



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](#)



×

Crie sua conta empresarial no Gerenciador de Negócios

Nome da sua conta e empresa

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

Agência Fulano

Seu nome

Fulano de tal

Seu email comercial

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

fulano@gmail.com

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

Enviar

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.

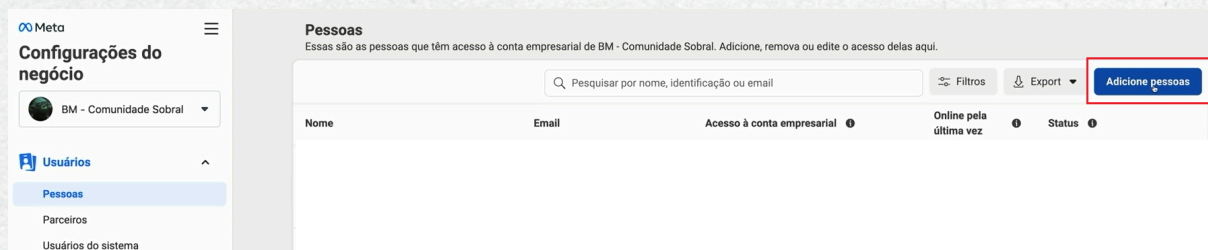
**03** Acesse a sua conta de anúncios digitando o seguinte site <https://business.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns> no seu navegador de internet.

4



# 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”**:

Convidar pessoas

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

Inserir endereços de email

exemplo@exemplo.com, exemplo@exemplo.com

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

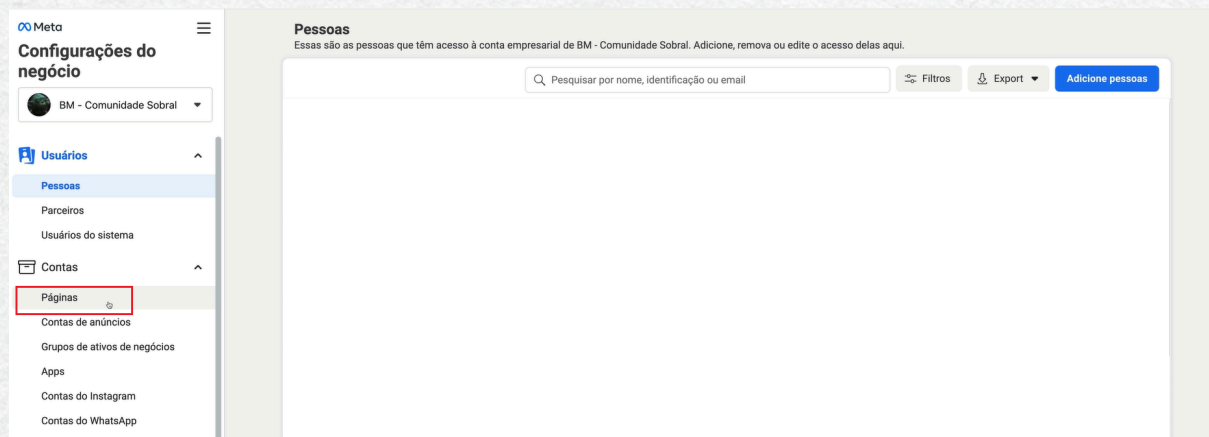
Etapa 1 de 3

Cancelar

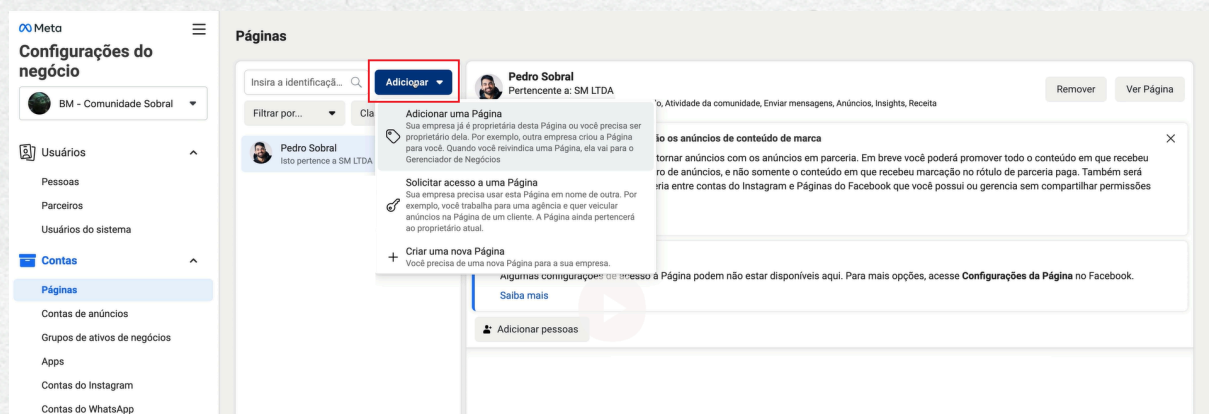
Avançar



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

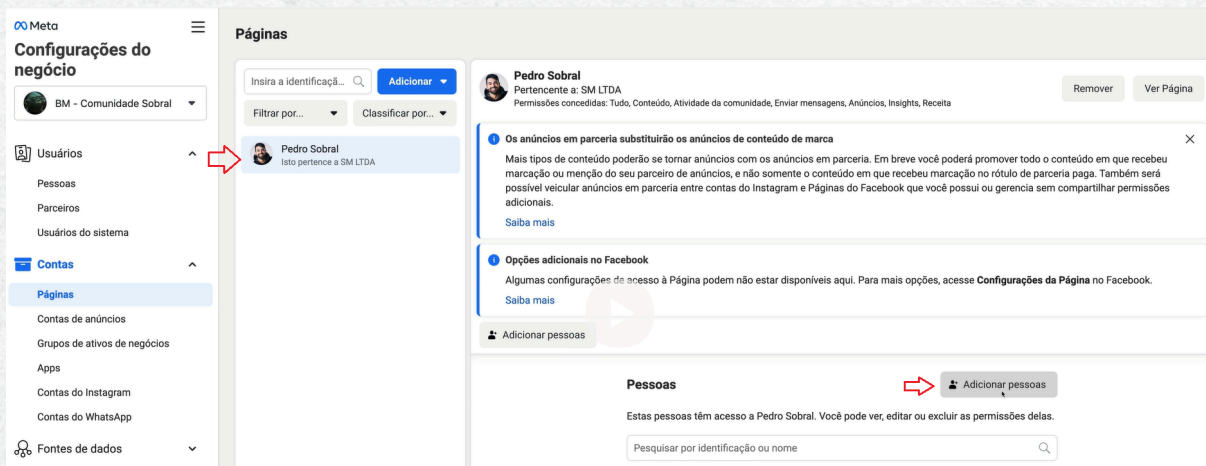


**04** Caso a sua página não apareça, clique em **“adicionar”** e escolha a opção de acordo com a ação que será executada:



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





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

Adicionar pessoas a Pedro Sobral

Selecionar pessoas

Pesquisar e filtrar

1 pessoa selecionada

☒

Atribuir acesso

Página

Acesso parcial

Conteúdo

Criar, gerenciar ou excluir publicações, stories e muito mais como a Página.

Atividade da comunidade

Analisar e responder a comentários, remover conteúdo indesejado e denunciar atividade.

Enviar mensagens

Enviar e responder a mensagens como a Página.

Anúncios

Criar, gerenciar e excluir anúncios para a Página.

Insights

Ver o desempenho da Página, do conteúdo e dos anúncios.

Receita

Ver e exportar dados de ganhos e monetização da Página.

Controle total

Tudo

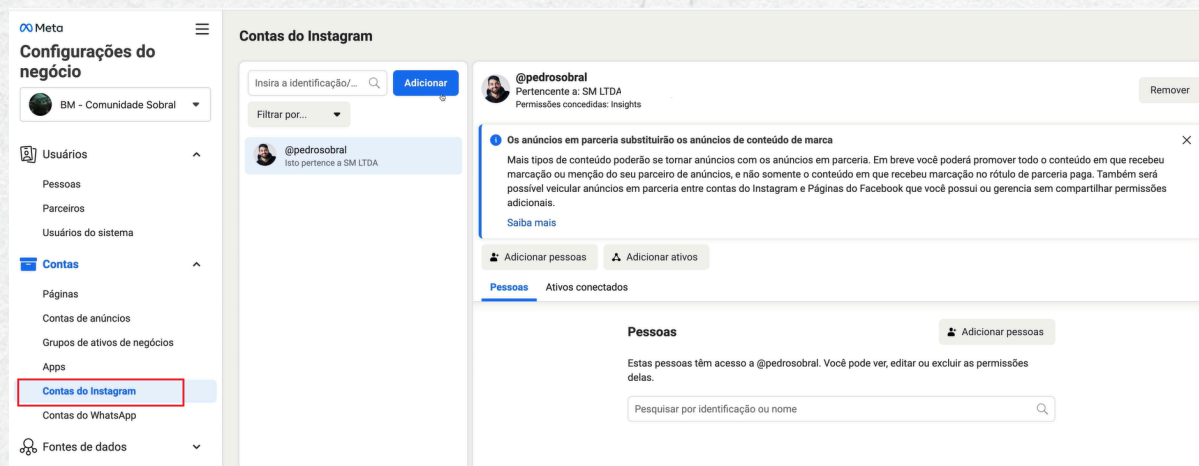
Gerenciar tudo: conceder acesso a outras pessoas, remover qualquer pessoa da Página (incluindo você) e excluir a Página do Facebook.

