

# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 02

### AULA 12 – Anúncios

#### ● O que falaremos na aula?

Passando os níveis de campanha e conjunto de anúncio chegamos enfim ao nível de criação de anúncios. Nesta aula veremos as opções que o Facebook oferece no momento da criação dos seus anúncios.

#### ● O que falaremos na aula?

Aqui você tem que escolher a página do **Facebook** que será a responsável pela veiculação dentro do Facebook e o perfil do **Instagram**, para veicular as campanhas através deste perfil de Instagram.



A imagem mostra uma interface de usuário com o título "Identidade". Abaixo do título, há uma seção "Página do Facebook" com o texto: "Sua Página do Facebook ou conta do Instagram representa sua empresa em anúncios. Você também pode [Criar uma página do Facebook](#)". Abaixo disso, há um campo de seleção com uma seta para baixo. Segue-se a seção "Conta do Instagram" com um ícone de informação e o texto: "Selecione uma conta do Instagram para representar sua empresa no seu anúncio do Instagram. O anúncio do Instagram usará o nome da Página do Facebook e a foto do perfil, além de detalhes como a descrição e o número de seguidores. Gerencie suas contas do Instagram disponíveis no [Gerenciador de Negócios](#)". Abaixo, há outro campo de seleção com uma seta para baixo.

**Ps.** Como no caso da nossa campanha optamos pelo objetivo de conversão, o Facebook obriga em nível de anúncios que seja definido o CTA (Call to Action) ou chamada para ação com um link de destino, para onde queremos levar a pessoa.



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 02

### AULA 12 – Anúncios

#### OPÇÕES DE CRIAÇÃO DE ANÚNCIO – imagem ou vídeo único

**1) Escolha da Mídia:** Você pode utilizar tanto vídeo quanto imagens;

Nesse link você vai encontrar as orientações do Facebook quanto às especificações de design para seus anúncios:  
<https://www.facebook.com/business/help/908491205873167?id=735435806665862>

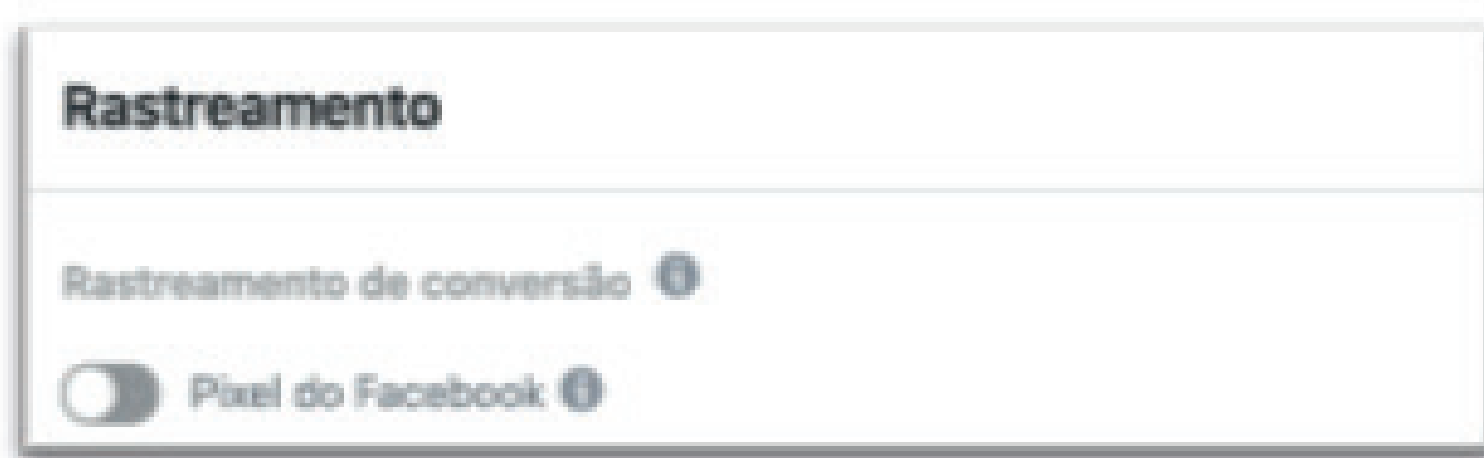
**2) Texto Principal:** A apresentação do seu texto principal irá variar de acordo com os posicionamentos. Por isso é interessante que você ative a opção de visualização de prévia;

