

DESAFIO DA
GESTÃO DE TRÁFEGO

TUTORIAL EXTRA 2

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

Como eu te prometi na aula 2 do Desafio da Gestão de Tráfego, este é um **material de apoio técnico** para você entender o passo a passo:

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

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

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. Envaremos 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

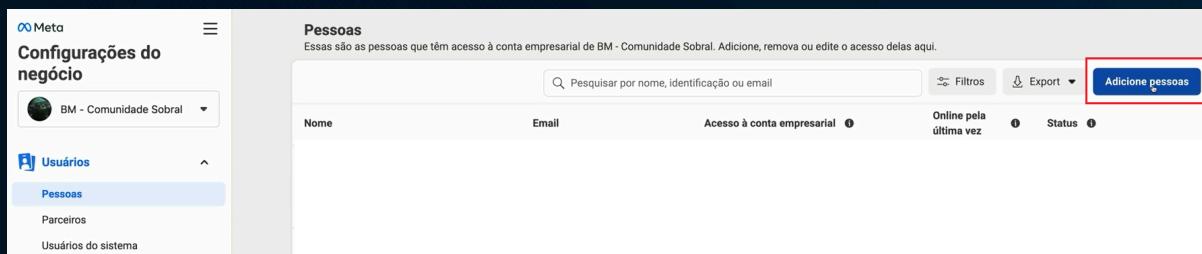
Após isso, basta seguir os passos de confirmação do seu e-mail e finalizar a criação do seu gerenciador de negócios e conta de anúncios.

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.

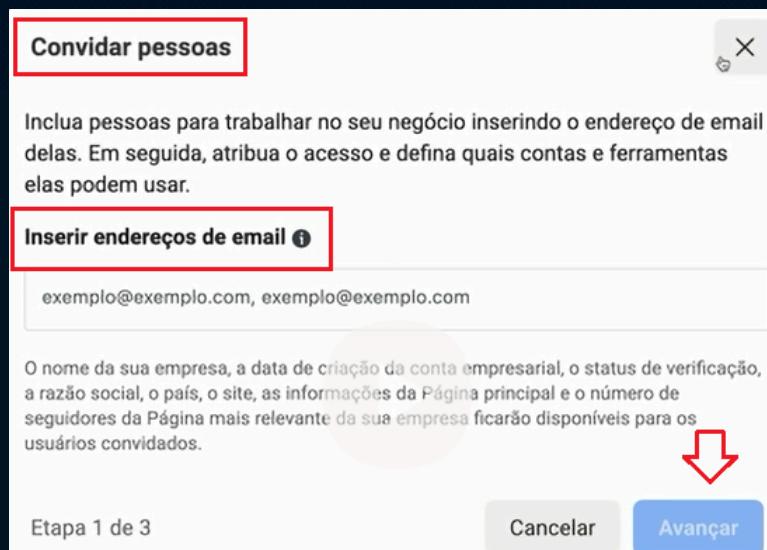
COMO CONFIGURAR O SEU GERENCIADOR DE NEGÓCIOS NO META ADS?

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:



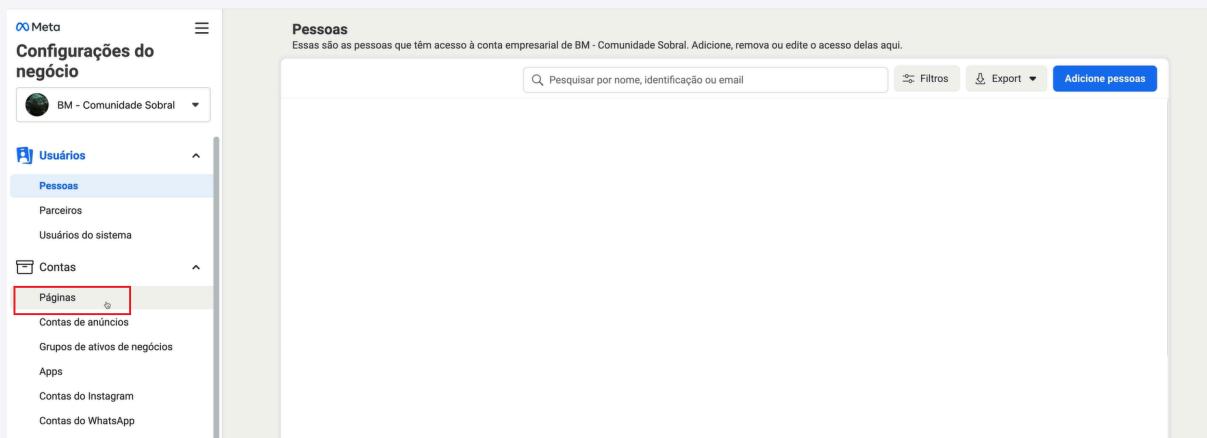
The screenshot shows the 'Configurações do negócio' (Business Settings) sidebar with 'BM - Comunidade Sobral' selected. Under 'Usuários', 'Pessoas' is highlighted. The main area displays a table titled 'Pessoas' with columns: Nome (Name), Email, Acesso à conta empresarial (Access to business account), Online pela última vez (Last seen online), and Status. A search bar and filter options are at the top. A red box surrounds the 'Adicionar pessoas' button.

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



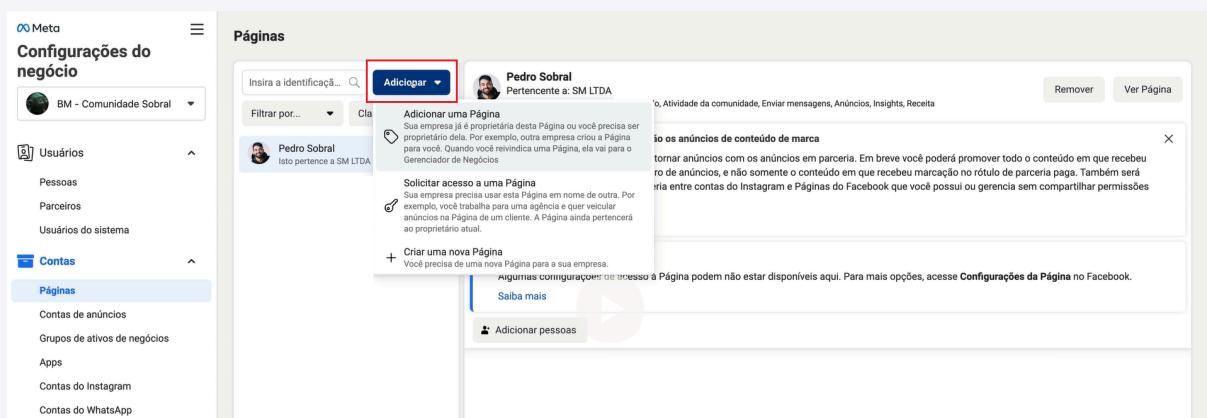
The dialog box has a title 'Convidar pessoas'. It contains instructions: 'Inclua pessoas para trabalhar no seu negócio inserindo o endereço de email delas. Em seguida, atribua o acesso e defina quais contas e ferramentas elas podem usar.' Below is an input field with placeholder text 'exemplo@example.com, exemplo@example.com'. A note at the bottom says: '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.' At the bottom are 'Cancelar' and 'Avançar' buttons, with a large red arrow pointing to 'Avançar'.

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



The screenshot shows the 'Configurações do negócio' (Business Settings) sidebar on the left. Under 'Contas', the 'Páginas' option is selected and highlighted with a red box. The main panel displays a list of users under the heading 'Pessoas'. At the top right of this panel are search, filter, export, and 'Adicione pessoas' buttons.

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



The screenshot shows the 'Páginas' addition screen. The 'Adicionar' button is highlighted with a red box. Below it, there are three options: 'Adicionar uma Página' (Add a page), 'Solicitar acesso a uma Página' (Request access to a page), and 'Criar uma nova Página' (Create a new page). A tooltip for 'Adicionar uma Página' explains that the user needs to insert the page's identification and choose a recipient. Another tooltip for 'Solicitar acesso a uma Página' explains that the user needs to insert the page's identification and choose a recipient. A note at the bottom states that some configurations may not be available here and directs users to 'Configurações da Página no Facebook'.

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:

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 sections like 'Configurações do negócio', 'Usuários', 'Contas' (with 'Contas do Instagram' highlighted), and 'Fontes de dados'. The main area is titled 'Contas do Instagram' and shows a list of accounts. One account, '@pedrosobral', is selected and detailed: it belongs to 'SM LTDA' with 'Permissões concedidas: Insights'. A note says 'Os anúncios em parceria substituirão os anúncios de conteúdo de marca'. Below this, there are tabs for 'Pessoas' and 'Ativos conectados', and a search bar at the bottom.

08 Agora, clique em “**adicionar**”:

This screenshot is similar to the previous one, but the 'Adicionar' (Add) button in the top right corner of the 'Contas do Instagram' section is highlighted with a red box.

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.

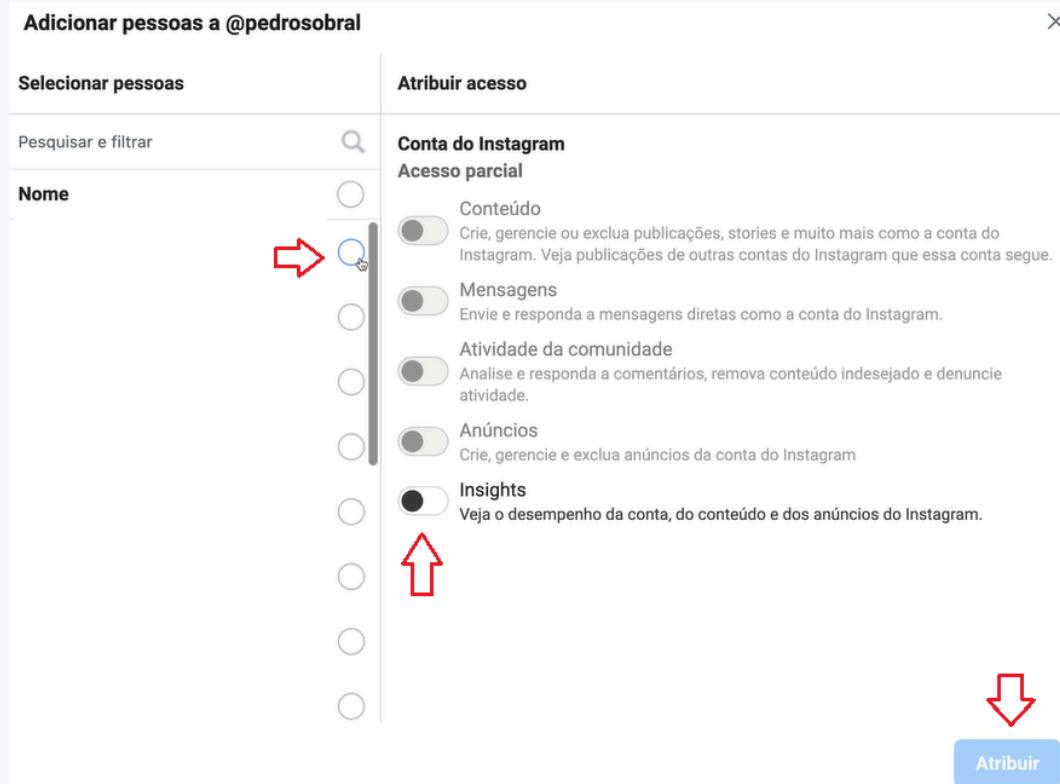
Conectar sua conta do Instagram

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 sections like 'Configurações do negócio', 'Usuários', and 'Contas'. Under 'Contas', 'Contas do Instagram' is selected. The main area is titled 'Contas do Instagram' and shows a list of accounts. One account, '@pedrosobral', is listed with the note 'Pertencente a: SM LTDA' and 'Permissões concedidas: Insights'. Below this list, there are tabs for 'Pessoas' and 'Ativos conectados'. Under 'Pessoas', there's a sub-section with the heading 'Pessoas' and a note: 'Estas pessoas têm acesso a @pedrosobral. Você pode ver, editar ou excluir as permissões delas.' At the bottom of this section, there's a button labeled 'Adicionar pessoas' with a red box drawn around it. There's also a search bar at the bottom.

