

Campanha de cliques no site – “Conheça o MusicDot”

Nesta aula trabalharemos em uma nova campanha para a empresa *MusicDot*, uma escola online de música. E Este é o briefing que nos mandaram:

Criação de campanha no Facebook que visa **Cliques no Site** e deverá ser no formato *Carousel*. Utilizaremos 4 imagens, uma para cada curso: Teclado e Piano, Guitarra, Violão e Canto. Essas imagens devem ser retiradas do próprio site da MusicDot e devem conter o nome do curso no canto inferior.

Os textos que serão incluídos no Facebook devem ser os seguintes:

Texto de descrição geral do anúncio

Estude com os melhores professores e aprenda no seu ritmo, sem sair de casa.

Títulos (o que estiver em **negrito** deve aparecer dentro da imagem)

Teclado e Piano: Aprenda a tocar sua 1ª música em 5 min.

Guitarra: Pratique com clássicos e músicas atuais

Violão: Toque com os amigos, divirta-se.

Canto: Solte a voz!

Siga as regras do guia de anúncios e respeite as políticas de publicidade do Facebook. Qualquer dúvida consulte nosso setor de Marketing. :-)

No guia de anúncios do Facebook existe a opção de Cliques no Site estilo *Carousel*:

O formato “Carousel” consiste na introdução de várias imagens ou links no mesmo anúncio em vez de apenas um. Nessa página também podemos ler as recomendações de design:

Recomendações de design

Use estas diretrizes para que o design do anúncio tenha uma boa aparência em qualquer lugar do Facebook. O tamanho recomendado da imagem vai garantir que suas imagens tenham sempre uma aparência de alta qualidade. O comprimento recomendado para o texto corresponde à quantidade de caracteres do texto do anúncio que pode ser exibida em telas menores.

- Tamanho recomendado para a imagem: 600 x 600 pixels
- Proporção da imagem: 1:1
- Texto: 90 caracteres
- Título: 40 caracteres
- Descrição do link: 20 caracteres
- Sua imagem deve conter, no máximo, 20% de texto. Veja quanto texto há na imagem.

Dica

Use imagens do produto para direcionar clientes de retorno e de alta intenção, e imagens de estilo de vida para direcionar novos clientes. Embora deva usar imagens relacionadas a um tema em cada anúncio, experimente diferentes estratégias criativas, como histórias ou sequências, para descobrir o que funciona melhor para você.

Otimização criativa

Esse recurso vai otimizar o desempenho de seu anúncio, selecionando e ordenando os links e as imagens de melhor desempenho para as pessoas que o visualizam.

Como as imagens aparecerão pequenas, não faz sentido ter muito texto nelas. Trabalharemos, então, apenas com o título de cada curso como descrito no briefing.

Abrimos o Photoshop e criamos um novo documento para web com dimensões 600px por 600px. A primeira Artboard que faremos será para o curso de teclado e piano, então já a renomeamos. Segundo o briefing as imagens devem ser retiradas do próprio site da MusicDot.

Para baixarmos a imagem, basta inspecionar seu elemento e copiar o link no navegador, depois é só copiá-la para o PS. Escolhemos esta imagem para o primeiro anúncio:



Para posicionar a foto usaremos a regra dos terços, a qual já vimos na aula passada:



Adicionaremos um texto, sua fonte será uma que condiz com o site da MusicDot. Voltamos para o site, selecionamos um texto de destaque e o inspecionamos:

CURSO ONLINE DE TECLADO E PIANO

Notas musicais, acompanhamentos, acordes, partituras e mais. Aprenda a tocar sua 1ª música em 5 minutos. Seja o melhor tecladista.

ASSISTA ESSAS AULAS ABERTAS E CONHEÇA NOSSA DIDÁTICA.

ASSINE E VEJA TODAS AS AULAS E EXERCÍCIOS!

```

<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
</head>
<body>
<section class="header path-background-teclado">
  <div class="header-container">
    
    <h1 class="path-title">Curso online de Teclado e Piano</h1>
    <p class="path-text"></p>
  </div>
</section>
<section class="video-box">
  <h2 class="video-box-title"></h2>
  <div class="path-video-container">
    <div class="path-video-container">
    </div>
  </div>
</section>
<article class="signup mobile-only">
  <div class="video-boxes">
  </div>
  <article id="subscribe" class="signup">
  </article>
</article>
</body>
</html>
  
```

Styles | Event Listeners | DOM Breakpoints | Properties

element.style { }

```

@media (min-width: package-home.9b207240.css:1 768px)
.video-box-title {
  font-size: 1.75em;
  font-weight: 700;
  margin-bottom: 2em;
  text-transform: uppercase;
}
.video-box-title {
  font-size: 1.2em;
  text-transform: uppercase;
  margin: 2em 0 1.5em;
  color: #A9FF;
  font-family: brandon;
  font-weight: 400;
  line-height: 1.4;
}
  
```

margin: 56px; padding: 761.266 x 117px; border: 56px solid #A9FF; border-bottom-color: #A9FF; border-bottom-style: none; border-bottom-width: 0px; border-left-color: #A9FF; border-left-style: none; border-left-width: 0px; border-right-color: #A9FF; border-right-style: none; border-right-width: 0px; border-top-color: #A9FF; border-top-style: none; border-top-width: 0px;

