



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

# Curso **SUBIDO** DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

**MÓDULO - Google Tag Manager (GTM)**

**Como instalar eventos e conversões  
de todas as mídias**



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

# SUMÁRIO



---

00'01''

Introdução

Cap. 1

Pág. 2

---

00'25''

Como instalar eventos e conversões de todas as mídias

Cap. 2

Pág. 2

---

1



00'01''

## Introdução

Depois de aprender a instalar as tags do Analytics no Google Tag Manager, agora é hora de falar mais sobre como instalar eventos e conversões de todas as mídias.

Neste material, você vai encontrar um tutorial que te ensina **as principais configurações, fazendo você adquirir habilidades para a instalação eficaz desses eventos e conversões.**

Sem mais delongas, continue a leitura para elevar ainda mais os seus conhecimentos.

Bons estudos.

2



00'25''

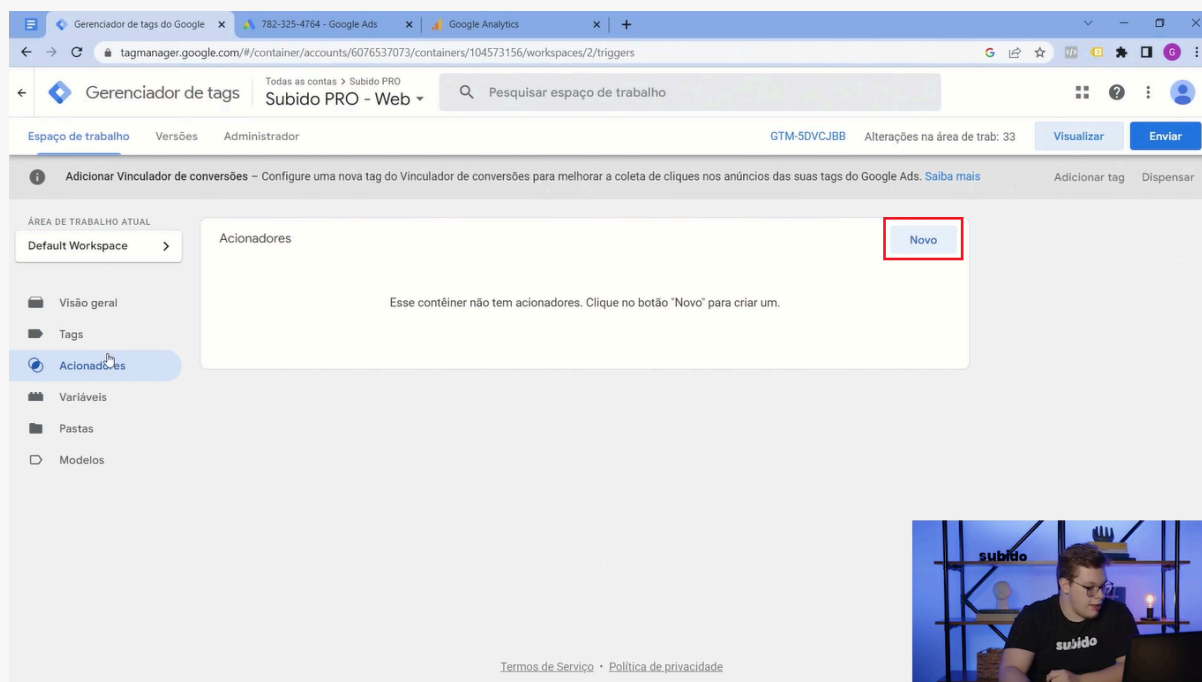
## Como instalar eventos e conversões de todas as mídias

Acompanhe este passo a passo.

