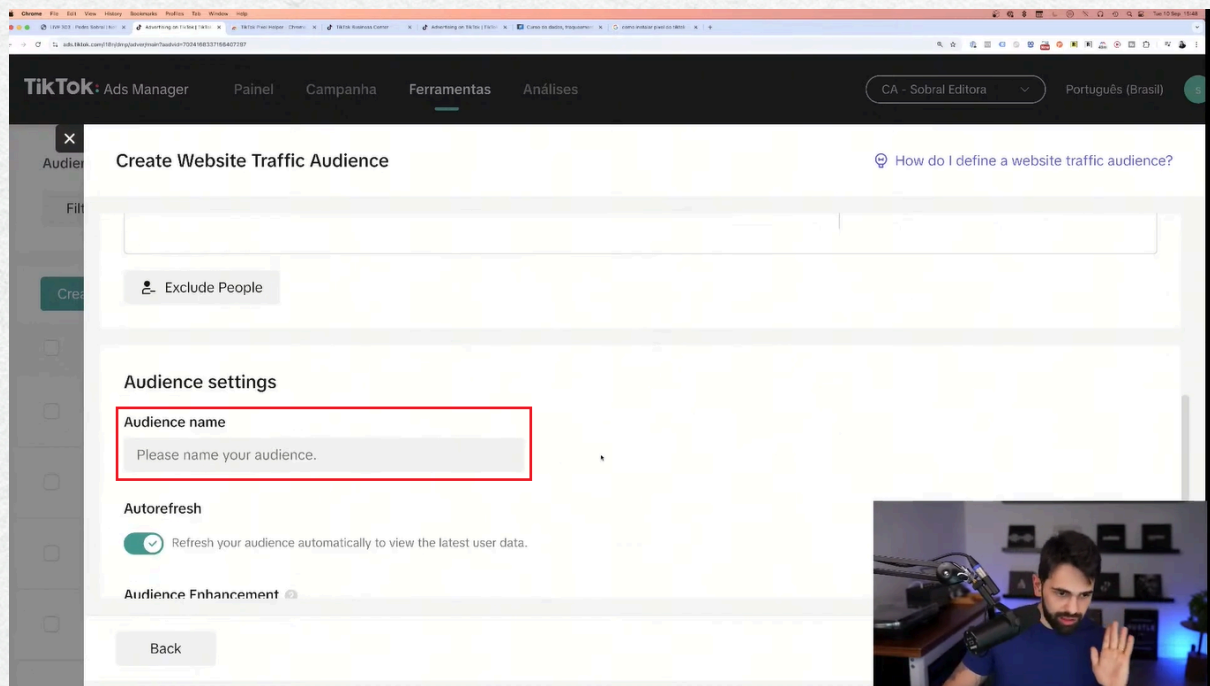


**04** Selecione a quantidade de dias.

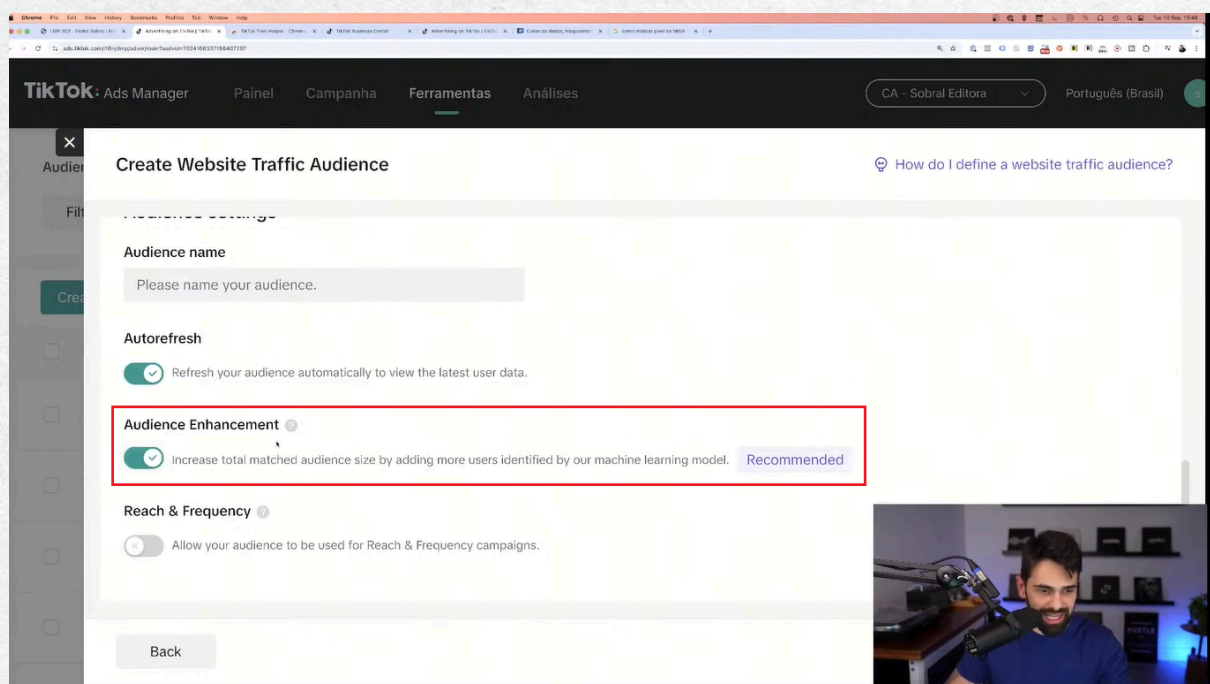


**05** Dê um nome para a sua audiência.





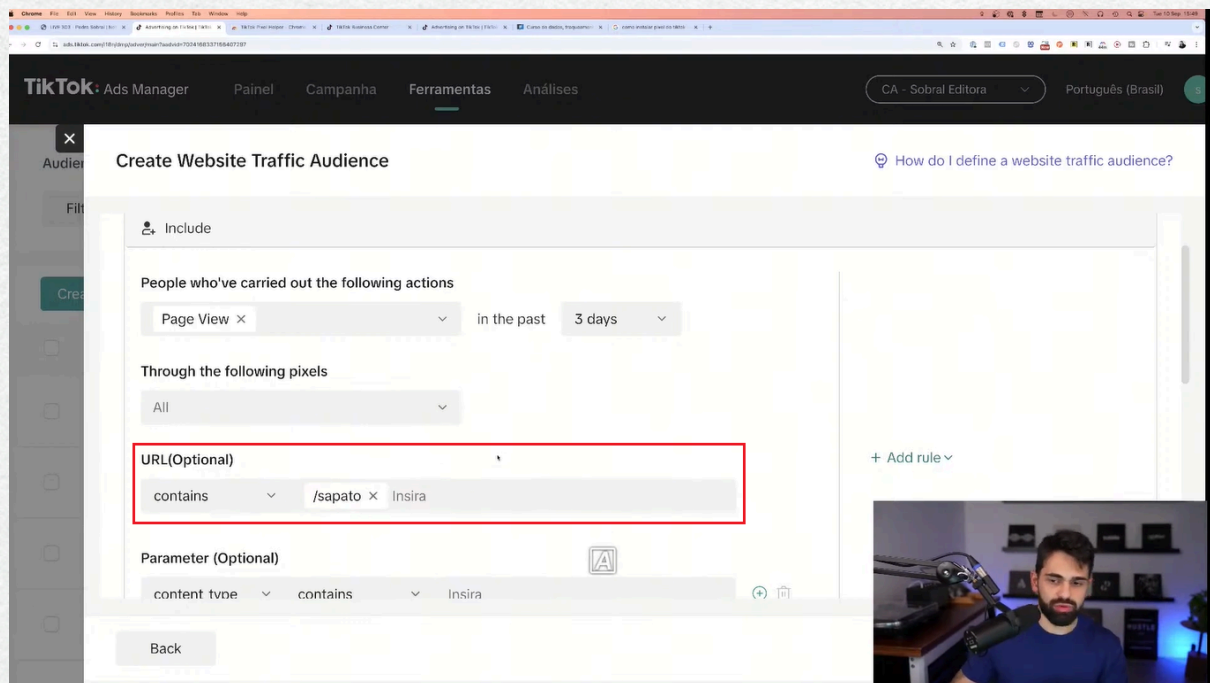
**06** Ative o botão “Audience Enhancement”.



**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”**.



TikTok Ads Manager

CA - Sobral Editora

Português (Brasil)

Audiences

Filter By Audience ID or Keywords


Create ad

Create Audience

Custom Audience

Lookalike Audience

	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 Marketing Pixel	1,982,168	Available		



## 02 Seleccione “Business Account”.

TikTok Ads Manager

CA - Sobral Editora

Português (Brasil)

Create a Custom Audience

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

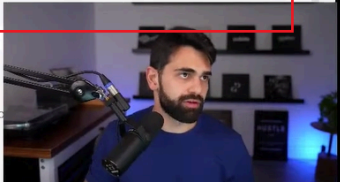
Create a list of people who followed or interacted with your Business Account on TikTok.

Shop Activity

Build an audience from people who took certain actions in TikTok Shops.

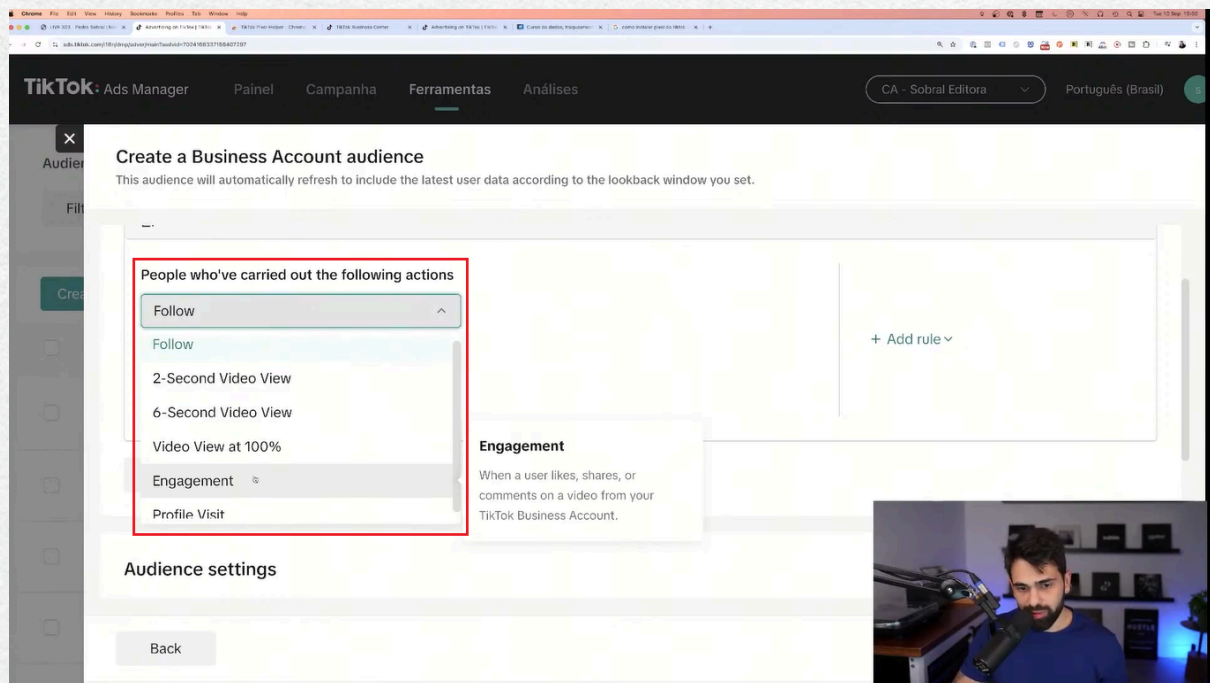
Offline Activity

Create a list of people who...

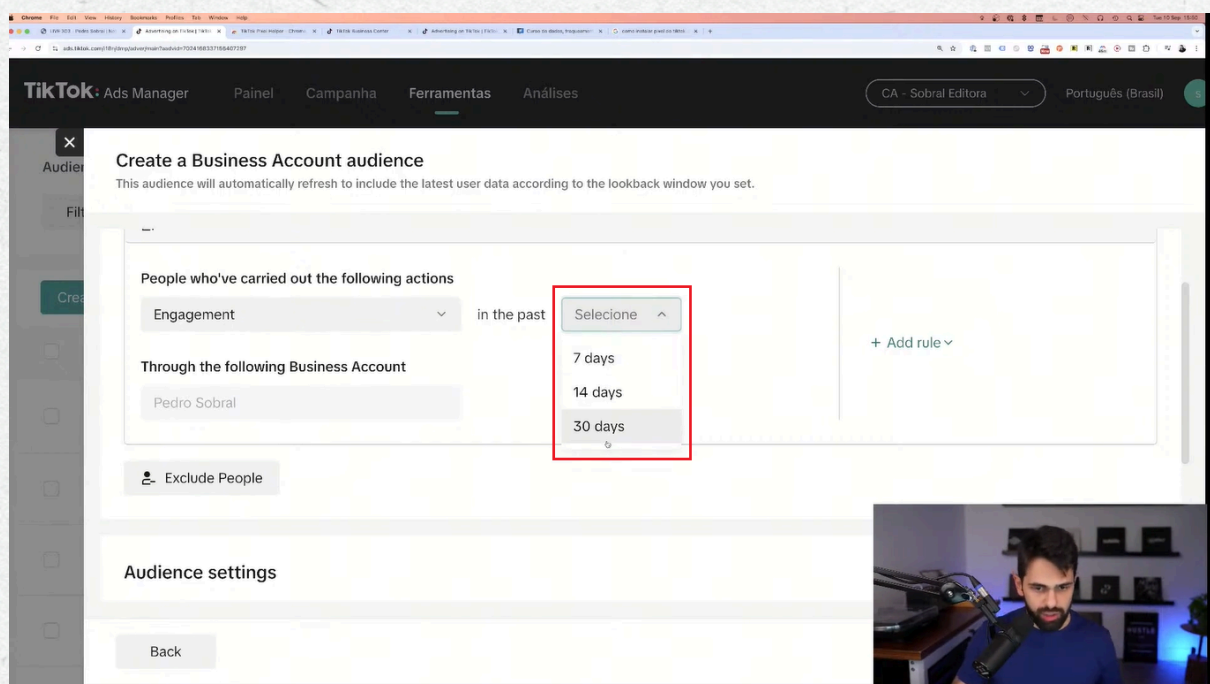




**03** Em **“People who’ve carried out the following actions”**, selecione a ação tomada pelo público **“Follow”/“Engagement”/“Video View at 100%”/“Profile visit”**.

