

Curso SUBIDO DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

MÓDULO - Google Tag Manager (GTM)

Eventos personalizados

SUMÁRIO



00'01"

Introdução

Cap. 1

Pág. 2

00'10"

Eventos personalizados

Cap. 2

Pág. 2

1



00'01"

Introdução

Esse material é voltado a todos que tiveram dúvidas ou problemas com as tags dos eventos personalizados. Ou melhor, com os acionadores de scroll, formulário, timer etc.

Se você é uma dessas pessoas ou se tem curiosidade em entender melhor o que aconteceu, continue a leitura.

2



00'10"

Eventos personalizados

O que gerou dúvidas foi que, no momento da aula, eu disparei todos os eventos como Lead. **A pergunta de alguns foi se dava para disparar só como Lead ou se era possível disparar também como compra, como search etc.**

A resposta é que sim. Você pode disparar tanto eventos padrões (que são os que falei e que ensinei na aula) quanto os eventos customizados, como no exemplo a seguir, que é um evento de scroll-75.

The screenshot shows the 'Facebook Pixel ID(s)' field containing '{{Meta Ads - Pixel ID}}' with a '+' icon. Below it is a checkbox for 'Enhanced Ecommerce dataLayer Integration' followed by a question mark icon. Under 'Event Name', there are three options: 'Standard' (radio button), 'Custom' (radio button, highlighted with a red border), and 'Variable' (radio button). The 'Custom' option has a value 'scroll-75' in the input field next to a '+' icon.

Você pode criar infinitos eventos personalizados e pode disparar os seus acionadores. Então, por exemplo, a gente vai pegar um perpétuo e quer disparar um evento personalizado quando as pessoas scrollarem 75% da página de vendas.

Para isso, a gente vai pegar um acionador de scroll 75% e criar uma nova tag customizada. **Eu indico que você coloque “scroll-75” ou “scroll-75-nome do produto”.** Depois, você vai criando uma tag para cada evento que quer disparar.

Esses eventos são importantes porque, algumas vezes, a pessoa pode não ter ido para o checkout, **mas ficou muito tempo na página e é um público muito bom para fazer um remarketing, por exemplo.**

Então, tenha ciência de que você não precisa ficar preso ao evento de lead, mas que pode criar infinitos eventos. **Só lembre de, depois, ir ao gerenciador de eventos, quando criar um evento personalizado novo,** para clicar em um triângulo vermelho que aparece para verificar.

Instala o evento, publica a versão do GTM e espera um pouco para verificar esses eventos. **Depois, você não terá nenhum trabalho e tudo estará disparando corretamente.**

Tranquilo até aqui?

Continue sua jornada de estudos e não fuja do campo de batalha. Quanto mais cedo você colocar essas informações em prática, melhor será para sua carreira profissional!

Tamo junto!