Atribuir

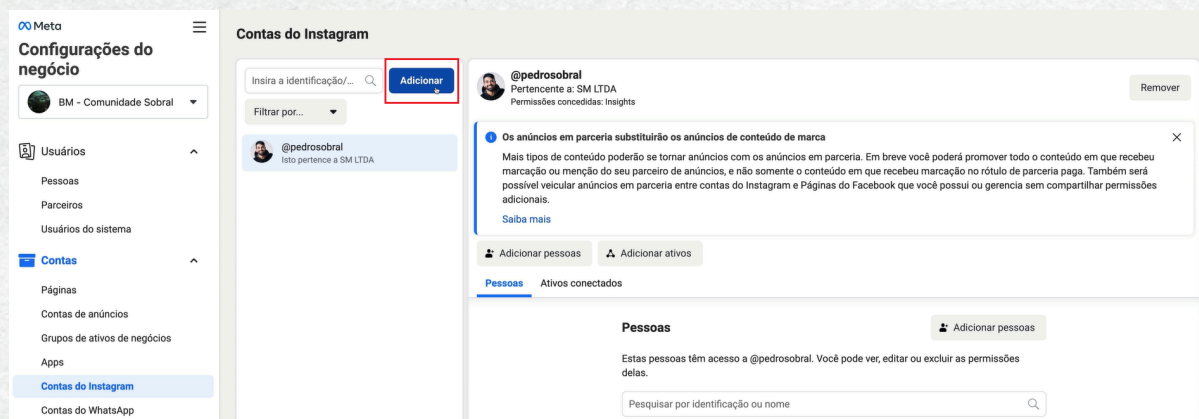
7



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

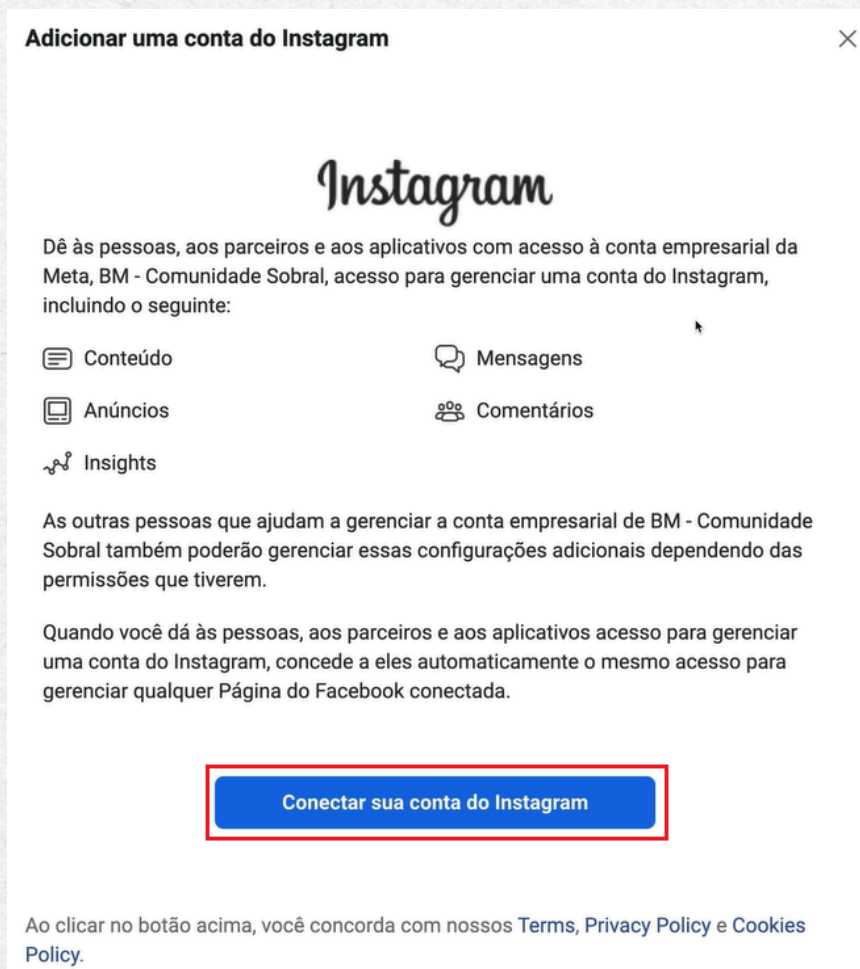


**08** Agora, clique em **“adicionar”**:

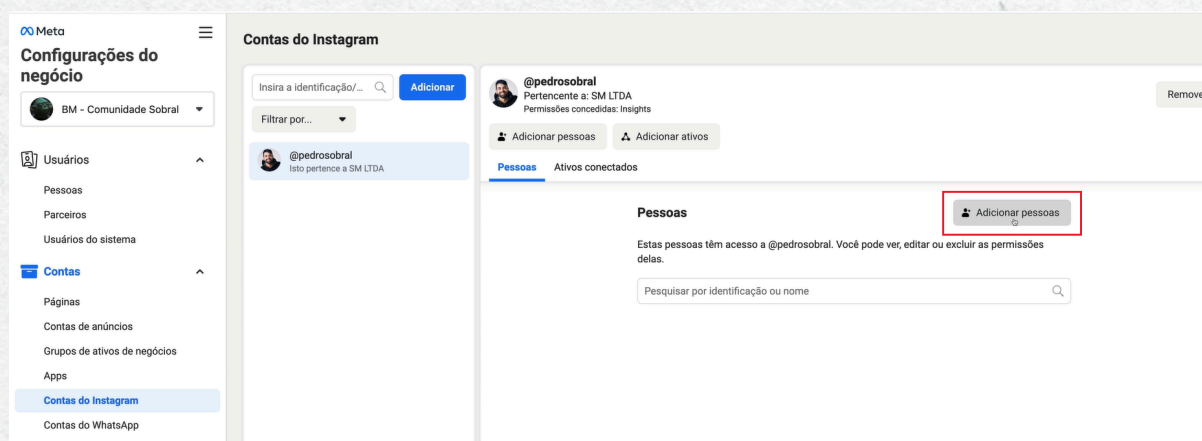


**09** No painel **“adicionar uma conta do Instagram”** clique em **“conectar sua conta do Instagram”**:





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





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”**:

**Adicionar pessoas a @pedrosobral**

**Selecionar pessoas**

Pesquisar e filtrar

Nome

**Atribuir acesso**

**Conta do Instagram**  
Acesso parcial

☐ Conteúdo  
Crie, gerencie ou exclua publicações, stories e muito mais como a conta do Instagram. Veja publicações de outras contas do Instagram que essa conta segue.

☐ Mensagens  
Envie e responda a mensagens diretas como a conta do Instagram.

☐ Atividade da comunidade  
Analisar e responda a comentários, remova conteúdo indesejado e denuncie atividade.

☐ Anúncios  
Crie, gerencie e exclua anúncios da conta do Instagram

☒ Insights  
Veja o desempenho da conta, do conteúdo e dos anúncios do Instagram.