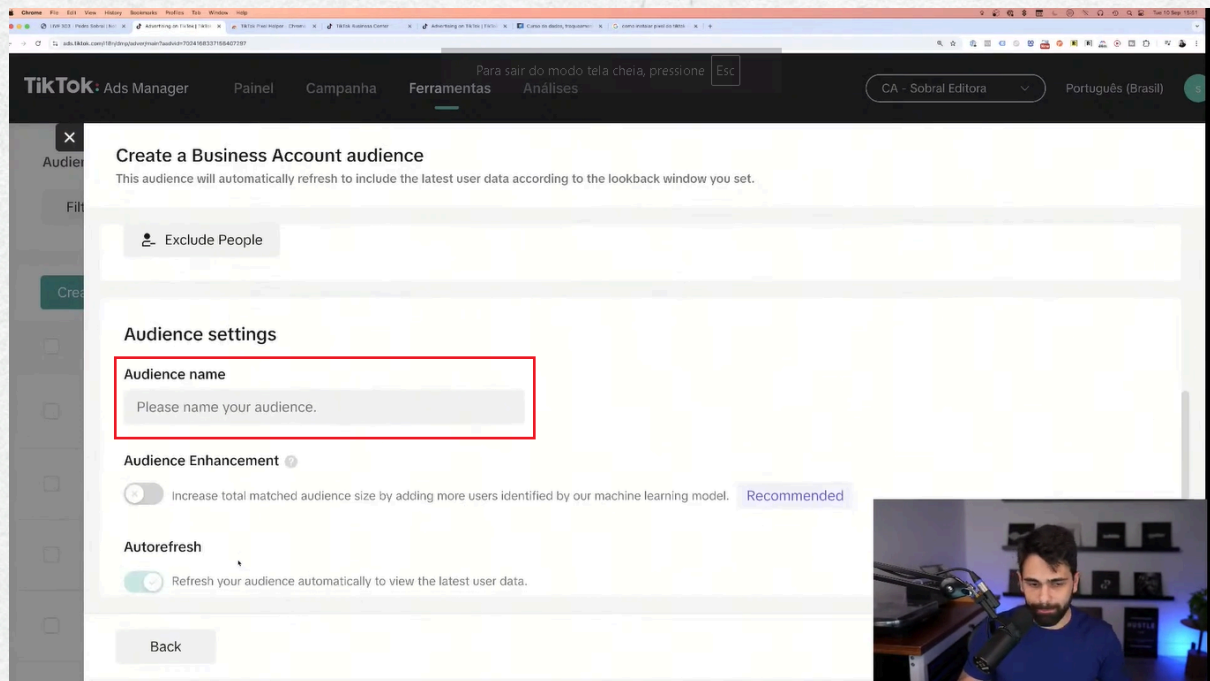


**04** Selecione a quantidade de dias.

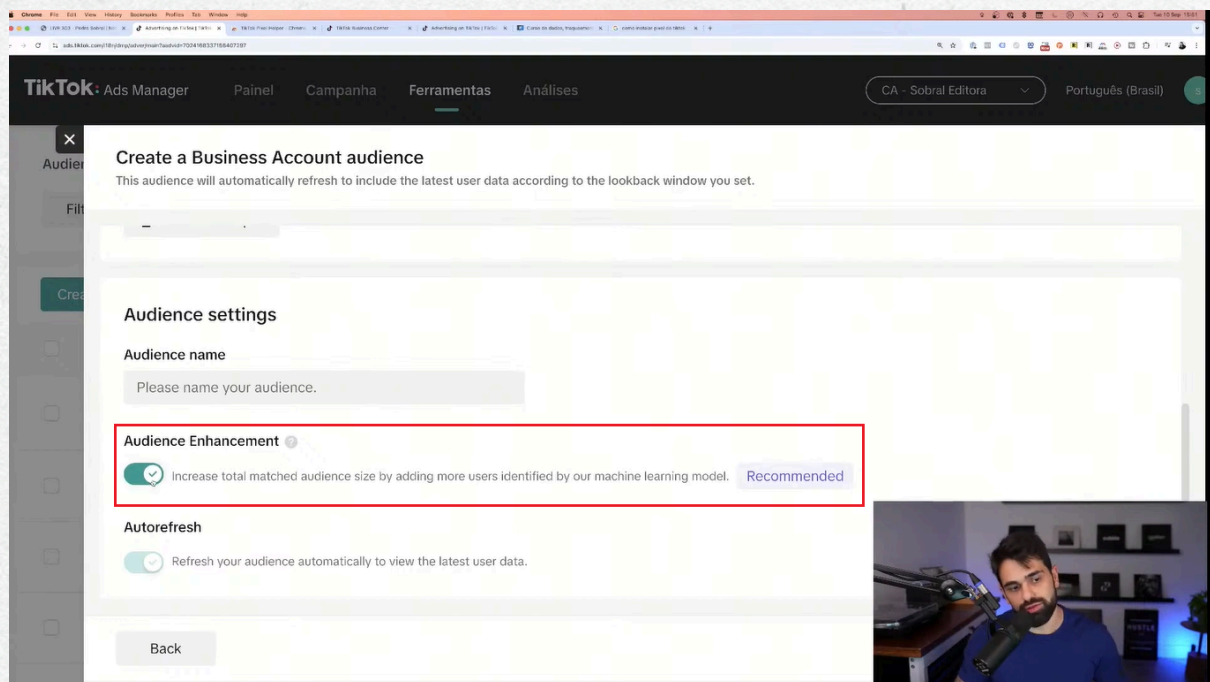




## 05 Dê um nome para a sua audiência.



## 06 Ative o botão “Audience Enhancement”.





**07** Clique em **“Confirm”**.

#### 4. Customer file

**Nome sugerido**

[CF] Lista de Leads/Clientes

### PASSO A PASSO

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

**TikTok Ads Manager** | Painel | Campanha | Ferramentas | Análises | CA - Sobral Editora | Português (Brasil)

**Audiences**

Filter By: Audience ID or Keywords

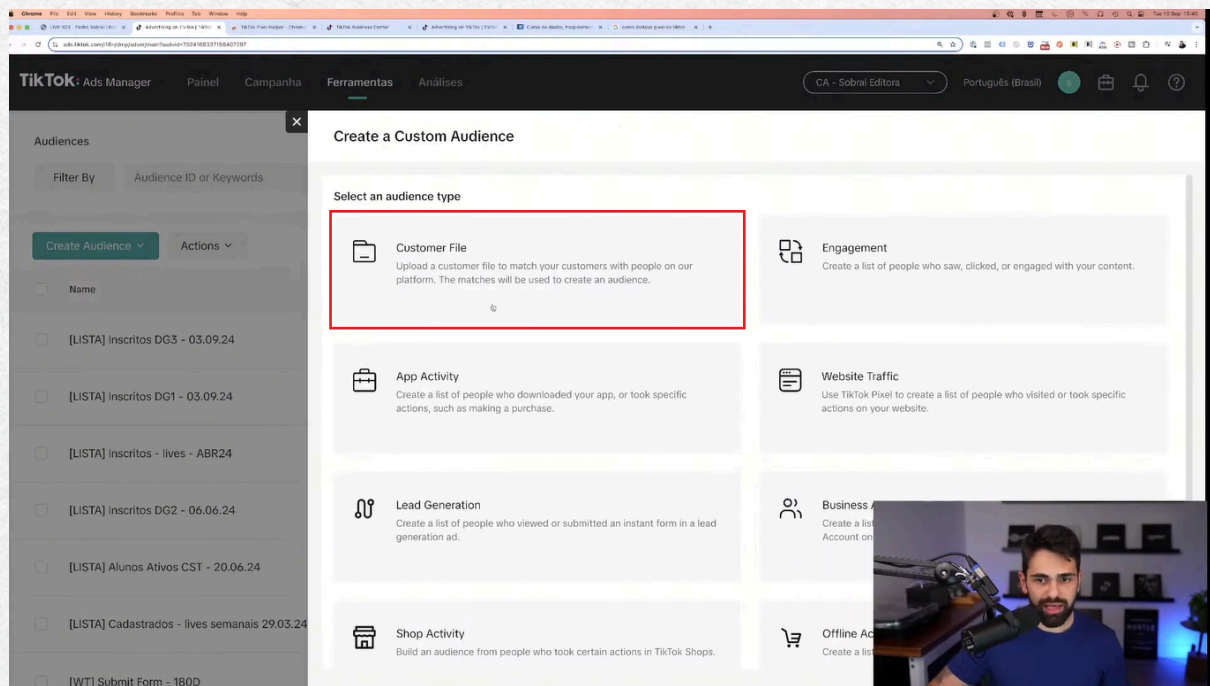
**Create Audience** (highlighted)

**Custom Audience** (selected)

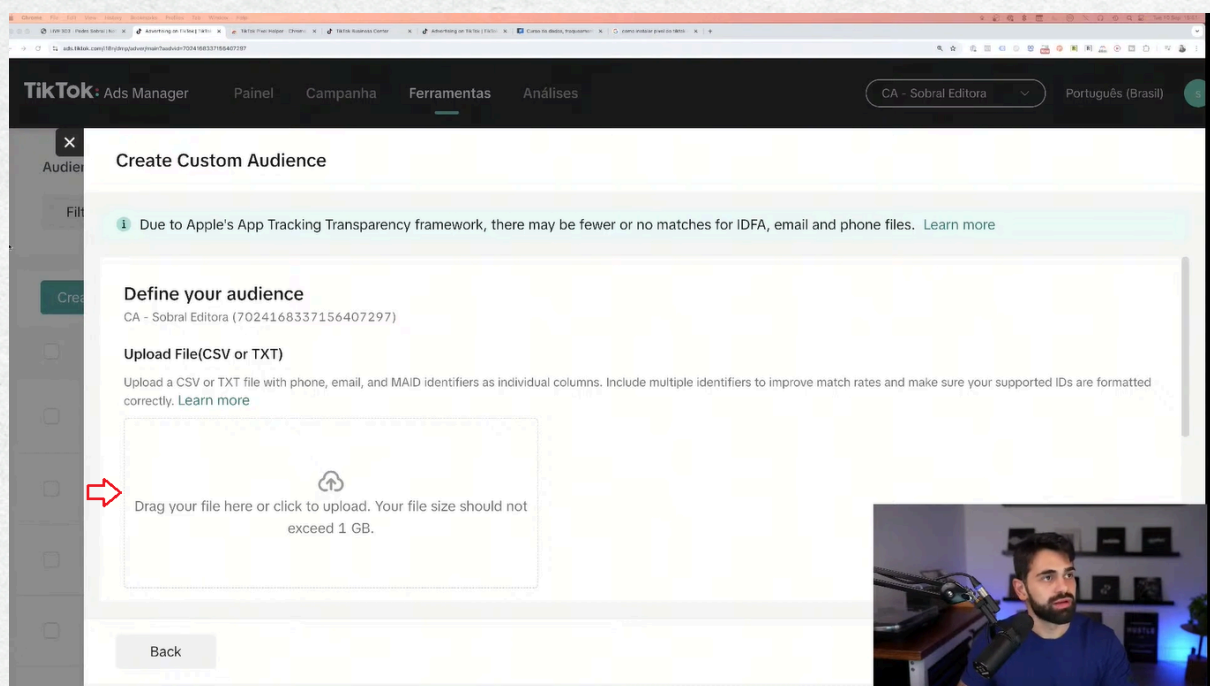
	Type	Size	Availability	Audience ID	Date Created
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos DG3 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	59,474	Available	189251225	2024-09-03 18:10:25 Paulo
<input type="checkbox"/> [LISTA] Inscritos DG1 - 03.09.24	Custom Audience Customer File	353,250	Available	189245970	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 Website Traffic	1,982,188	Available		

**02** Selecione **“Customer File”**.



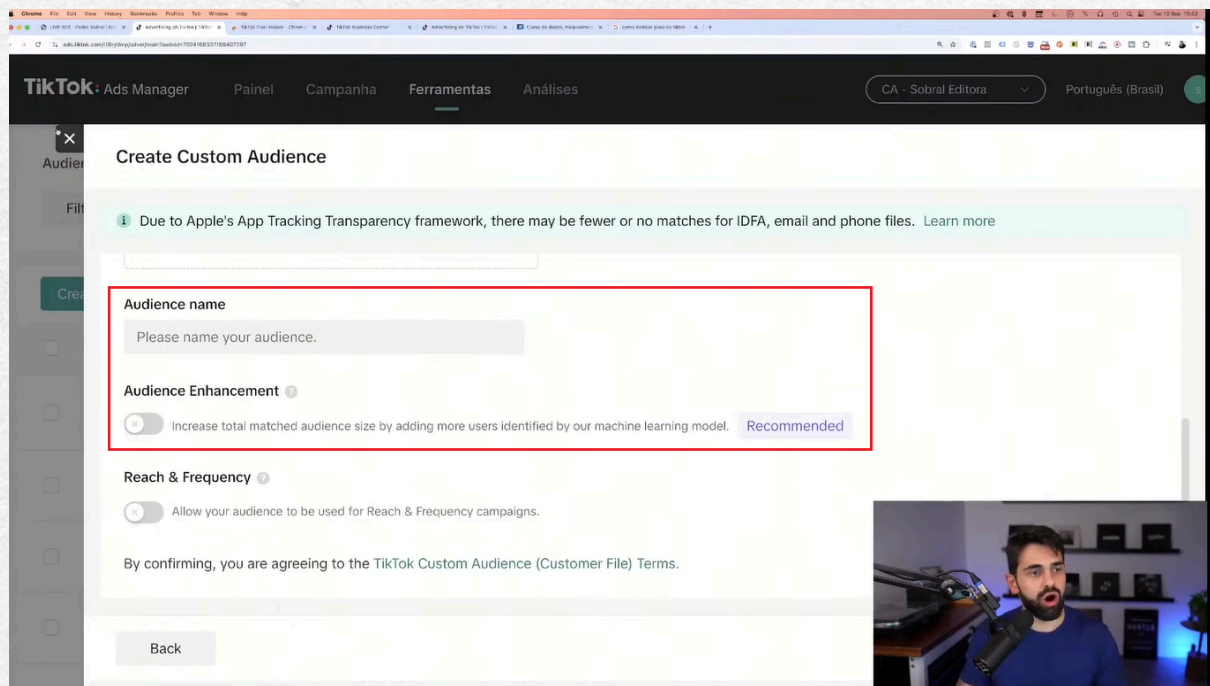


**03** Em **“Upload File”**, faça o upload da sua lista.



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





**05** Clique em **“Confirm”**.

## 5. Lookalike

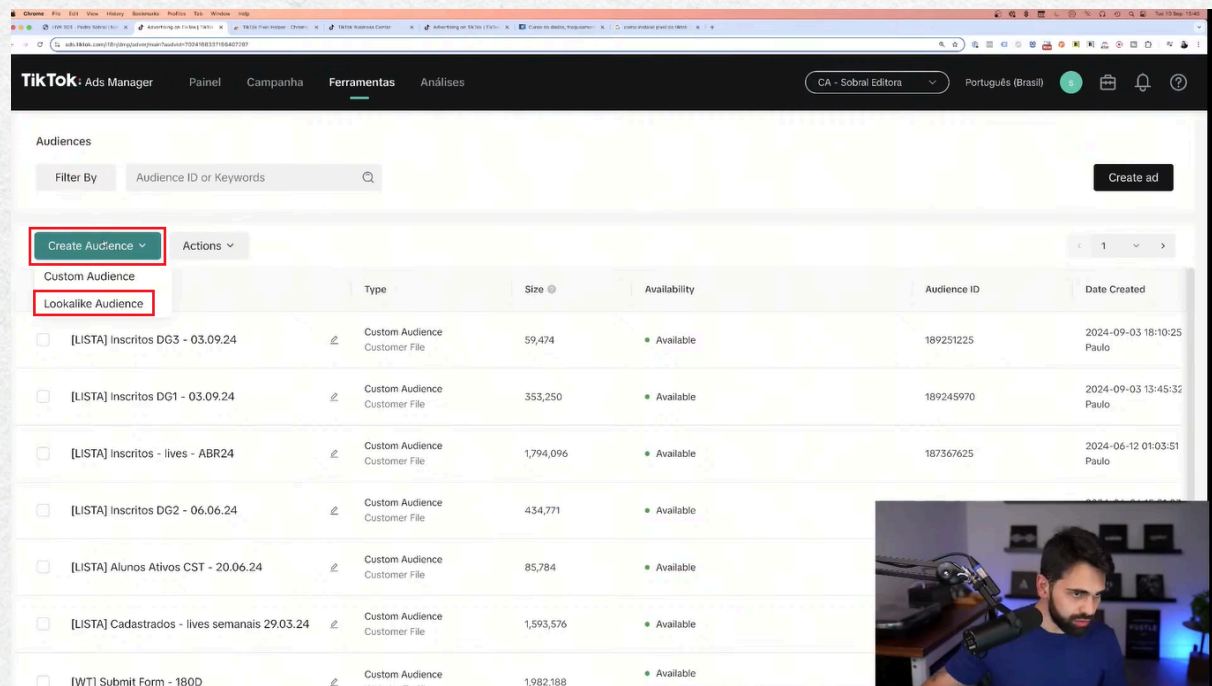
**Nome sugerido**

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

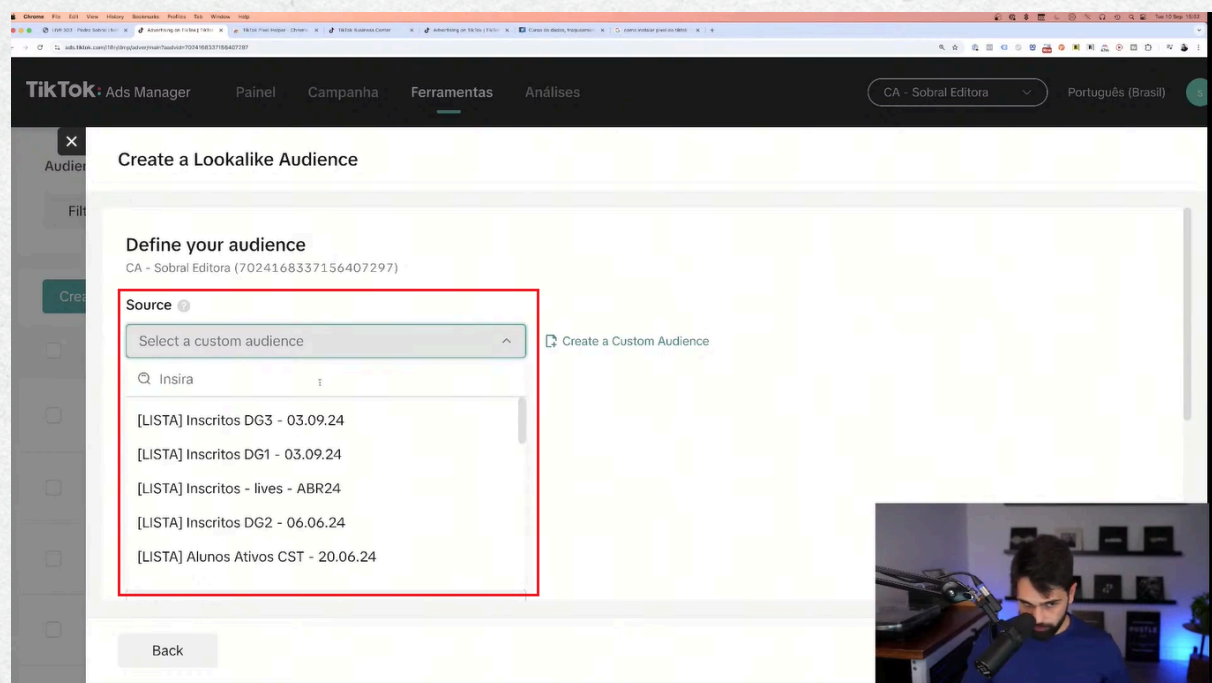
### PASSO A PASSO

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



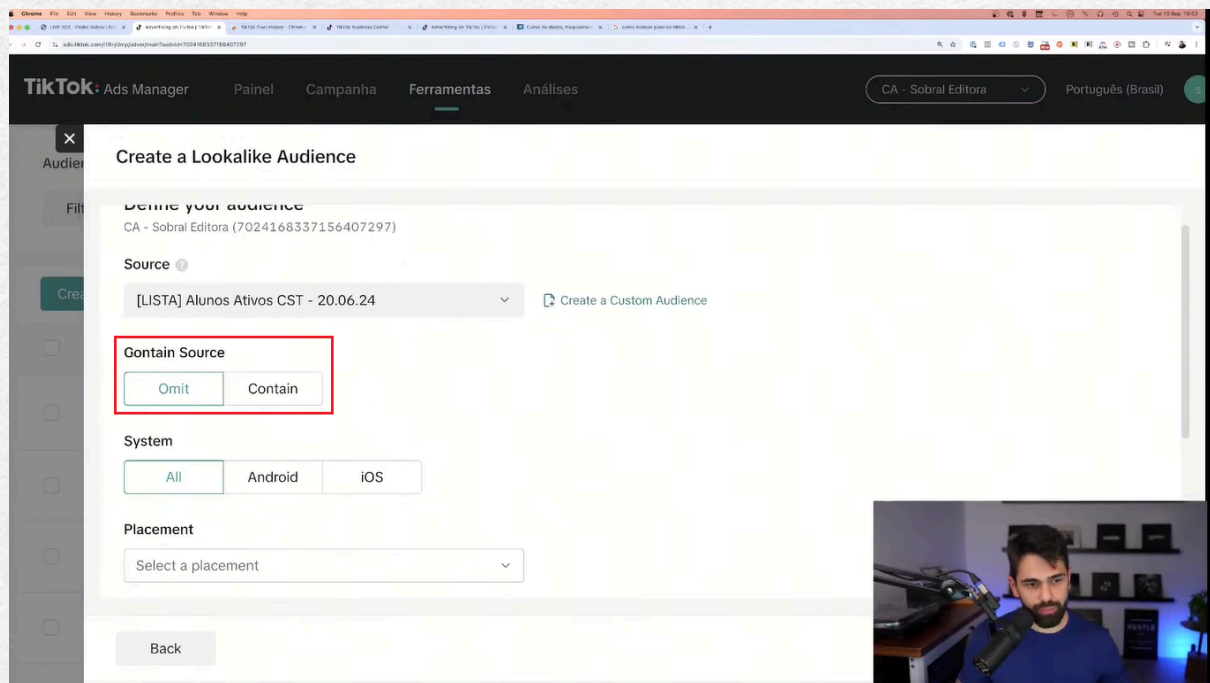


**02** Em **“Source”**, selecione a fonte, isto é, a audiência a qual ele deve encontrar o público semelhante.

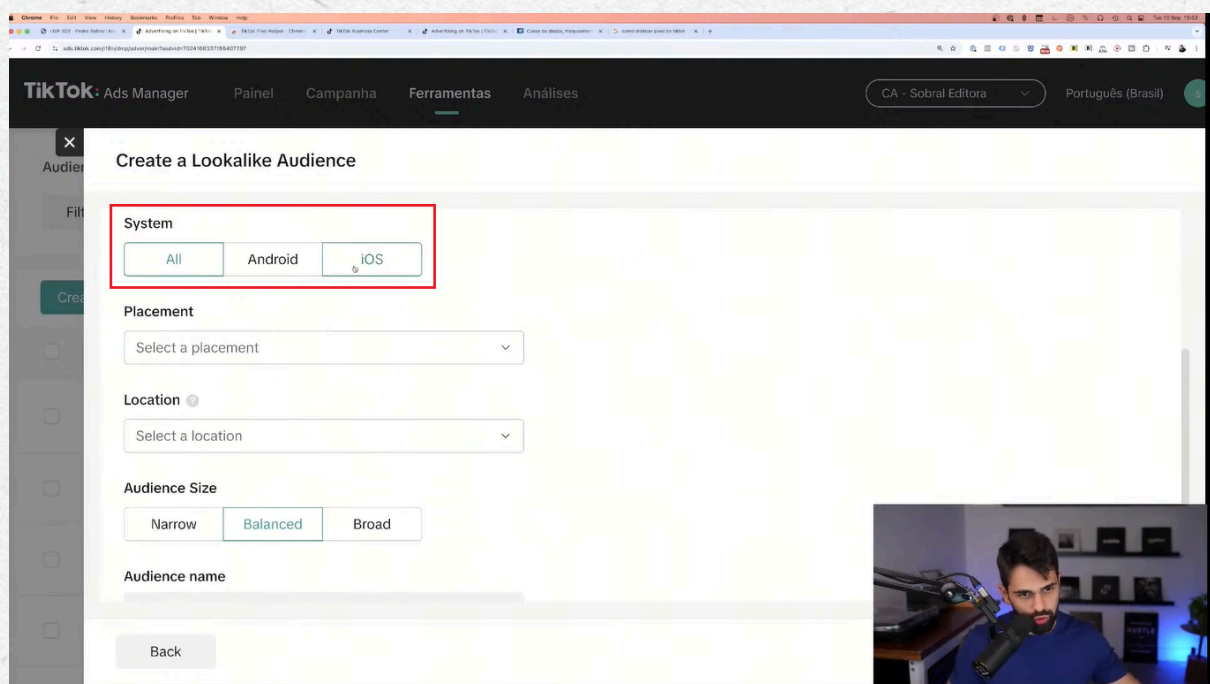




**03** Em **“Contain Source”**, você tem a opção de selecionar se esse público vai conter ou não a fonte, ou seja, se você vai incluir o público “original” ou não.

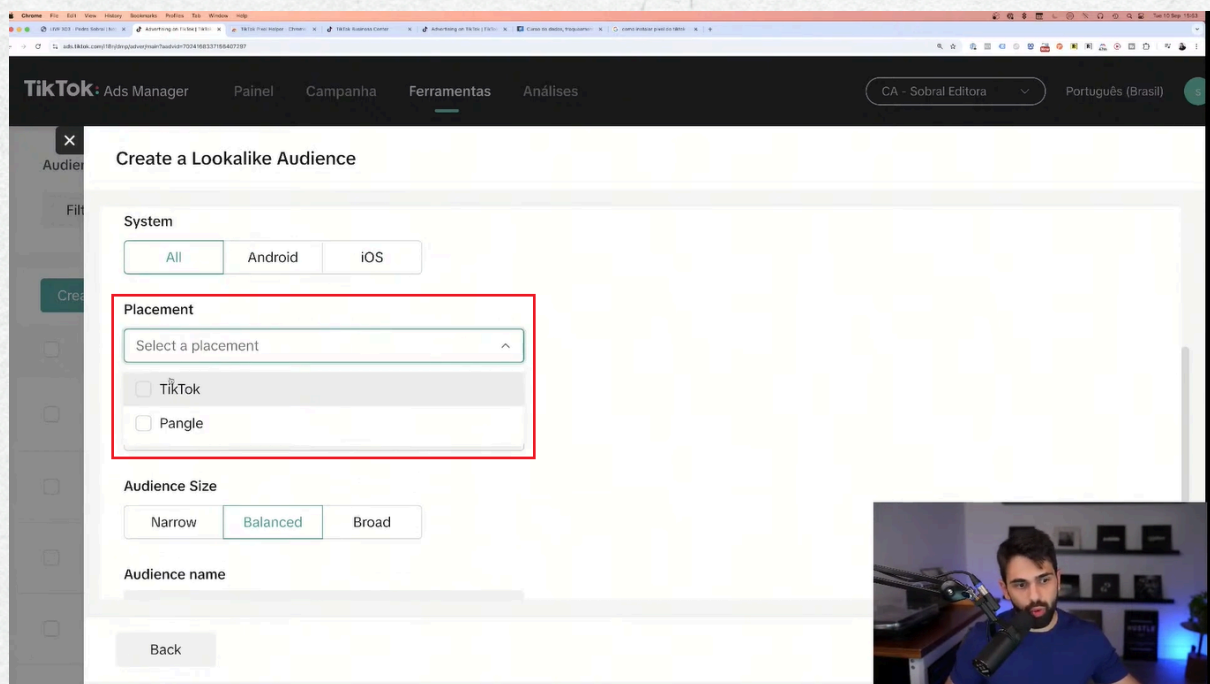


**04** Em **“System”**, escolha o sistema operacional (todos, Android ou iOS).

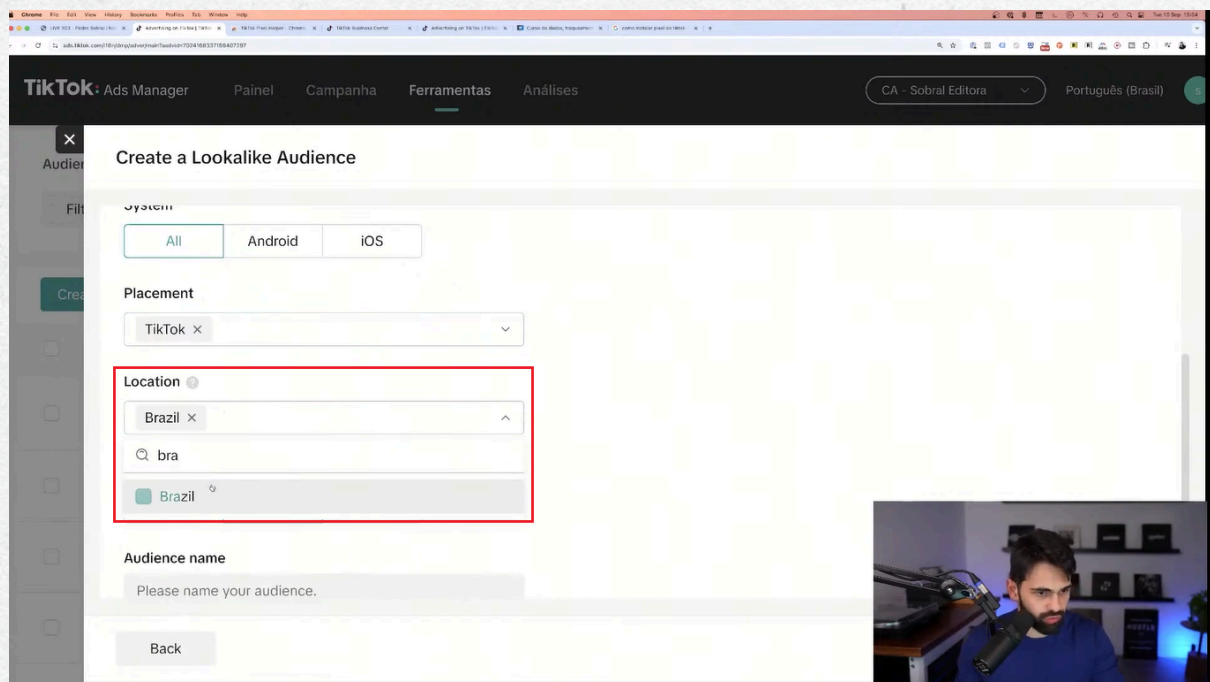




**05** Em **“Placement”**, selecione apenas TikTok.

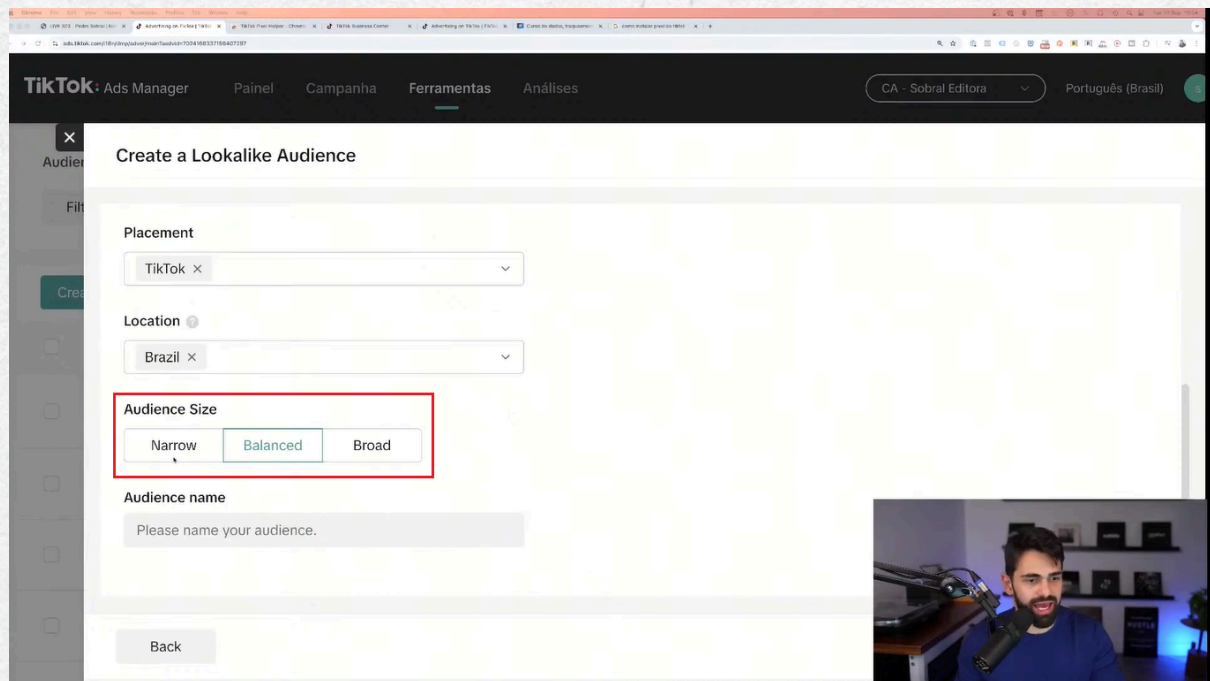


**06** Em **“Location”**, evite selecionar tudo. Opte por selecionar Brasil.





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



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

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

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

**Broad (amplo):** Público 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.

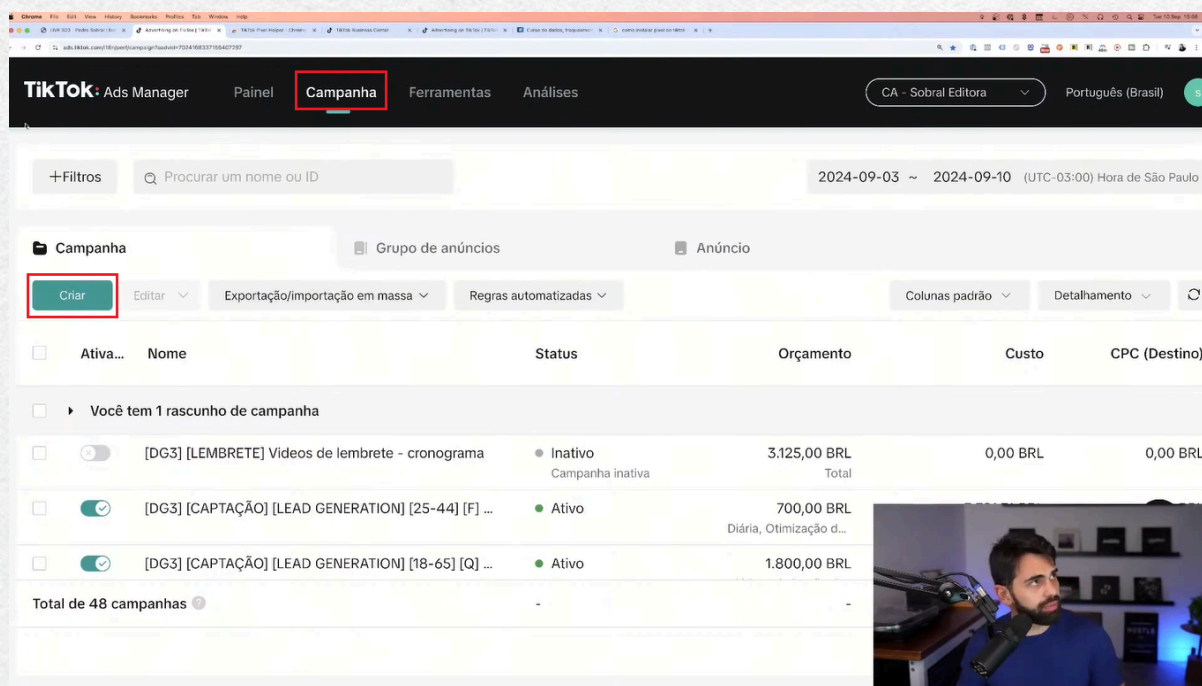
**09** Ative o botão **“Audience Enhancement”**.

**10** Clique em **“Confirm”**.

## 5) Configurando sua campanha na prática

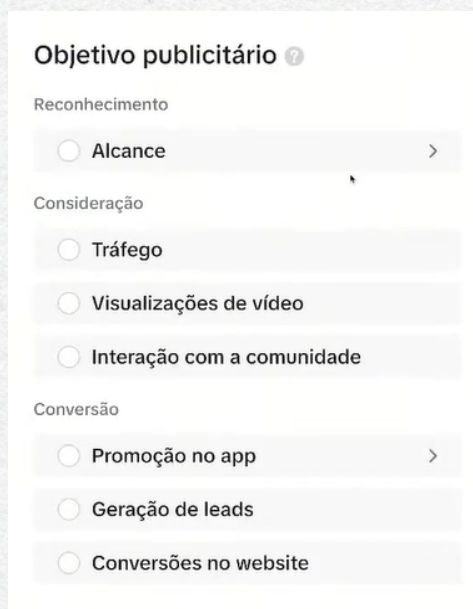


Para criar campanha, a gente vai abrir o menu “**Campanha**” e, depois, a gente clica no botão “**Criar**”.



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

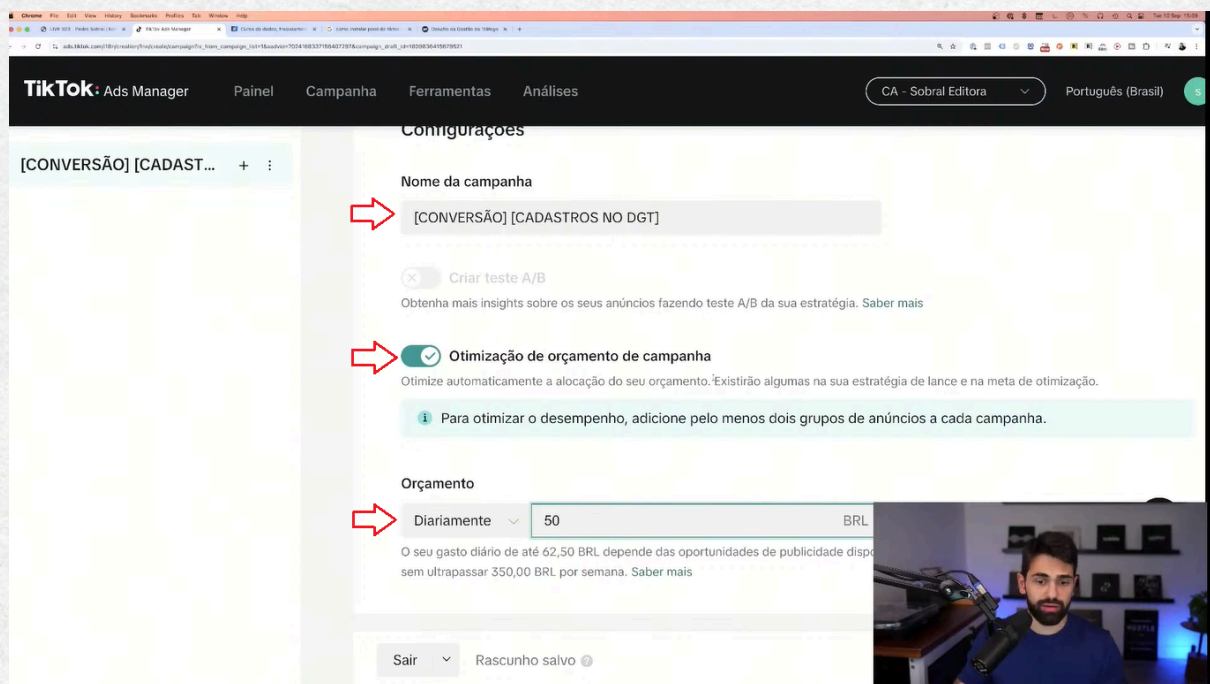




TikTok não quer dizer visualização/interação nenhuma e, por isso, eu não gastaria meu dinheiro com ele);

- **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.

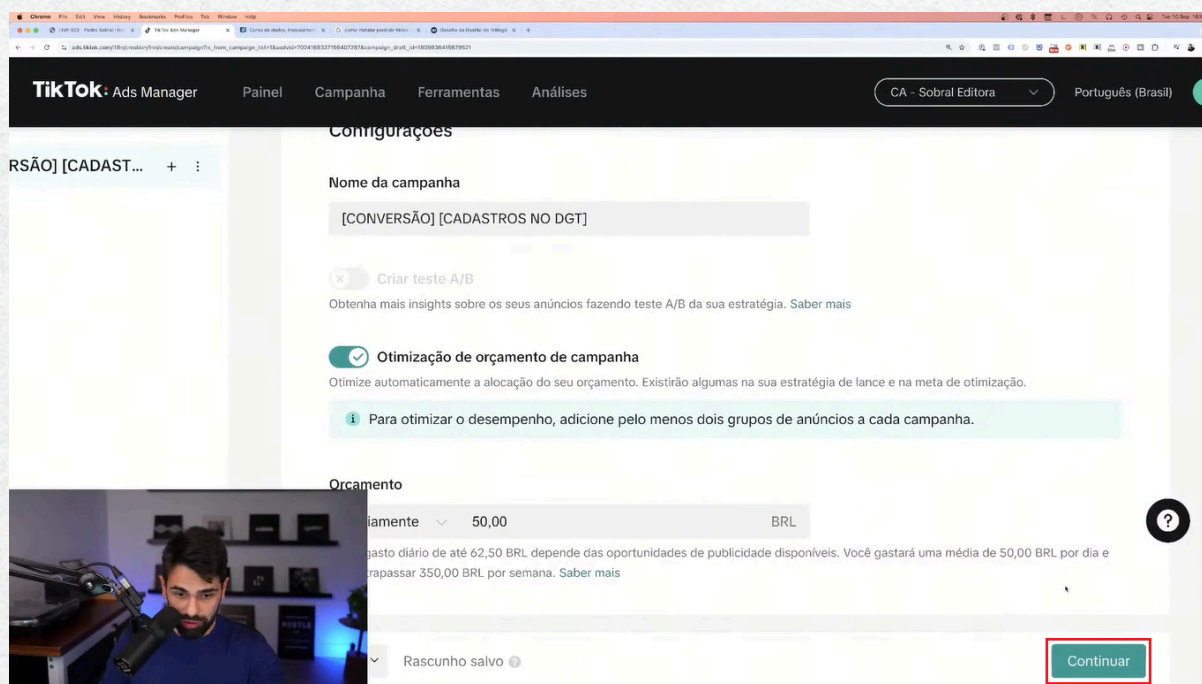
Com o objetivo selecionado, a gente vai dar um nome para a campanha, ativar o botão **“Otimização de orçamento da campanha”** e selecionar o quanto que a gente quer gastar por dia.



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.

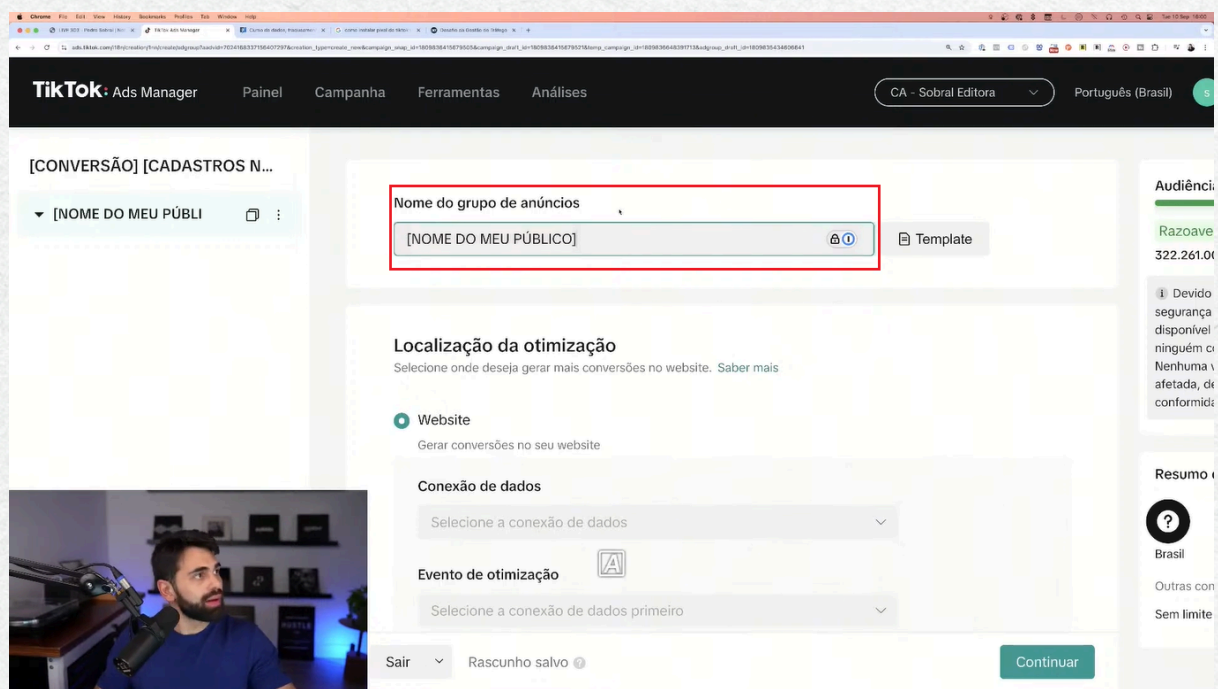




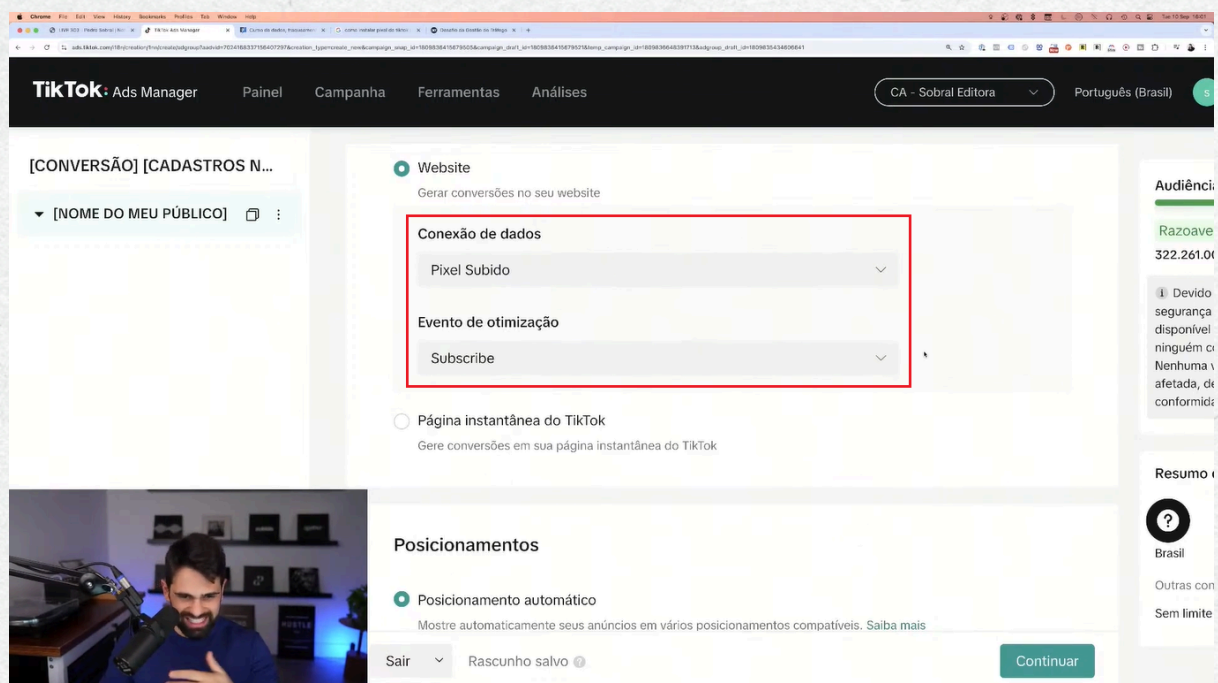
**Em resumo, na configuração da campanha, a gente faz duas coisas: seleciona objetivo e orçamento.**

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.**



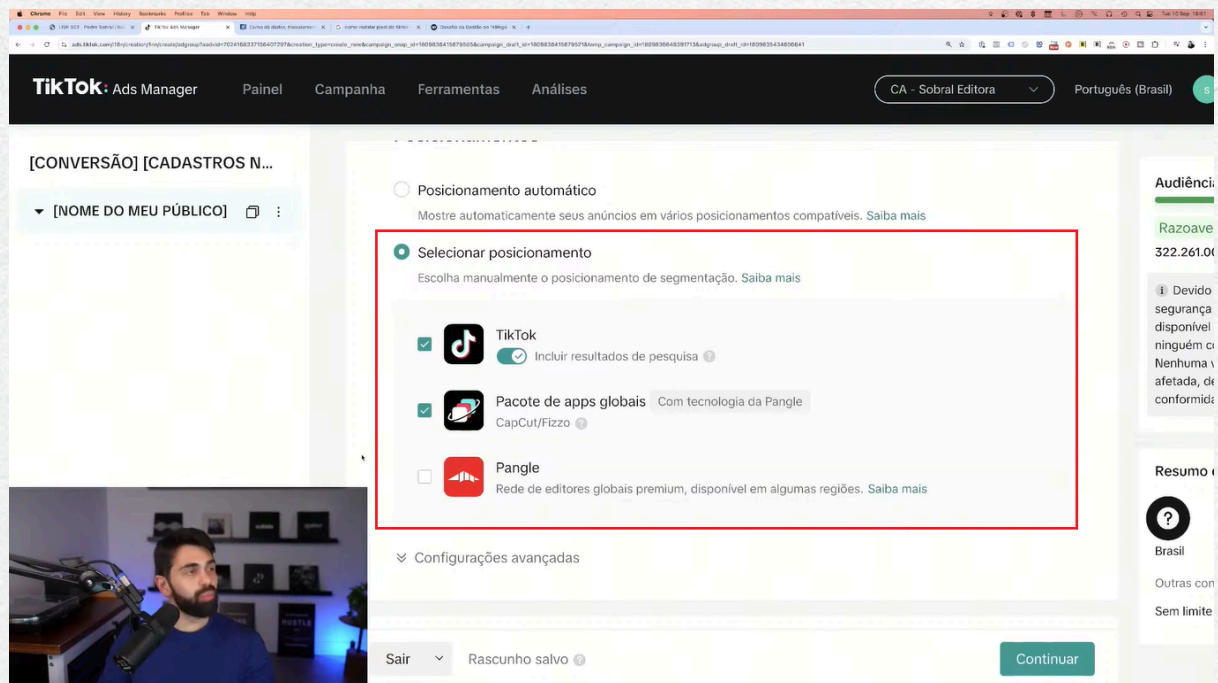


Depois, eu vou selecionar a localização da otimização. Então, vou selecionar o meu pixel e o evento de otimização.



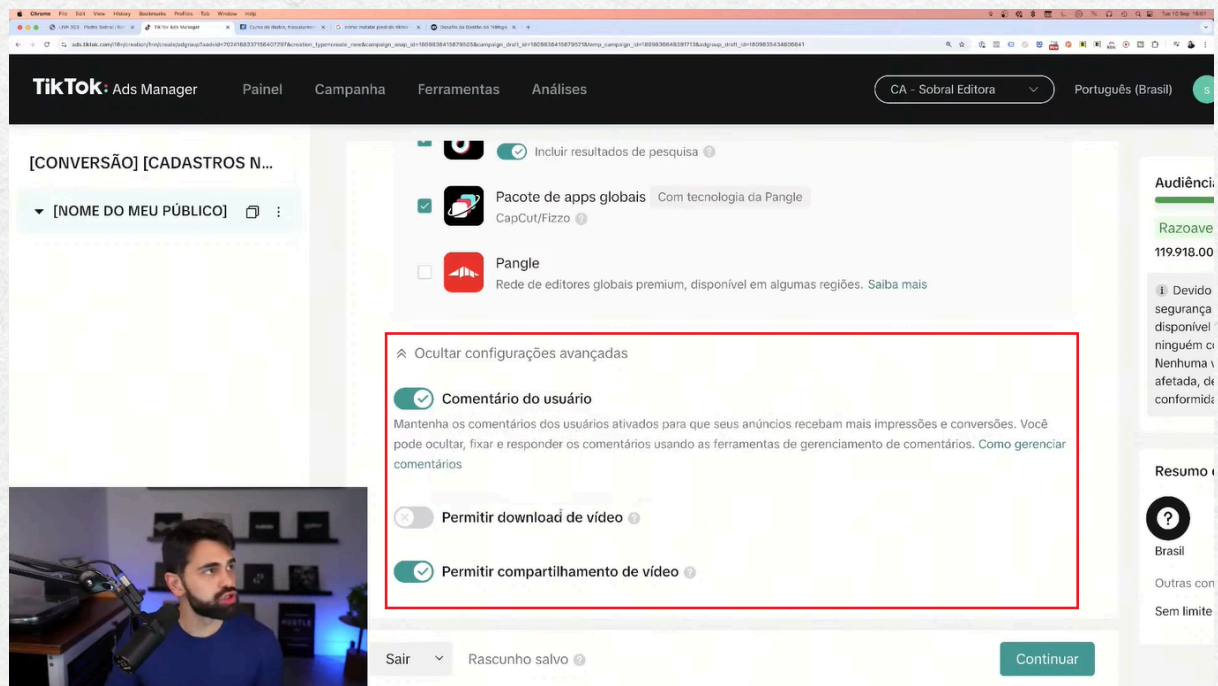


Em “**Posicionamento**”, ele me dá a opção de selecionar posicionamento automático ou selecionar posicionamento. Eu gosto de selecionar e remover o “**Pangle**”.



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.



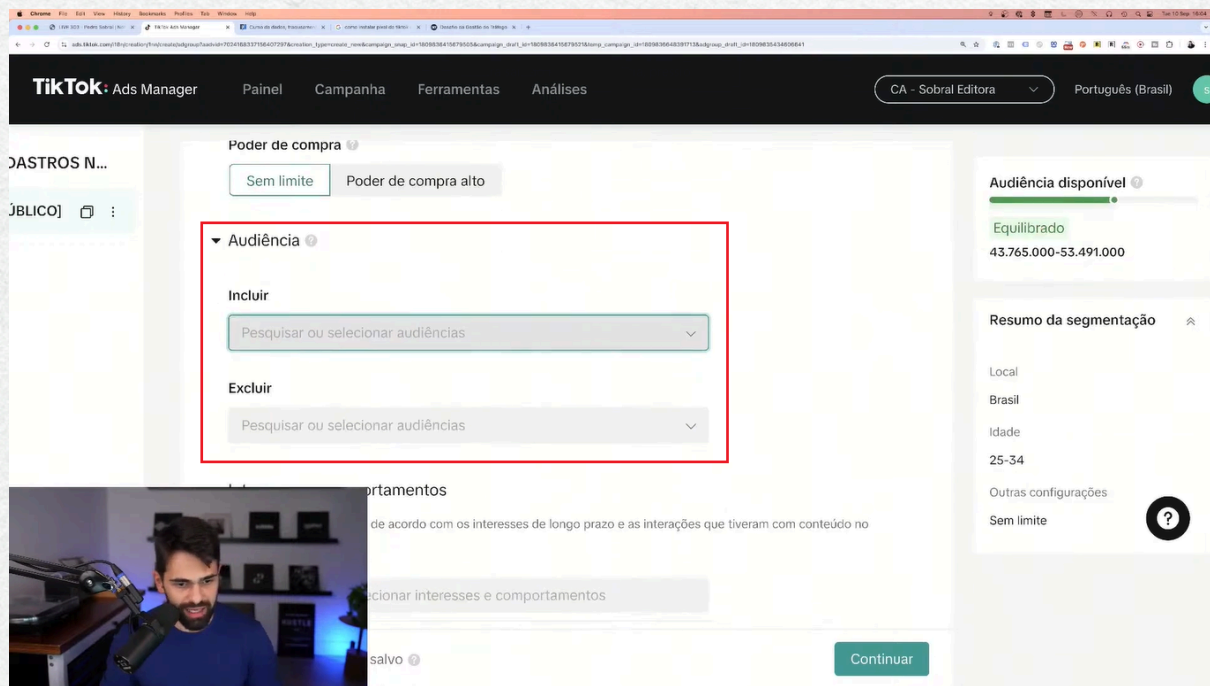


Na parte da segmentação, que é para quem a gente vai anunciar, a gente pode:

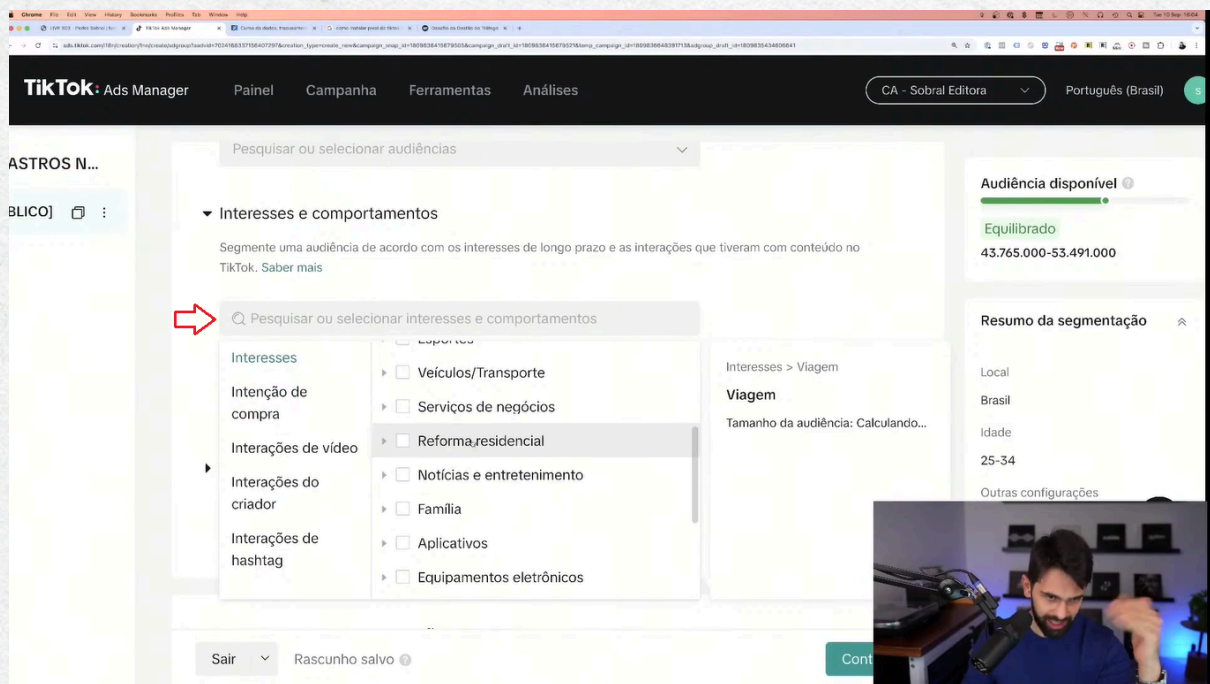
- Inserir o país/estado/município;
- Selecionar a faixa etária (sempre selecione as idades mais recomendadas);
- Selecionar o gênero;
- Selecionar idioma;
- Selecionar poder de compra (esse é um teste que vale a pena fazer).

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.**



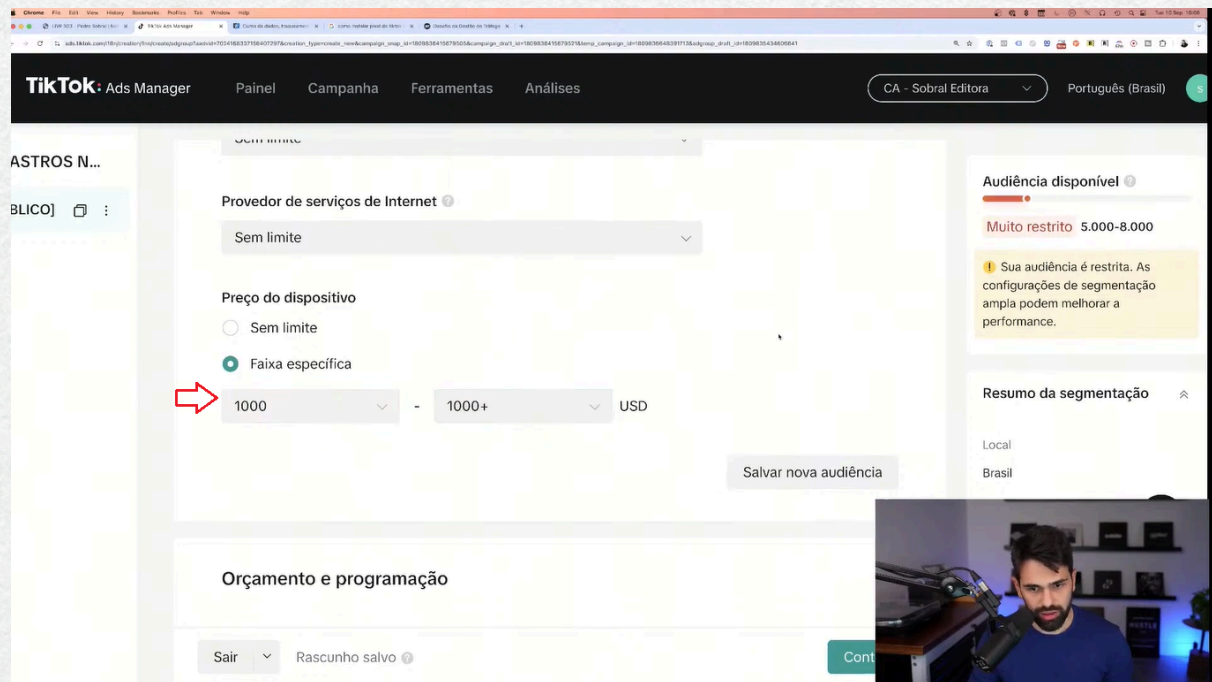


Em **“Interesses e comportamentos”**, a gente pode escolher determinados públicos com base em interesses e comportamentos (aquele bom e velho *fuça e clica*), que são os públicos mais frios..





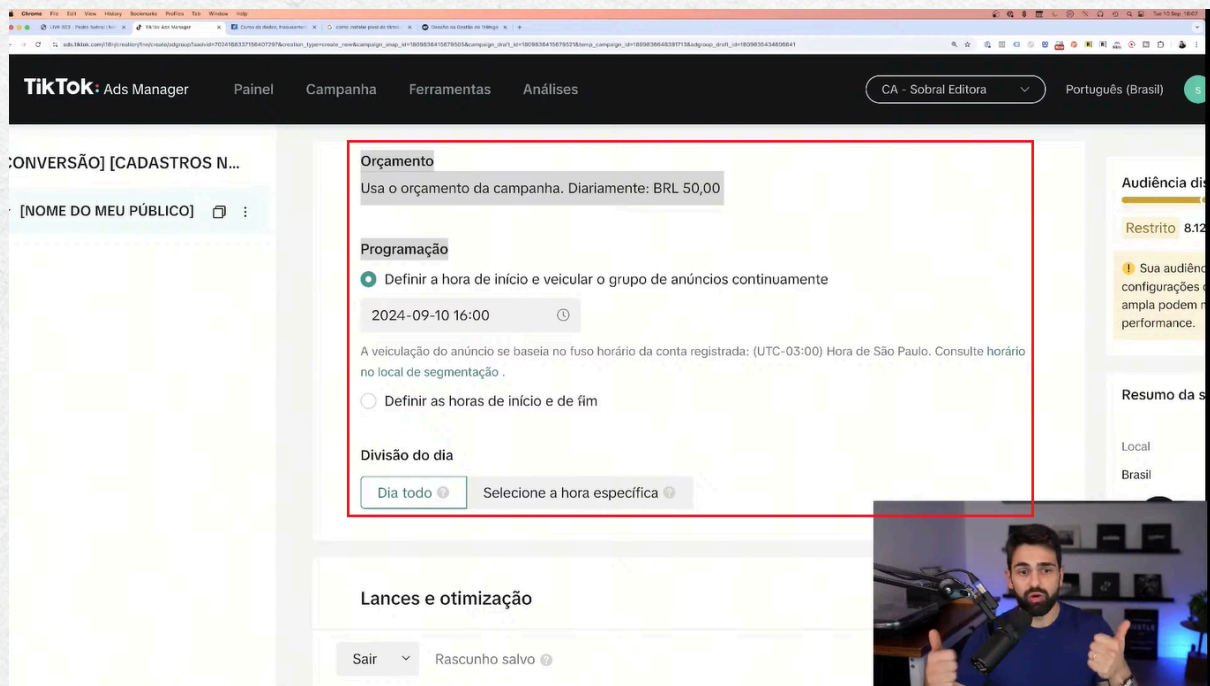
Em **“Dispositivo”**, a gente encontra uma função que eu considero relevante, principalmente, quando você está querendo as pessoas que têm o poder de compra mais alto. **A gente pode segmentar pela faixa de preço do dispositivo.**



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.

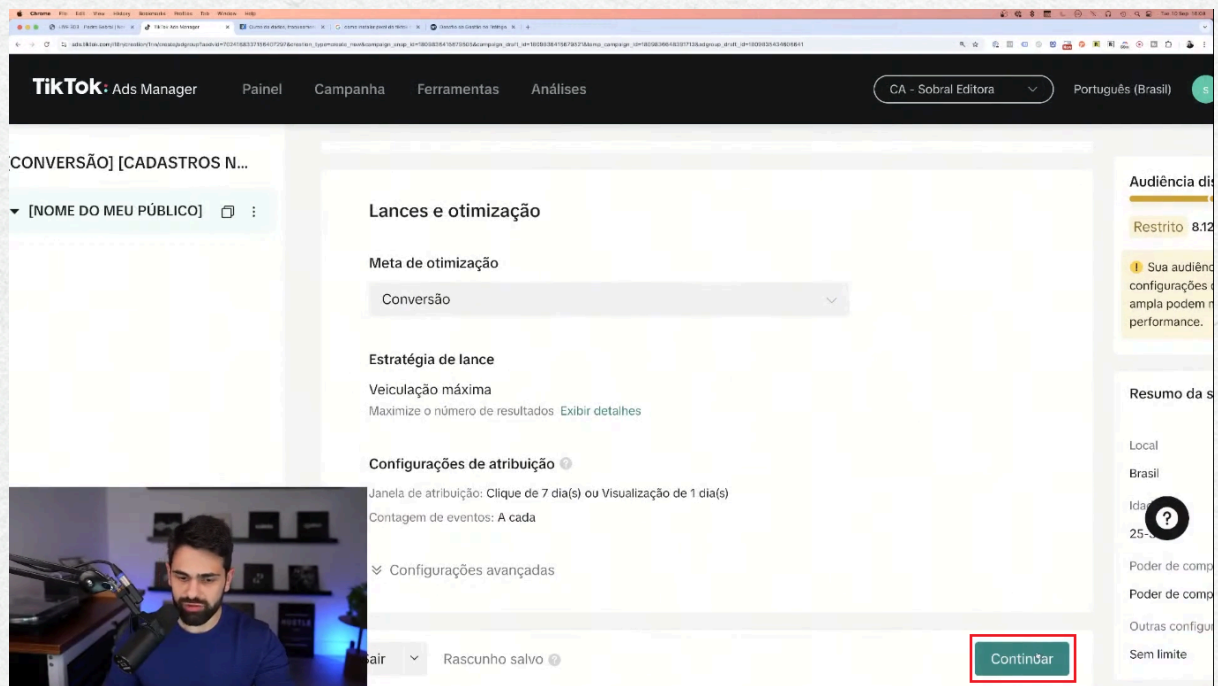




Além disso, eu posso rodar a campanha o dia inteiro ou escolher rodar o anúncio em dias e horários específicos.

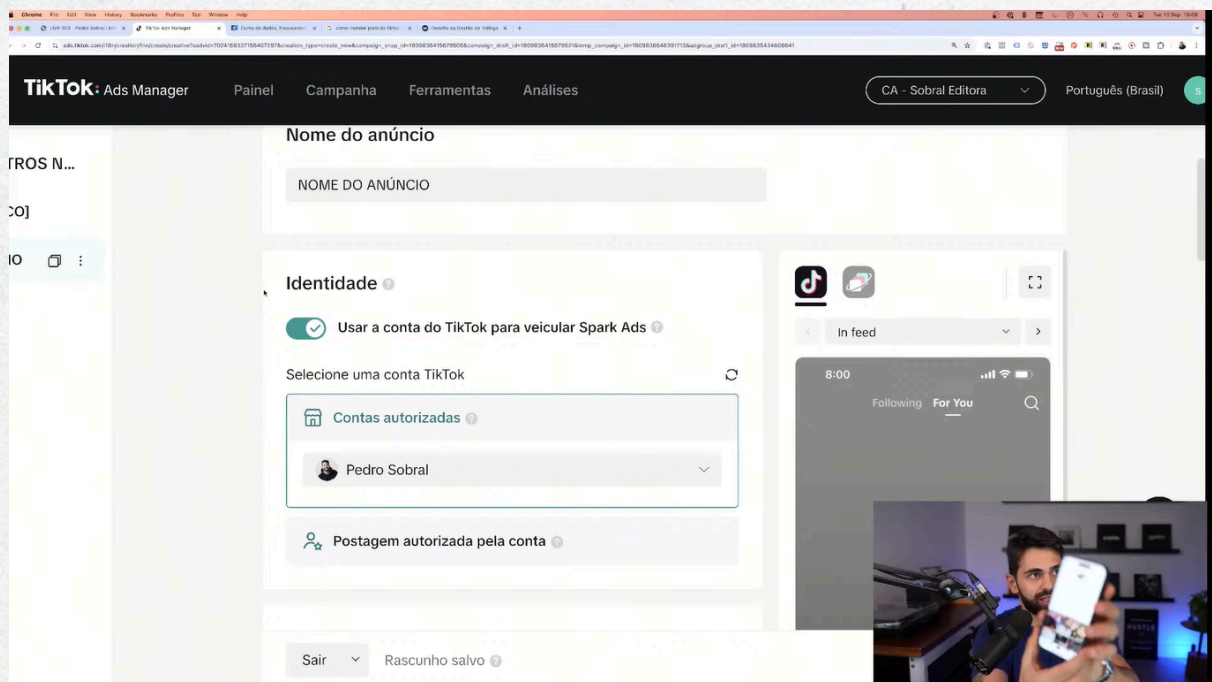
Mais para frente, a gente encontra **“Lance e otimização”**, mas a gente não vai mexer em nada por aqui. Clicamos em **“Continuar”** e está feito. Vamos para a parte de configuração do anúncio.





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.

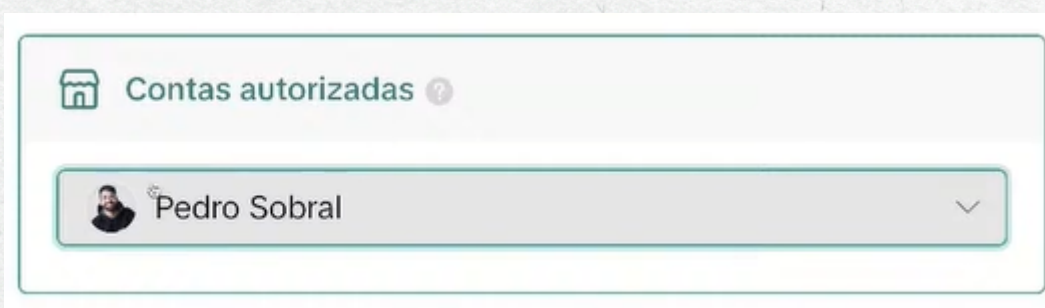




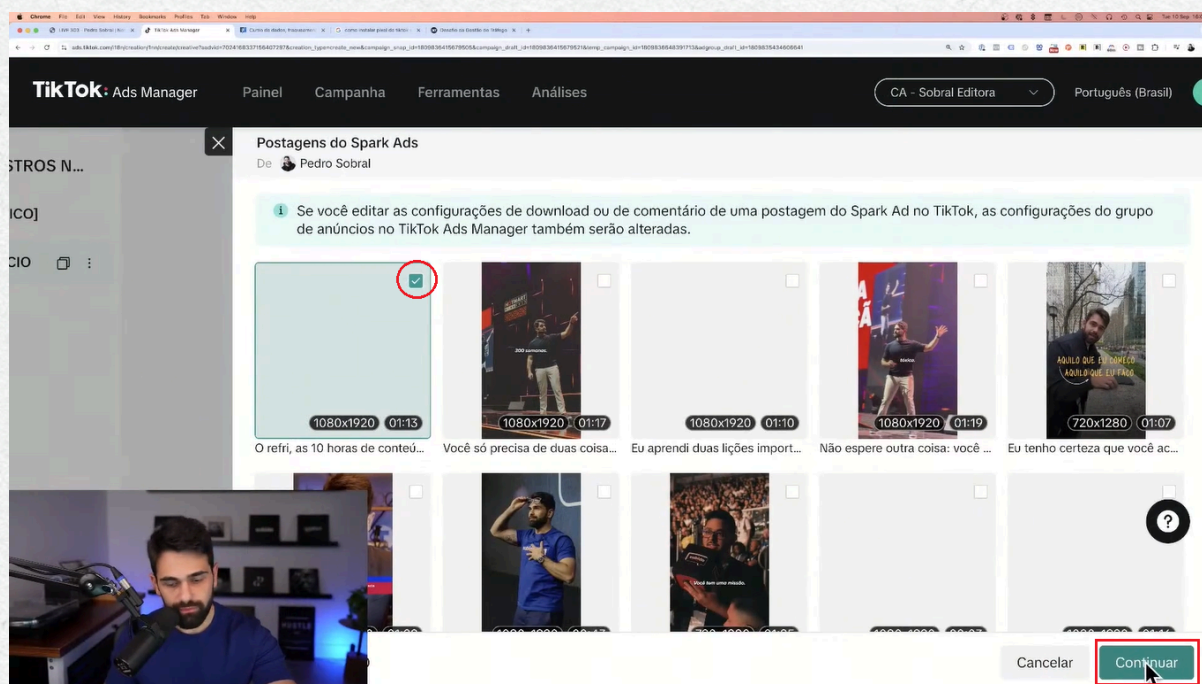
**O que funciona melhor? Tanto faz.** Você tem que escolher o que faz mais sentido para você.

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.

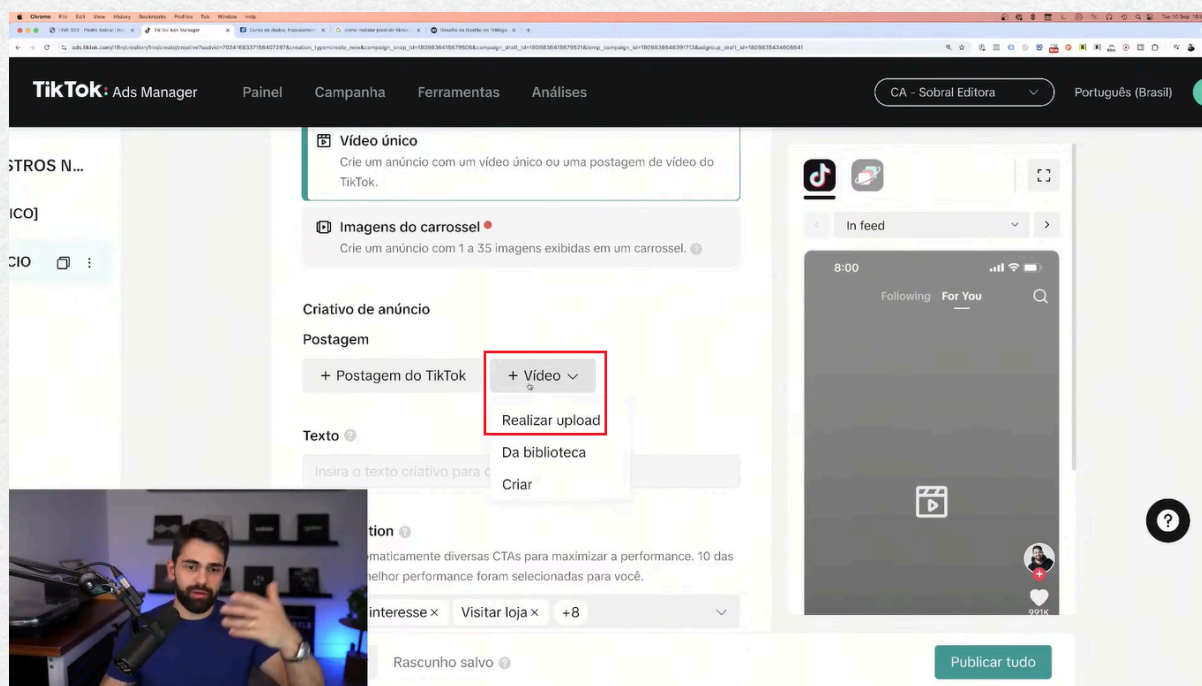


No detalhamento de anúncio, a gente vai selecionar a postagem do TikTok, ele vai carregar as publicações, a gente seleciona a publicação desejada e clica em **“Continuar”**.





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.





TikTok Ads Manager

CA - Sobral Editora

Português (Brasil)

Realizar upload do vídeo

Realizar novo upload

Nome do arquivo	Verificação de exigência de pos...	Status	Detalhes	Ação
Dialogo do produto.mp4 69.5s   1080*1920   19.33 Mbps   160 MB	 	Pronto para realizar u pload	A duração do vídeo deve ser de 5 a 60 segundos.	Excluir

fazer upload de mais 49 vídeos.

Cancelar

Corrigir vídeo enviado

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



TikTok Ads Manager

CA - Sobral Editora

Português (Brasil)

Realizar upload do vídeo

Realizar novo upload

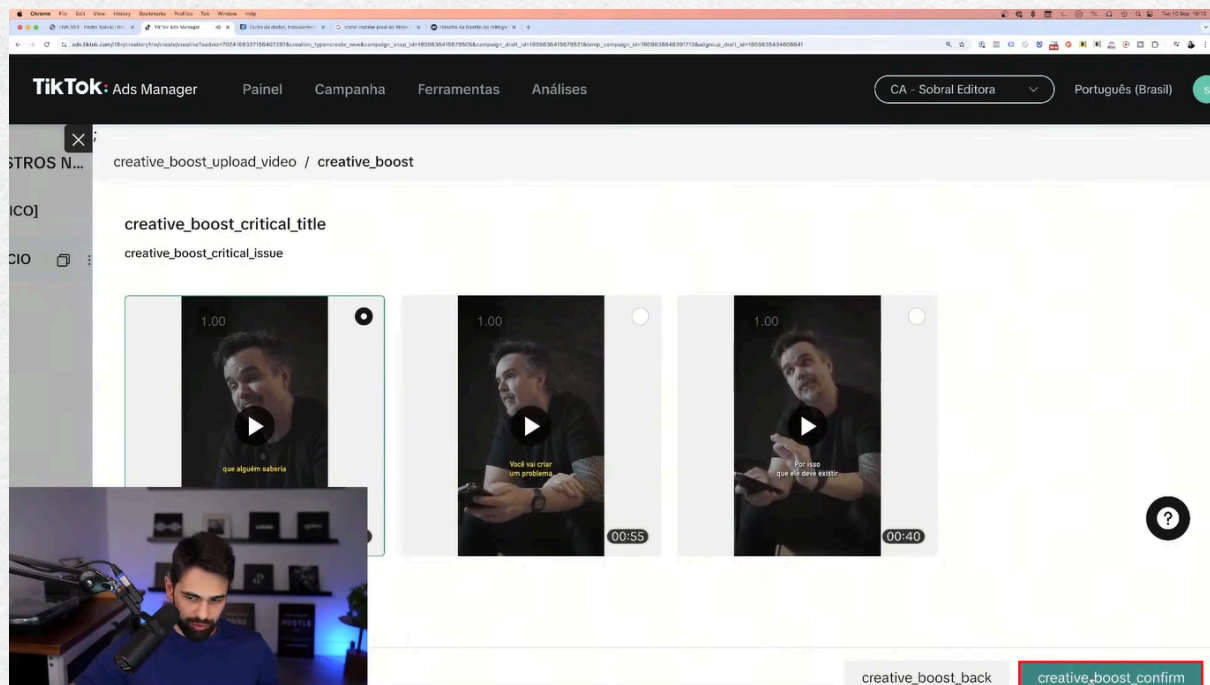
Nome do arquivo	Progresso	Detalhes	Ação
 Dialogo do produto.mp4 69.5s   1080*1920   19.33 Mbps   160 MB	 Need to be fixed	0 problema detectado ⓘ	Excluir