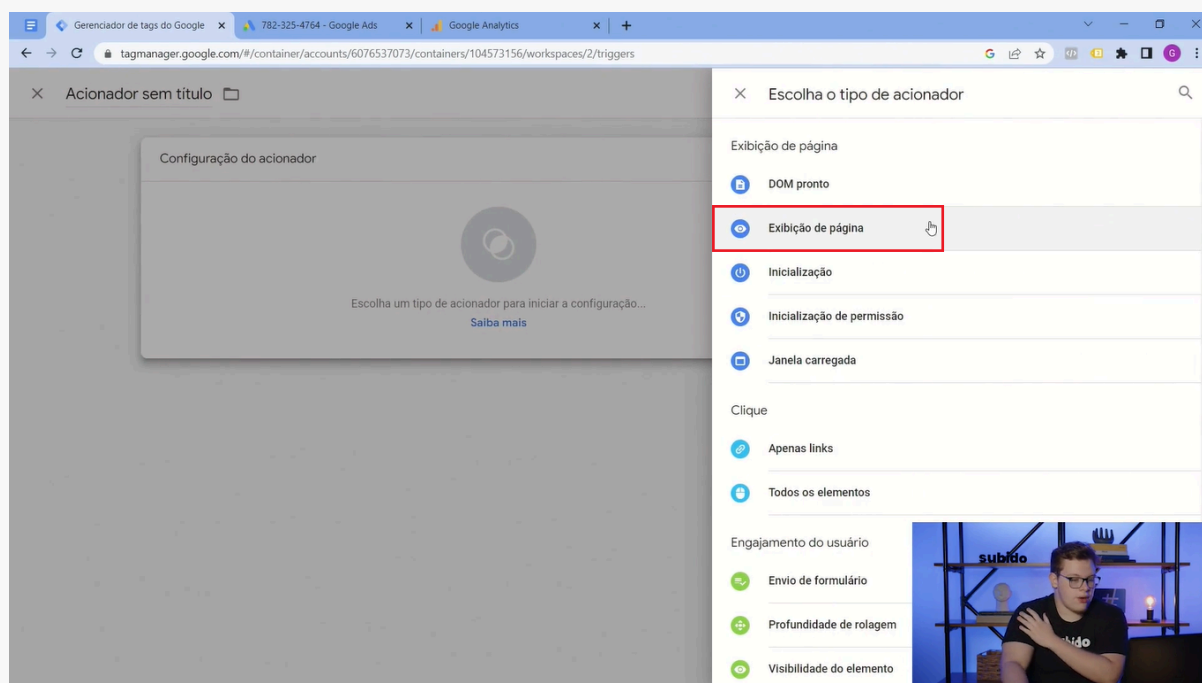
### ----- PASSO A PASSO -----

**01.** Abra o GTM e em **“Acionadores”**, clique em **“Novo”**.





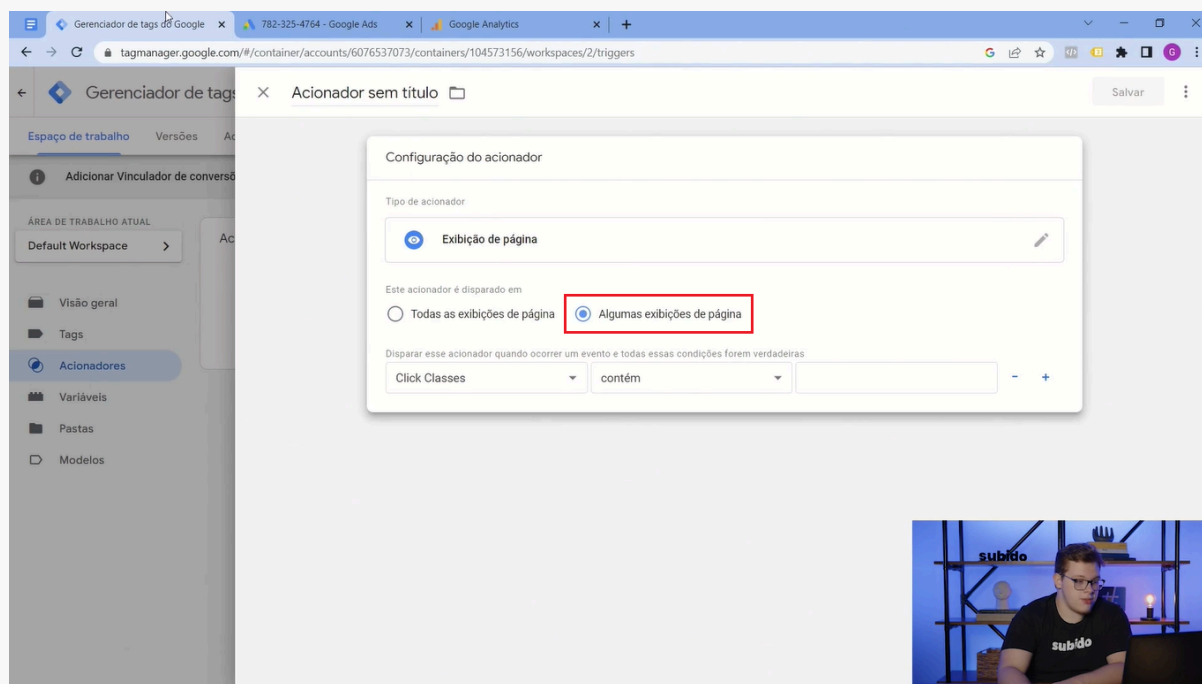
02. Clique em **“Configuração de acionador”** e escolha tipo de acionador. Para este exemplo, vou clicar em **“Exibição de página”**.



Eu vou criar dois acionadores. O primeiro deles é o de exibição de página, que dispara em uma página específica.

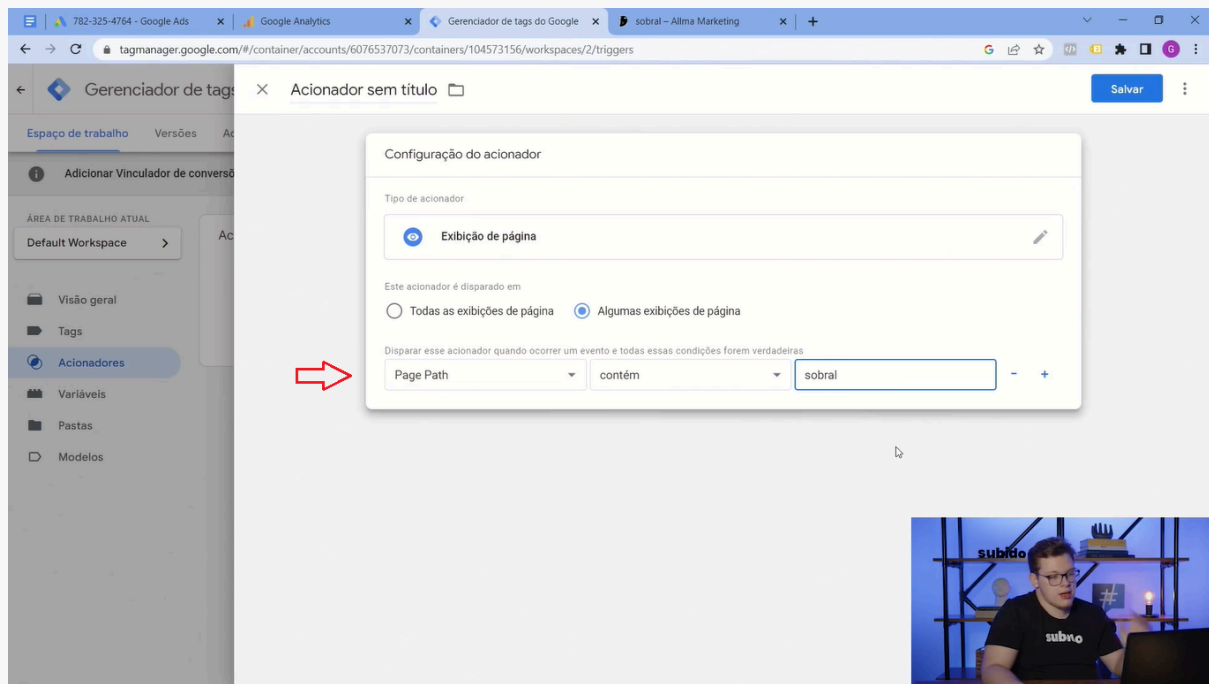


### 03. Selecione a opção “Algumas exibições de página”.



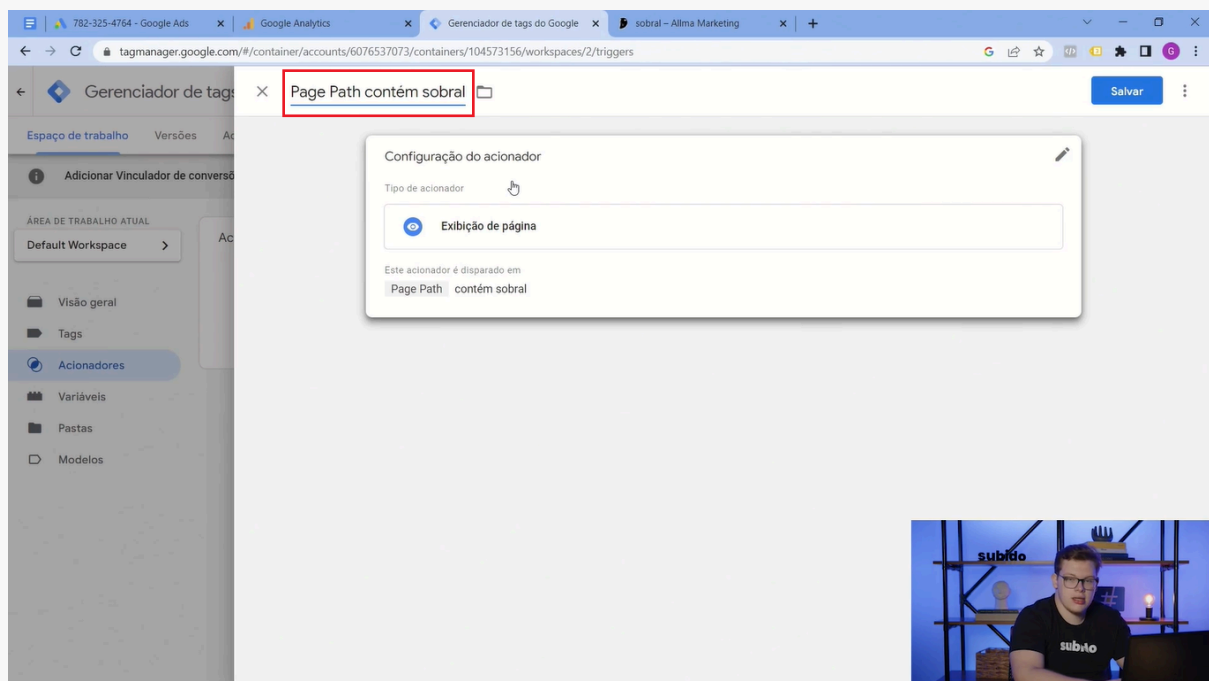
Por exemplo, eu quero que a minha conversão dispare quando a pessoa entrar em [allmamarketing.com.br/sobral](https://allmamarketing.com.br/sobral).

### 04. Selecione a variável.



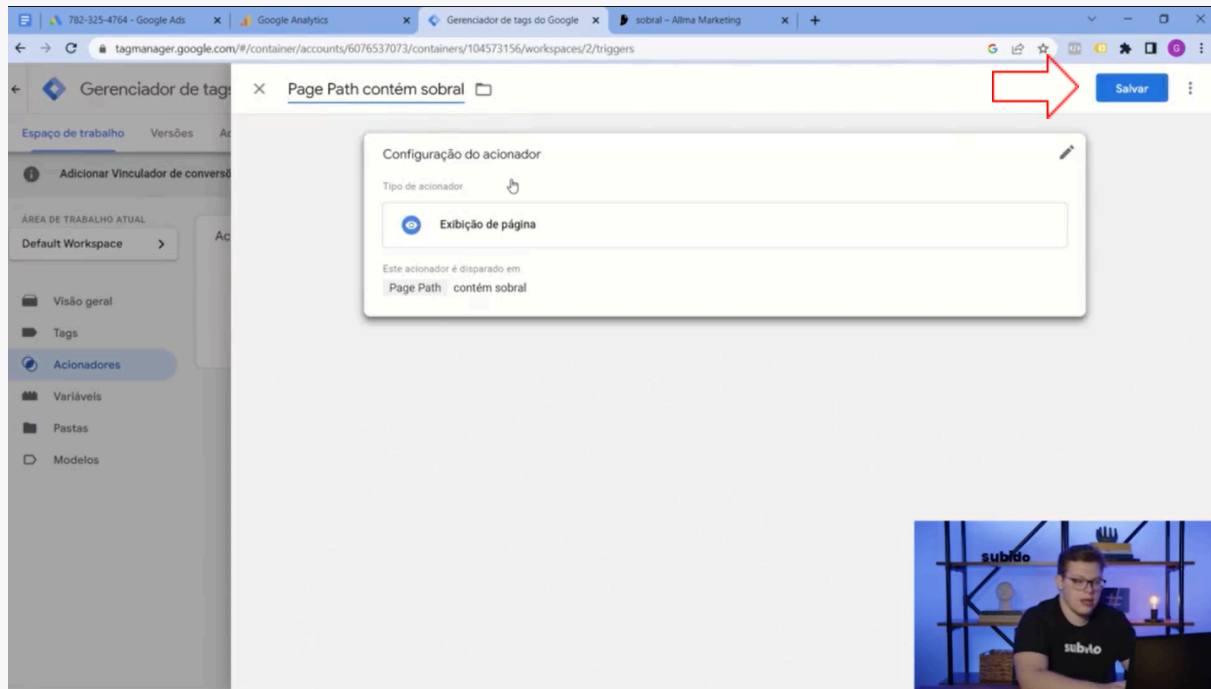
Isso significa que ele vai disparar esse acionador em todo caminho de página (Page Path) que contiver a palavra “sobral”.

## 05. Nomeie acionador.



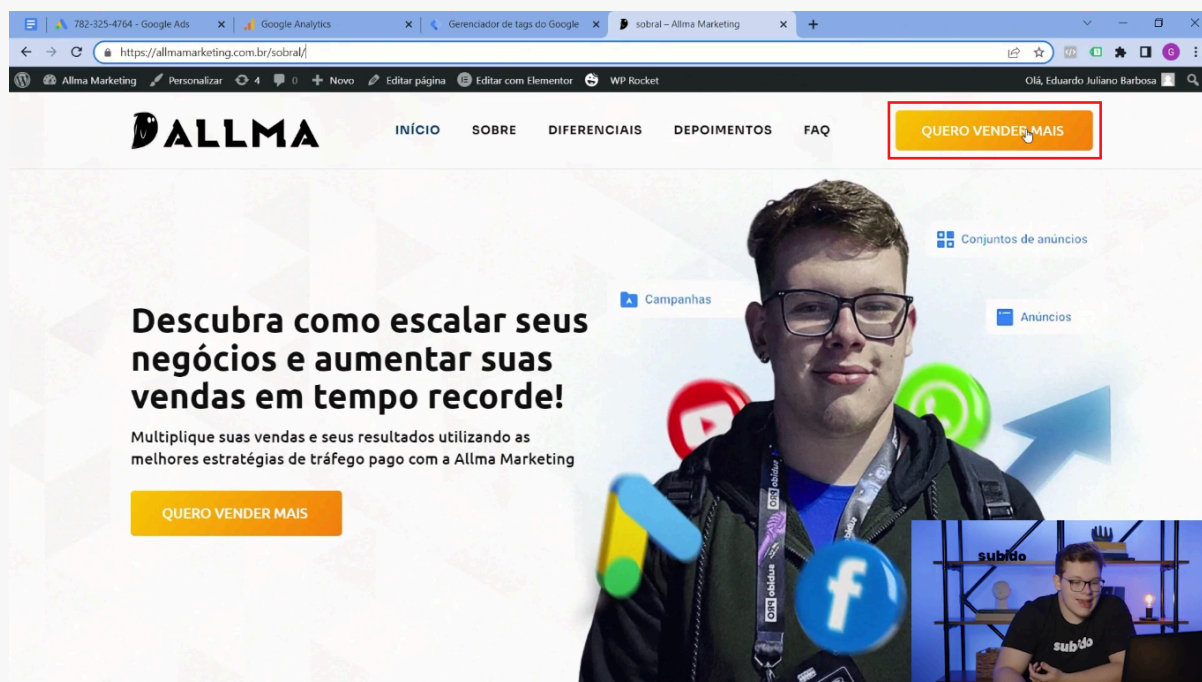
A minha sugestão é que você coloque: *variável contém xxx*, como esse que eu criei: *Page Path contém sobral*.

**06.** Clique em “Salvar”.



Além desse, eu quero, também, disparar o meu botão de **“Quero vender mais”**.





Porém, tem um detalhe importante. Essa parte de código e de disparos é mais chata com pequenos erros. Então, um pequeno erro já pode ser a causa de um grande problema que é ter uma tag não ser disparada.

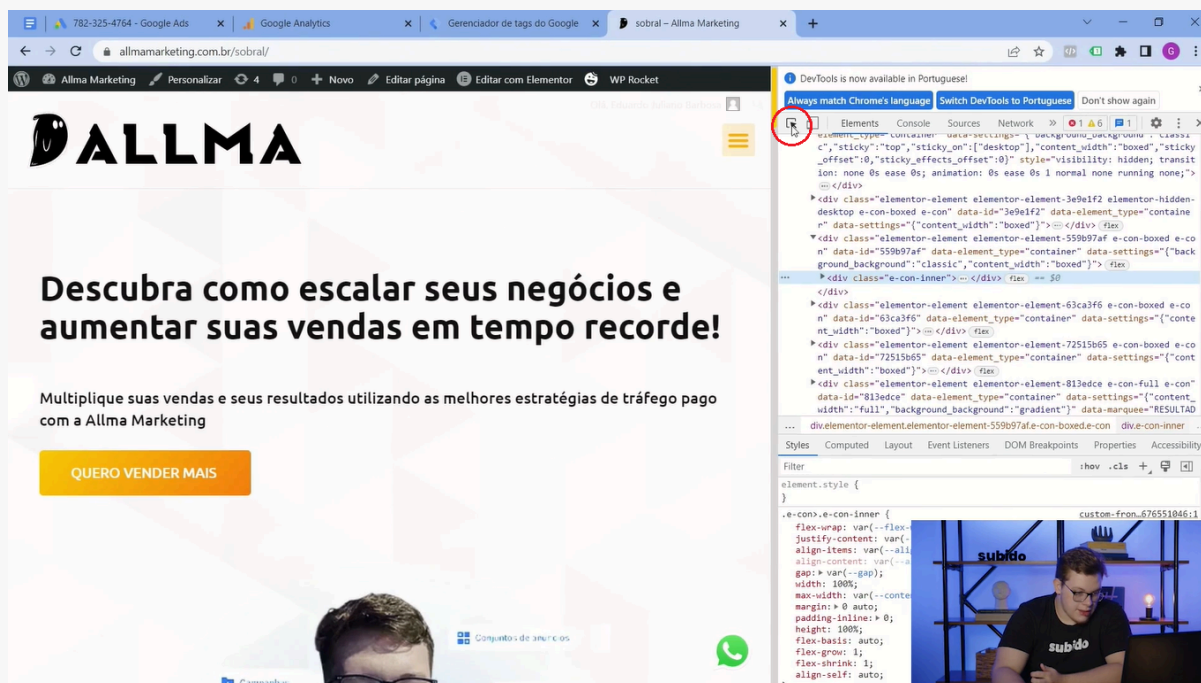
Para não ter chance de algo assim acontecer, siga esse passo a passo.

## ----- PASSO A PASSO -----

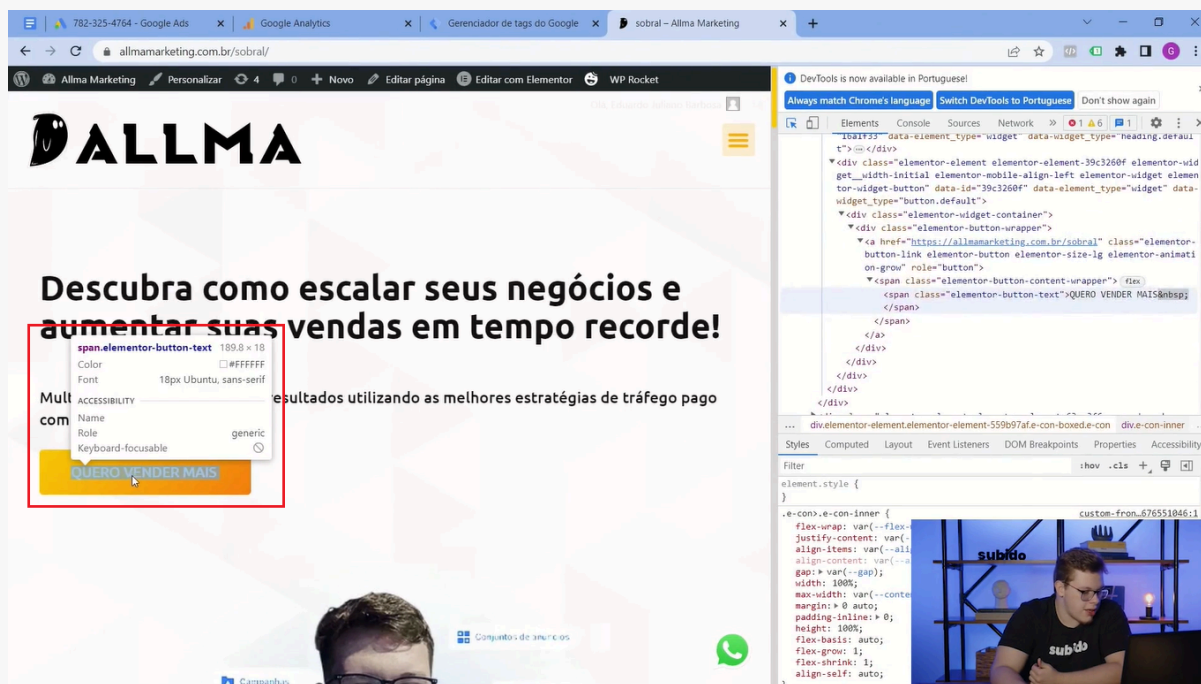
01. Clique com o botão direito em qualquer lugar da página e clique em **“Inspecionar”**.