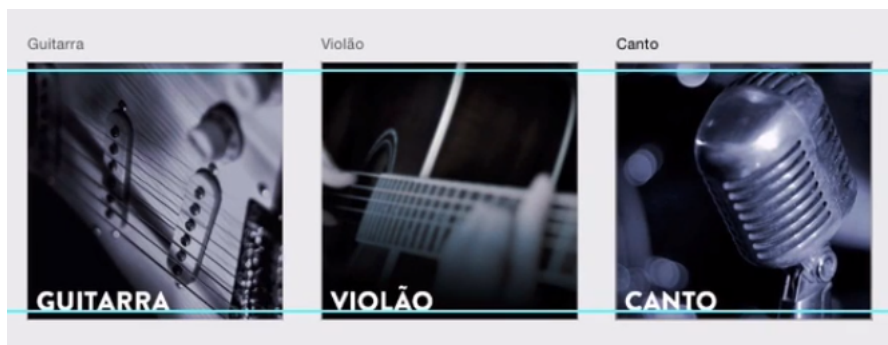
Show inherited properties

border-bottom-color: #A9FF; border-bottom-style: none; border-bottom-width: 0px; border-left-color: #A9FF; border-left-style: none; border-left-width: 0px; border-right-color: #A9FF; border-right-style: none; border-right-width: 0px; border-top-color: #A9FF; border-top-style: none; border-top-width: 0px;

Perceba o `font-family: brandon;`, então escolheremos a fonte Brandon e escrevemos o texto. Vamos formatar o seu tamanho e posicioná-lo com a ajuda de guias e a primeira imagem está pronta:



Já sabemos o que devemos e como fazer com os outros anúncios, eles terão o mesmo estilo. Basta criarmos outros Artboards, renomeá-los, adicionar as imagens e os textos respectivos:




Fatiamos os elementos, os renomeamos, salvamos para a Web e diminuimos seu tamanho abaixando sua qualidade usando o *Image Alpha*, idêntico ao que fizemos em outras aulas. Agora elas estão prontas para compor nossa campanha no Facebook.


Criamos o anúncio na mesma opção no menu superior. Aqui vamos selecionar "Enviar pessoas para o seu site", pois esta é a proposta original.


Anuncie no Facebook #10204776599085417 (ALURA ...)


ETAPA 1: CRIAR SUA CAMPANHA


Escolha o objetivo da sua campanha Ajuda: Escolher um objetivo


 Impulsionar suas publicações


 Promover sua Página


 **Enviar pessoas para o seu site**


 Aumentar conversões no seu site


 Obter instalações para seu aplicativo


 Aumentar o envolvimento com seu aplicativo

 Alcançar pessoas próximas à sua empresa

 Aumentar a participação em seu evento


 Fazer as pessoas obterem sua oferta

 Obter visualizações do vídeo



Cliques no site

Aumente o número de visitas ao seu site.



Carregando detalhes do site...

Digitamos do lado direito a URL do site e serão carregadas todas aquelas opções para nosso anúncio, a maioria delas já vimos na aula anterior. Perceba que existe, do lado direito o tipo de público que nosso anúncio terá, dependendo das configurações, assim como o resumo delas:

Definição de público



Seu público foi definido.

Detalhes do público:

- Localização:
 - Brasil
- Interesses:
 - Cantar, Violão, Música, Guitarra elétrica, Teclado ou Piano
- Idade:
 - 13 a 50
- Idioma:
 - Português (Brasil)

Alcance potencial: 61.000.000 pessoas

Um pouco mais em baixo, próximo às definições de gastos e tempo da campanha, vemos o alcance diário da campanha:

Alcance diário estimado

300 - 790 pessoas

0 of 43.000.000

Duração do conjunto de anúncios: 30 dias

Isso é apenas uma estimativa. Os números mostrados baseiam-se no desempenho médio dos anúncios direcionados para o seu público selecionado.

Ainda nesta seção temos tais opções:

Otimizar para

Definição de preço Seu lance será otimizado para obter mais cliques para seu site. Você será cobrado todas as vezes que seu anúncio for exibido.

☒ Obtenha o máximo de cliques no site pelo melhor preço
☐ Estipule o valor de um clique para seu site para você

Programação de anúncios

☐ Veicular anúncios o tempo todo
☒ Os anúncios são veiculados de acordo com uma programação

A programação de anúncios funciona apenas com orçamentos vitalícios.
 Seus anúncios serão exibidos no fuso horário do seu público.
 Por exemplo, se você selecionar 8h00 – 10h00, seu anúncio será exibido das 8h00 às 10h00 ao público no horário local.

	00h00	3h00	6h00	9h00	12h00	15h00	18h00	21h00
Segunda								
Terça								
Quarta								
Quinta								
Sexta								
Sábado								
Domingo								
Todos os dias								

01:46 Os horários programados aparecem em azul

Observe que podemos programar os dias e horários para veicular o anúncio. Precisamos ainda definir que queremos nossas imagens em *Carousel*. Isto é feito no final da página:

ETAPA 3: CRIAR SEU ANÚNCIO

Como você quer que seja a aparência do seu anúncio?

☐ **Uma única imagem ou vídeo nos seus anúncios**
 Mostre somente uma imagem ou vídeo de cada vez em seu anúncio. **Saiba mais.**

☒ **Várias imagens em um único anúncio**
 Mostre até 5 imagens por vez sem custo adicional. **Saiba mais.**

Saiba mais sobre esses formatos de anúncio no [Guia de Produtos de Anúncios](#)

Agora nos falta inserir as imagens e o texto que virá no anúncio. Existe o texto principal e os textos e links para cada imagem que criamos: