



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

TUTORIAL EXTRA: COMO CRIAR SUA CONTA DE ANÚNCIOS E SUA CAMPANHA DE VENDAS NO META ADS



LIVE #314



@pedrosobral



#pedrosobral.com.br

SUMÁRIO



Como criar uma conta no gerenciador de negócios do Meta Ads

Pág. 3

Como configurar o seu gerenciador de negócios no Meta Ads

Pág. 5

Como criar campanhas de vendas no Meta Ads?

Pág. 21

Como eu te prometi na live 314, este é um **material de apoio técnico** para você entender o passo a passo:

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

É válido destacar que neste PDF eu vou te ensinar a configurar uma campanha de vendas, mas **você pode usar o passo a passo para criar campanhas de outros tipos, como mostro na live 314.**

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

Faça bom proveito e bora para o tutorial.

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

- 01** Para criar uma conta no gerenciador de negócios no Meta Ads, basta digitar o seguinte link <https://business.facebook.com/overview> no seu navegador de internet. Caso você já tenha uma conta, pule para o passo 3.
- 02** Após acessar o link da etapa anterior, clique em “**criar uma conta**”, e logo após preencha os dados solicitados:

Vamos começar com as ferramentas para empresas da Meta.

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

[Criar uma conta](#)

X

Crie sua conta empresarial no Gerenciador de Negócios

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

Agência Fulano

Seu nome

Fulano de tal

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

fulano@gmail.com

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

Enviar

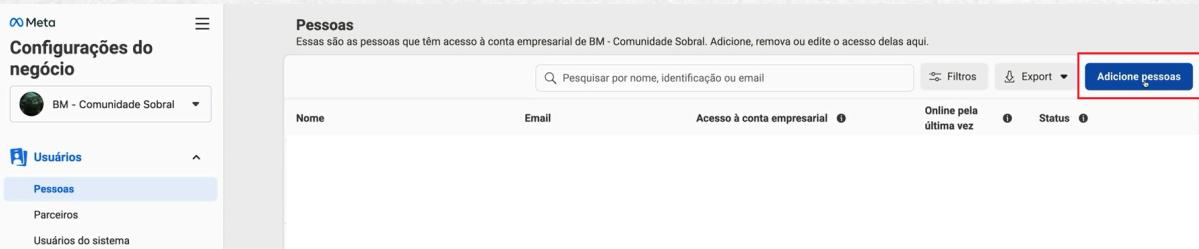
Após isso, basta seguir os passos de confirmação do seu e-mail e finalizar a criação do seu gerenciador de negócios e conta de anúncios.

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

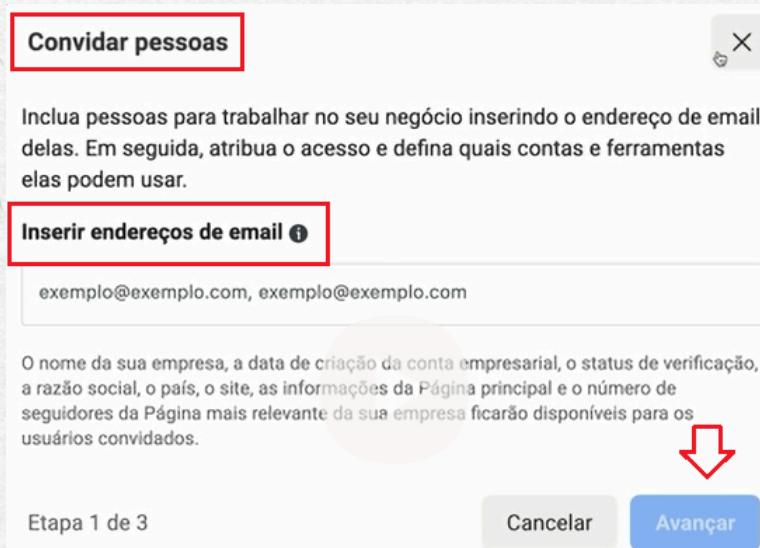
- 03** Acesse a sua conta de anúncios digitando o seguinte site <https://business.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns> no seu navegador de internet.

COMO CONFIGURAR O SEU GERENCIADOR DE NEGÓCIOS NO META ADS?

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



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



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

The screenshot shows the Facebook Business Manager dashboard. On the left, there's a sidebar with sections like 'Meta', 'Configurações do negócio', 'Usuários', 'Contas', and 'Páginas'. The 'Páginas' section is highlighted with a red box. The main panel is titled 'Pessoas' and contains a search bar, filters, and an 'Adicione pessoas' button.

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

This screenshot shows the 'Páginas' addition interface. In the center, there's a card for 'Pedro Sobral' with the text 'Pertencente a: SM LTDA'. Below it are two options: 'Adicionar uma Página' (highlighted with a red box) and 'Solicitar acesso a uma Página'. A tooltip for 'Adicionar uma Página' explains that the user needs to be the owner or have permission to manage the page. Another card below shows 'Criar uma nova Página'. To the right, there's a sidebar with sections like 'Atividade da comunidade', 'Anúncios', 'Insights', and 'Receta'.

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

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface under 'Configurações do negócio' (Business Settings). The left sidebar has sections for 'Usuários' (Users), 'Contas' (Accounts), and 'Páginas' (Pages), with 'Páginas' currently selected. A red arrow points to the 'Adicionar' (Add) button in the 'Páginas' search bar. The main area displays a list of pages, with a profile picture and name for 'Pedro Sobral' (pertaining to SM LTDA). Below this, two sections are shown: 'Os anúncios em parceria substituirão os anúncios de conteúdo de marca' (Partnership ads will replace brand content ads) and 'Opções adicionais no Facebook' (Additional options on Facebook). At the bottom, there's a 'Pessoas' (People) section with a red arrow pointing to the 'Adicionar pessoas' (Add people) button.

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

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

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

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. On the left, there's a sidebar with 'Configurações do negócio' (Business Settings) selected. Under 'Contas', 'Contas do Instagram' is highlighted with a red box. The main area is titled 'Contas do Instagram'. It shows a list of accounts, with one account '@pedrosobral' selected. A blue box highlights the 'Adicionar' (Add) button at the top right of the list area. Below the list, there's a note about partnership announcements and a 'Saiba mais' (Learn more) link. At the bottom, there are tabs for 'Pessoas' and 'Ativos conectados', with 'Pessoas' selected.

08 Agora, clique em “**adicionar**”:

This screenshot is similar to the previous one, but the 'Adicionar' (Add) button is now highlighted with a red box. The rest of the interface remains the same, showing the 'Contas do Instagram' list and its associated notes and tabs.

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

Adicionar uma conta do Instagram

X

Instagram

Dê às pessoas, aos parceiros e aos aplicativos com acesso à conta empresarial da Meta, BM - Comunidade Sobral, acesso para gerenciar uma conta do Instagram, incluindo o seguinte:

conteúdo

Mensagens

Anúncios

Comentários

Insights

As outras pessoas que ajudam a gerenciar a conta empresarial de BM - Comunidade Sobral também poderão gerenciar essas configurações adicionais dependendo das permissões que tiverem.

Quando você dá às pessoas, aos parceiros e aos aplicativos acesso para gerenciar uma conta do Instagram, concede a eles automaticamente o mesmo acesso para gerenciar qualquer Página do Facebook conectada.

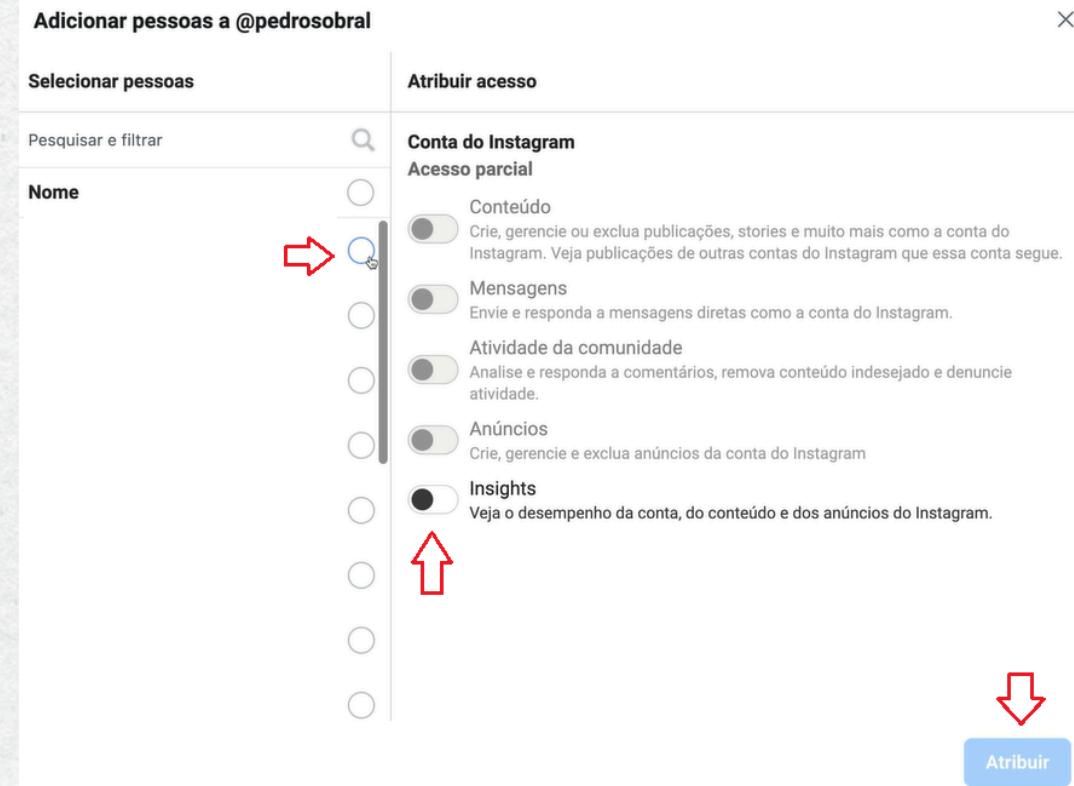
Conectar sua conta do Instagram

Ao clicar no botão acima, você concorda com nossos Terms, Privacy Policy e Cookies Policy.