**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”**:

**Meta**  
**Configurações do negócio**  
BM - Comunidade Sobral

**Contas do WhatsApp**

Filtrar por nome ou ... **Adicionar**

Pedro Sobral - Notificações

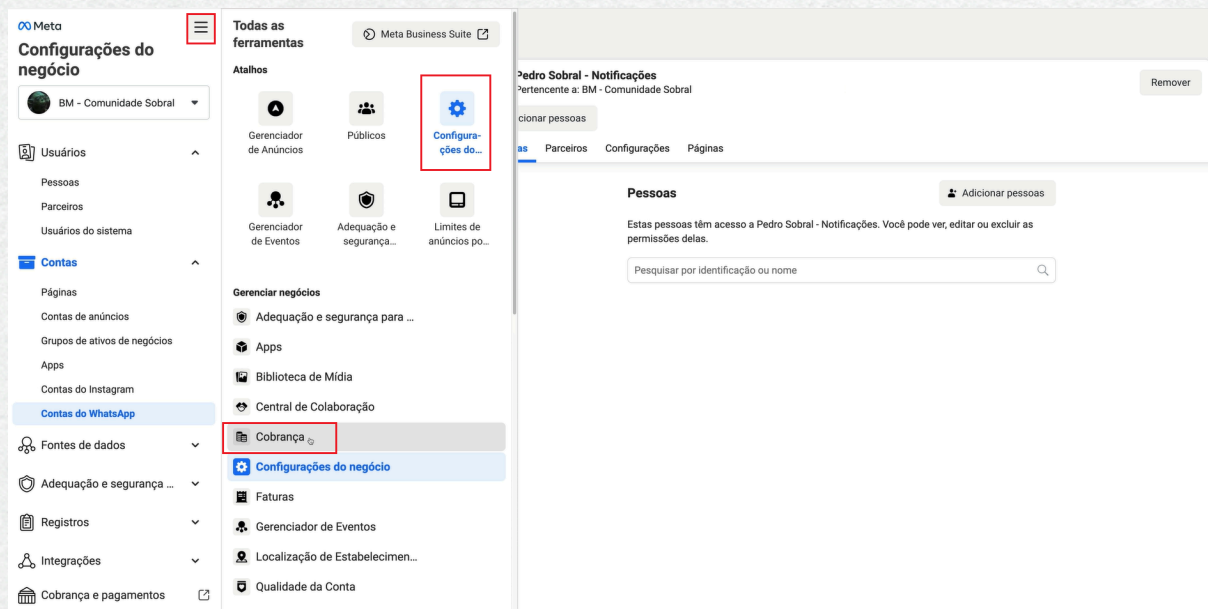
**Pessoas**

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

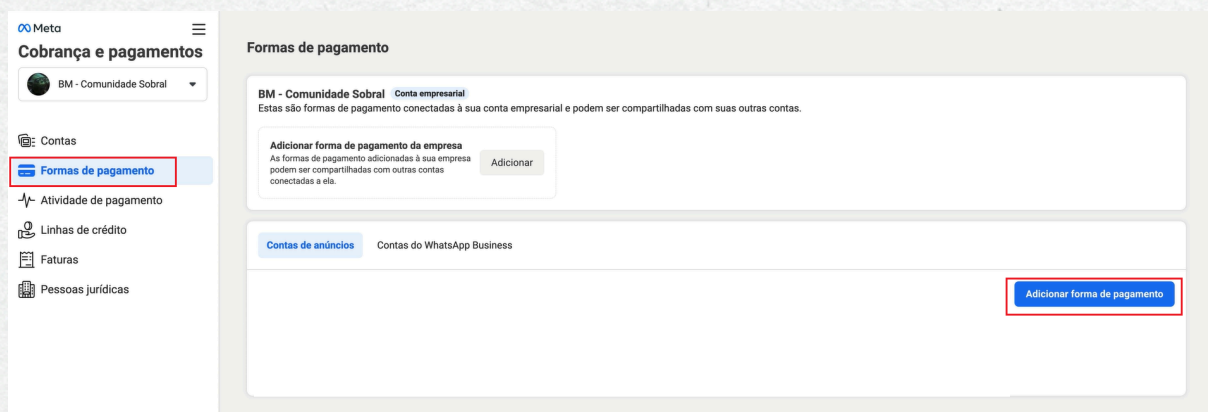
Pesquisar por identificação ou nome



**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”**:

Adicionar informações de pagamento

Adicionar forma de pagamento

Cartão de crédito ou débito   ☒

PayPal   ☐

Boleto Bancario  ☐

PIX  ☐

Mercado Pago  ☐

Crédito para anúncio ☐

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

**Avançar**

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

Meta

 **Cobrança e pagamentos**

BM - Comunidade Sobral

Contas

**Formas de pagamento**

Atividade de pagamento

Linhas de crédito

Faturas

Pessoas jurídicas

Apps

Biblioteca de Mídia

Central de Colaboração

Cobrança

Configurações do negócio

Faturas

**Gerenciador de Eventos**

Localização de Estabelecimen...

Qualidade da Conta

Proteção de direitos

Proteção de Direitos da Marca

empresarial e podem ser compartilhadas com suas outras contas.

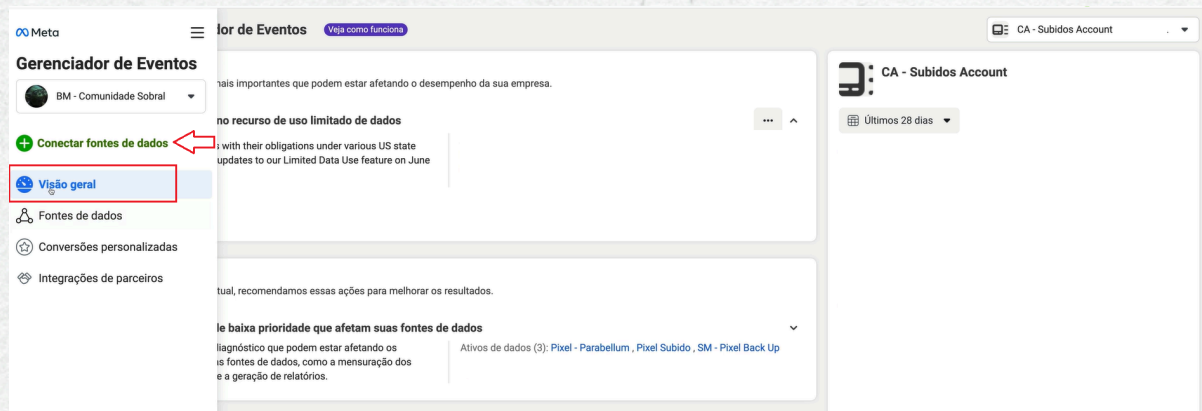
onar

CA - Subidos Account (498598010251...

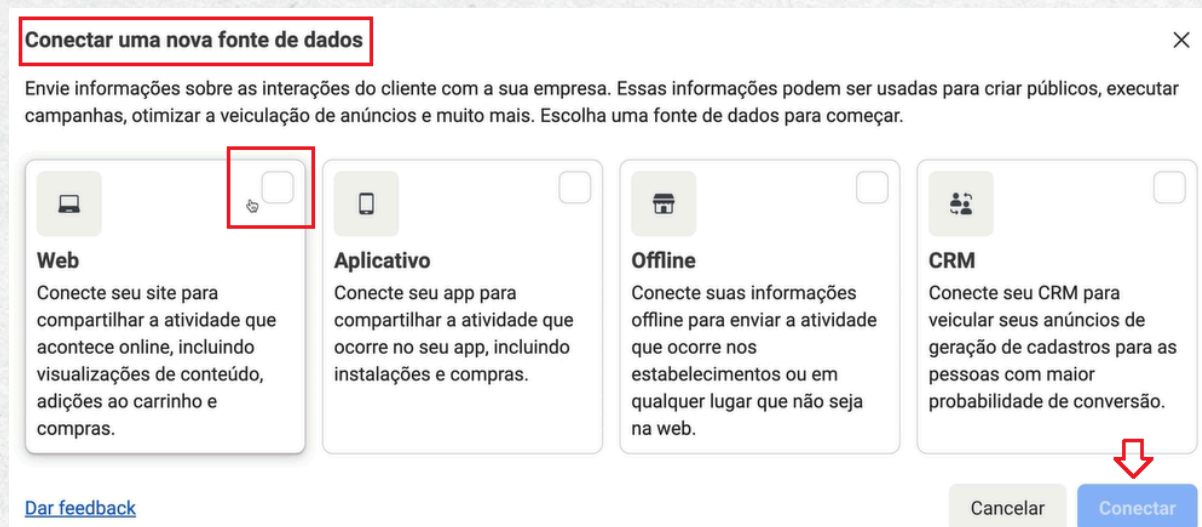
**Adicionar forma de pagamento**



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



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





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

**Criar pixel** ✕

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

**Dê um nome ao seu pixel**

Pixel do Fulano

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

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

[Dar feedback](#) Voltar **Criar pixel**

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

**Adicione seu site** ✕

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

**Insira a URL do site**

☐ Eu não tenho um site

[Dar feedback](#) **Verificar**



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

Escolha como quer conectar o seu site

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

API de Conversões e Pixel da Meta

Recommended

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

Pixel da Meta somente

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

O seguinte pixel será usado:

Pixel do Fulano  
ID165075656334292

[Dar feedback](#)

