

**Comunidade Oney de Conteúdo**

**DISTRIBUIÇÃO  
DE CONTEÚDO NO  
FACEBOOK ADS**

MATHEUS CABRAL

## Aula 1 - Boas vindas

**Proposta do curso:** Ser o curso de impulsionamento de conteúdo no Facebook ads MAIS SIMPLES da internet.

## Aula 2 - O que é tráfego

Alguns anos atrás, as únicas opções de marketing eram através de panfletos, TV, jornal ou rádio.

Com as redes sociais você consegue reunir todos esses tipos de marketing em um lugar só, ou seja, você consegue veicular suas imagens, textos, vídeos e áudios e divulgar o seu negócio. Isso é o que vamos chamar de tráfego aqui nesse curso. Sendo mais direto ainda, tráfego é uma forma de fazer com que as pessoas interajam com você de alguma forma e usar isso como uma ferramenta de marketing. E quanto melhor você souber fazer isso, maior será sua audiência e seus resultados.

Além disso, esse tipo de marketing tem inúmeras vantagens comparadas a esses outros meios:

- Mais barato: Você vai ver que você consegue começar com muito pouco e atingir mais pessoas.
- Mais eficiente: As plataformas permitem você escolher muito bem as pessoas que vão receber o seu conteúdo.
- Criação de audiência: Todas as ações que as pessoas fazem no Facebook e Instagram são registradas pela plataforma. Assim você consegue usar essa ferramenta para que você tenha uma audiência das pessoas que interagem com o seu perfil e usar isso ao seu favor.
- Análise de resultados: Com o tráfego pago você consegue entender quais são os resultados que o seu investimento gerou.

## Aula 3 - Como criar uma conta no Facebook Ads

Pré-requisitos:

1. Seu Instagram precisa ser uma conta profissional do tipo empresa. O tipo criador de conteúdo não pode ser utilizado pois irá nos limitar dentro do Facebook Ads.
2. Conecte sua Página do Facebook ao seu Instagram. (Caso não tenha uma página crie uma nova).

Passos para configuração do Facebook Ads:

1. Acesse o Link: <http://www.facebook.com/adsmanager/>
2. Insira seu CPF e preencha seus dados.
3. Aceite os termos
4. Acesso o menu no canto superior esquerdo e vá em cobrança.
5. Clique em Configurações de Pagamento.
6. Adicione uma forma de pagamento da sua preferência: Boleto, Cartão de crédito ou Paypal.



7. Acesse o Menu clicando em: no canto esquerdo.
8. Acesse as configurações da conta de anúncio.

Observação:

Nesse momento, eu mostro na aula o erro do Facebook em que o fuso horário da conta está errado. Optamos por criar uma nova conta com o fuso horário certo para não ter problema na programação dos anúncios.

Alerta: leia as políticas de publicidade do Facebook Ads para não violar nenhuma regra com os seus anúncios: <https://www.facebook.com/policies/ads/>

## Aula 4 - Públicos Internos

O que é um público no Facebook Ads?

Criar um público no Facebook é uma forma apontar para o Facebook quais são as pessoas que você quer atingir com seus anúncios. Antes de usá-los na sua campanha é preciso que você crie alguns deles dentro da ferramenta.

O que são públicos interno e o que são públicos externos?

- Público Interno: São pessoas que de alguma forma já te conhecem através do mundo online. No nosso caso iremos usar o público das pessoas que interagiram com o seu perfil no Facebook ou Instagram e o público de quem já consumiu algum vídeo seu.
- Públicos Externos: Um público amplo que ainda teve contato com você.

Quais são os públicos que vamos criar nessa aula?

Públicos internos:

**[IG] Envolvimento 365D:** Público de quem interagiu com o seu perfil no Instagram nos últimos 365 dias.

**[FB] Envolvimento 365D:** Público de quem interagiu com o seu perfil no Instagram nos últimos 365 dias.

**[IG] NUGGETS 25% 365D:** Público de quem viu pelo menos 25% dos seus vídeos no Instagram nos últimos 365 dias.

**[FB] NUGGETS 25% 365D:** Público de quem viu pelo menos 25% dos seus vídeos no Facebook nos últimos 365 dias.

## Aula 5 - Públicos Externos

Quais são os públicos que vamos criar nessa aula?

Públicos Externos:

**SEMELHANTE AO PÚBLICO [IG] Envolvimento 365D:** Você irá gerar um público que tem hábitos parecidos com o seu público de origem ( [IG] Envolvimento 365D).