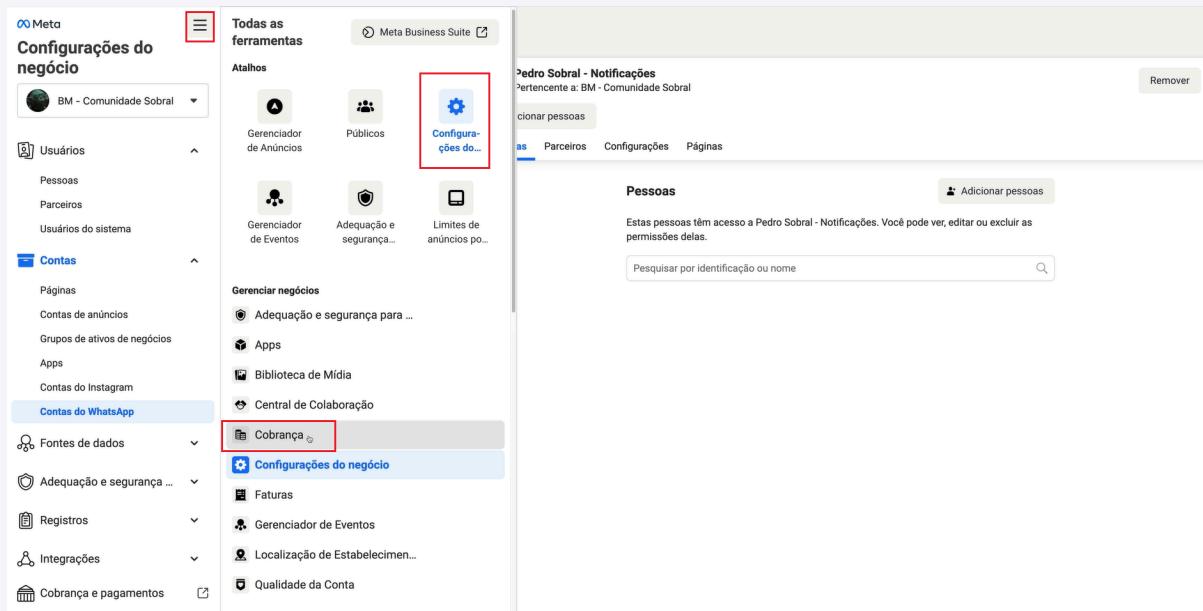
11 No painel “**adicionar pessoas a**”, selecione o contato para o qual você quer conceder acesso e na sequência, faça as atribuições. Para finalizar processo clique em “**atribuir**”:



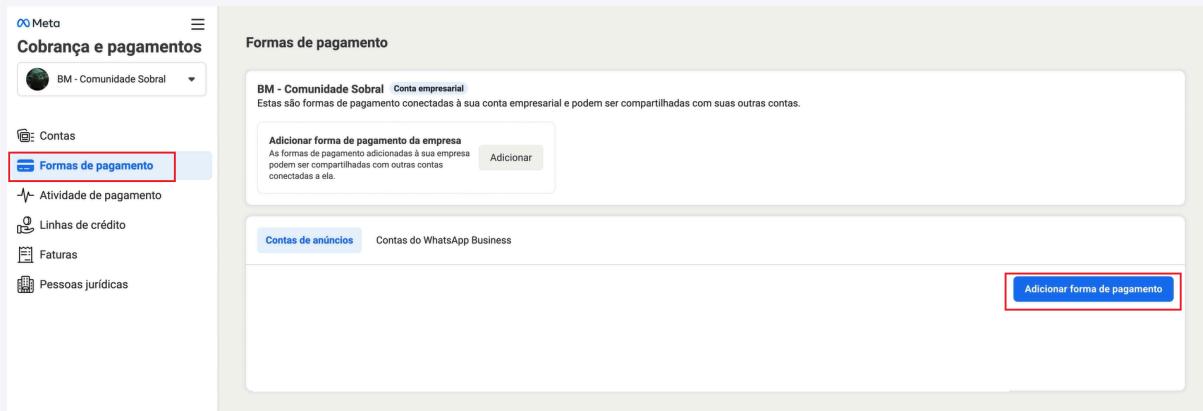
12 Na hora de adicionar as contas do WhatsApp o processo é o mesmo: volte ao menu lateral esquerdo, clique em “**contas do WhatsApp**”. Em seguida, clique em “**adicionar**”:

The screenshot shows the 'Contas' (Accounts) section in the WhatsApp Business API. The sidebar has tabs for 'Meta', 'Configurações do negócio' (Business settings), 'Usuários' (Users), 'Contas' (Accounts), and 'Fontes de dados' (Data sources). The 'Contas' tab is selected, and its sub-tabs include 'Páginas', 'Contas de anúncios', 'Grupos de ativos de negócios', 'Apps', and 'Contas do Instagram'. The main content area shows 'Contas do WhatsApp' with a 'Pedro Sobral - Notificações' account listed. There are buttons for 'Adicionar pessoas' (Add people) and 'Remover' (Remove). Below the account list, there's a 'Pessoas' (People) section with a table showing users assigned to the account. A red box highlights the 'Contas do WhatsApp' tab in the sidebar and the 'Adicionar' button in the main content area.

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"**:



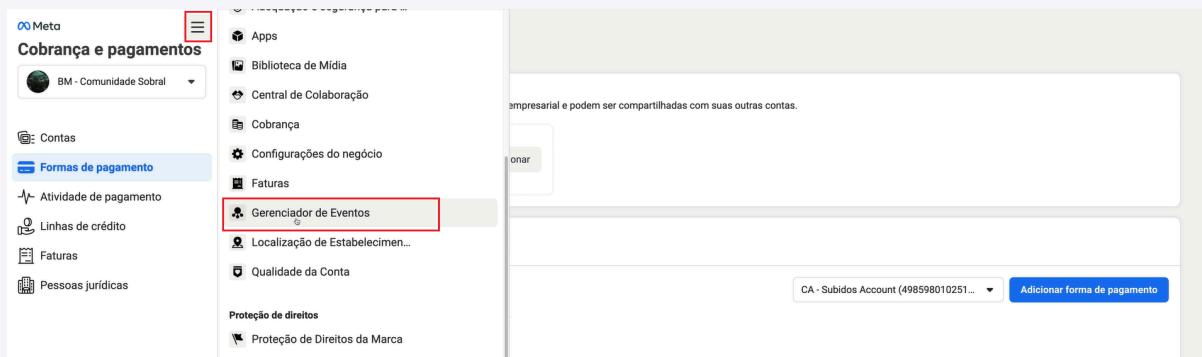
14 Ainda no menu lateral esquerdo clique em **"formas de pagamento"** e depois em **"adicionar forma de pagamento"** no painel maior à direita:



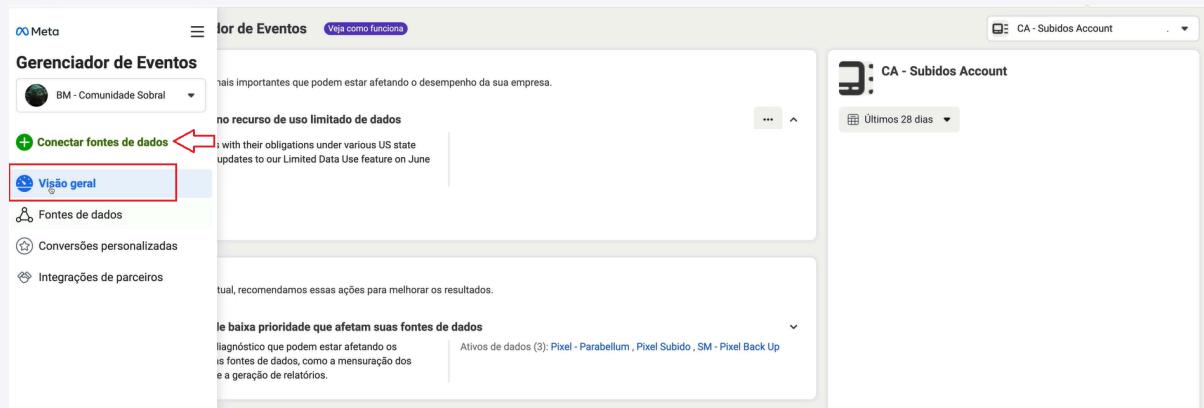
15 No painel “**adicionar informações de pagamento**”, escolha a maneira como você prefere pagar a plataforma. Para finalizar essa etapa, clique em “**avançar**”:



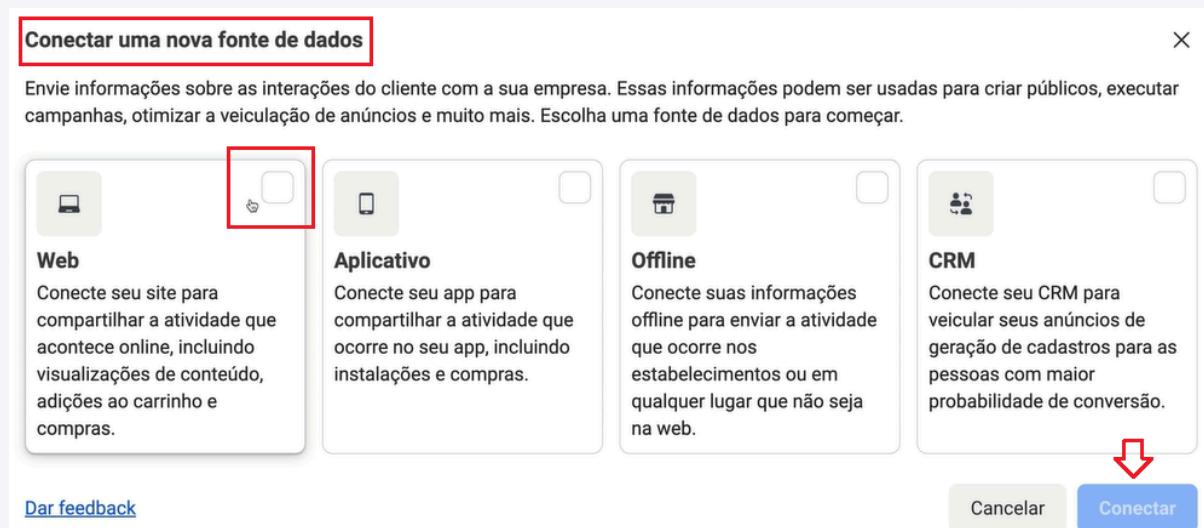
16 Agora, vamos configurar o gerenciador de eventos. Para isso, volte ao menu lateral esquerdo e clique no ícone dos 3 traços. Em seguida, role o mouse para baixo na página e clique em “**gerenciador de eventos**”:



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



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



Conectar uma nova fonte de dados

Envie informações sobre as interações do cliente com a sua empresa. Essas informações podem ser usadas para criar públicos, executar campanhas, otimizar a veiculação de anúncios e muito mais. Escolha uma fonte de dados para começar.