Voltar

Avançar

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



**Conectar a atividade do site usando um pixel**

×

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

**</> Adicionar manualmente o código do pixel ao site**

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

**Instalar o código manualmente**

**🔗 Usar a integração de parceiros**

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

**Procurar parceiro**

[Dar feedback](#) Enviar instruções por email

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

**Escolha um parceiro**

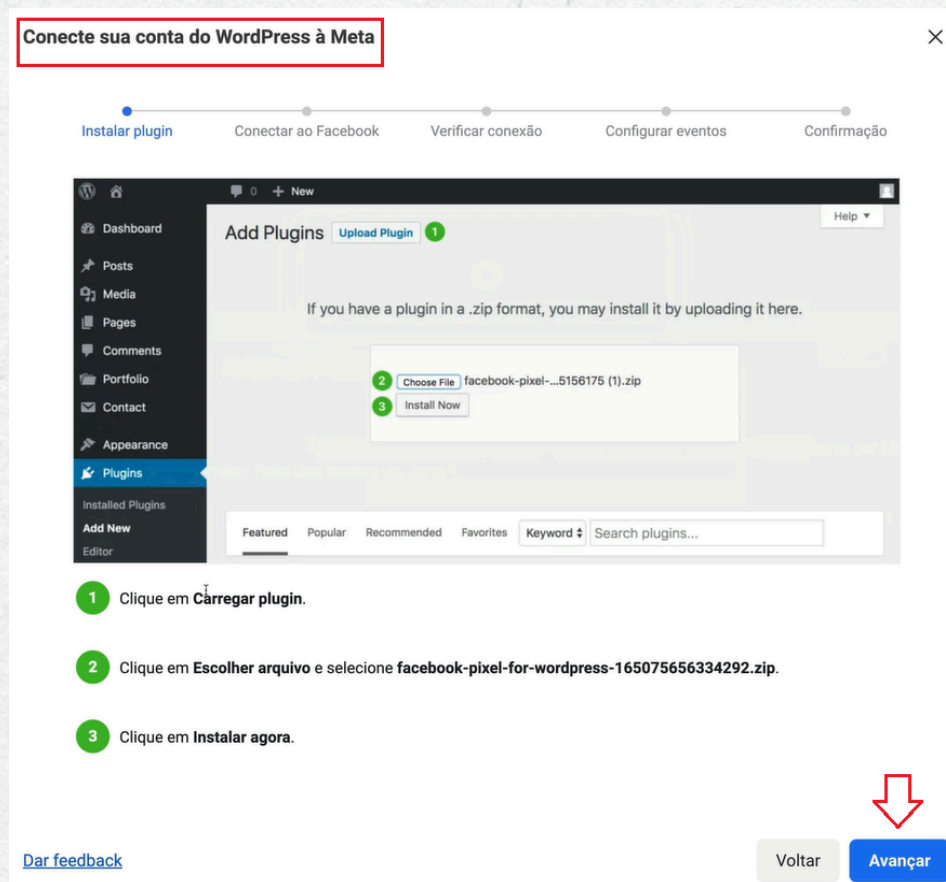
×

Gerenciador de tags do Google	HubSpot	Jimdo
Joomla	Kajabi	Magento
OpenCart	PrestaShop	Shopify (Online)
Shopline	Squarespace	Storen24
Tealium	Teespring	Webflow

[Dar feedback](#) Fechar

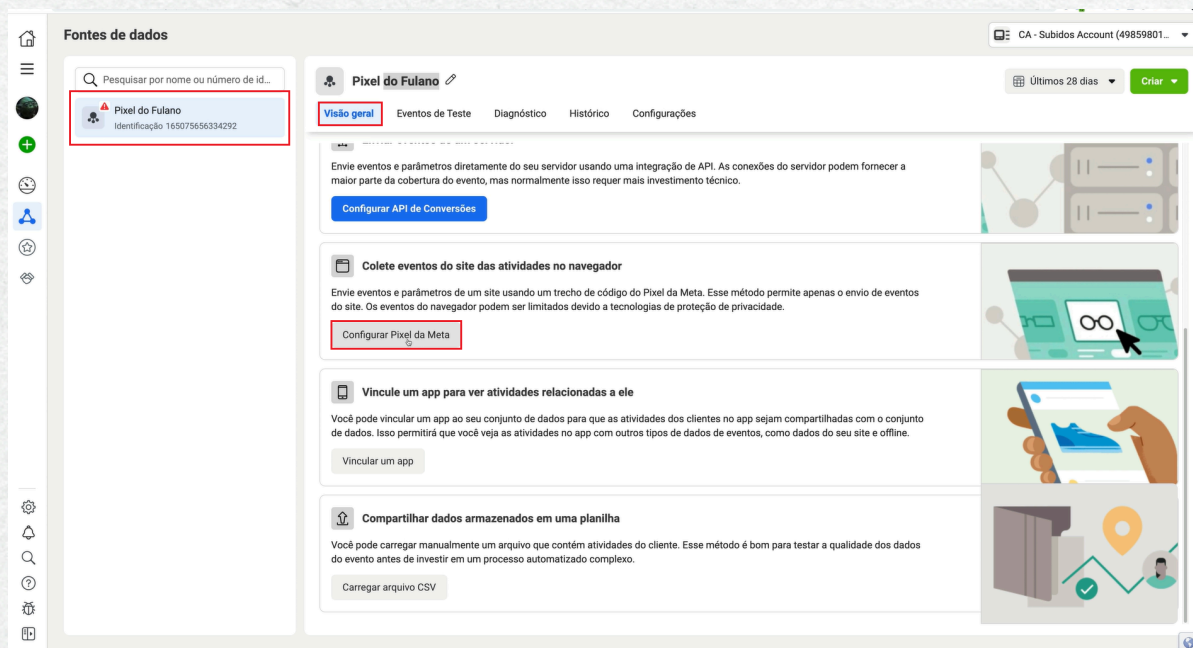


**24** Na sequência, as instruções vão aparecer no painel **“conecte sua conta do WordPress à Meta”**. Siga todas elas e ao final, clique em **“avançar”**:



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





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

### Conectar a atividade do site usando um pixel

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

**</> Adicionar manualmente o código do pixel ao site**

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

**Instalar o código manualmente**

**Usar a integração de parceiros**

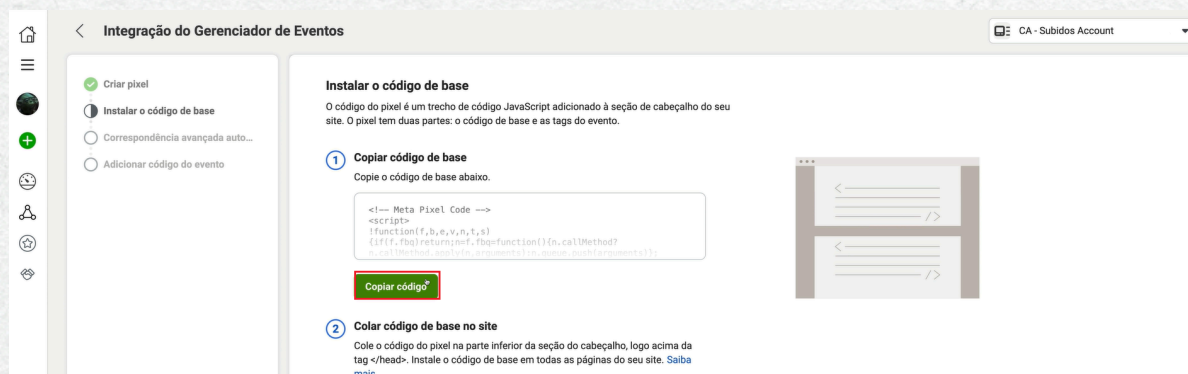
Verifique se o seu site se qualifica para integração com um dos nossos parceiros, como Shopify, WordPress e outros. [Saiba mais](#)

**Procurar parceiro**

[Dar feedback](#) Enviar instruções por email



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



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

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



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

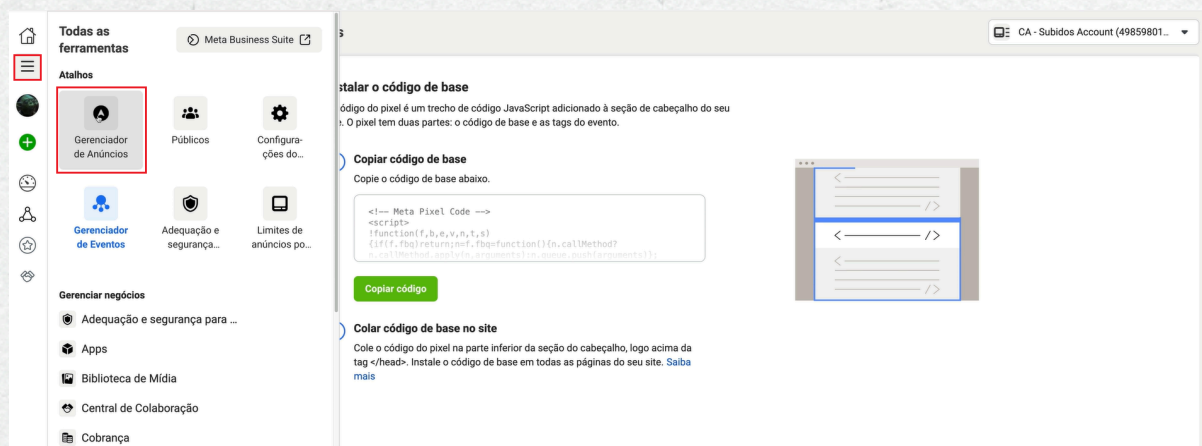


Agora, vamos criar as nossas campanhas.