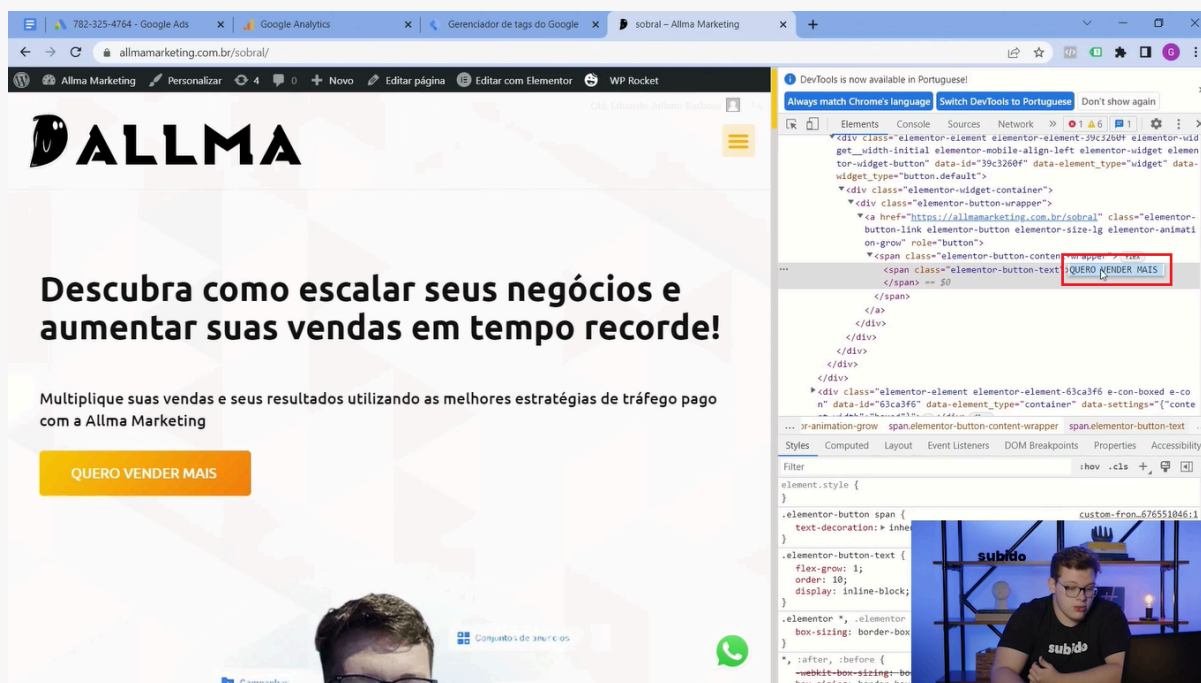
02. Clique na setinha que aparece acima para selecionar o elemento no qual é desejado se aprofundar no código.



03. Passe o cursor em cima do elemento desejado, nesse caso "Quero vender mais".



04. Selecione apenas o texto e clique nele. No lado direito, aparecerá exatamente o texto que você deseja ter escrito. Copie o texto.