Web

Conecte seu site para compartilhar a atividade que acontece online, incluindo visualizações de conteúdo, adições ao carrinho e compras.

Aplicativo

Conecte seu app para compartilhar a atividade que ocorre no seu app, incluindo instalações e compras.

Offline

Conecte suas informações offline para enviar a atividade que ocorre nos estabelecimentos ou em qualquer lugar que não seja na web.

CRM

Conecte seu CRM para veicular seus anúncios de geração de cadastros para as pessoas com maior probabilidade de conversão.

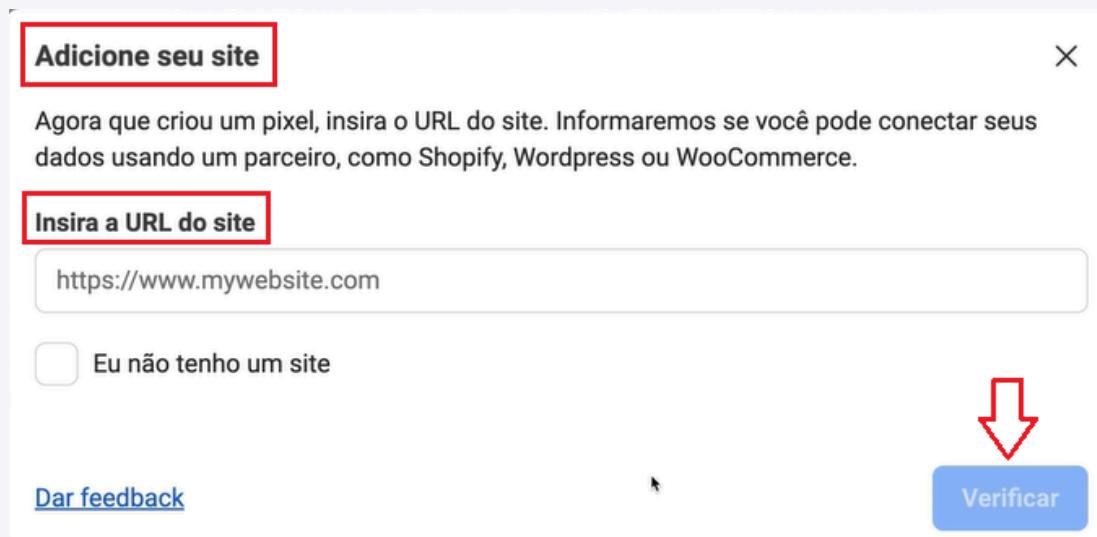
[Dar feedback](#)

[Cancelar](#) [Conectar](#)

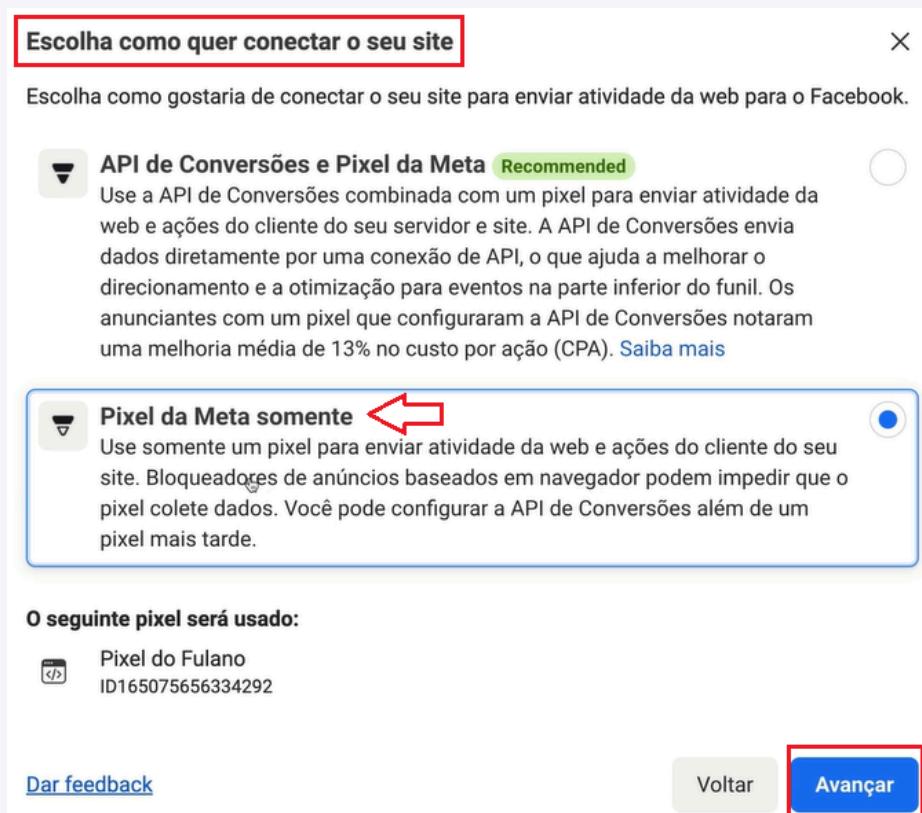
- 19** No painel “**criar pixel**”, coloque um nome no seu pixel no campo “**dê um nome ao seu pixel**”. Em seguida, clique em “**criar pixel**”:



- 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**”:



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

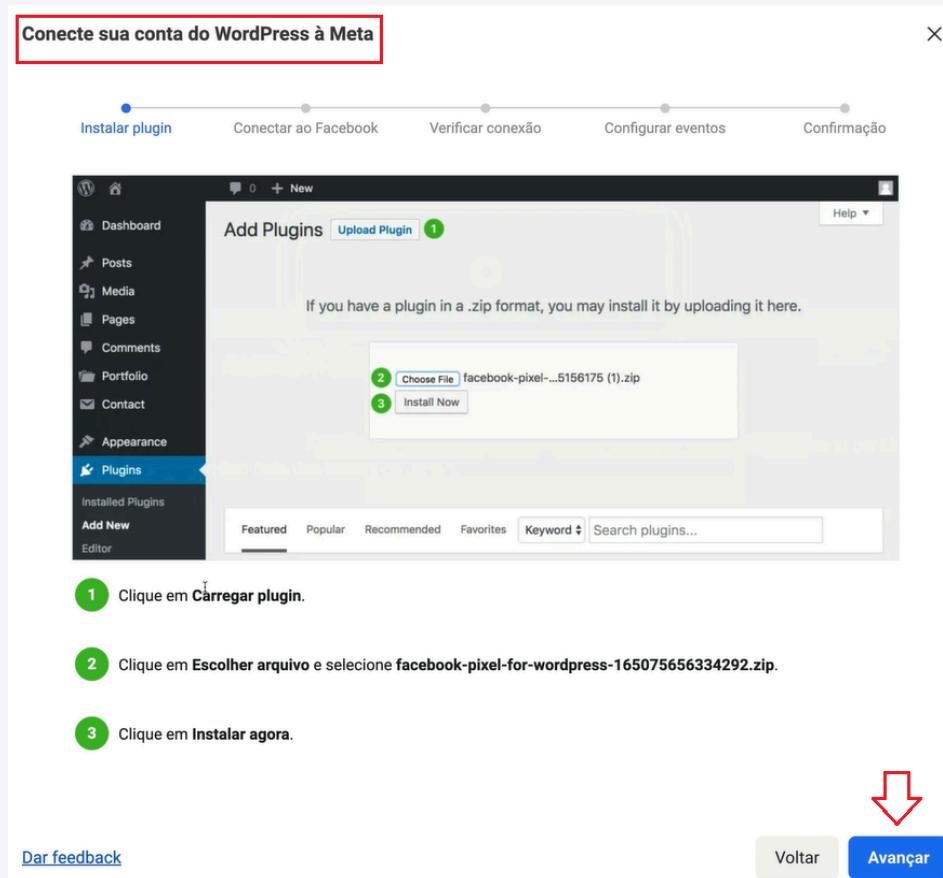
OpenCart PrestaShop Shopify (Online)

Shopline Squarespace Storenado

Tealium Teespring Webflow

Dar feedback Fechar

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”:

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**”:

The screenshot shows the 'Integração do Gerenciador de Eventos' (Integration Manager) interface. On the left, there's a sidebar with icons for home, three lines, a green circle, a plus sign, a clock, a person, a star, and a question mark. The main area has a title 'Instalar o código de base'. It contains a sub-section 'Copiar código de base' with the instruction 'Copie o código de base abaixo.' Below this is a code block containing the Meta Pixel Code. A red box highlights the 'Copiar código' button. To the right, there's a preview window showing a snippet of code with '<!-- Meta Pixel Code -->' and '<script>' tags.

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>
if(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 -->
```

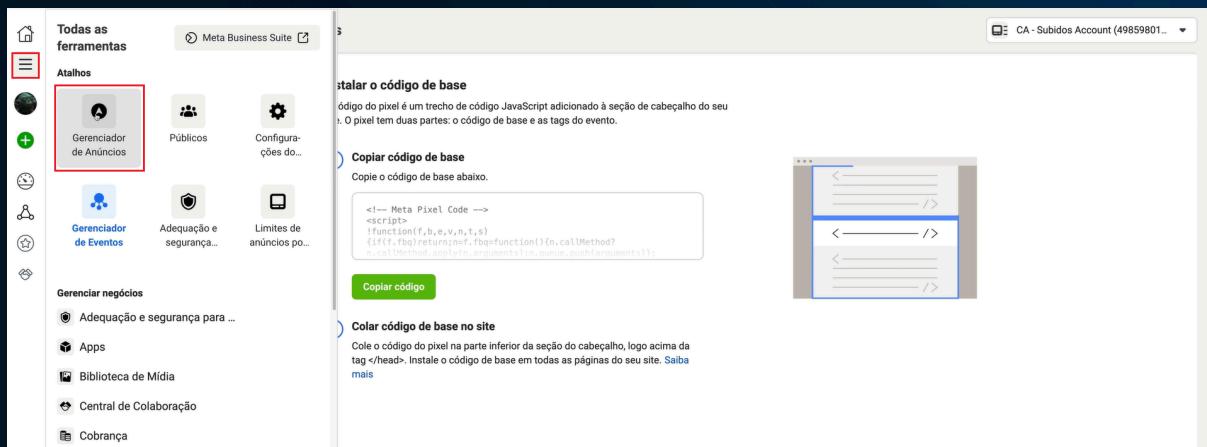
29 Para descobrir como instalar o seu pixel manualmente, digite no Google “**como instalar o pixel do Meta Ads no + nome da sua plataforma de criação de sites**”. Outra opção é pedir para quem fez o seu site instalar o pixel para você. Lembre-se que o pixel precisa estar em todas as páginas do site:



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**"



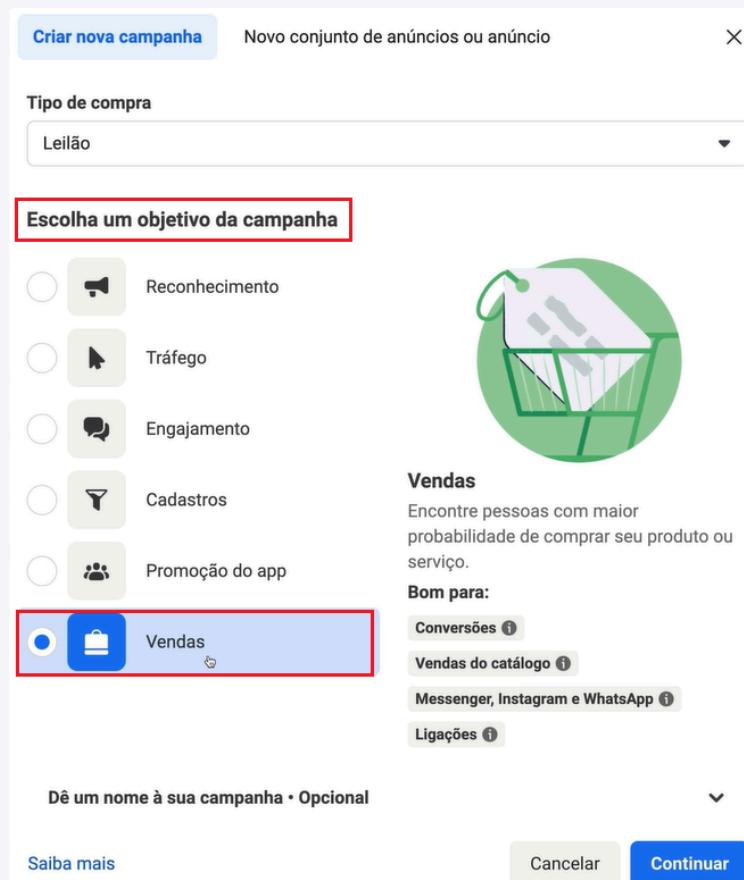
02 Feito isso, ainda no menu lateral esquerdo, clique no ícone correspondente a "**campanhas**".



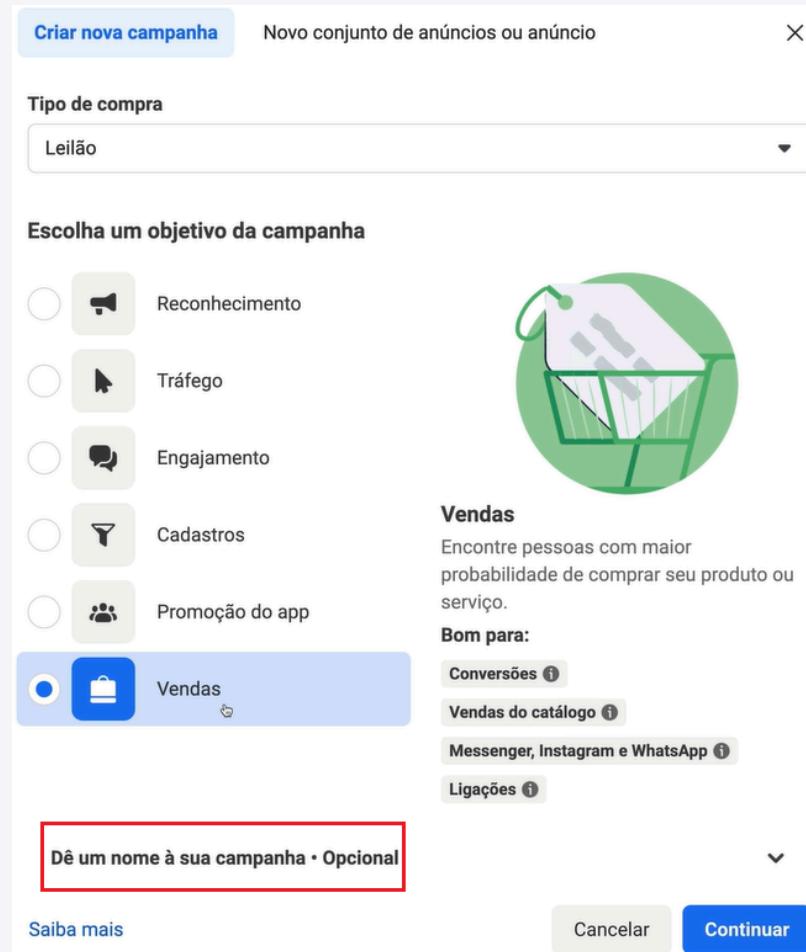
03 Dentro do gerenciador de anúncios, clique em “criar”:



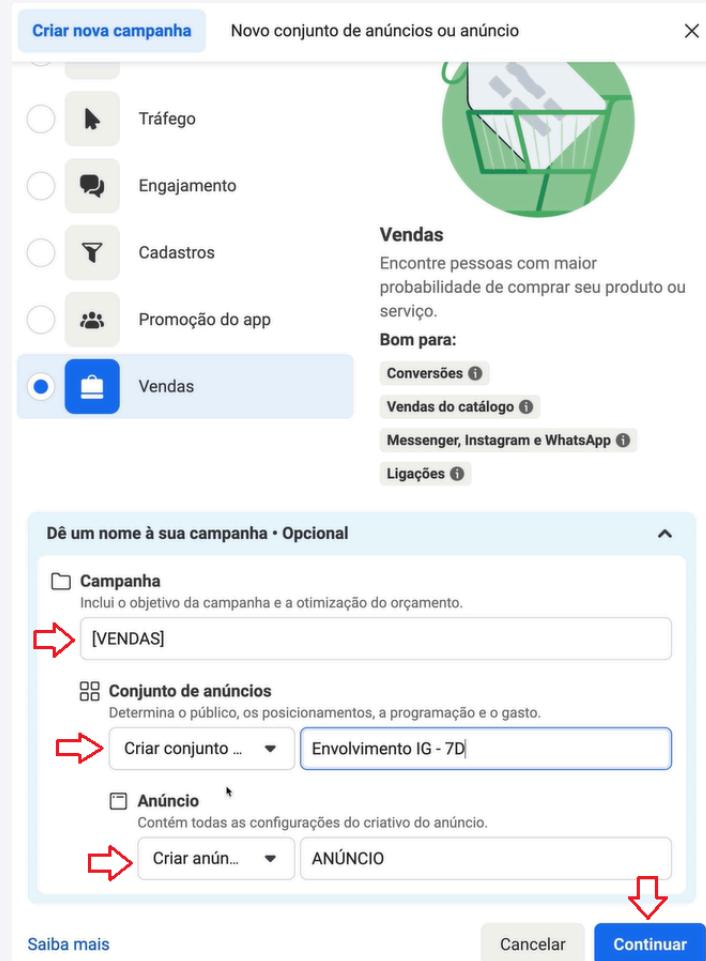
04 No painel “escolha um objetivo da campanha”, clique em “vendas”. E caso você faça uma campanha de cadastro, o passo a passo a seguir será o mesmo:



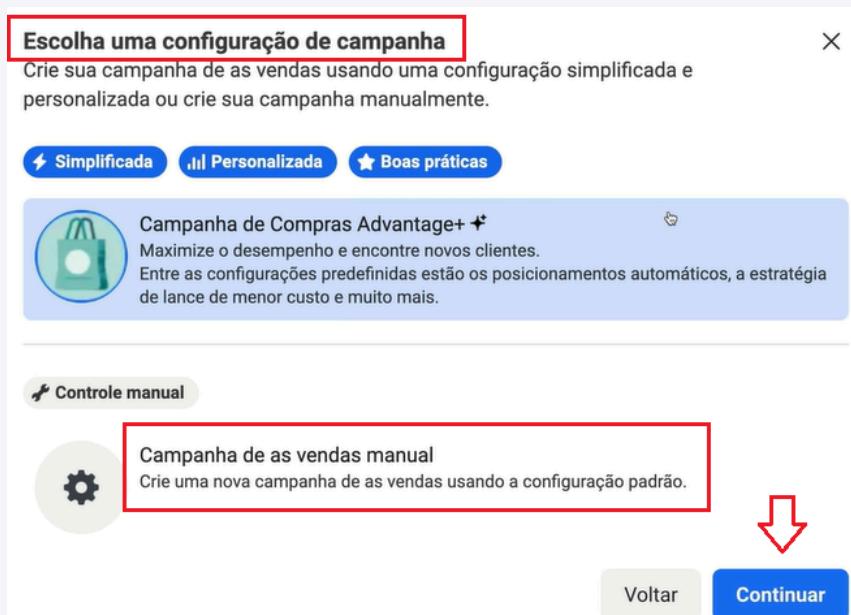
05 Para continuar a configuração, clique em “**dê um nome à sua campanha**”:



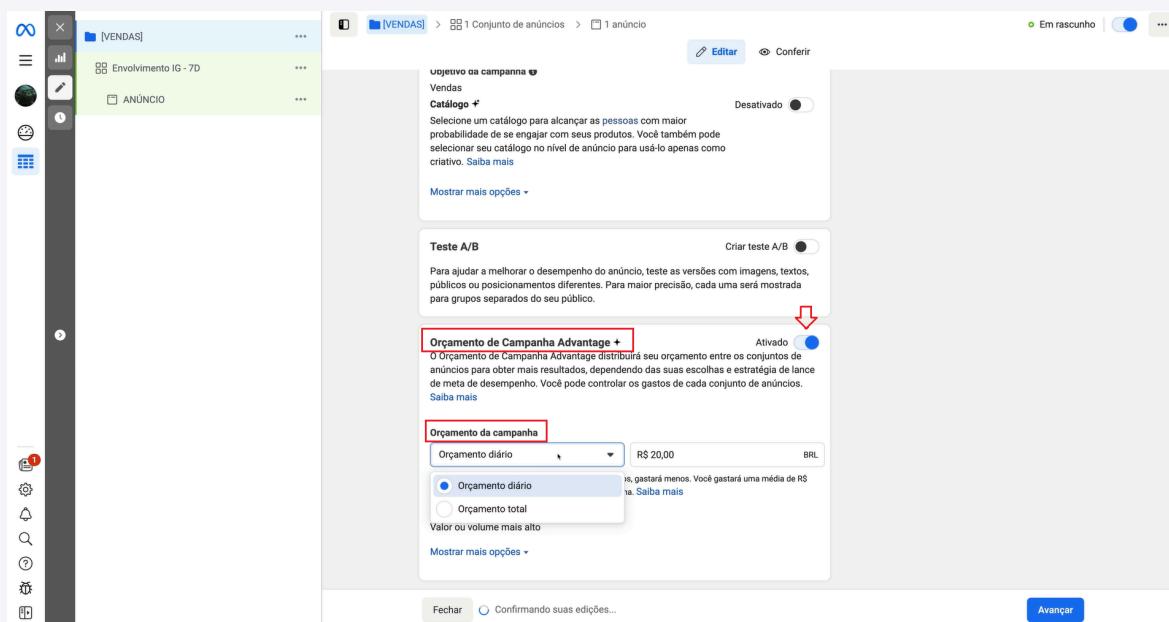
06 Dê um nome para sua campanha no campo “**campanha**”. Não se esqueça que a nomenclatura deve facilitar sua organização posteriormente. Em “**conjunto de anúncios**” você deve colocar o público do seu anúncio. Neste exemplo, coloquei um público super quente:



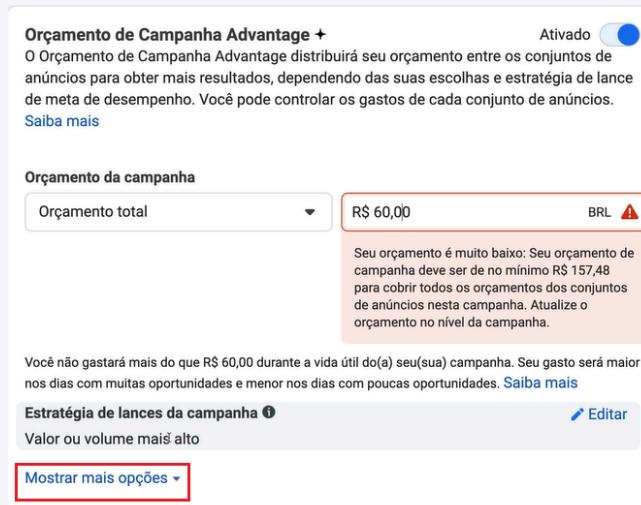
07 No painel “escolha uma configuração de campanha” escolha a opção “campanha de vendas manual”. Feito isso, clique em “continuar”:



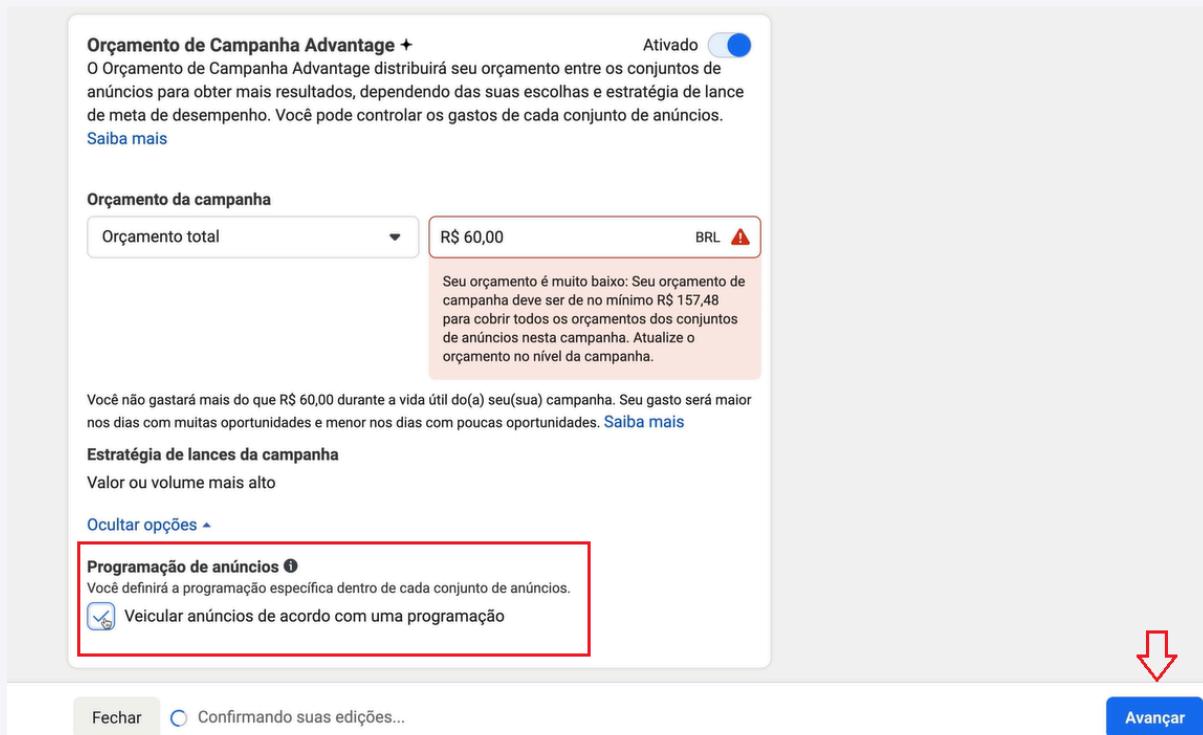
08 Role o mouse para baixo na página até a seção “**orçamento de campanha advantage +**”. Ative essa opção e na hora de decidir entre “orçamento diário” e “orçamento total” use a seguinte lógica: se você quiser gastar dinheiro em determinados períodos do dia, use o “**orçamento total**”. Se você quiser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



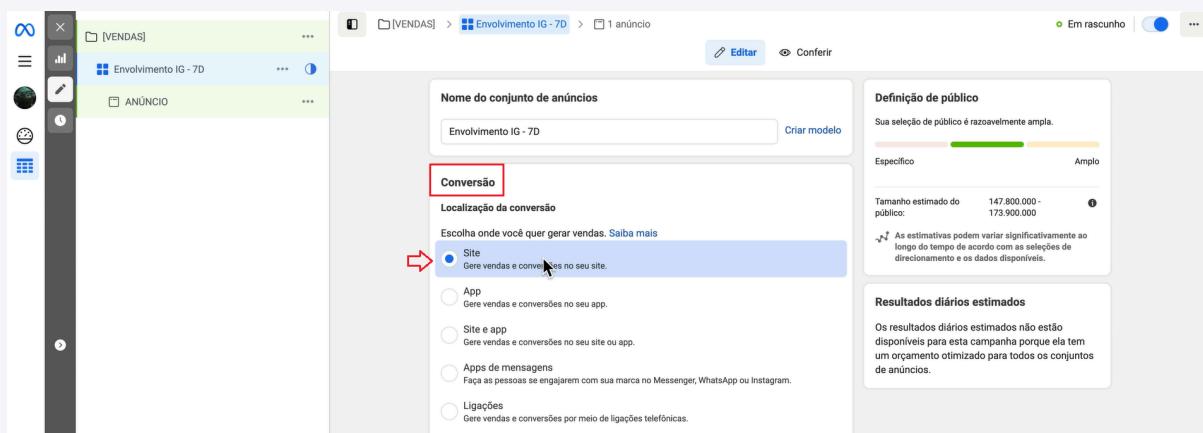
09 Feito isso, clique em “**mostrar mais opções**”:



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



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



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 de desempenho' (Performance Goal) section of the Facebook Ads Manager. A dropdown menu is open, set to 'Maximizar o número de conversões' (Maximize number of conversions). Below it, a section titled 'Pixel' is highlighted with a red box. A sub-section titled 'Pixel' contains a search bar with the placeholder 'Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação'. Three pixel options 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 Facebook Ads Manager interface. A campaign named 'Envolvimento IG - 7D' is selected. In the 'Eventos de conversão' (Conversion Events) section, the input field 'COMPRAR' is highlighted with a red box. On the right, a callout box titled 'Confirmando suas alterações' (Confirming your changes) points out a low budget warning: '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. (#2446149) Saiba mais'. Another callout box for 'Definição de público' (Audience Definition) notes a 'razoavelmente ampla' (reasonably broad) selection.

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 previous one, showing the same campaign setup and budget warning. However, the red box now highlights the 'Definir uma nova conversão personalizada' (Define a new personalized conversion) button located in the 'Eventos inativos' (Inactive Events) section under the 'FinalizaçaoCompraEcommerce' (Purchase Completion) category.

- 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 12/50 **Descrição · Opcional**

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.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

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

URL contém +

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 Site

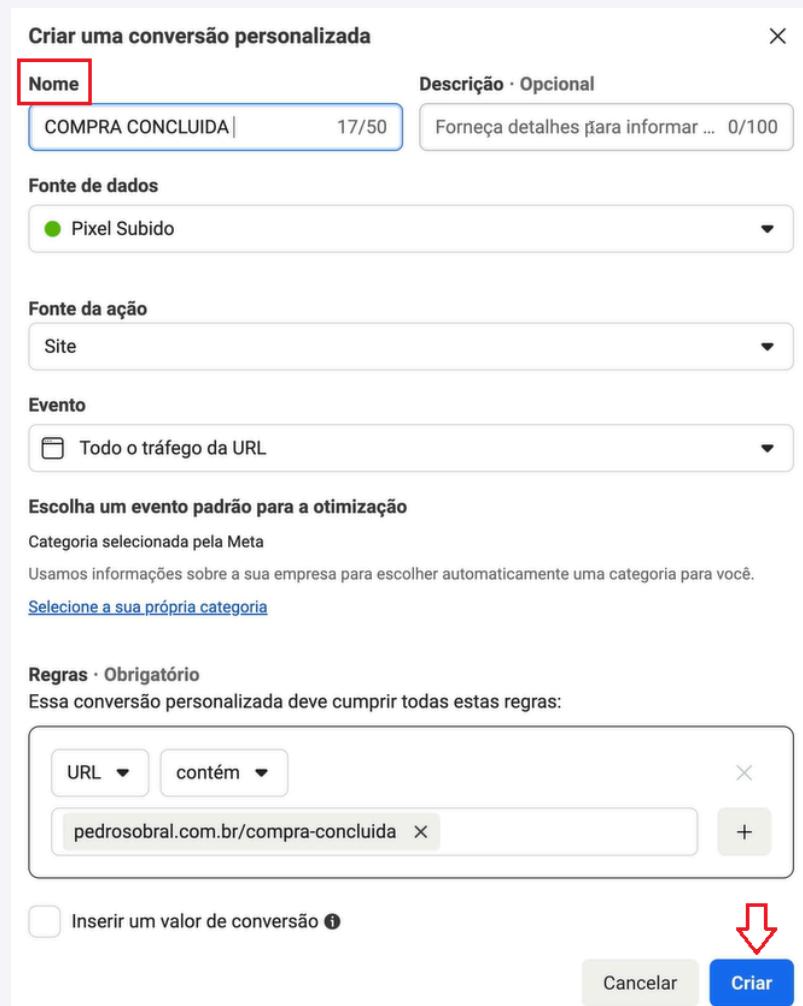
Evento Todo o tráfego da URL

Escolha um evento padrão para a otimização

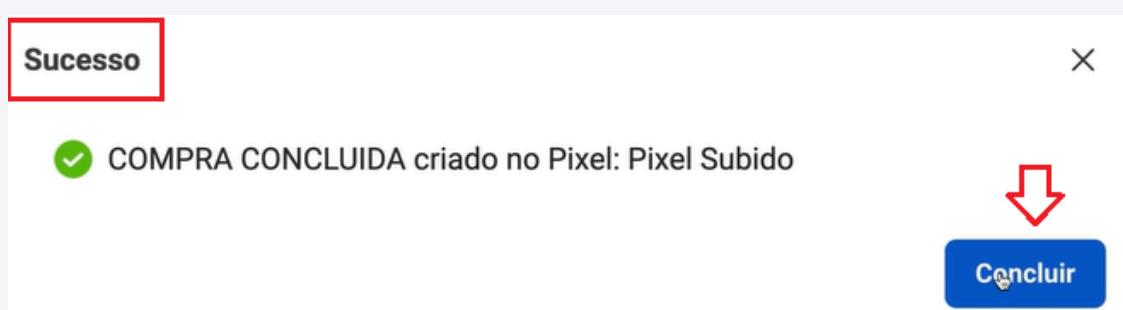
Categoria selecionada pela Meta
Usamos informações sobre a sua empresa para escolher automaticamente uma categoria para você.
[Selecionar a sua própria categoria](#)

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:

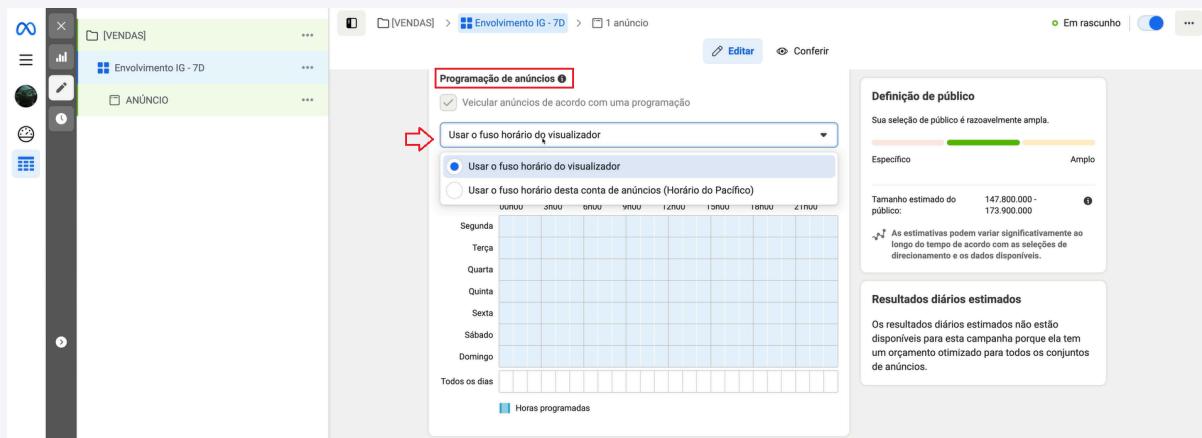
The screenshot shows the Meta Ads campaign configuration interface. On the left, there's a sidebar with various icons. The main area shows a tree view of the campaign structure: [VENDAS] > Envolvimento IG - 7D > 1 anúncio. The right side is the configuration screen. A red arrow points to the "Evento de conversão" dropdown, which is set to "COMPRA CONCLUÍDA (ID 1419051845615248)". Other options in the dropdown include "Site e app", "Apps de mensagens", and "Ligações". Below this, there's a "Meta de desempenho" section set to "Maximizar o número de conversões". To the right, there's a sidebar titled "Confirmando suas alterações" with a warning about low budget, a "Definição de público" section with a public selection range, and a "Resultados diários estimados" section indicating that daily results are not available.

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.

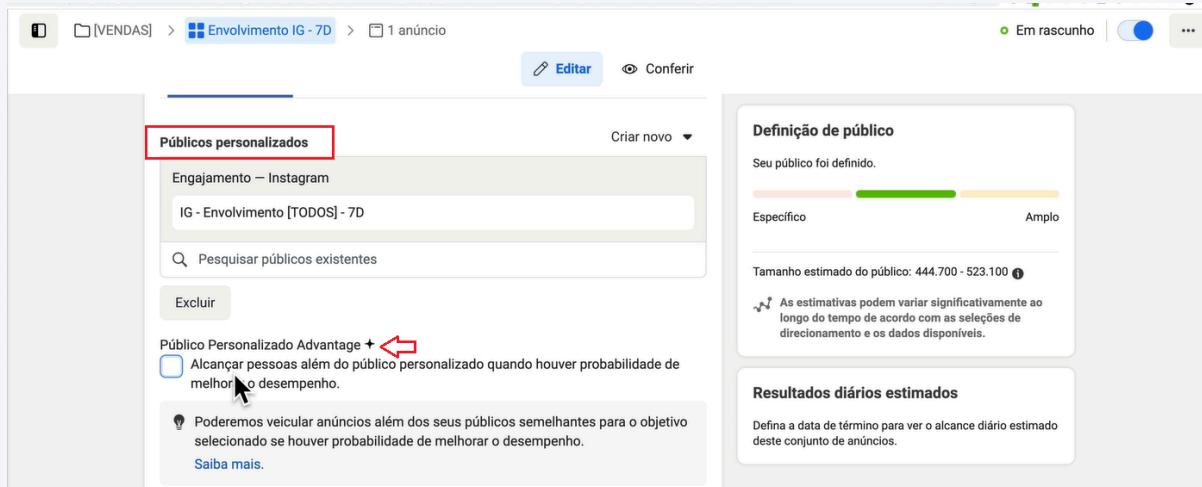
20 Na seção “**programar**”, indique o início e o término da sua campanha:

The screenshot shows the scheduling section of the campaign configuration. It includes fields for "Data de início" (30/5/2023, 06:12) and "Término" (9/6/2023, 06:12). A red arrow points to the "Data de início" field. Another red arrow points to a warning message at the bottom left: "Esta data de início já passou. Redefina sua data de início como hoje". To the right, there's a "Definição de público" section with a public selection range, a "Resultados diários estimados" section indicating that daily results are not available, and a note about budget optimization.

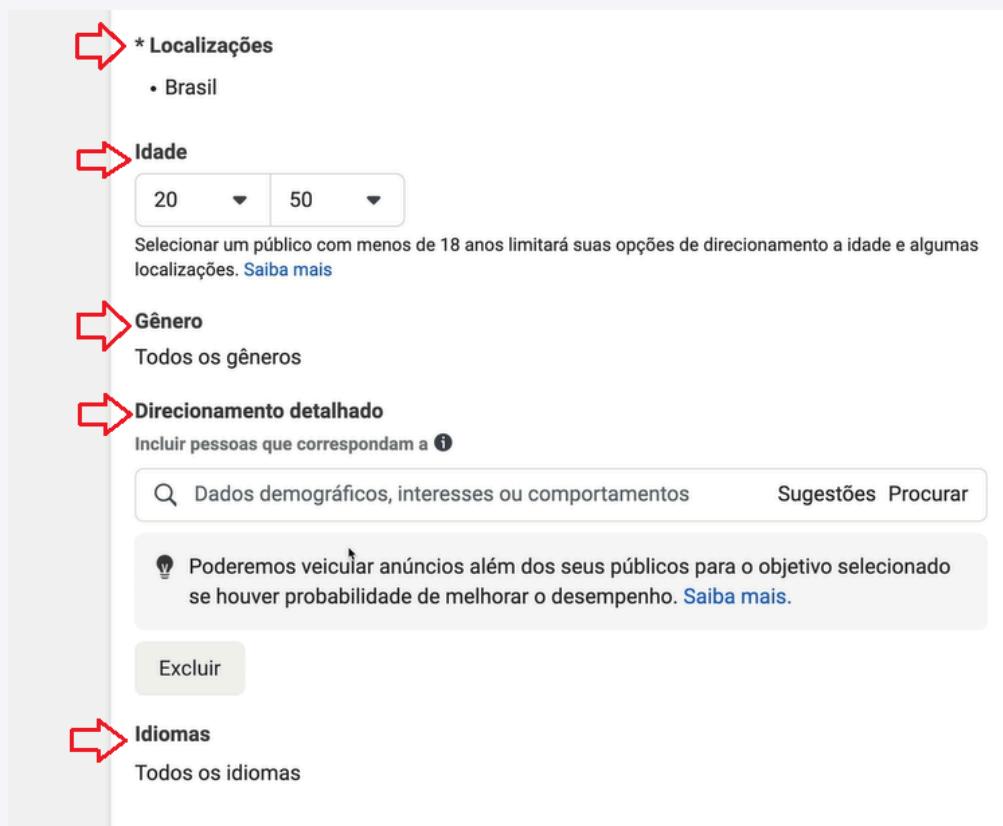
21 Em “**programação de anúncios**” configure o fuso horário. Para isso, selecione a opção “**usar o fuso do visualizador**”. Em seguida, selecione os dias e os horários que seu anúncio vai aparecer:



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 +**”:



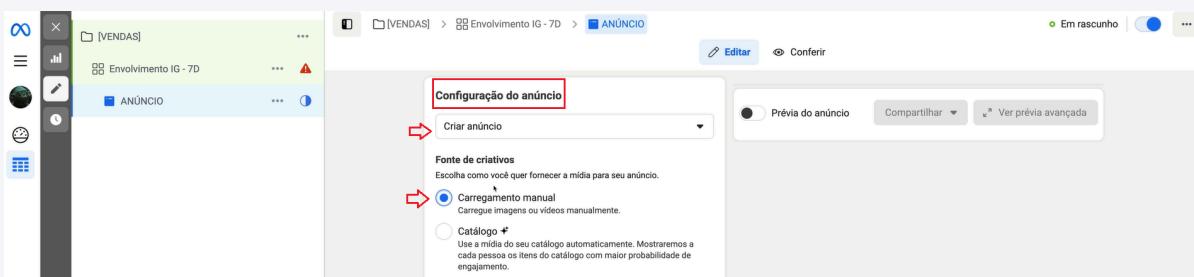
23 Em “**localizações**”, selecione “Brasil” e em “**idade**” coloque a faixa etária do seu público-alvo. Em “**gênero**” selecione o gênero do público que você deseja alcançar com esse anúncio. Em “**Idiomas**” e “**direcionamento detalhado**” não faremos alterações:



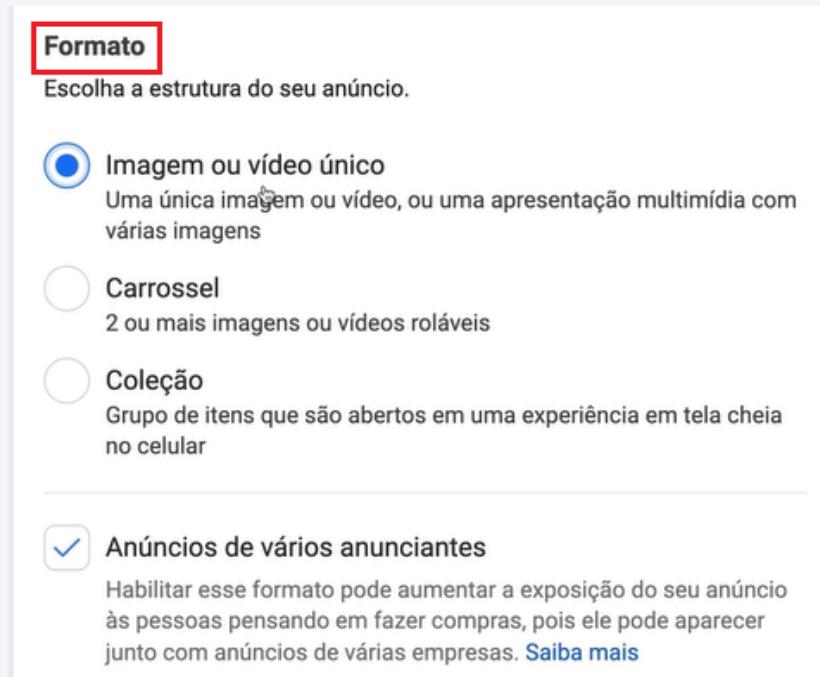
24 Como eu quero mais resultados com essa campanha, na seção “**posicionamentos**”, vamos deixar selecionada a opção “**posicionamentos advantage+**”:



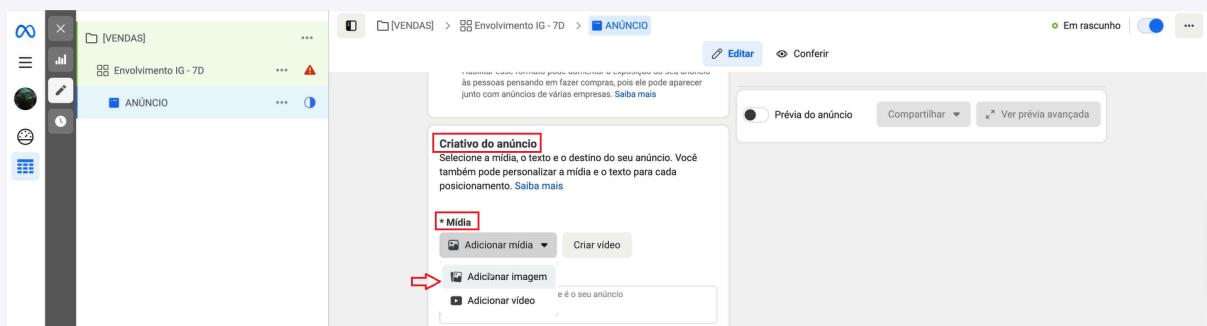
25 Na seção “configuração do anúncio”, selecione a opção “criar anúncio”. Caso você queira fazer um anúncio de uma publicação já existente no seu Instagram, basta selecionar essa opção e escolher a publicação em questão. Em seguida, em “fonte do criativo”, selecione “carregamento manual”:



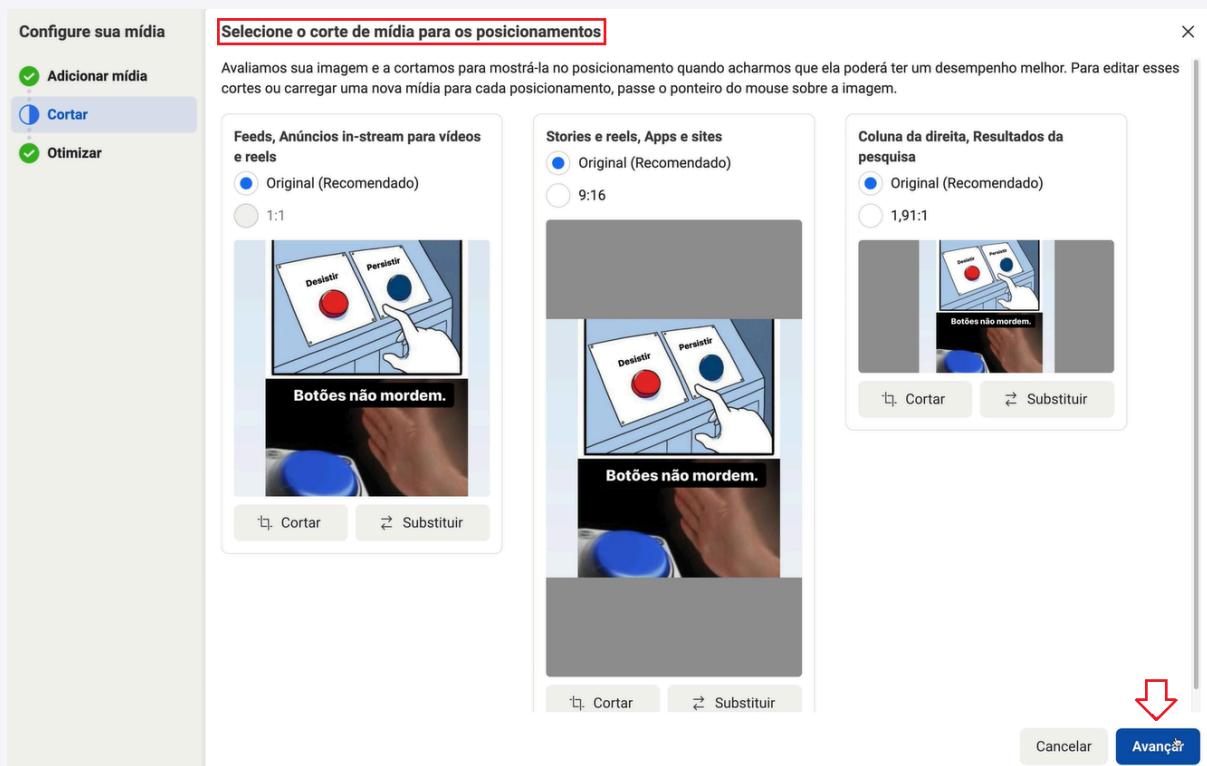
26 Na seção “formato”, selecione a opção “imagem ou vídeo único”. Além disso, sempre deixe a opção “anúncios de vários anunciantes” selecionada:



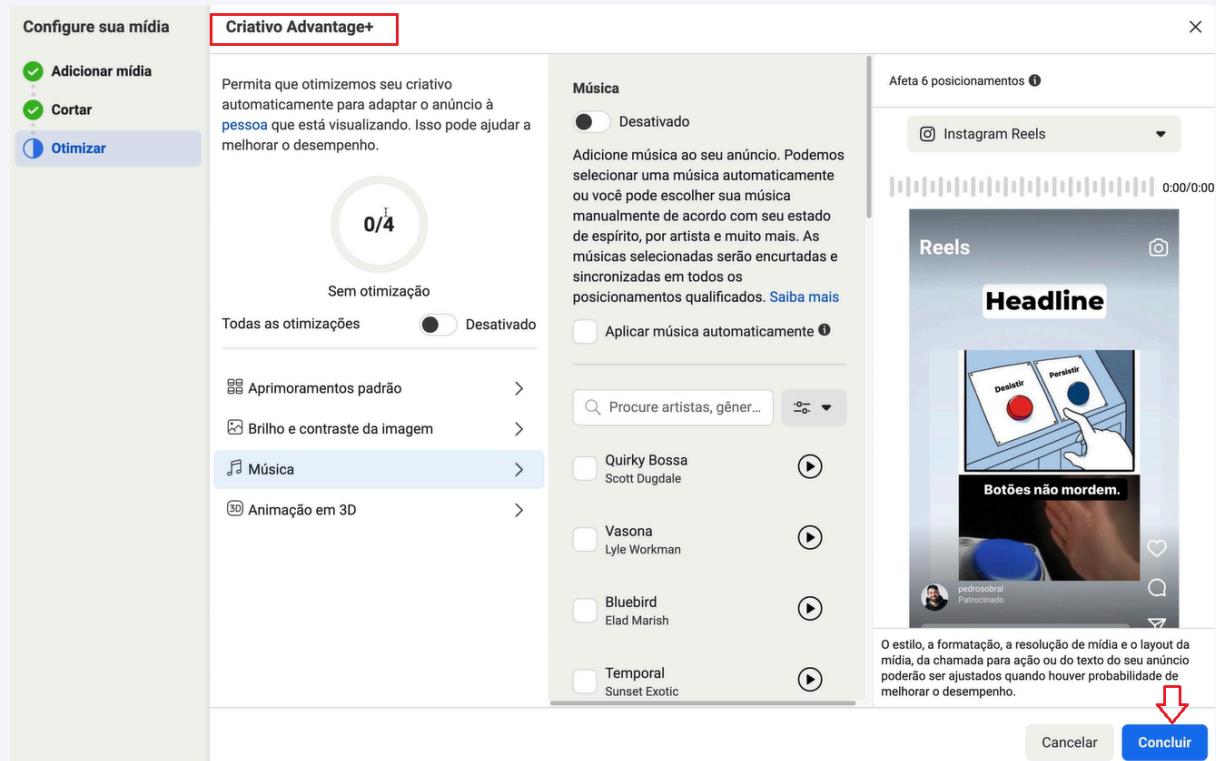
27 Agora, selecione os arquivos do seu anúncio na seção "**criativo do anúncio**". Em "**mídia**" clique em "**adicionar imagem**":



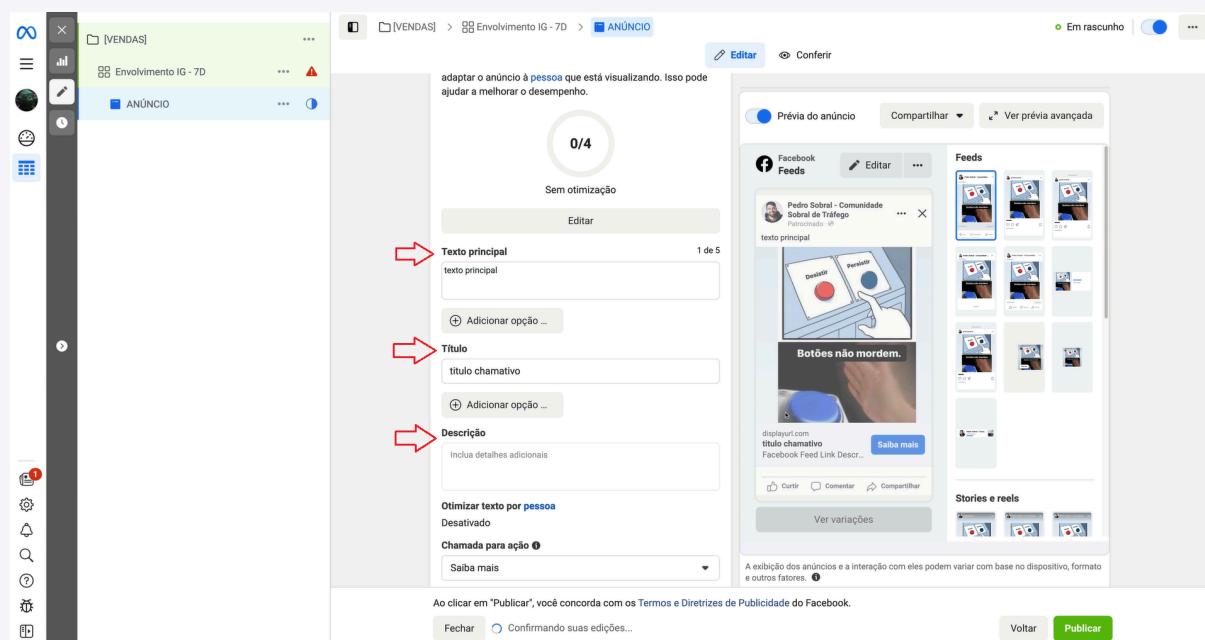
28 No painel "**selecione o corte de mídia para os posicionamentos**", verifique se as imagens estão corretas para cada tipo de posicionamento. Caso tudo esteja correto, clique em "**avançar**":



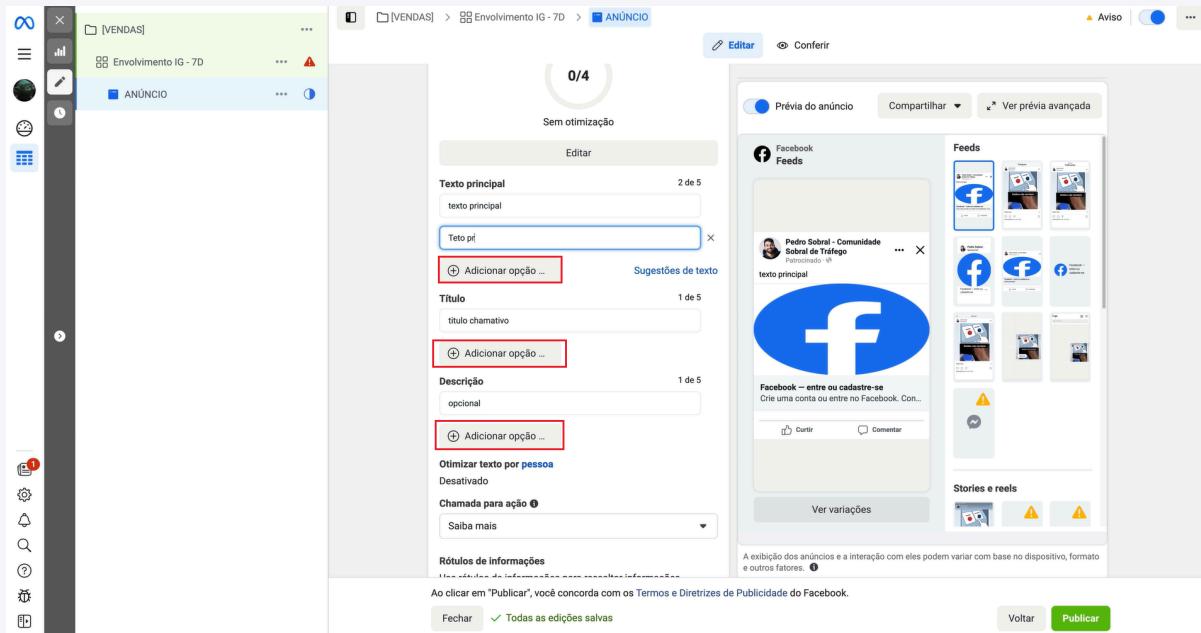
29 No painel “criativo advantage+” eu recomendo que você deixe sem nenhuma configuração. Em seguida, clique em “avançar”:



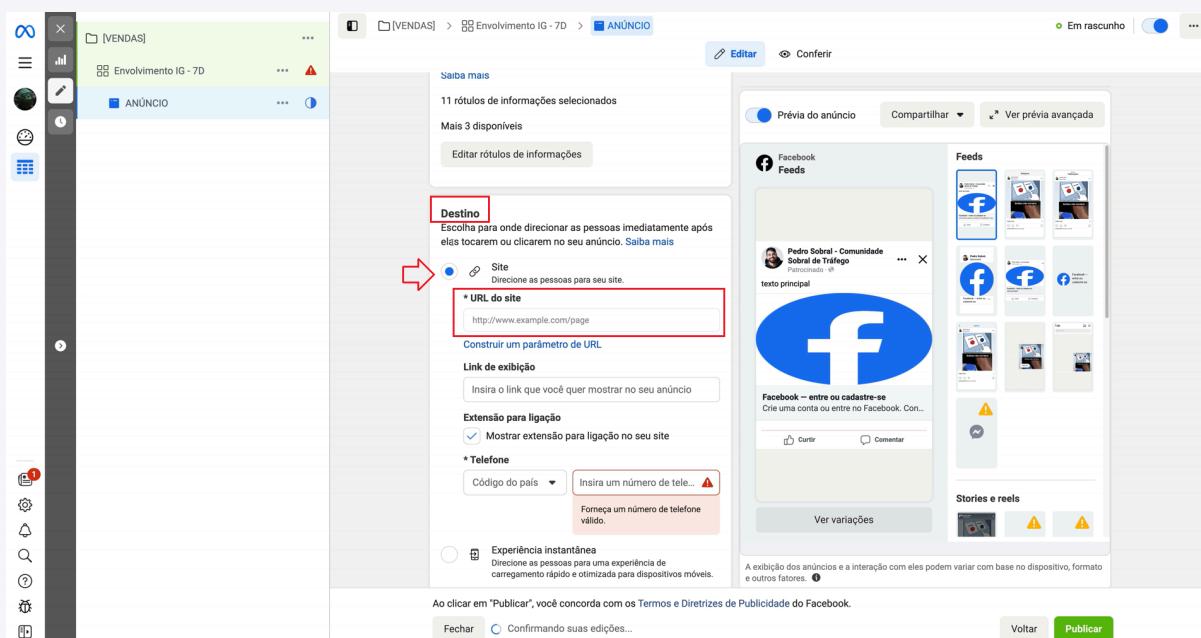
30 Agora é hora de configurar o texto do seu anúncio. Preencha corretamente os campos “**texto principal**”, “**título**” e “**Descrição**”:



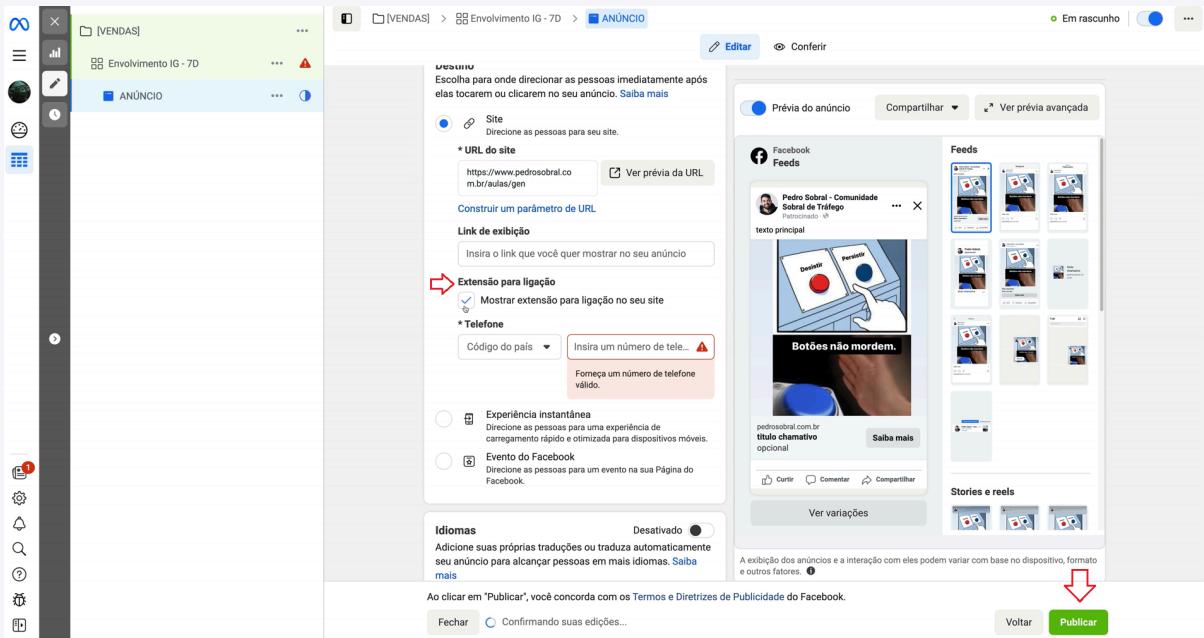
31 Adicione textos alternativos para que o Meta Ads descubra qual vai performar melhor nos seus anúncios. Para isso, clique em "**adicionar opção**". Faça isso no título, no texto e na descrição:



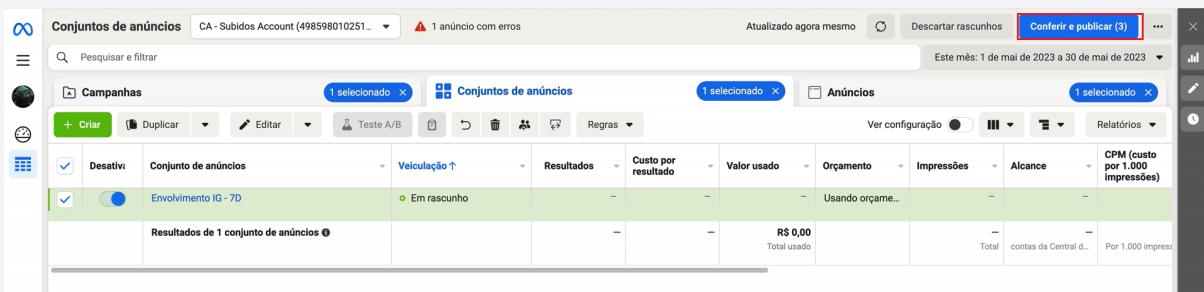
32 Na seção "**destino**", coloque o link da página para qual as pessoas serão encaminhadas quando clicarem no seu anúncio. Selecione a opção "**site**" e, na sequência, preencha o campo "**URL do site**":



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 uma campanha de vendas, mas ainda temos muito a aprender nos próximos dias do Desafio da Gestão de Tráfego. **Lembre-se que você pode ler este material quantas vezes quiser** e claro: não deixe de praticar o quanto antes para fixar melhor o conteúdo que você acabou de estudar.

Tamo junto!