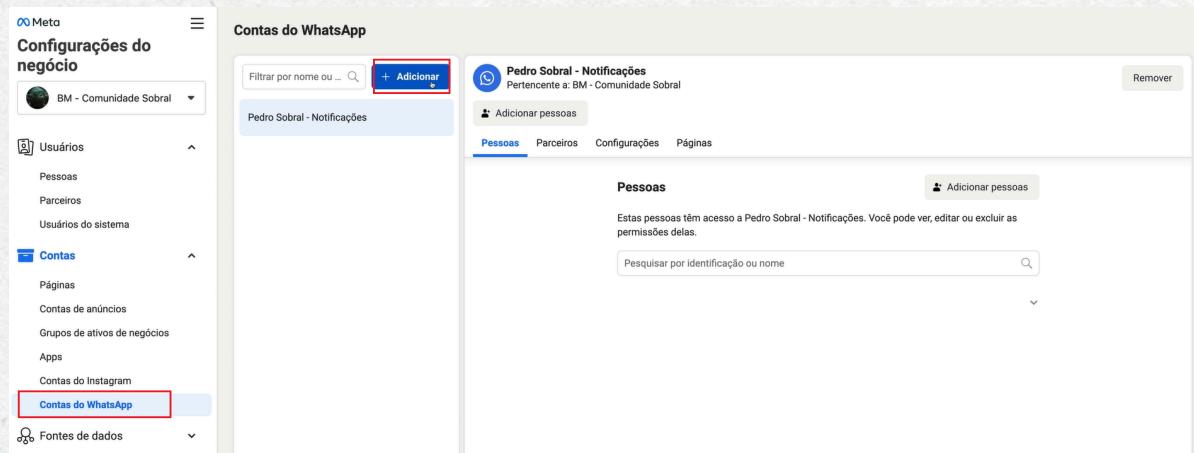
10 No painel maior à direita, clique em “**adicionar pessoas**”:

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. On the left, there's a sidebar with navigation links like 'Configurações do negócio', 'Usuários', 'Contas', and 'Contas do Instagram'. The 'Contas do Instagram' link is highlighted. The main area is titled 'Contas do Instagram' and shows a list of accounts. One account, '@pedrosobral', is listed with the note 'Isto pertence a SM LTDA'. Below this list, there are two tabs: 'Pessoas' (which is selected) and 'Ativos conectados'. Under the 'Pessoas' tab, there's a button labeled 'Adicionar pessoas' with a red box drawn around it. At the bottom of the screen, there's a search bar and a 'Pesquisar por identificação ou nome' button.

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



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



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

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

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



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

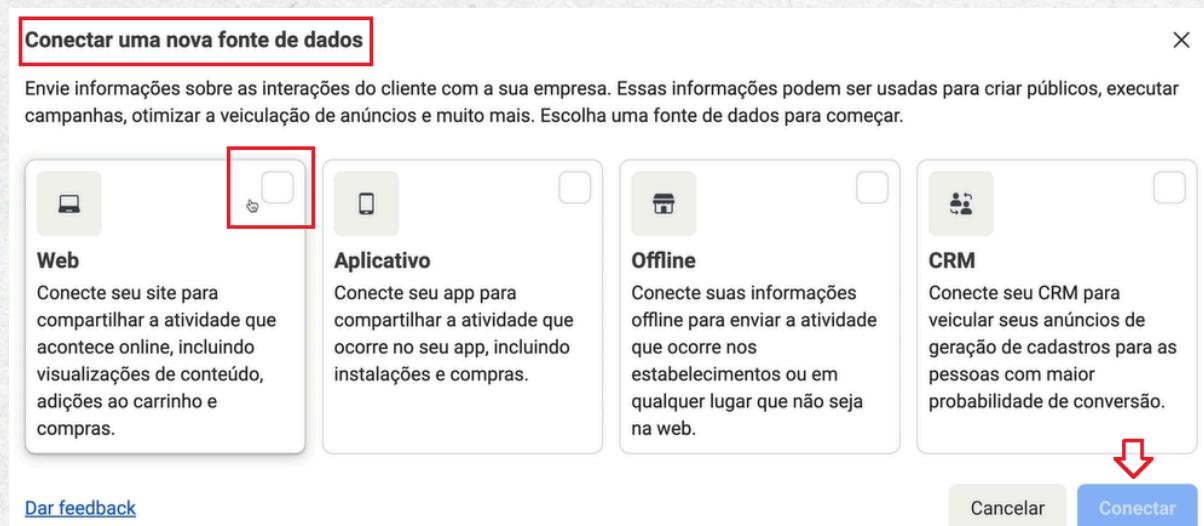


17 Feito isso, no menu lateral esquerdo, clique em “**visão geral**” e no botão “**conectar fontes de dados**”:



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. On the left, there's a sidebar with options like 'Meta', 'Gerenciador de Eventos' (selected), 'Fontes de dados', 'Conversões personalizadas', and 'Integrações de parceiros'. A red box highlights the 'Visão geral' link. A red arrow points to the 'Conectar fontes de dados' button. The main content area displays event manager metrics and a 'Conectar fontes de dados' section.

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

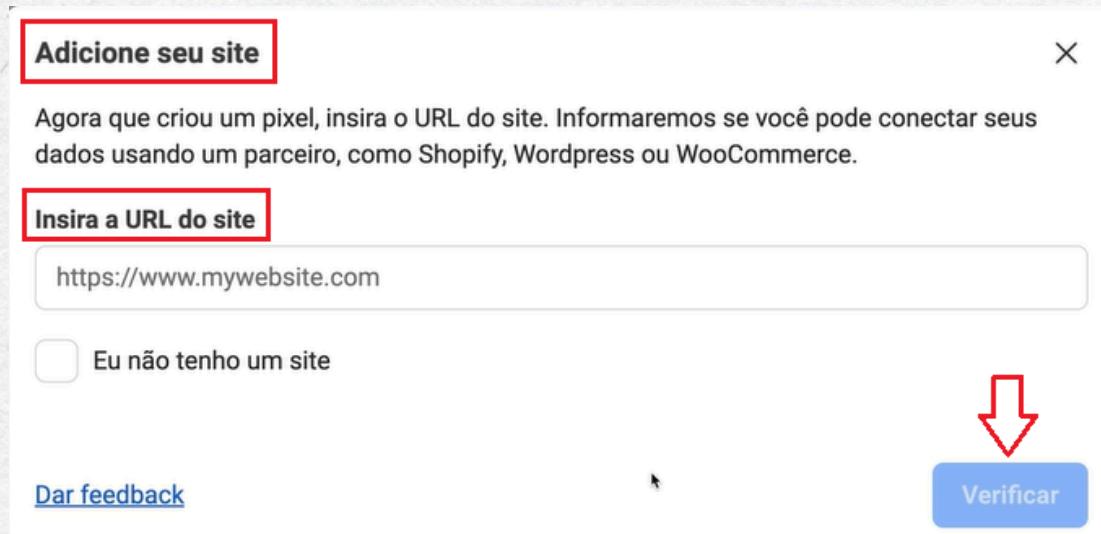


The screenshot shows a modal dialog titled 'Conectar uma nova fonte de dados'. It contains four options: 'Web' (selected), 'Aplicativo', 'Offline', and 'CRM'. Each option has a description and a checkbox. A red box highlights the 'Web' option, and a red arrow points to the 'Conectar' button at the bottom right.

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



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



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

The screenshot shows a step titled "Escolha como quer conectar o seu site". It asks the user to choose how they want to connect their website to send web activity to Facebook. Two options are presented: "API de Conversões e Pixel da Meta" (Recommended) and "Pixel da Meta somente". A red arrow points to the "Pixel da Meta somente" option, which is highlighted with a blue border. Below the options, it says "O seguinte pixel será usado:" (The following pixel will be used:) followed by "Pixel do Fulano" with ID 165075656334292. At the bottom are "Dar feedback", "Voltar", and a red-bordered "Avançar" button.

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

Conectar a atividade do site usando um pixel

X

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

</> Adicionar manualmente o código do pixel ao site

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

[Instalar o código manualmente](#)

🔗 Usar a integração de parceiros

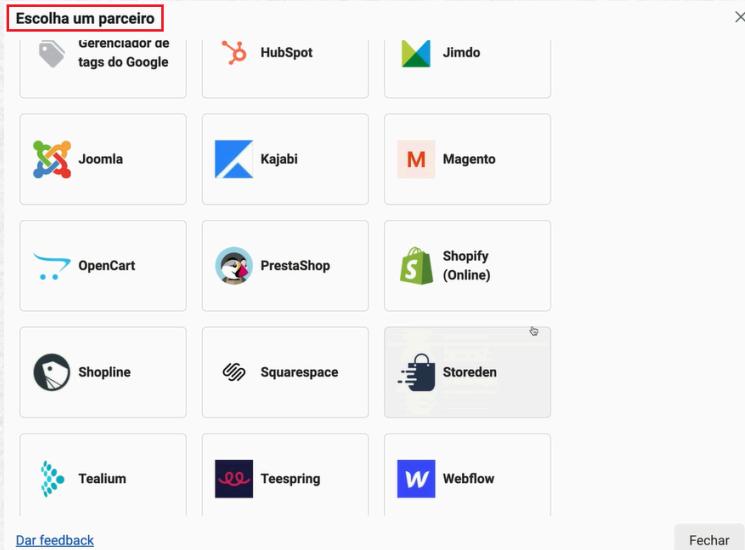
Verifique se o seu site se qualifica para integração com um dos nossos parceiros, como Shopify, WordPress e outros. [Saiba mais](#)

[Procurar parceiro](#)