**3) Título:** É a sua Headline! Porém não é apresentada nos posicionamentos de Instagram, e no Facebook só quando este entende relevante para o público;

**4) Descrição opcional:** Também só é apresentada em posicionamentos do Facebook aparecendo logo abaixo ao título e também quando o mesmo entender conveniente.

**5) Botão de CTA:** Escolha o botão que tenha afinidade com o final que você deseja que o seu lead atinja. Ex. Comprar agora, saiba mais....

**6) Certificar o Pixel:** Acontece de em alguns momentos a opção de rastreamento do pixel aparecer desativada, por isso fique atento sempre que criar seus anúncios para verificar se a opção está ativa.



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 02

### AULA 12 – Anúncios

#### ANÚNCIOS EM FORMATO CARROSSEL

Neste formado o Facebook oferece a opção de utilizar até 10 imagens, tanto para posicionamento de Facebook quanto de Instagram.

**É um tipo de anúncio que converte muito bem para e-commerces. Inclusive na maioria das contas que gerencio é responsável por cerca de 90% dos faturamentos dentro das campanhas.**

Ex. de uso: Você pode utilizar apresentando várias categorias de produtos enviando para uma página geral do seu site; ou ainda utilizar apenas um produto com imagens de ângulos diferentes que também é bem legal.

Na opção de carrossel ainda é possível fazer com que o Facebook apresente automaticamente os cartões (imagens) de acordo com o desempenho de cada anúncio ou colocar na ordem que você definiu.

**Selecione cartões de anúncios anteriores**

☒ Mostrar automaticamente os cartões com melhor desempenho primeiro ⓘ

☒ Adicionar um cartão no final com a foto do perfil da sua Página

Ainda neste bloco, a segunda opção serve para que o Facebook apresente no último cartão o perfil da sua página.





# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 02

### AULA 12 – Anúncios

#### ANÚNCIOS EM FORMATO COLEÇÃO

Por fim, temos ainda a opção do formato de Coleção – através do feed de dados do catálogo do site são exibidos produtos automaticamente sem precisar ficar escolhendo criativos diferentes.

O próprio Facebook oferece aqui modelos de apresentação, de modo que após essa definição cria-se uma experiência instantânea a partir de determinado catálogo.

#### DARK POSTS X PÚBLICAÇÕES DO FEED

As opções de formatos de anúncios que mencionamos acima são o que chamamos de **dark posts**, ou seja, são postagens veiculadas a partir da sua página do Facebook e perfil do Instagram, porém não aparecem no seu feed orgânico.

Existe também a possibilidade de utilizar uma **publicação existente no seu feed**, sendo incompatíveis aqui os formatos em carrossel e vídeos do IGTV, o que significa que somente funciona de imagem ou vídeo únicos.

Para utilizar uma publicação existente no seu feed em um anúncio é simples, basta tocar na opção “**utilizar publicação existente**” em seguida em “Selecionar Publicação” e fazer sua busca.