Voltar

Corrigir vídeo enviado

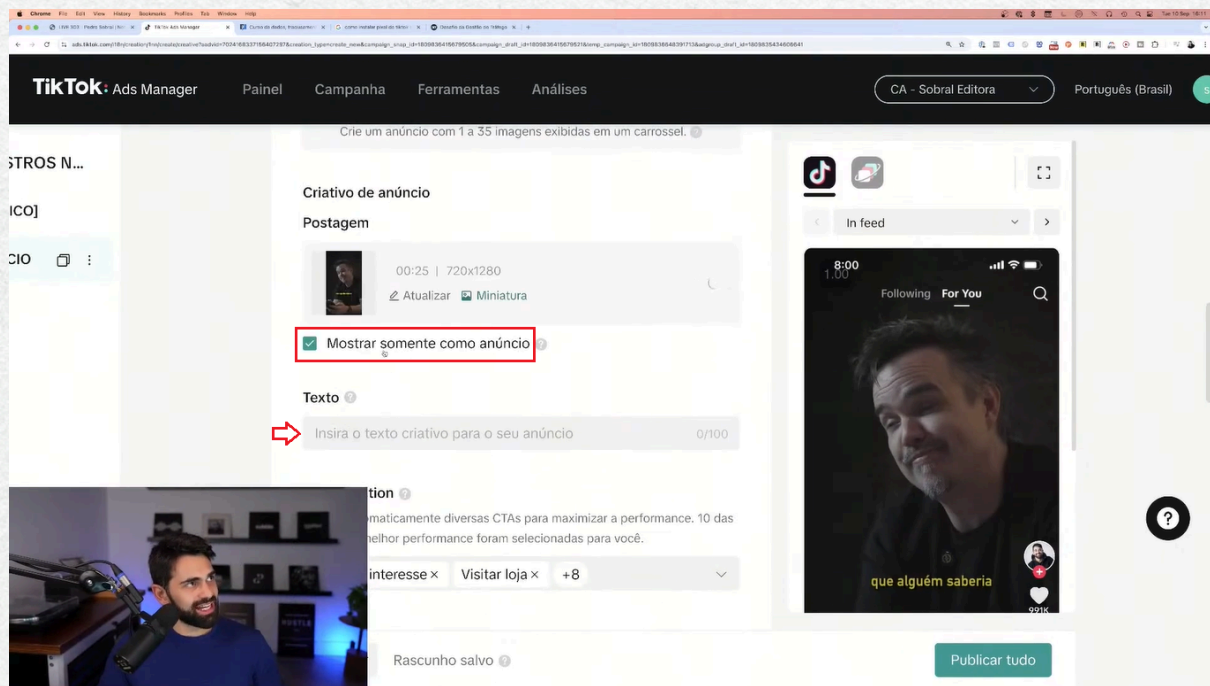


Vai ficar carregando algumas opções que ele dá para caso você queira cortar alguma coisa ou mudar alguma coisa. A gente clica em **“creative\_boost\_confirm”**.

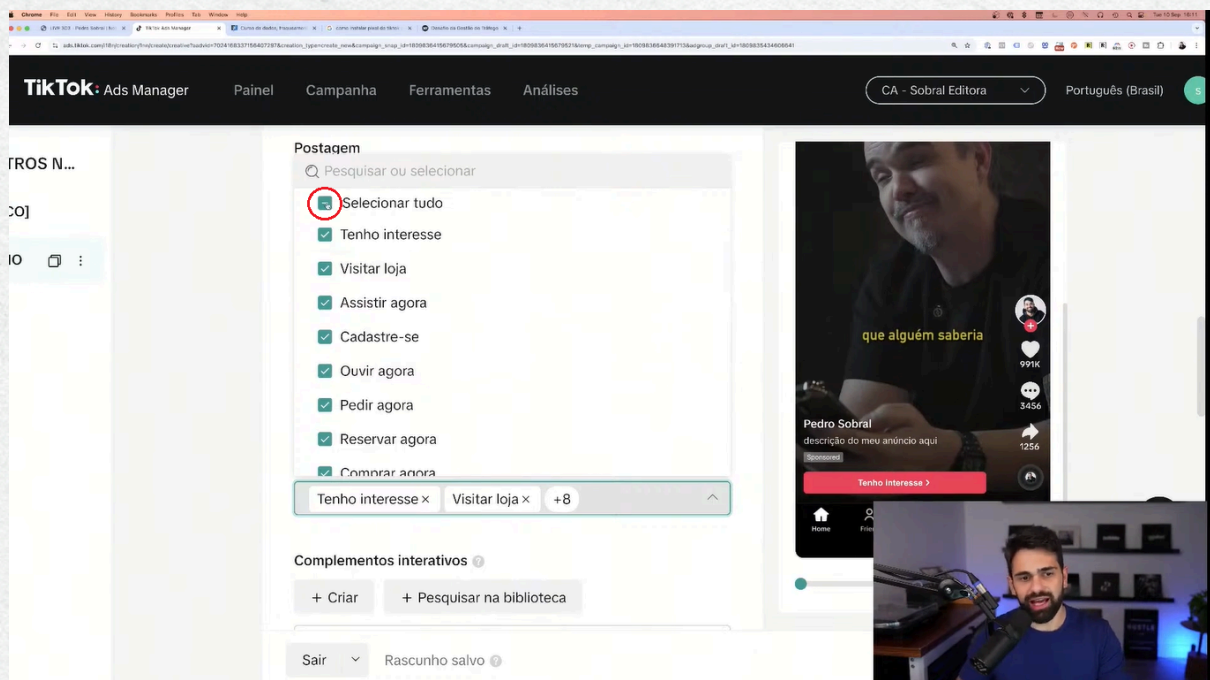


Vai aparecer o vídeo para a gente e a gente vai selecionar a opção **“Mostrar somente como anúncio”**, porque se não selecionar, ele vai publicar o vídeo lá na conta do TikTok. Depois, a gente **coloca a descrição do anúncio**.





**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.**

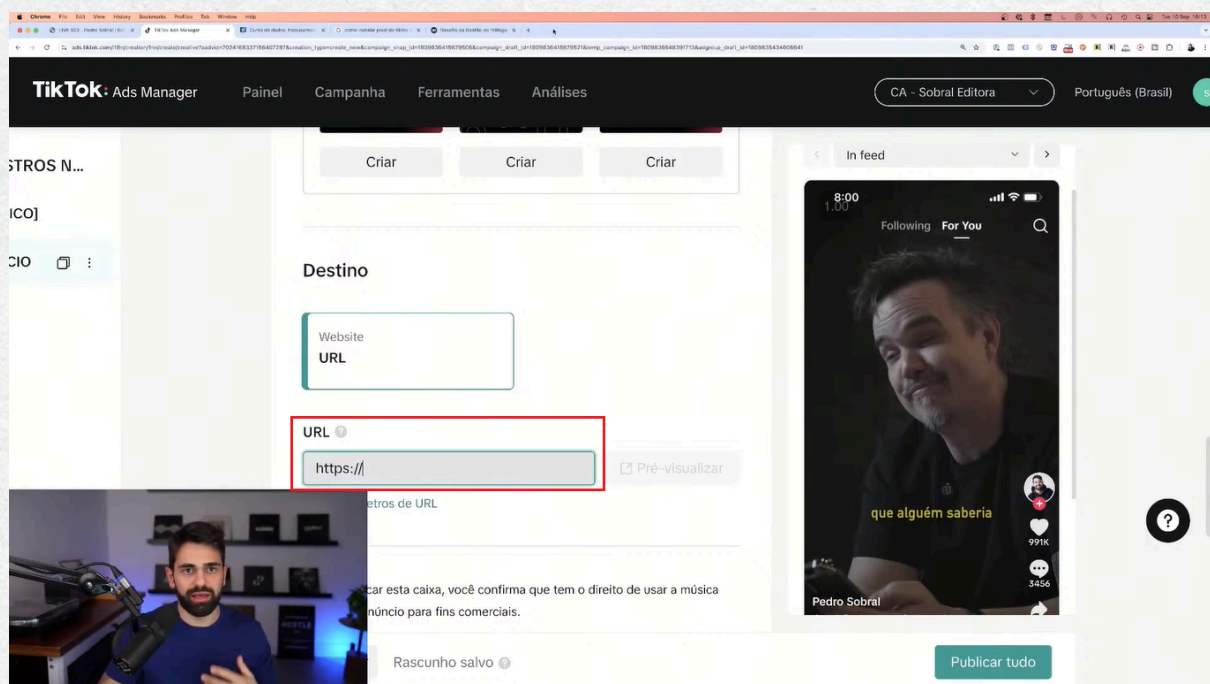




Se eu quiser, eu posso colocar um sticker no meu anúncio de countdown. **É um teste que você pode fazer, mas não é algo que você vai ver que vai dar mais resultado.**

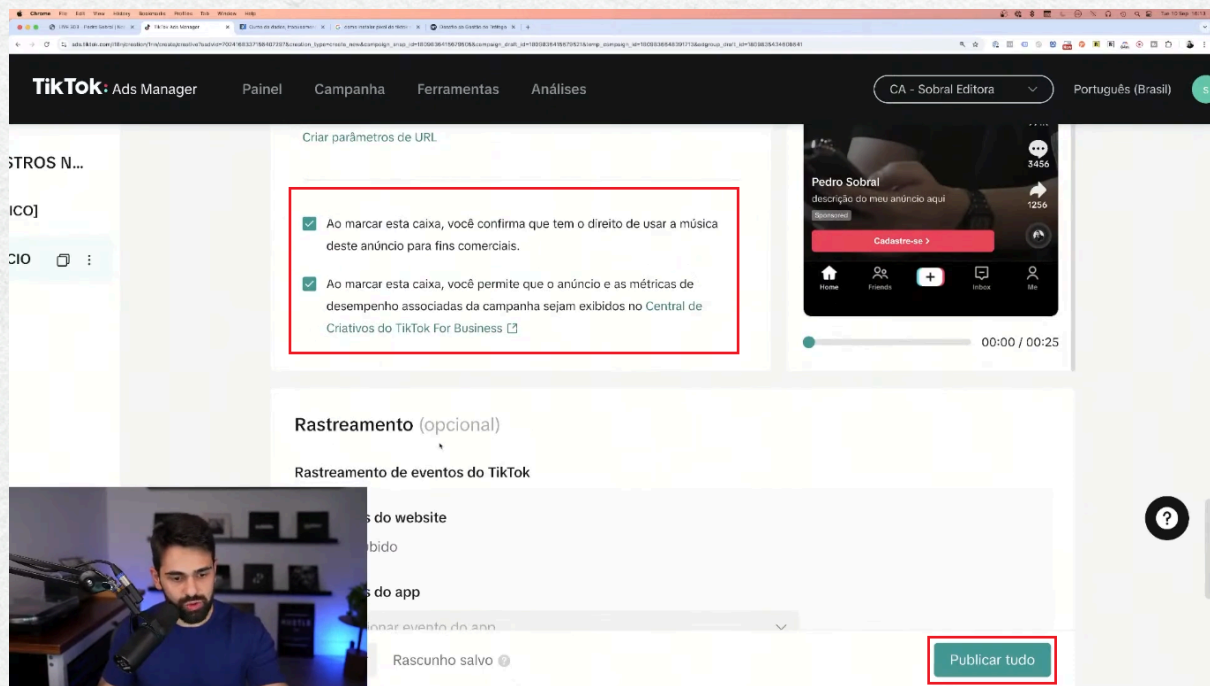
Além disso, você pode usar um display card, que é como um cartão digital que vai aparecer na frente do seu anúncio. Para mim, fica horrível. Eu não gosto dele. **Mas também pode colocar um cupom de desconto, que eu acho que pode funcionar bem para e-commerce, mas que, para a maioria dos outros negócios,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

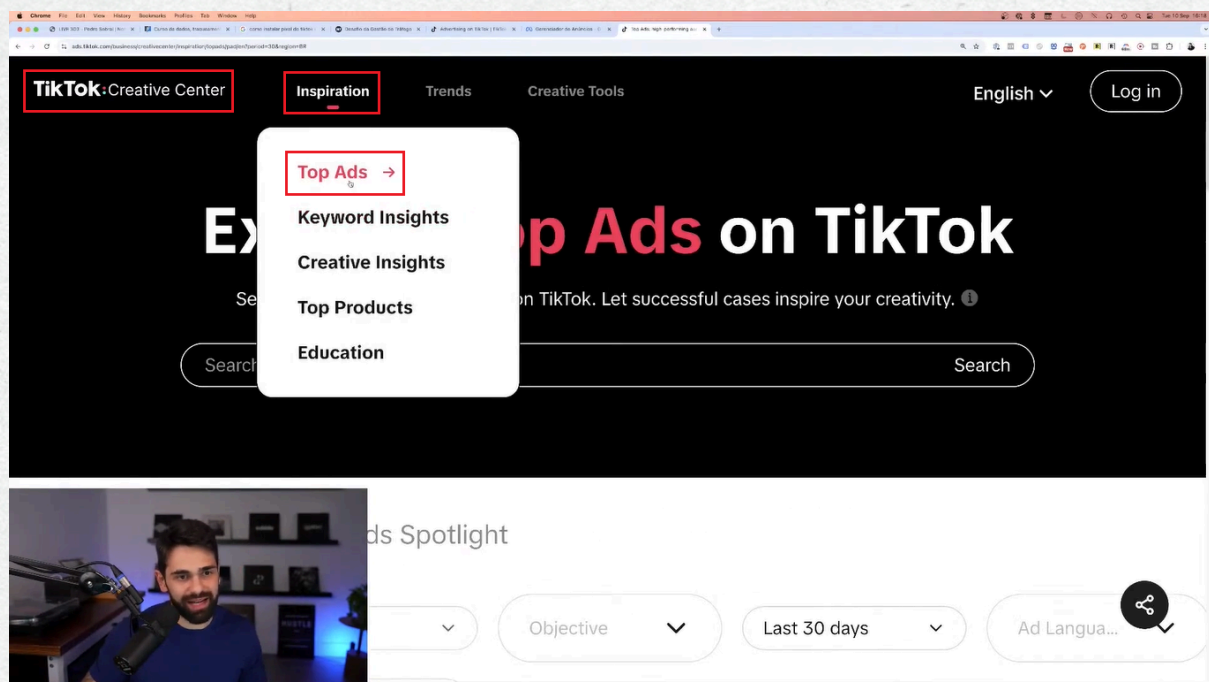


Com toda essa configuração feita, publica tudo e bota a sua campanha para rodar.

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!**