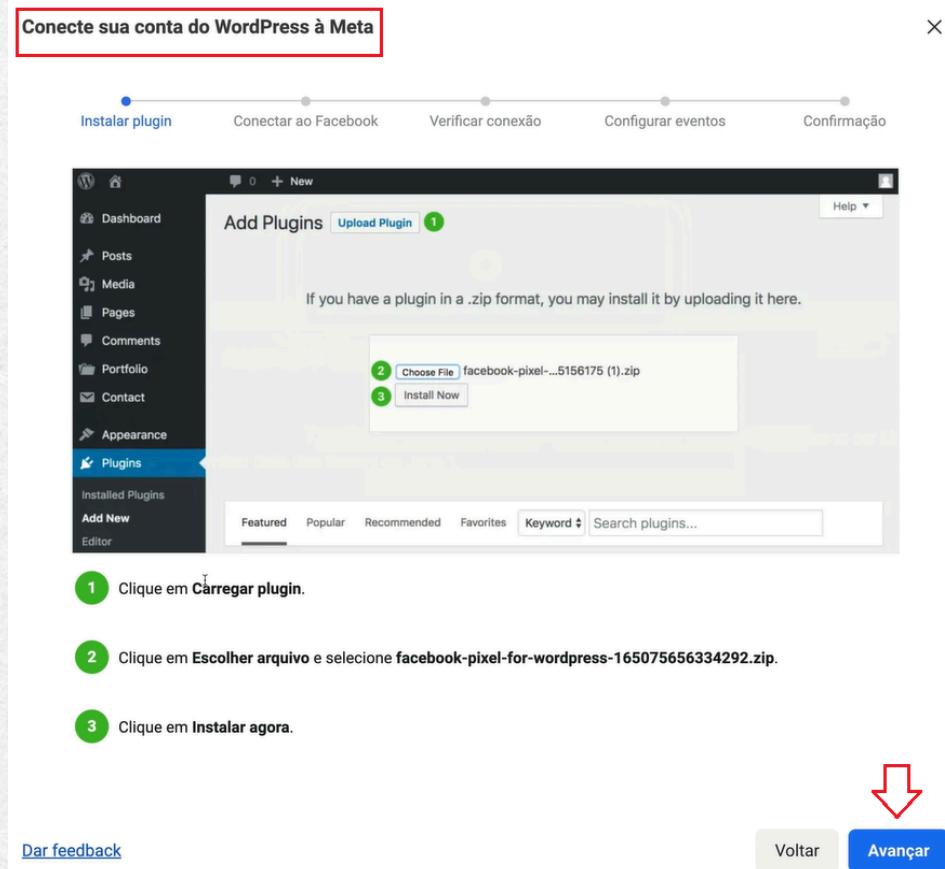
[Dar feedback](#)

[Enviar instruções por email](#)

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



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



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

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

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



The screenshot shows the 'Integração do Gerenciador de Eventos' (Integration Manager) interface. On the left, there's a sidebar with icons for creating pixels, installing code bases, and more. The main area is titled 'Instalar o código de base' (Install code base). It contains a detailed description of what the pixel code does and how it's used. Below this, a step-by-step guide is shown: step 1, 'Copiar código de base' (Copy base code), which includes a button labeled 'Copiar código' (Copy code); step 2, 'Colar código de base no site' (Paste base code on site), which includes a note about pasting the code into the site's head tag. A large text box contains the Meta Pixel Code script.

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

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

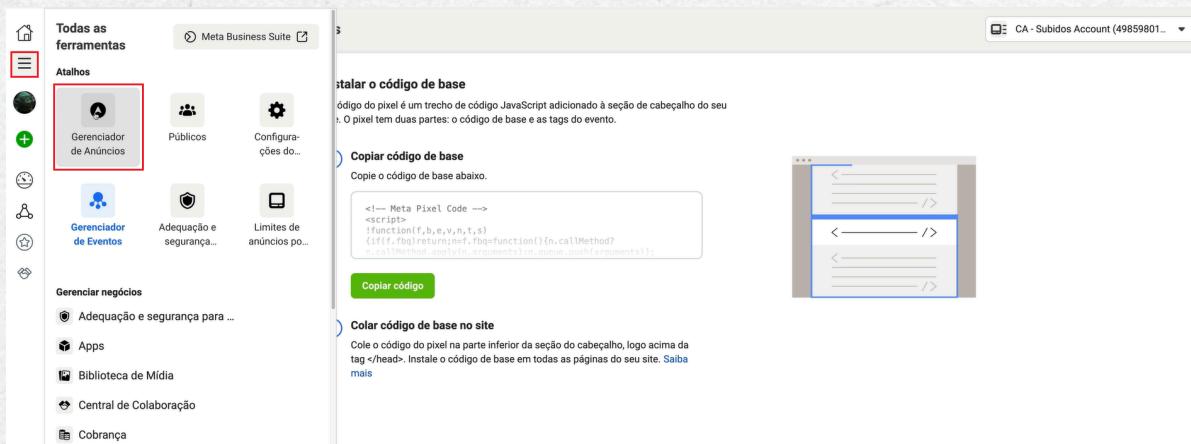
29 Para descobrir como instalar o seu pixel manualmente, digite no Google “**como instalar o pixel do Meta Ads no + nome da sua plataforma de criação de sites**”. Outra opção é pedir para quem fez o seu site instalar o pixel para você. Lembre-se que o pixel precisa estar em todas as páginas do site:



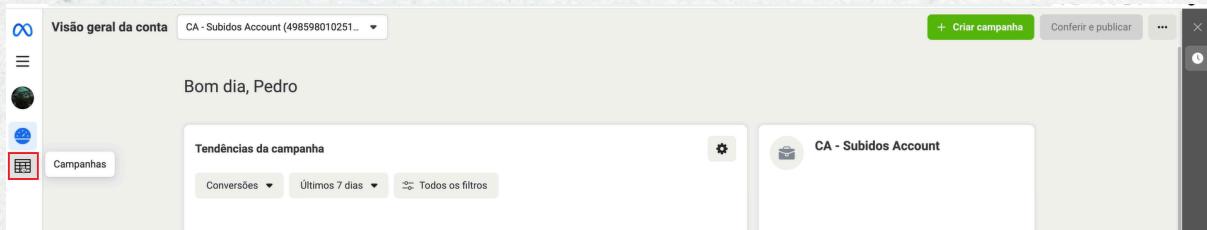
Agora, vamos criar as nossas campanhas.

COMO CRIAR CAMPANHAS DE VENDAS NO META ADS?

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



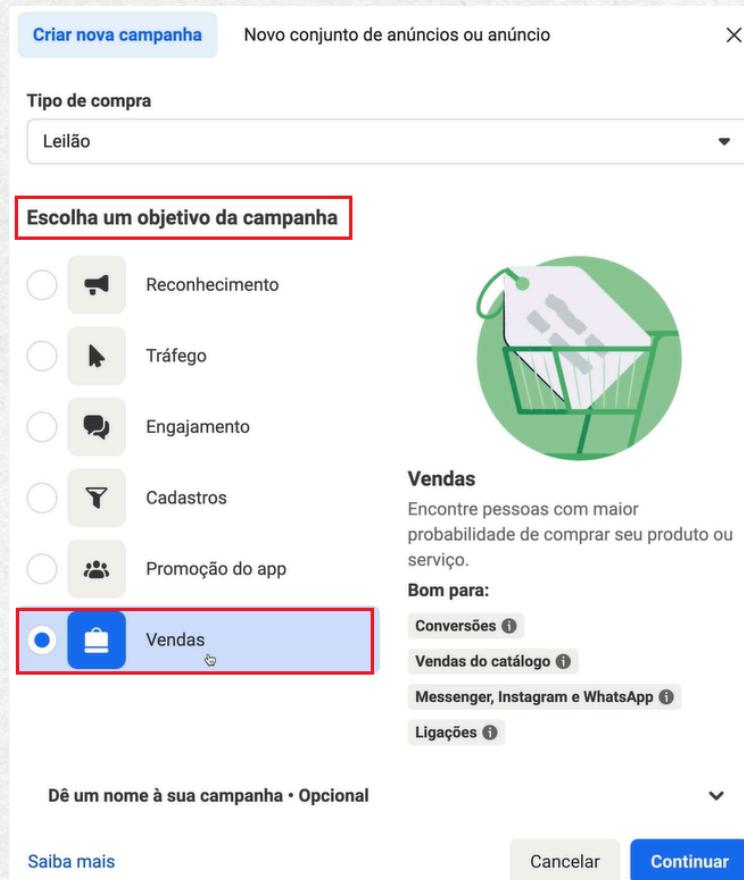
02 Feito isso, ainda no menu lateral esquerdo, clique no ícone correspondente a "**campanhas**":



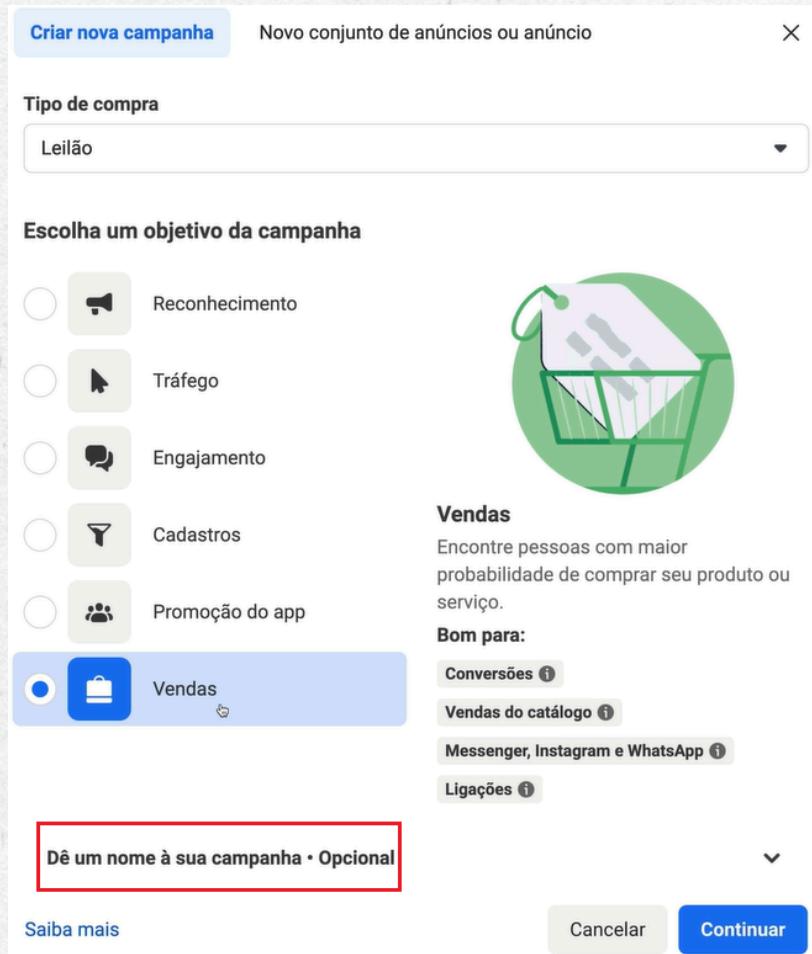
03 Dentro do gerenciador de anúncios, clique em “criar”:



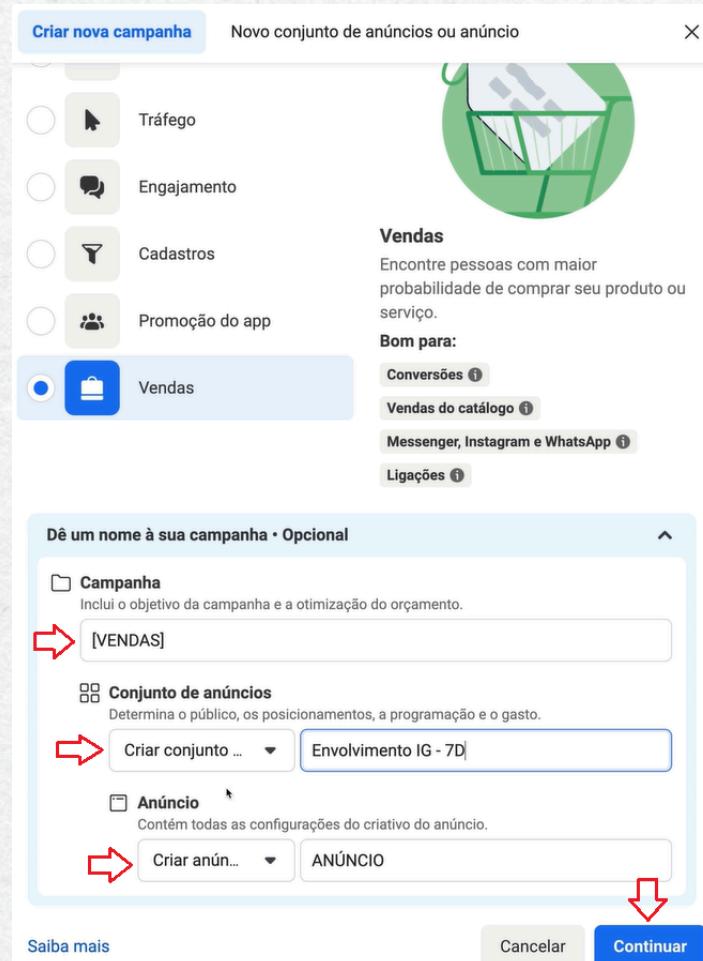
04 No painel “escolha um objetivo da campanha”, clique em “vendas”. E caso você faça uma campanha de cadastro, o passo a passo a seguir será o mesmo:



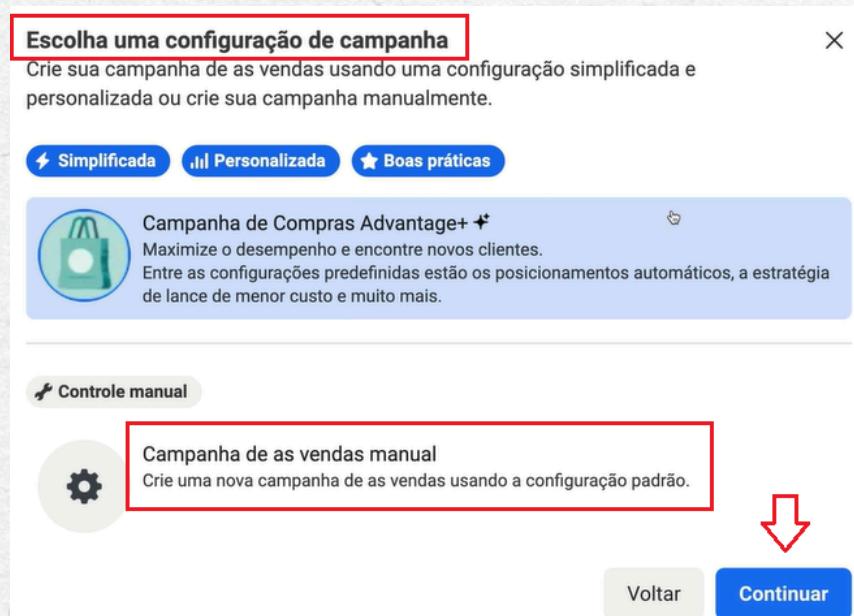
05 Para continuar a configuração, clique em “**dê um nome à sua campanha**”:



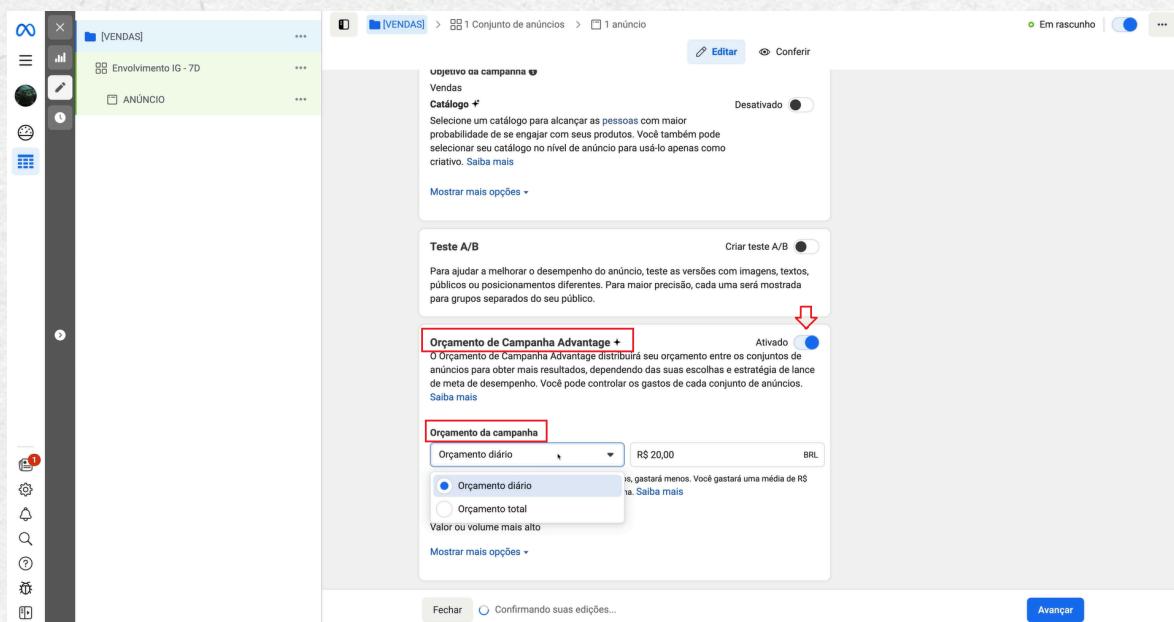
06 Dê um nome para sua campanha no campo “**campanha**”. Não se esqueça que a nomenclatura deve facilitar sua organização posteriormente. Em “**conjunto de anúncios**” você deve colocar o público do seu anúncio. Neste exemplo, coloquei um público super quente:



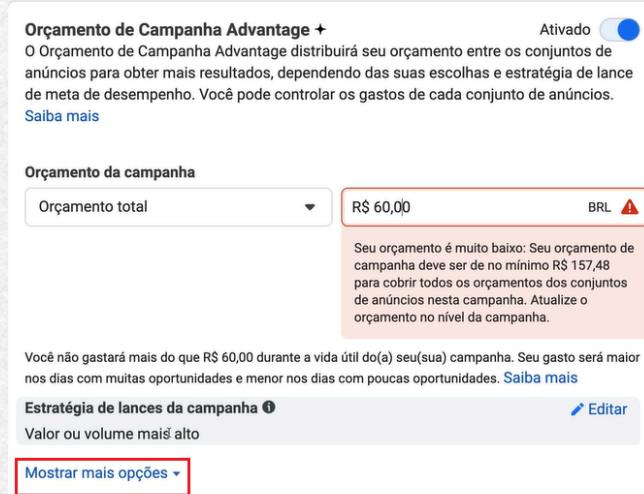
07 No painel “escolha uma configuração de campanha” escolha a opção “campanha de vendas manual”. Feito isso, clique em “continuar”:



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



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



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

Orçamento de Campanha Advantage + Ativado

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

[Saiba mais](#)

Orçamento da campanha

Orçamento total ⚠

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

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

Estratégia de lances da campanha

Valor ou volume mais alto

Ocultar opções ▾

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

Veicular anúncios de acordo com uma programação

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

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

[VENDAS] Envolvimento IG - 7D ANÚCIO

Nome do conjunto de anúncios Envolvimento IG - 7D Criar modelo

Conversão

Localização da conversão

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

Site Gere vendas e conversões no seu site.

- App Gere vendas e conversões no seu app.
- Site e app Gere vendas e conversões no seu site ou app.
- Apps de mensagens Faça as pessoas se engajarem com sua marca no Messenger, WhatsApp ou Instagram.
- Ligações Gere vendas e conversões por meio de ligações telefônicas.

Definição de público

Sua seleção de público é razoavelmente ampla.

Especifico Amplio

Tamanho estimado do público: 147.800.000 - 173.900.000

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

Resultados diários estimados

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

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

The screenshot shows a configuration interface for a pixel. At the top, there are four options: "App" (Gere vendas e conversões no seu app.), "Site e app" (Gere vendas e conversões no seu site ou app.), "Apps de mensagens" (Faça as pessoas se engajarem com sua marca no Messenger, WhatsApp ou Instagram.), and "Ligações" (Gere vendas e conversões por meio de ligações telefônicas.). Below these is a section titled "Meta de desempenho" with a dropdown menu set to "Maximizar o número de conversões". A red box highlights the "Pixel" section. Inside, there's a search bar with placeholder text "Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação". Below it, three pixels are listed: "Pixel - Parabellum" (Identificação do conjunto de dados: 1500034583835684), "Pixel Subido" (Identificação do conjunto de dados: 992374087597972), and "SM - Pixel Back Up" (Identificação do conjunto de dados: 155846019599087). At the bottom of this list is a link "Mostrar mais opções".

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

The screenshot shows the Instagram Ads Manager interface. On the left, there's a sidebar with various icons. The main area displays a campaign named 'Envolvimento IG - 7D' under the 'VENDAS' category. A modal window is open, titled 'Evento de conversão'. It lists three options: 'Site e app', 'Apps de mensagens', and 'Ligações'. Below this is a dropdown menu set to 'Maximizar o número de conversões'. Under 'Pixel', it says 'Pixel Subido'. The 'Evento de conversão' dropdown is expanded, showing 'COMPRAR' as the selected option. Other options like 'Eventos ativos' (Comprar, Iniciar finalização da compra) and 'Eventos inativos' (FinalizaçaoCompraEcommerce, + Defina uma nova conversão personalizada) are listed. A note about 'Criativo dinâmico' is present. On the right, there's a 'Confirmando suas alterações' section with a warning about a low budget, a 'Definição de público' section, and a 'Resultados diários estimados' section. At the bottom, there are 'Fechar', 'Voltar', and 'Avançar' buttons.

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

This screenshot is identical to the one above, but the 'Eventos inativos' section now includes a red box around the '+ Defina uma nova conversão personalizada' button, indicating it has been clicked. The rest of the interface remains the same, showing the campaign setup and the configuration modal.

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

Criar uma conversão personalizada

Nome: COMPRA CONCL | 12/50

Descrição · Opcional
Forneça detalhes para informar ... 0/100

Fonte de dados: Pixel Subido

Fonte da ação: Site

Evento: Todo o tráfego da URL

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

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

Criar uma conversão personalizada

Nome **Descrição · Opcional**

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

Fonte de dados

Pixel Subido

Fonte da ação

Site

Evento

Todo o tráfego da URL

Escolha um evento padrão para a otimização

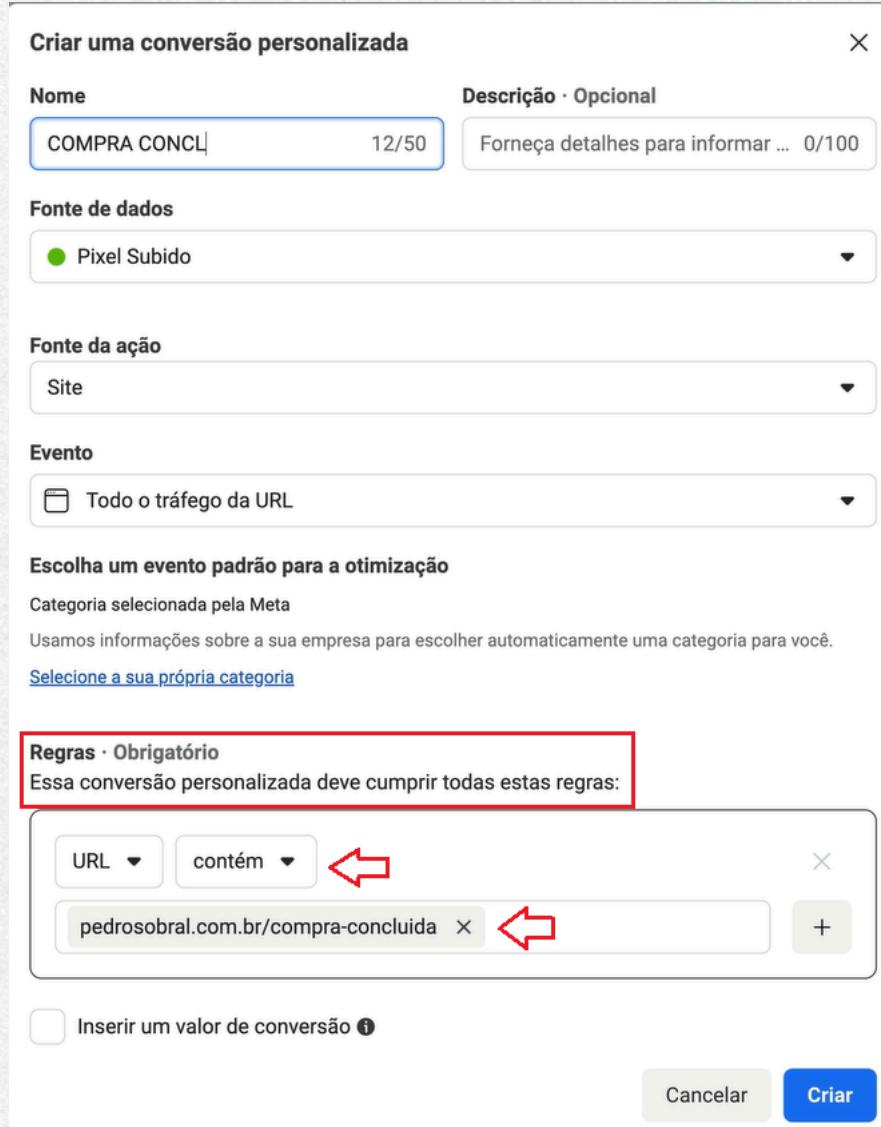
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecione a sua própria categoria](#)

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

URL contém pedrosobral.com.br/compra-concluida

Inserir um valor de conversão ⓘ

Criar



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

Criar uma conversão personalizada

Nome 17/50 **Descrição · Opcional**

Fonte de dados Pixel Subido

Fonte da ação

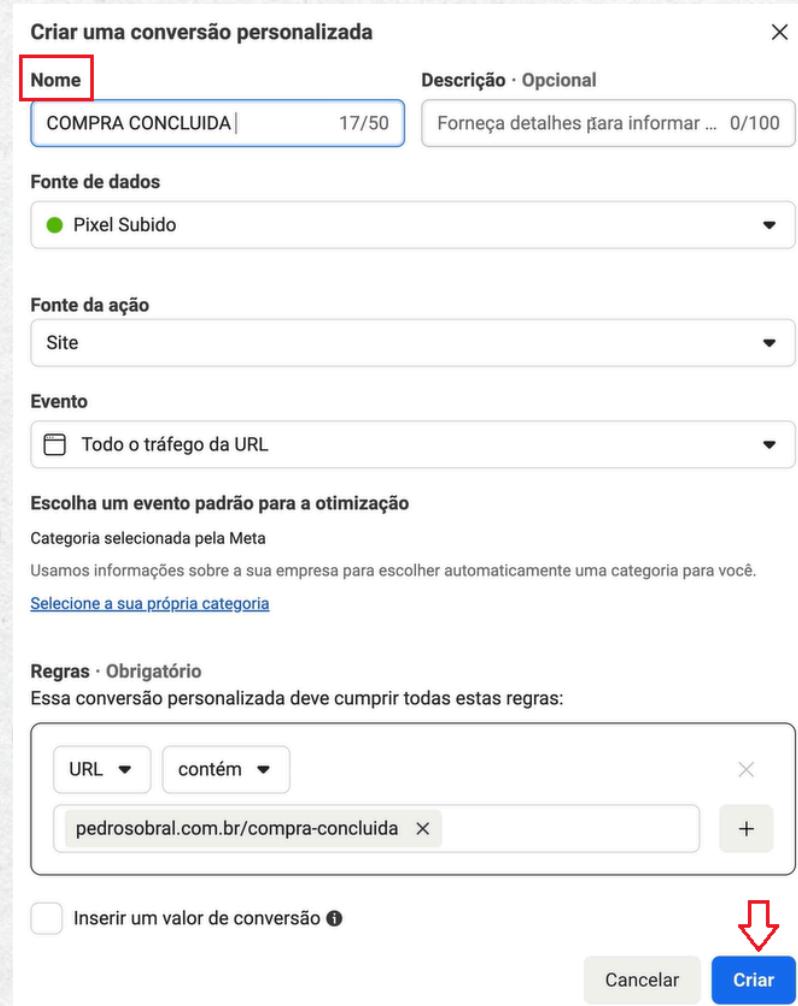
Evento

Escolha um evento padrão para a otimização

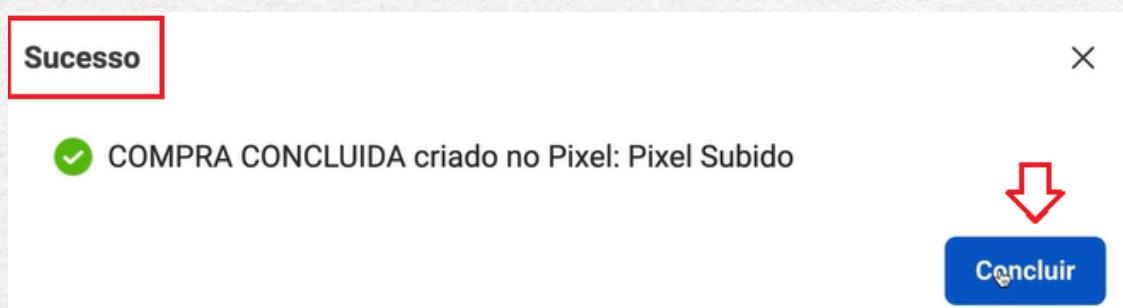
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

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

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



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



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

The screenshot shows the Meta Ads interface for campaign configuration. On the left, there's a sidebar with various icons. The main area displays a campaign structure: [VENDAS] > Envolvimento IG - 7D > 1 anúncio. The right side shows the configuration details for the ad.

- Evento de conversão:** A dropdown menu is open, showing "COMPRAS CONCLUIDAS (ID 1419051845615248)" highlighted with a red arrow.
- Meta de custo por resultado:** Set to "Sx.XX".
- Criativo dinâmico:** Enabled.
- Definição de público:** Shows a wide audience selection with a green progress bar.
- Resultados diários estimados:** Displays estimated daily results.

At the bottom, there are buttons for "Fechar", "Todas as edições salvas", "Voltar", and "Avançar".

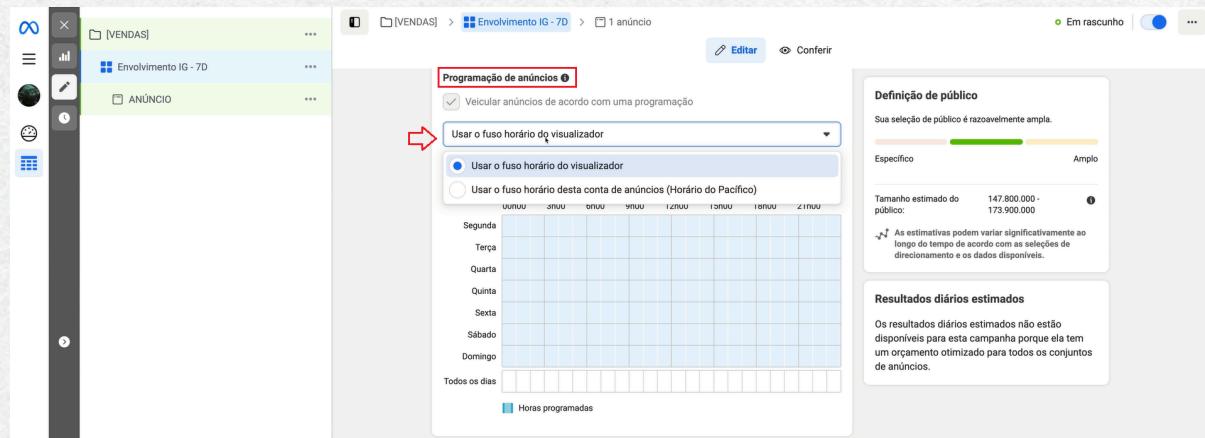
Observação importante: é válido ressaltar que se você tivesse criado uma campanha de cadastro, a conversão personalizada seria criada para as pessoas que concluíram o cadastro. Para isso, na hora de configurar, basta trocar o URL da página, indicando para o Meta Ads a página correta que indica o cadastro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

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

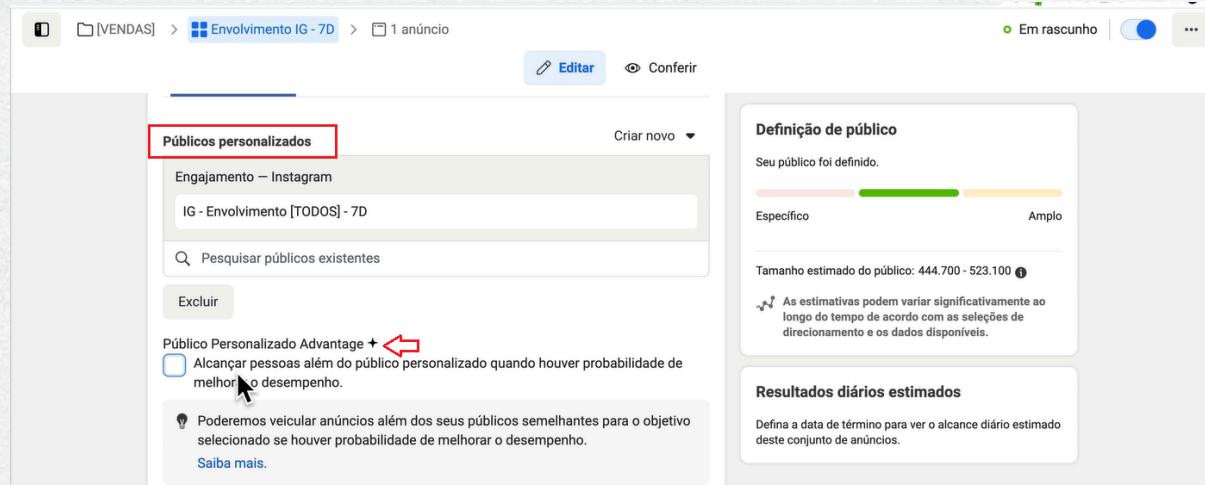
The screenshot shows the scheduling section of the campaign configuration.

- Data de início:** Set to "30/5/2023" at "06:12" Pacific Time. A red arrow points to this field.
- Término:** Set to "9/6/2023" at "06:12" Pacific Time. Another red arrow points to this field.
- Alerta:** A message states "Esta data de início já passou. Redefina sua data de início como hoje".
- Definição de público:** Shows a wide audience selection with a green progress bar.
- Resultados diários estimados:** Displays estimated daily results.

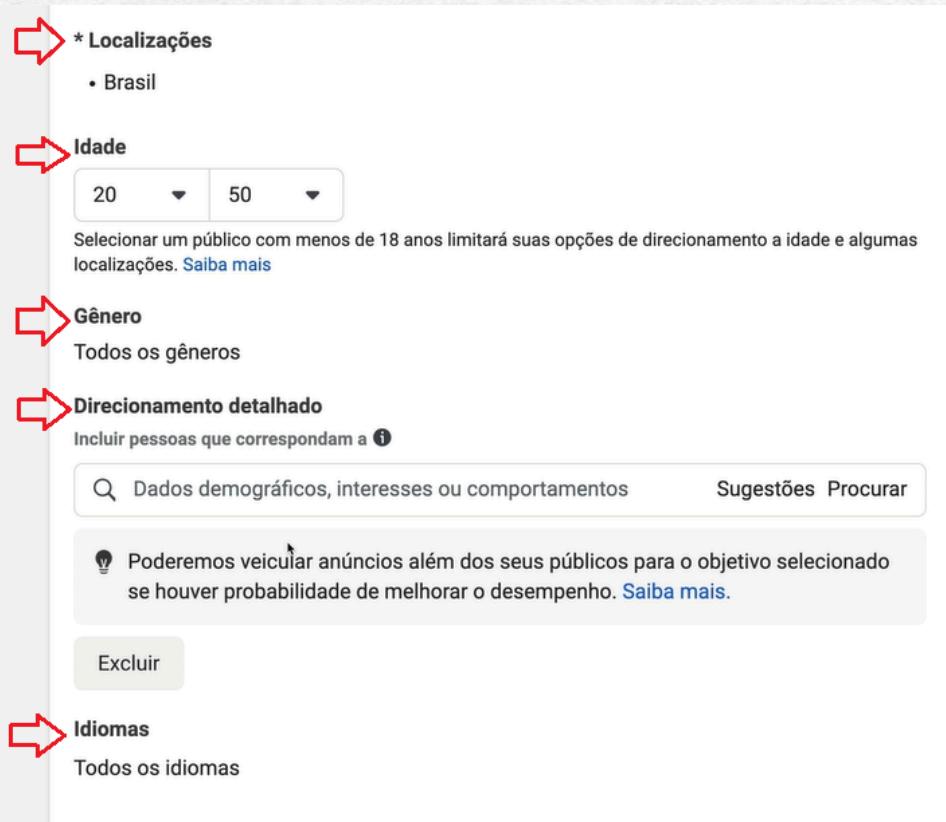
21 Em “**programação de anúncios**” configure o fuso horário. Para isso, selecione a opção “**usar o fuso do visualizador**”. Em seguida, selecione os dias e os horários que seu anúncios vai aparecer:



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



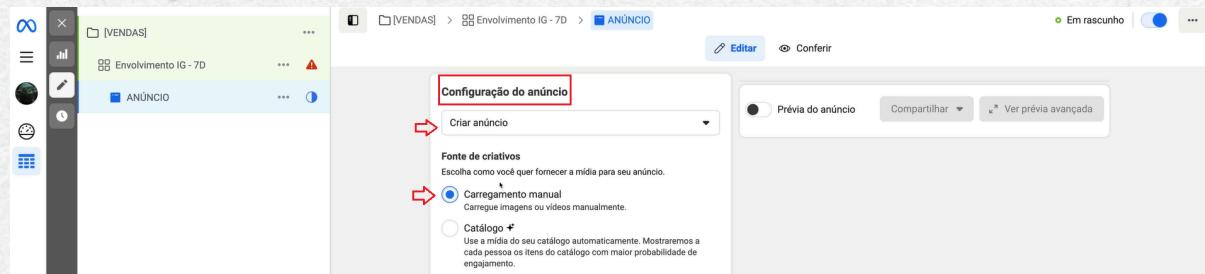
23 Em “**localizações**”, selecione “Brasil” e em “**idade**” coloque a faixa etária do seu público-alvo. Em “**gênero**” selecione o gênero do público que você deseja alcançar com esse anúncio. Em “**Idiomas**” e “**direcionamento detalhado**” não faremos alterações:



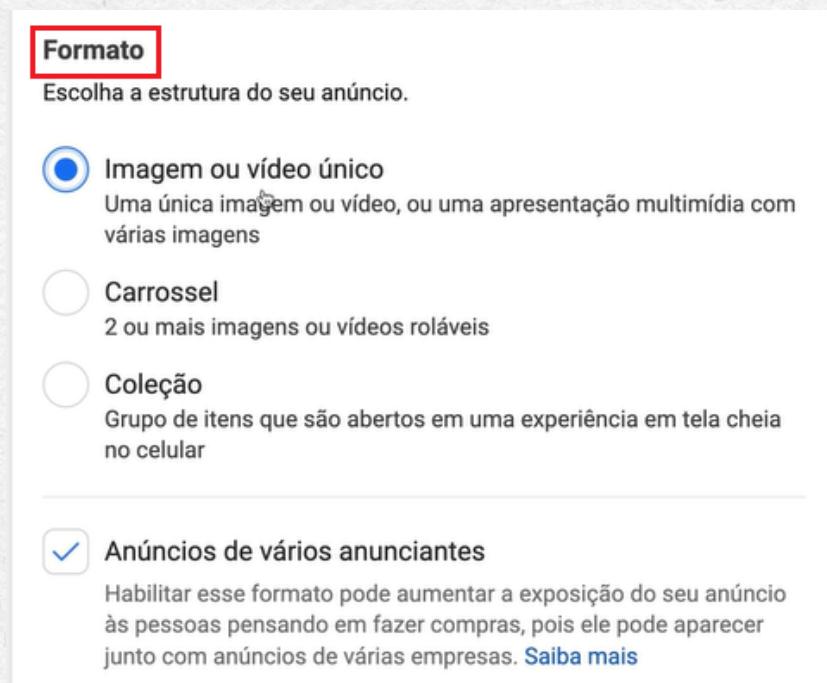
24 Como eu quero mais resultados com essa campanha, na seção “**posicionamentos**”, vamos deixar selecionada a opção “**posicionamentos advantage+**”:



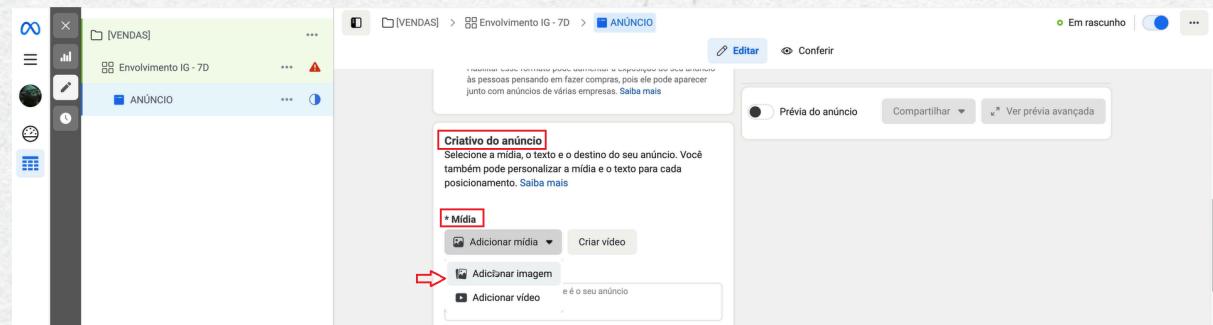
25 Na seção “**configuração do anúncio**”, selecione a opção “**criar anúncio**”. Caso você queira fazer um anúncio de uma publicação já existente no seu Instagram, basta selecionar essa opção e escolher a publicação em questão. Em seguida, em “**fonte do criativo**”, selecione “**carregamento manual**”:



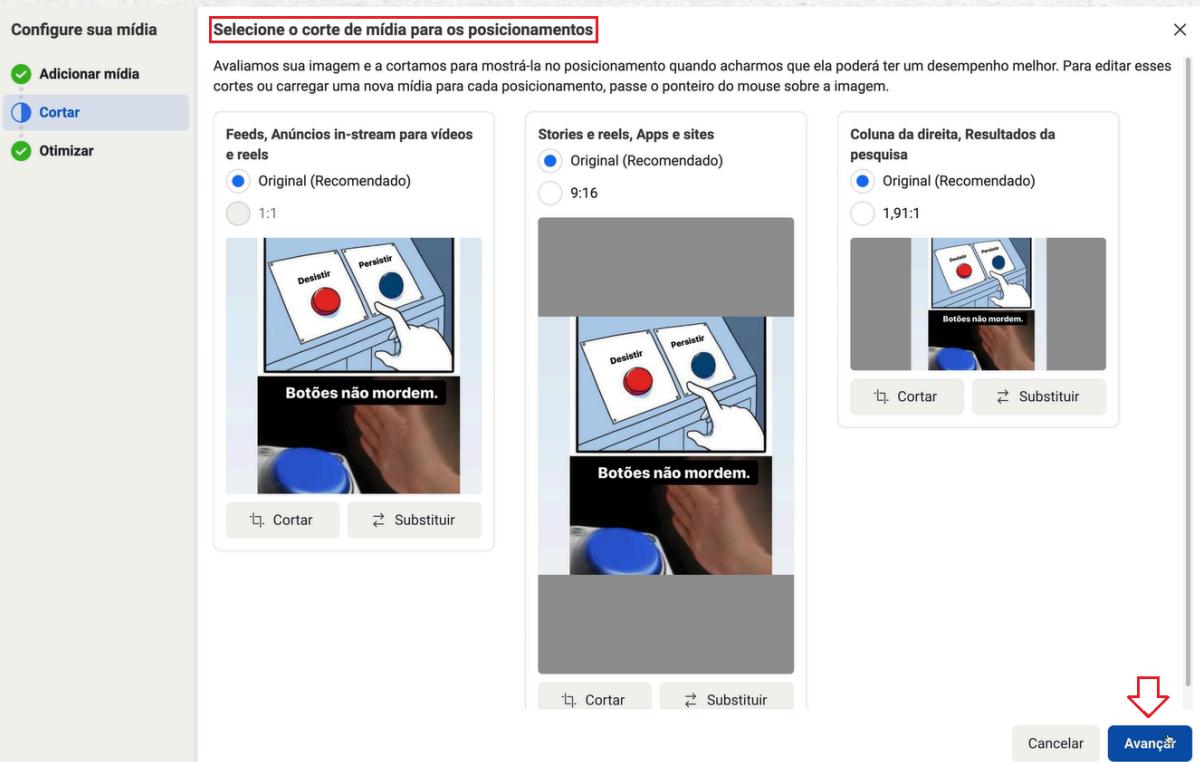
26 Na seção “**formato**”, selecione a opção “**imagem ou vídeo único**”. Além disso, sempre deixe a opção “**anúncios de vários anunciantes**” selecionada:



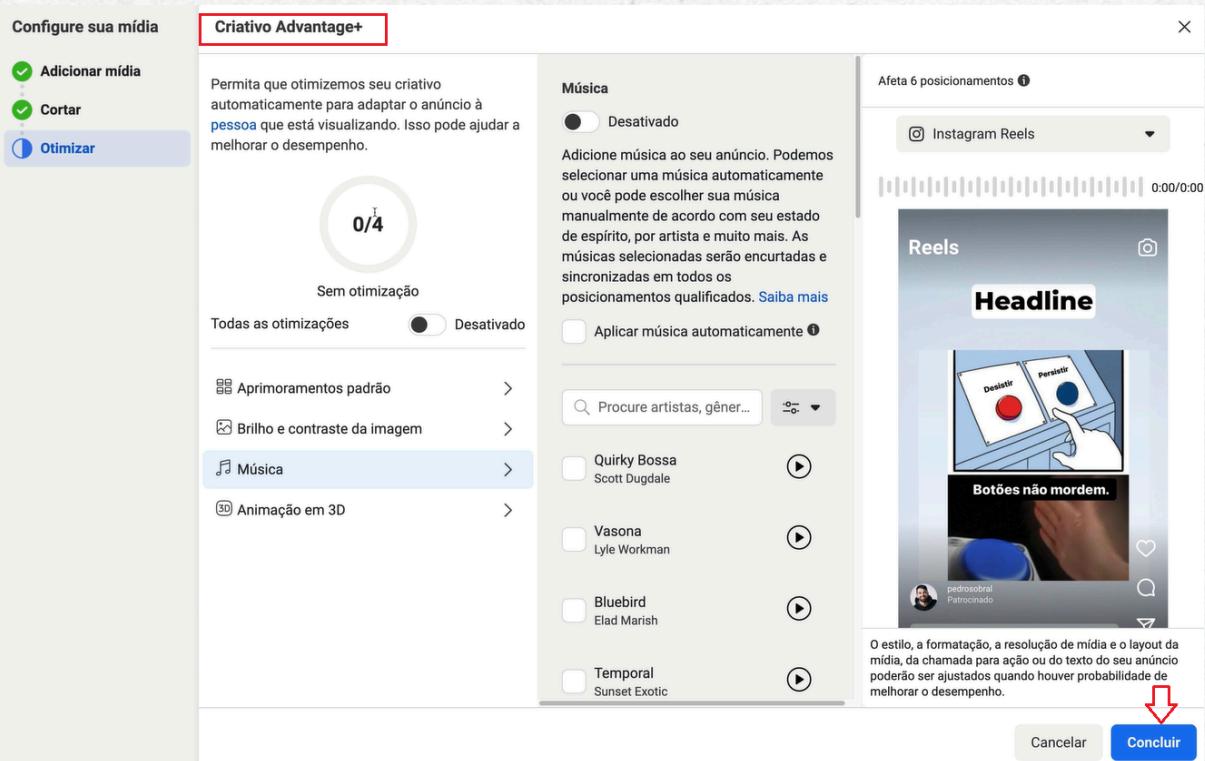
27 Agora, selecione os arquivos do seu anúncio na seção "**criativo do anúncio**". Em "**mídia**" clique em "**adicionar imagem**":



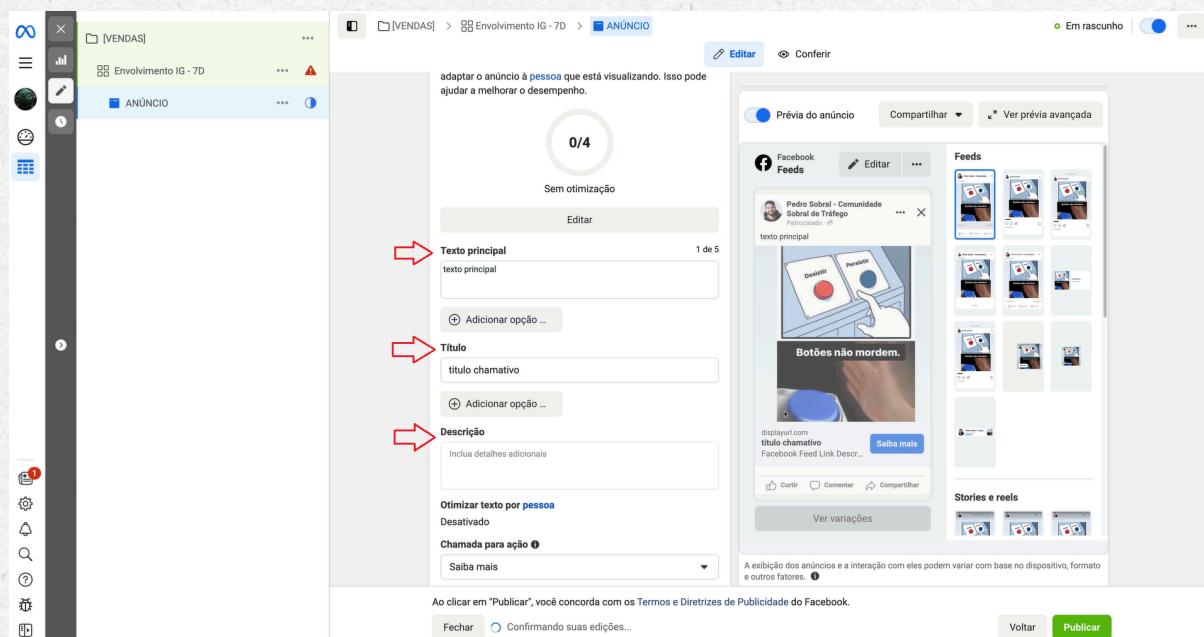
28 No painel "**selecione o corte de mídia para os posicionamentos**", verifique se as imagens estão corretas para cada tipo de posicionamento. Caso tudo esteja correto, clique em "**avançar**":