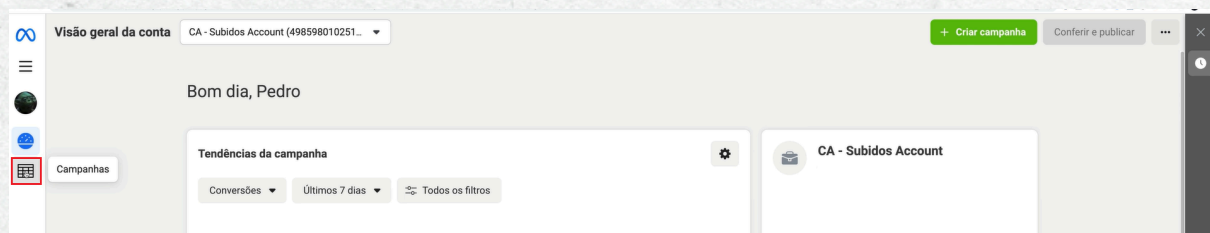


# COMO CRIAR CAMPANHAS DE VENDAS NO META ADS?

**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"**:

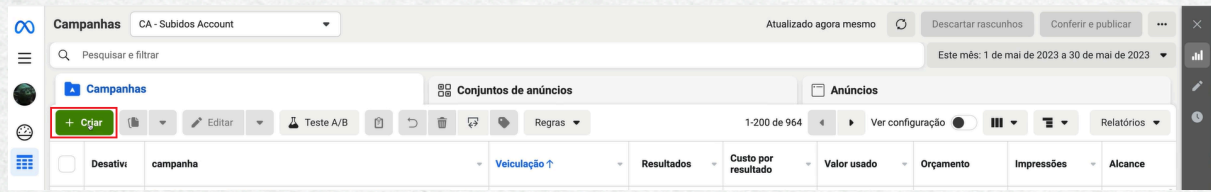


**02** Feito isso, ainda no menu lateral esquerdo, clique no ícone correspondente a **"campanhas"**:





**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:

Criar nova campanha

Novo conjunto de anúncios ou anúncio

X

Tipo de compra

Leilão

Escolha um objetivo da campanha

☐ Reconhecimento


☐ Tráfego

☐ Engajamento

☐ Cadastros

☐ Promoção do app

☒ Vendas



Vendas

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

Bom para:

Conversões

Vendas do catálogo

Messenger, Instagram e WhatsApp

Ligações

Dê um nome à sua campanha • Opcional

▼

Saiba mais

Cancelar

Continuar



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

**Criar nova campanha** Novo conjunto de anúncios ou anúncio ✕

**Tipo de compra**  
Leilão ▼

**Escolha um objetivo da campanha**

- ☐ Reconhecimento
- ☐ Tráfego
- ☐ Engajamento
- ☐ Cadastros
- ☐ Promoção do app
- ☒ **Vendas**

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

**Bom para:**

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

**Dê um nome à sua campanha • Opcional** ▼

Saiba mais Cancelar Continuar

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



**Criar nova campanha** Novo conjunto de anúncios ou anúncio

☐ Tráfego

☐ Engajamento

☐ Cadastros

☐ Promoção do app

☒ **Vendas**

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

**Bom para:**

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

**Dê um nome à sua campanha • Opcional**

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

[VENDAS]

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

Criar conjunto ... Envolvimento IG - 7D

**Anúncio**  
Contém todas as configurações do criativo do anúncio.

Criar anún... ANÚNCIO

Saiba mais Cancelar **Continuar**

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

**Escolha uma configuração de campanha**

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

**Simplificada** **Personalizada** **Boas práticas**

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

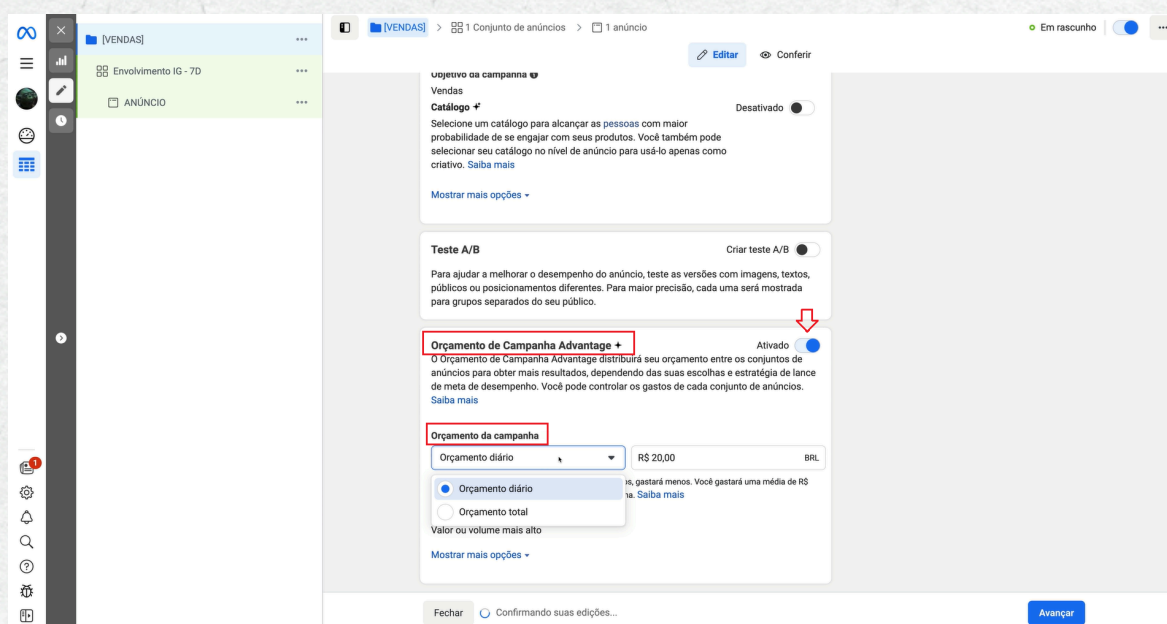
**Controle manual**

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

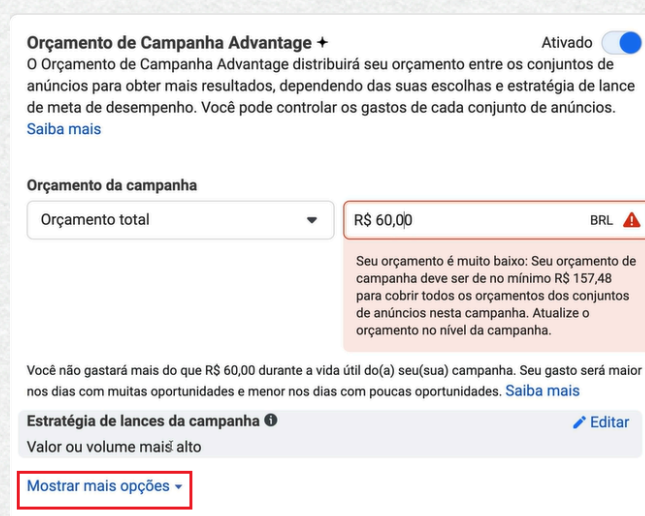
Voltar **Continuar**



**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 ▼ R\$ 60,00 BRL

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

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

**Estratégia de lances da campanha**

Valor ou volume mais alto

[Ocultar opções](#)

**Programação de anúncios ⓘ**

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

☒ Veicular anúncios de acordo com uma programação

Fechar ○ Confirmando suas edições... **Avançar**

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

**Nome do conjunto de anúncios**

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

**Conversão**

**Localização da conversão**

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

☒ Site  
Gere vendas e conversões no seu site.

☐ App  
Gere vendas e conversões no seu app.

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

☐ 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.

Específico ▬ Ampla

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 the Meta Ads setup interface. At the top, there are four radio button options for tracking: 'App', 'Site e app', 'Apps de mensagens', and 'Ligações'. Below these is a 'Meta de desempenho' dropdown menu set to 'Maximizar o número de conversões'. The 'Pixel' section is highlighted with a red box. It contains a search bar, a list of three pixels with their IDs, and a link to 'Selecionar nas conversões personalizadas'.

☐ App  
Gere vendas e conversões no seu app.