**SEMELHANTE AO PÚBLICO [FB] Envolvimento 365D:** Você irá gerar um público que tem hábitos parecidos com o seu público de origem ( [FB] Envolvimento 365D).

**SEMELHANTE AO PÚBLICO [IG] NUGGETS 25% 365D:** Você irá gerar um público que tem hábitos parecidos com o seu público de origem ( [IG] NUGGETS 25% 365).

**SEMELHANTE AO PÚBLICO [FB] NUGGETS 25% 365D:** Você irá gerar um público que tem hábitos parecidos com o seu público de origem ( [FB] NUGGETS 25% 365).

## Aula 6 - Criando a Campanha de Impulsionamento

Finalmente agora faremos o impulsionamento em si. Para você entender melhor, a campanha irá funcionar como se fosse uma pasta dentro do seu computador. A gente vai criar uma campanha para cada nugget para a gente conseguir ter um controle sobre o investimento e para ter uma boa organização no nosso gerenciador.

Toda campanha precisará ter um objetivo definido. No nosso caso, o nosso objetivo de campanha será o de “Visualizações de vídeo”.

Em seguida iremos para o nível de conjuntos de anúncio. Iremos criar os seguintes conjuntos:

### 00 - INTERNOS

Públicos utilizados nesse conjunto:

[IG] Envolvimento 365D

[FB] Envolvimento 365D

[IG] NUGGETS 25% 365D

[FB] NUGGETS 25% 365D

### 01 - SEMELHANTE ENVOLVIMENTO IG 365

Públicos utilizados nesse conjunto:  
SEMELHANTE AO PÚBLICO [IG] Envolvimento 365D

### **01 - SEMELHANTE NUGGETS IG 25% 365**

Públicos utilizados nesse conjunto:  
SEMELHANTE AO PÚBLICO [IG] Envolvimento 365D

### **01 - INT MARKETING DIGITAL**

Públicos utilizados nesse conjunto:  
Direcionamento detalhado: Marketing Digital

### **01 - INT PROMOÇÃO (MARKETING)**

Públicos utilizados nesse conjunto:  
Direcionamento detalhado: PROMOÇÃO (MARKETING)

Link da ferramenta para buscar Interesses no Facebook:  
[https://semcodar.bubbleapps.io/facebook\\_interests](https://semcodar.bubbleapps.io/facebook_interests)

O último passo é a criação dos anúncios. Passos:

1. Delete os anúncios (Exceto o anúncio do conjunto 00).
2. Edite o anúncio apontando o perfil do Facebook e do Instagram e escolha o nugget que você irá impulsionar.
3. Espere o nugget carregar e publique.
4. Duplique o anúncio para os outros conjuntos de anúncio e publique.

Como criar uma campanha para outro Nugget?

Você irá simplesmente duplicar a primeira campanha usando Ctrl + D, editar a programação do anúncio (caso necessário) e editar o anúncio colocando nele o novo nugget.

Resumo:

Você irá impulsionar 3 nuggets com essa estrutura (1 conjunto de anúncios para os público internos e 4 conjuntos para os externos). Na aula 7 você verá como analisar o resultado e deixar suas próximas campanhas mais enxutas.

## **Aula 6.1 - Impulsionando Conteúdos do IGTV**

Infelizmente não podemos impulsionar diretamente conteúdos postados no IGTV. Mas para vídeos com até 2 minutos de duração eu ensino nesta aula uma forma de impulsioná-los.

Para isso você terá que solicitar seu editor que entregue uma versão 1:1 ou 4:5 desse seu conteúdo e separadamente em uma imagem a capa do vídeo. Dessa forma você irá subir esse vídeo diretamente na sua campanha de impulsionamento.

Observação: As capas dos seus vídeos não podem ter mais de 20% de texto. Para testar sua capa acesse esse link: [https://www.facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay)

## Aula 7 - Usando o resultado ao seu favor

Após o término das suas 3 primeiras campanhas chegará a hora de analisar os resultados. O nosso objetivo com essa análise é escolher 2 entre os 4 conjuntos de anúncios com públicos externos. Basicamente nós iremos coletar a informação de quantas reproduções de 95% cada um desses 4 conjuntos obtiveram de resultado. Ou seja, os 2 públicos externos que tiveram mais pessoas chegando até 95% do vídeo serão os nossos 2 escolhidos.

## Aula 8 - Planilhamento de resultados

Link da planilha:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FGyqTYtyVTk5o5b-cgyDTS-l9Y5gtaJ5osqhkEk9sVM/edit?usp=sharing>