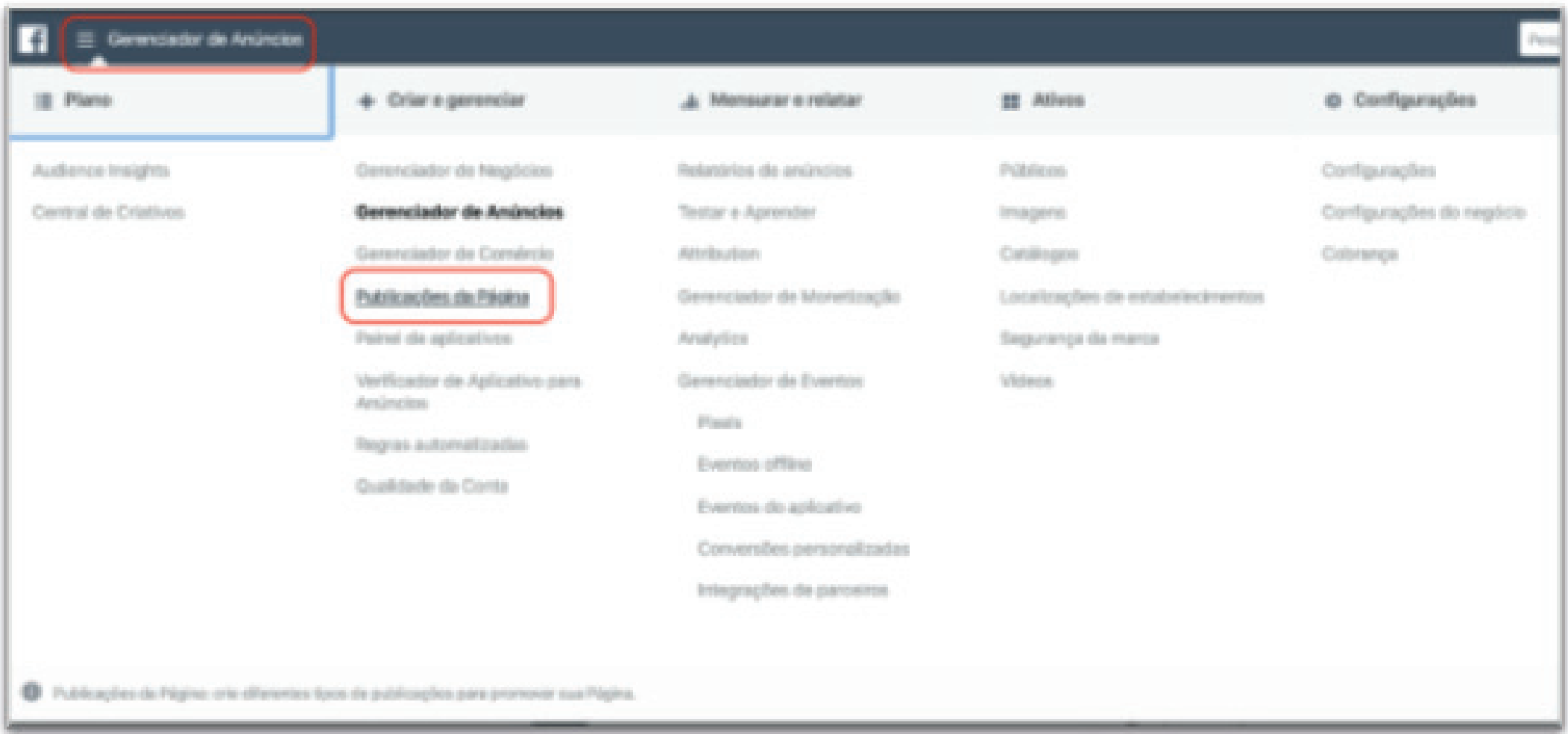
A partir daí você identifica a sua página do Facebook e escolhe o ID da publicação desejada.



# Método O Rei do Tráfego



Outra opção é que podemos selecionar no menu superior a opção “**publicações da página**”, selecionar a minha página do Facebook, e escolher o ID da publicação desejada. Depois copia este ID e simplesmente na criação do anúncio com a opção de “**usar publicação existente**” selecionada e enviar.



-----



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 02

### AULA 12 – Anúncios

Bom galera, aqui a gente encerra o 2 módulo do curso base, aprendemos aqui sobre o funil de pixel, funil de objetivos, estruturação de campanhas, conjuntos de anúncios e anúncios.

No próximo módulo entraremos mais profundamente no tema como criar e utilizar os públicos no Facebook e ainda sobre como funciona o famoso CBO.