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

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

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

**Meta de desempenho** ⓘ

Maximizar o número de conversões ▼

**Pixel** ⓘ

Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação

Pixel - Parabellum  
Identificação do conjunto de dados: 1500034583835684

Pixel Subido  
Identificação do conjunto de dados: 992374087597972

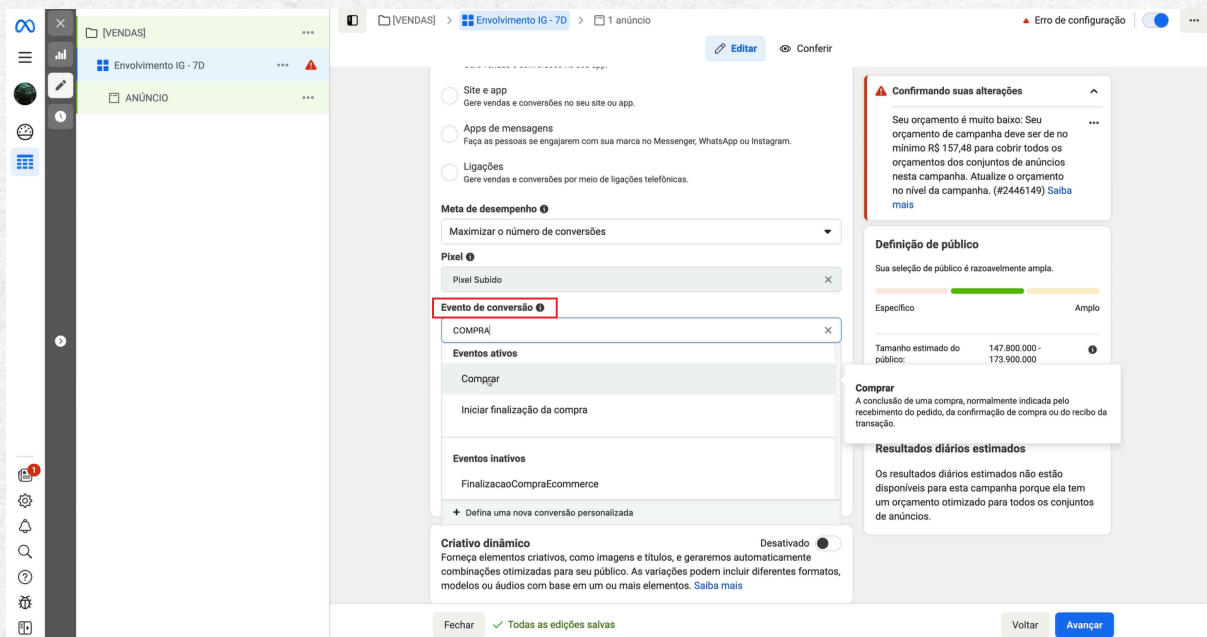
SM - Pixel Back Up  
Identificação do conjunto de dados: 155846019599087

Selecionar nas conversões personalizadas

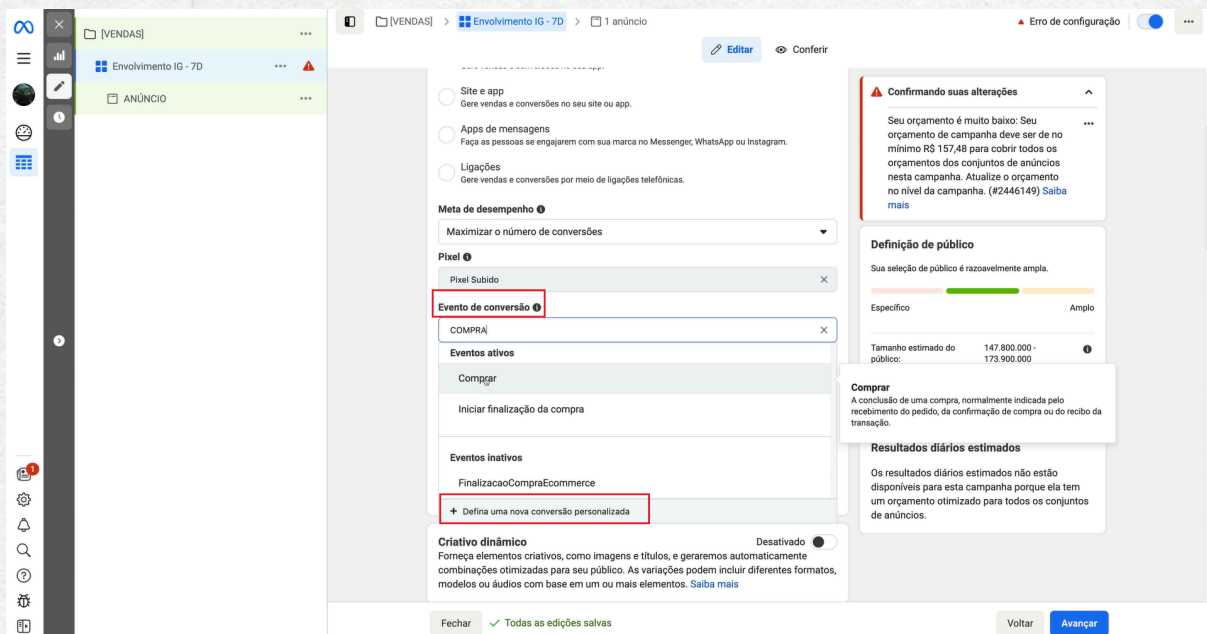
[Mostrar mais opções ▼](#)

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





**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"**:





**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”**:



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](#)

Regras · Obrigatório

Essa conversão personalizada deve cumprir todas estas regras:

URL

contém

pedrosobral.com.br/compra-concluida

+

☐ Inserir um valor de conversão ⓘ

Cancelar

Criar

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

30



Nome

COMPRA CONCLUIDA|17/50

Descrição · Opcional

Forneça detalhes para informar ... 0/100

Fonte de dados

Pixel Subido

Fonte da ação

Site

Evento

Todo o tráfego da URL

Escolha um evento padrão para a otimização

Categoria selecionada pela Meta

Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.

[Selecione a sua própria categoria](#)

Regras · Obrigatório

Essa conversão personalizada deve cumprir todas estas regras:

URL contém

pedrosobral.com.br/compra-concluida

☐ Inserir um valor de conversão

Cancelar

Criar

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

Sucesso

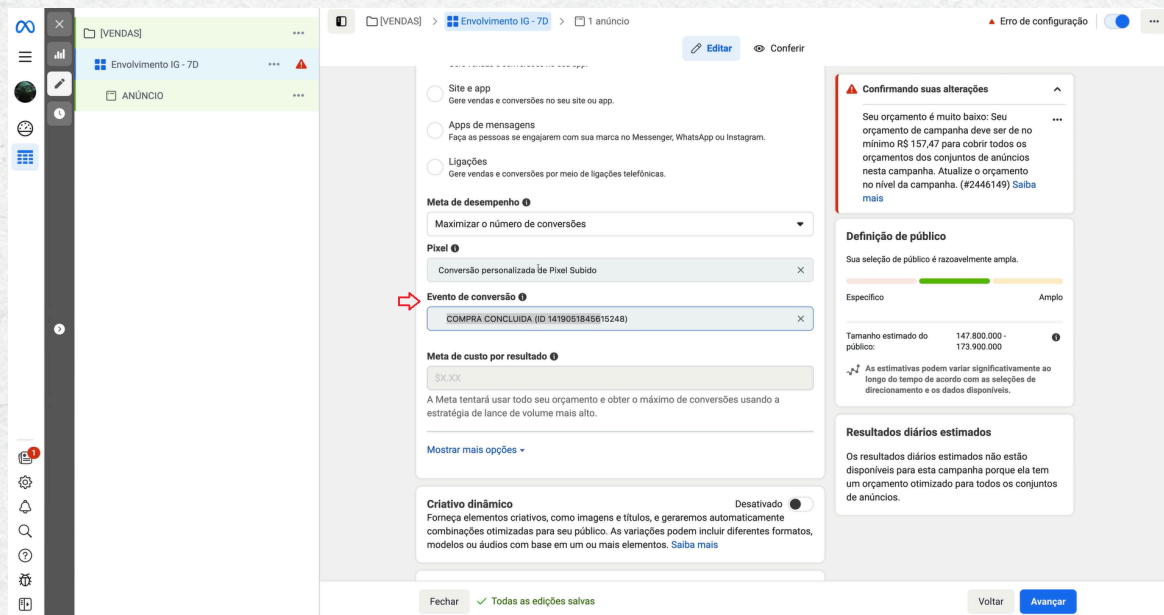
COMPRA CONCLUIDA criado no Pixel: Pixel Subido

Concluir

31

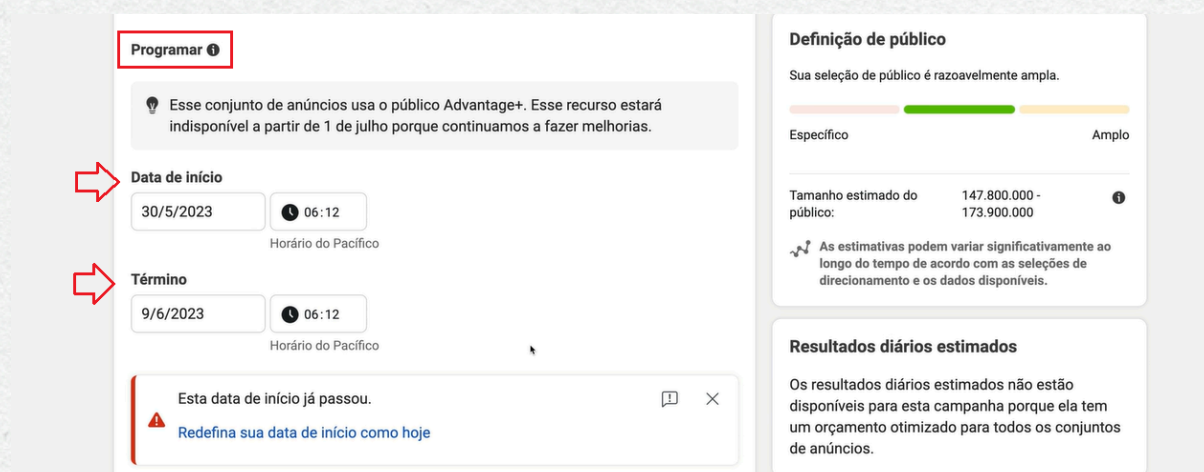


**19** Após essa configuração, vá até o campo **“evento de conversão”** e selecione a conversão personalizada que você acabou de criar:



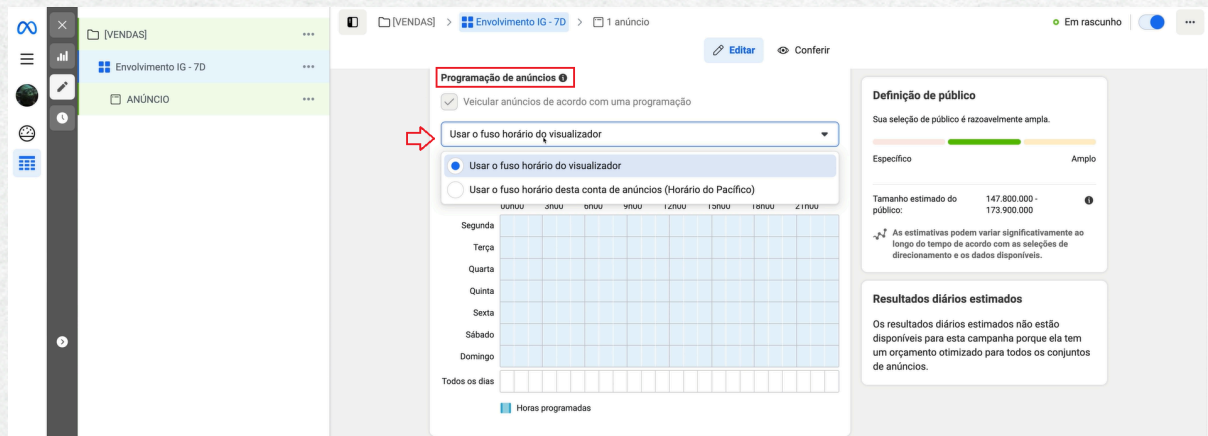
**Observação importante:** é válido ressaltar que se você tivesse criado uma campanha de cadastro, a conversão personalizada seria criada para as pessoas que concluíram o cadastro. Para isso, na hora de configurar, basta trocar o URL da página, indicando para o Meta Ads a página correta que indica o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

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

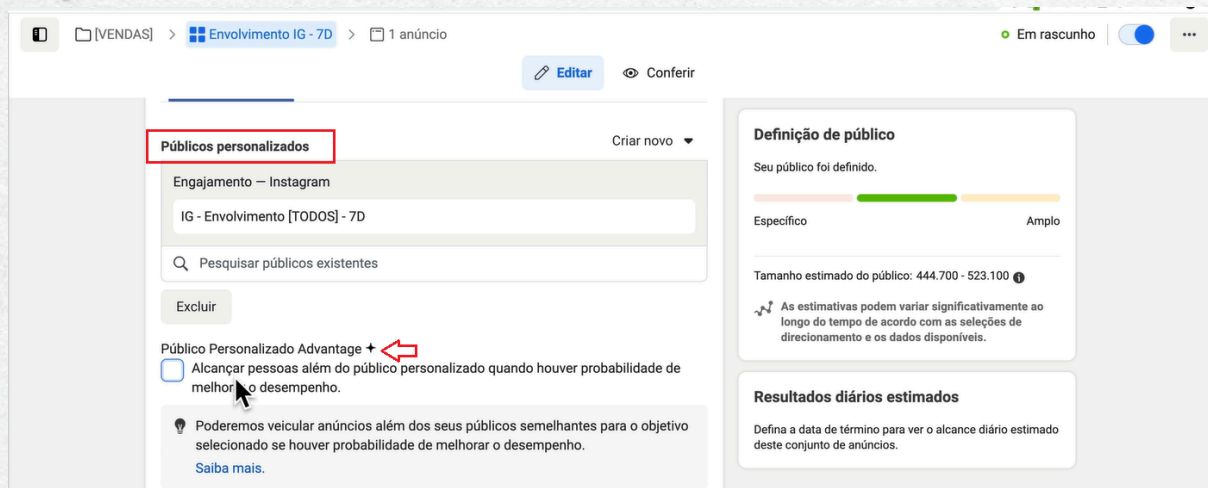




**21** Em **"programação de anúncios"** configure o fuso horário. Para isso, selecione a opção **"usar o fuso do visualizador"**. Em seguida, selecione os dias e os horários que seu anúncios vai aparecer:



**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:

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

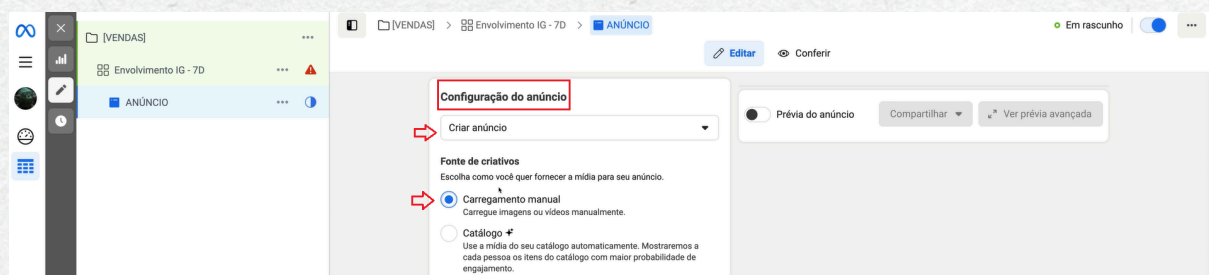
- \* Localizações**: Shows a list with "Brasil".
- Idade**: Shows two dropdown menus with "20" and "50" selected. Below them is a note: "Selecionar um público com menos de 18 anos limitará suas opções de direcionamento a idade e algumas localizações. [Saiba mais](#)".
- Gênero**: Shows "Todos os gêneros".
- Direcionamento detalhado**: Shows "Incluir pessoas que correspondam a" with a search bar containing "Dados demográficos, interesses ou comportamentos". Below the search bar is a tip: "Poderemos veicular anúncios além dos seus públicos para o objetivo selecionado se houver probabilidade de melhorar o desempenho. [Saiba mais](#)". There is an "Excluir" button below the tip.
- Idiomas**: Shows "Todos os idiomas".

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

The screenshot shows the Facebook targeting settings interface, specifically the "Posicionamentos" section. A red box highlights the "Posicionamentos" header. A red arrow points to the "Posicionamentos Advantage+ (recomendado) +\*" option, which is selected. Below it is a description: "Use posicionamentos Advantage+ para maximizar o orçamento e ajudar a mostrar seus anúncios para mais **pessoas**. O sistema de veiculação do Facebook alocará o orçamento do seu conjunto de anúncios em vários posicionamentos, considerando onde for mais provável ter um desempenho melhor." Below this is the "Posicionamentos manuais" option, which is not selected. Below the options is a link: "Mostrar mais opções". At the bottom of the interface, there are buttons: "Fechar", "Confirmando suas edições...", "Voltar", and "Avançar". A red arrow points to the "Avançar" button.