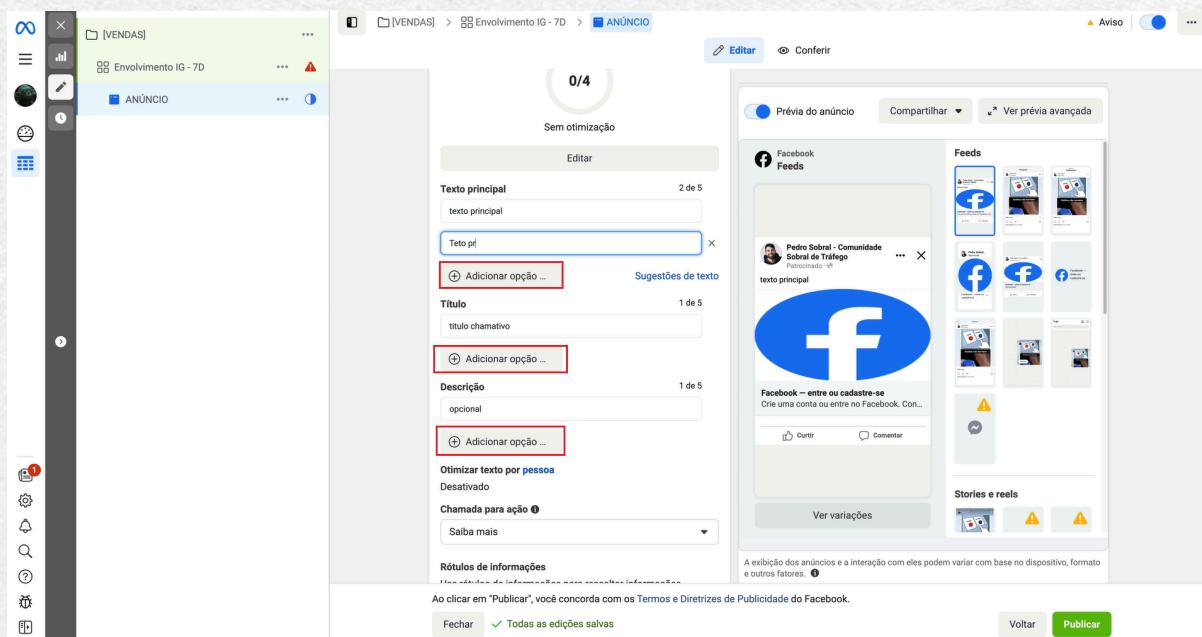
29 No painel “criativo advantage+” eu recomendo que você deixe sem nenhuma configuração. Em seguida, clique em “avançar”:



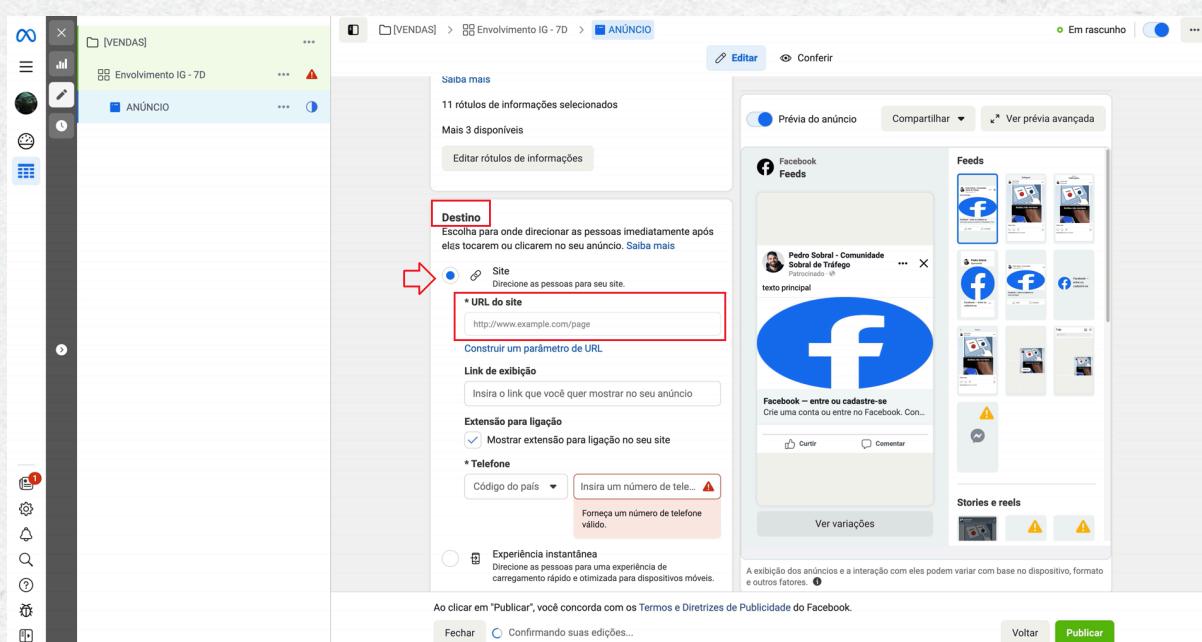
30 Agora é hora de configurar o texto do seu anúncio. Preencha corretamente os campos “**texto principal**”, “**título**” e “**Descrição**”:



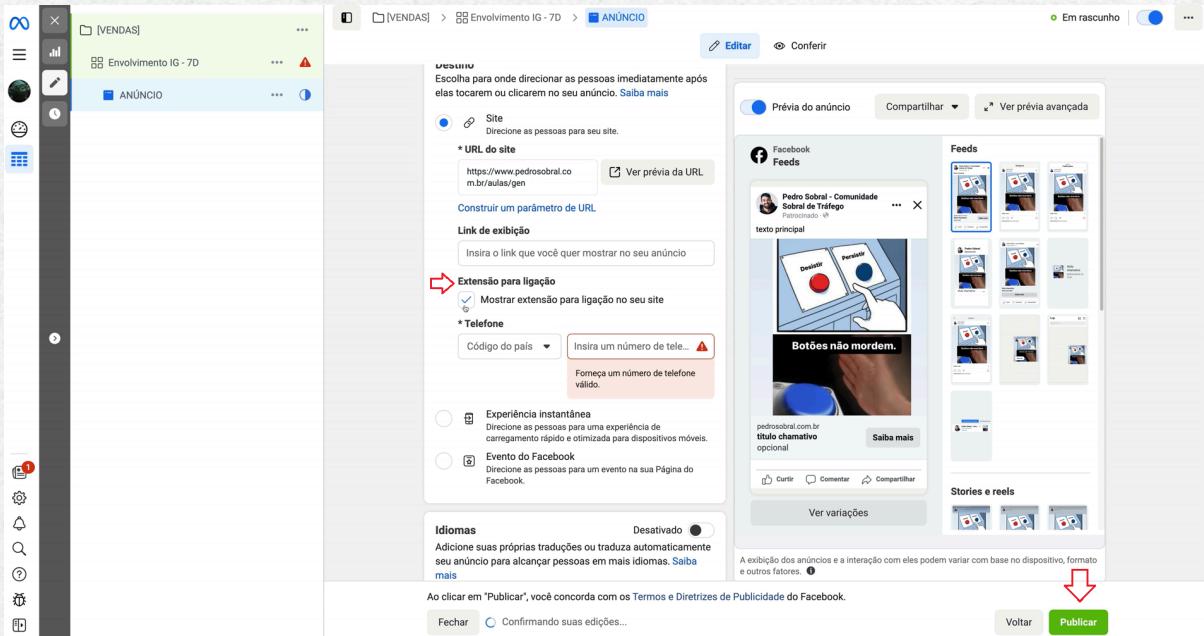
31 Adicione textos alternativos para que o Meta Ads descubra qual vai performar melhor nos seus anúncios. Para isso, clique em "**adicionar opção**". Faça isso no título, no texto e na descrição:



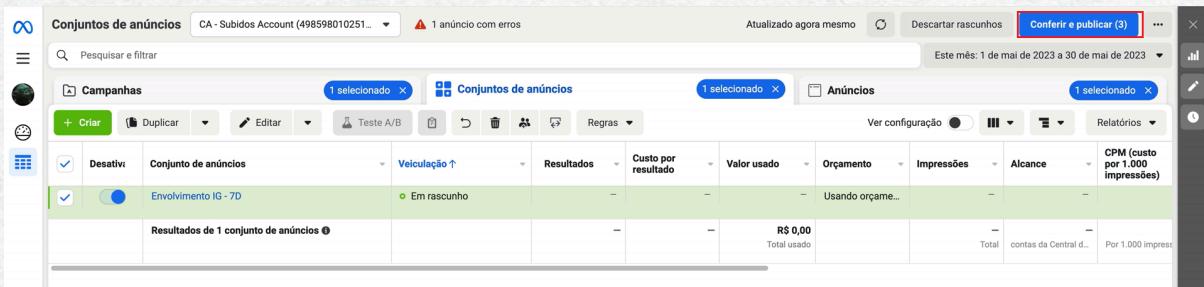
32 Na seção "**destino**", coloque o link da página para qual as pessoas serão encaminhadas quando clicarem no seu anúncio. Selecione a opção "**site**" e, na sequência, preencha o campo "**URL do site**":



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



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



E pronto, sua campanha de vendas está finalizada!

Lembrete importante:

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

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

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

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

Deu para entender até aqui?

Agora, você já sabe como criar e configurar sua conta e suas campanhas no Meta Ads. **Lembre-se que você pode ler este material quantas vezes quiser** e claro: não deixe de praticar o quanto antes para fixar melhor o conteúdo que você acabou de estudar.

Tamo junto!