**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:

**Formato**  
Escolha a estrutura do seu anúncio.

☒

**Imagem ou vídeo único**  
Uma única imagem ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens

☐

**Carrossel**  
2 ou mais imagens ou vídeos roláveis

☐

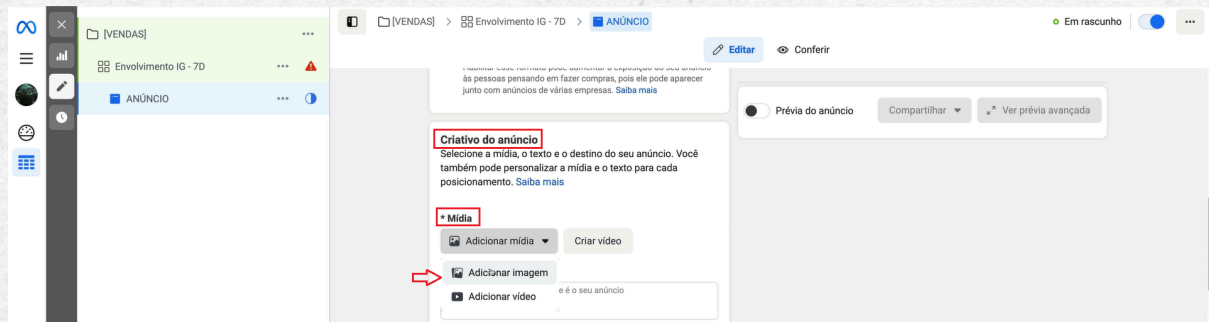
**Coleção**  
Grupo de itens que são abertos em uma experiência em tela cheia no celular

☒

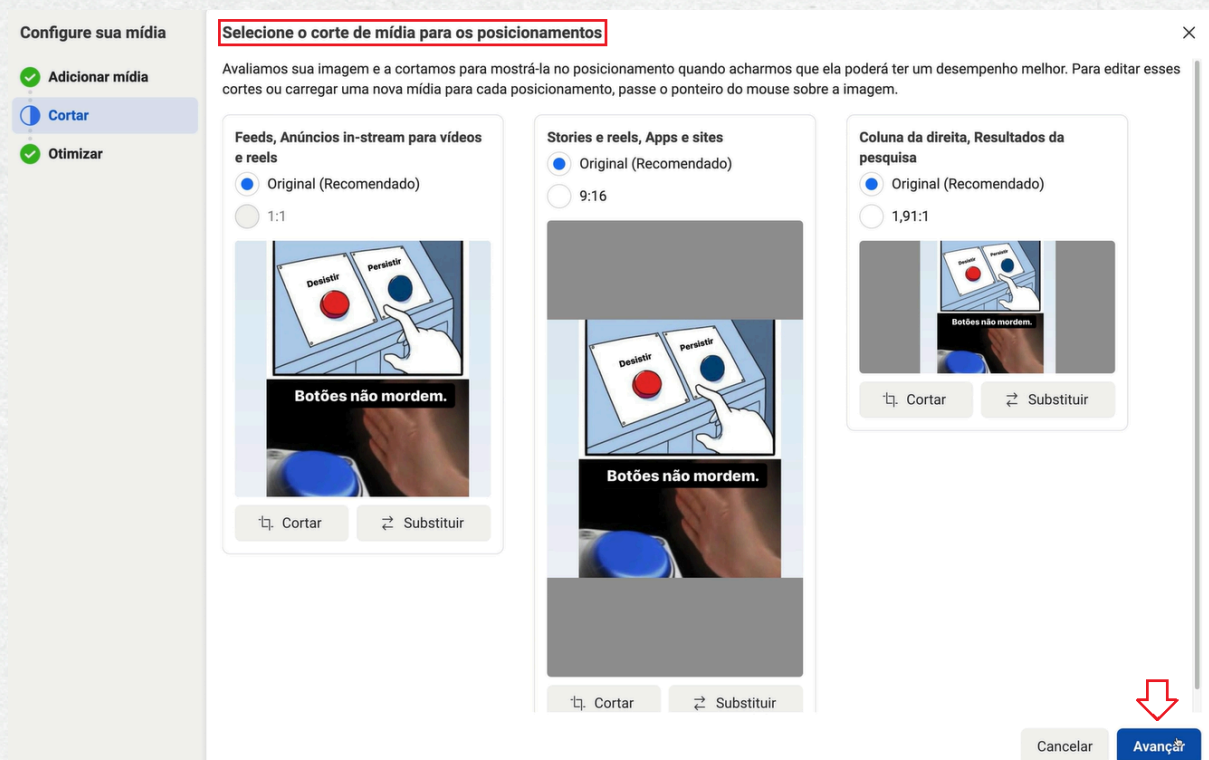
**Anúncios de vários anunciantes**  
Habilitar esse formato pode aumentar a exposição do seu anúncio às pessoas pensando em fazer compras, pois ele pode aparecer junto com anúncios de várias empresas. [Saiba mais](#)



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



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





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

The screenshot shows the 'Configure sua mídia' (Configure your media) panel for Facebook Creative Advantage+. On the left, there are three options: 'Adicionar mídia' (Add media), 'Cortar' (Crop), and 'Otimizar' (Optimize), with 'Otimizar' selected. The main area is titled 'Criativo Advantage+' and contains a progress indicator '0/4' and a 'Sem otimização' (No optimization) status. Below this, there are four optimization categories: 'Aprimoramentos padrão' (Standard improvements), 'Brilho e contraste da imagem' (Image brightness and contrast), 'Música' (Music), and 'Animação em 3D' (3D animation). The 'Música' section is expanded, showing a list of songs with checkboxes: 'Quirky Bossa' by Scott Dugdale, 'Vasona' by Lyle Workman, 'Bluebird' by Elad Marish, and 'Temporal' by Sunset Exotic. A search bar 'Procure artistas, gênero...' is also present. On the right, there is a preview of the ad format, showing a Reels video with a 'Headline' and a 'Botões não mordem.' (Buttons don't bite.) text overlay. At the bottom right, there are 'Cancelar' (Cancel) and 'Concluir' (Finish) buttons, with a red arrow pointing to the 'Concluir' button.

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

The screenshot shows the Facebook ad configuration panel for text. The left sidebar shows the 'ANÚNCIO' (Ad) section. The main area is titled 'Configurar texto' (Configure text) and contains a progress indicator '0/4' and a 'Sem otimização' (No optimization) status. Below this, there are three text input fields: 'Texto principal' (Main text), 'Título' (Title), and 'Descrição' (Description). Each field has a red arrow pointing to it. The 'Texto principal' field is labeled '1 de 5' (1 of 5). Below the 'Descrição' field, there is a section for 'Otimizar texto por pessoa' (Optimize text by person), which is currently 'Desativado' (Disabled). At the bottom, there is a 'Chamada para ação' (Call to action) dropdown menu with 'Saiba mais' (Learn more) selected. On the right, there is a preview of the ad format, showing a Reels video with a 'Headline' and a 'Botões não mordem.' (Buttons don't bite.) text overlay. At the bottom right, there are 'Fechar' (Close), 'Confirmar suas edições...' (Confirm your edits...), 'Voltar' (Back), and 'Publicar' (Publish) buttons.



**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:

The screenshot shows the Meta Ads interface for creating an advertisement. On the left, there's a sidebar with navigation icons. The main area is divided into two panels. The left panel contains the 'Adicionar opção' button for text alternatives, which is highlighted with a red box. The right panel shows a preview of the advertisement, including the Facebook logo and the text 'Facebook - entre ou cadastre-se'. The 'Adicionar opção' button is also highlighted with a red box in the right panel.

**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"**:

The screenshot shows the Meta Ads interface for creating an advertisement. On the left, there's a sidebar with navigation icons. The main area is divided into two panels. The left panel contains the 'Destino' section, which is highlighted with a red box. The 'Site' option is selected, and the 'URL do site' field is highlighted with a red box. The right panel shows a preview of the advertisement, including the Facebook logo and the text 'Facebook - entre ou cadastre-se'. The 'Destino' section is also highlighted with a red box in the right panel.



**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**”:

**Site**  
Escolha para onde direcionar as pessoas imediatamente após elas tocarem ou clicarem no seu anúncio. [Saiba mais](#)

**\* URL do site**  
Direcione as pessoas para seu site.  
<https://www.pedrosobral.com.br/aulas/gen> ☐ Ver prévia da URL.

**Construir um parâmetro de URL**

**Link de exibição**  
Insira o link que você quer mostrar no seu anúncio

**Extensão para ligação**  
☒ Mostrar extensão para ligação no seu site

**\* Telefone**  
Código do país  Insira um número de telefone válido. Forneça um número de telefone válido.

☐ **Experiência instantânea**  
Direcione as pessoas para uma experiência de carregamento rápido e otimizada para dispositivos móveis.

☐ **Evento do Facebook**  
Direcione as pessoas para um evento na sua Página do Facebook.

**Idiomas** ☐ Desativado  
Adicione suas próprias traduções ou traduza automaticamente seu anúncio para alcançar pessoas em mais idiomas. [Saiba mais](#)

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook.

Fechar ☐ Confirmando suas edições...

Ver variações

Publicar

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

**Conjuntos de anúncios** CA - Subidos Account (498598010251...) 1 anúncio com erros Atualizado agora mesmo Descartar rascunhos **Conferir e publicar (3)**

Pesquisar e filtrar Este mês: 1 de mai de 2023 a 30 de mai de 2023

**Campanhas** 1 selecionado **Conjuntos de anúncios** 1 selecionado **Anúncios** 1 selecionado

**+ Criar** **Duplicar** **Editar** **Teste A/B** **Regras** **Ver configuração** **Relatórios**

	Desativ.	Conjunto de anúncios	Veiculação ↑	Resultados	Custo por resultado	Valor usado	Orçamento	Impressões	Alcance	CPM (custo por 1.000 impressões)
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Envio IG - 7D	Em rascunho	—	—	—	Usando orçame...	—	—	—
<b>Resultados de 1 conjunto de anúncios</b>				—	—	R\$ 0,00	Total usado	Total	contas da Central d...	Por 1.000 impress

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!