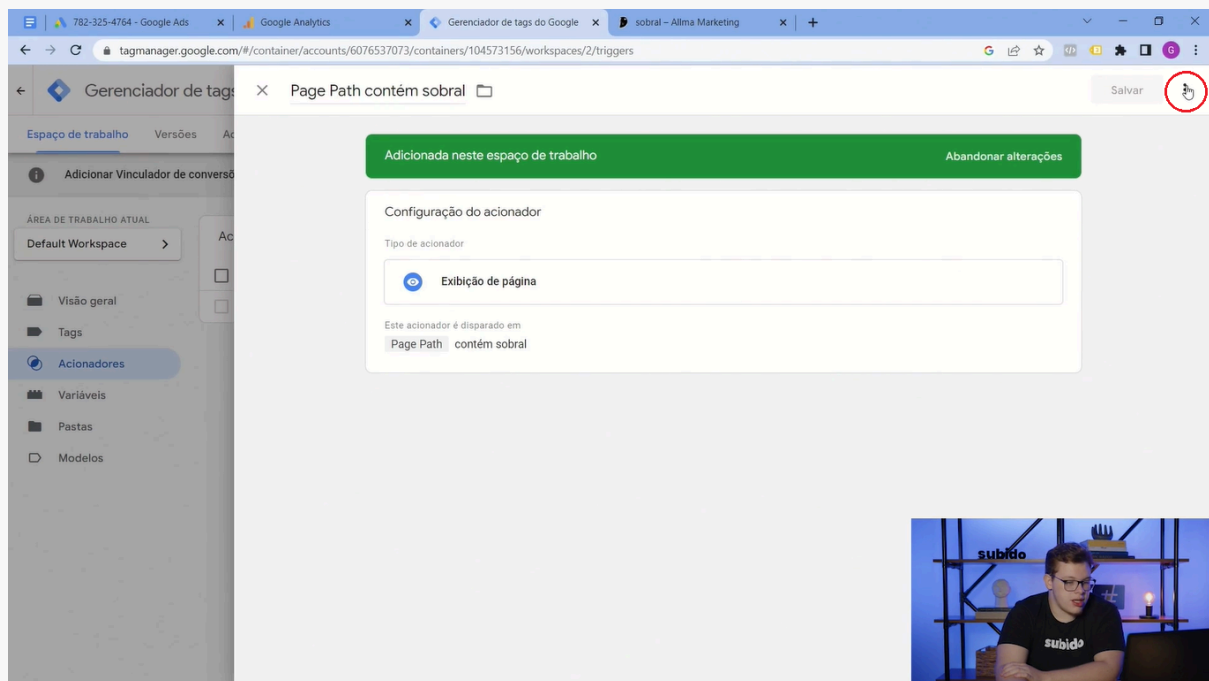




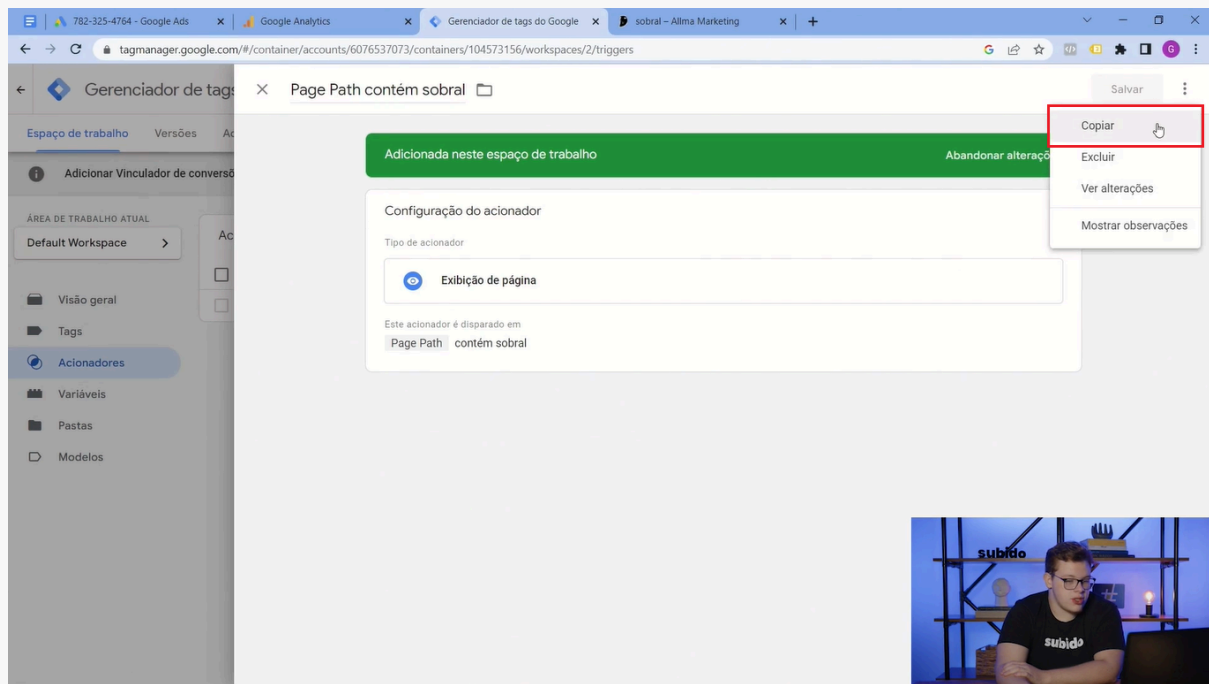
Com o texto copiado, é hora de criar o novo acionador. Para criá-lo com mais rapidez, siga o passo a passo abaixo.

## ----- PASSO A PASSO -----

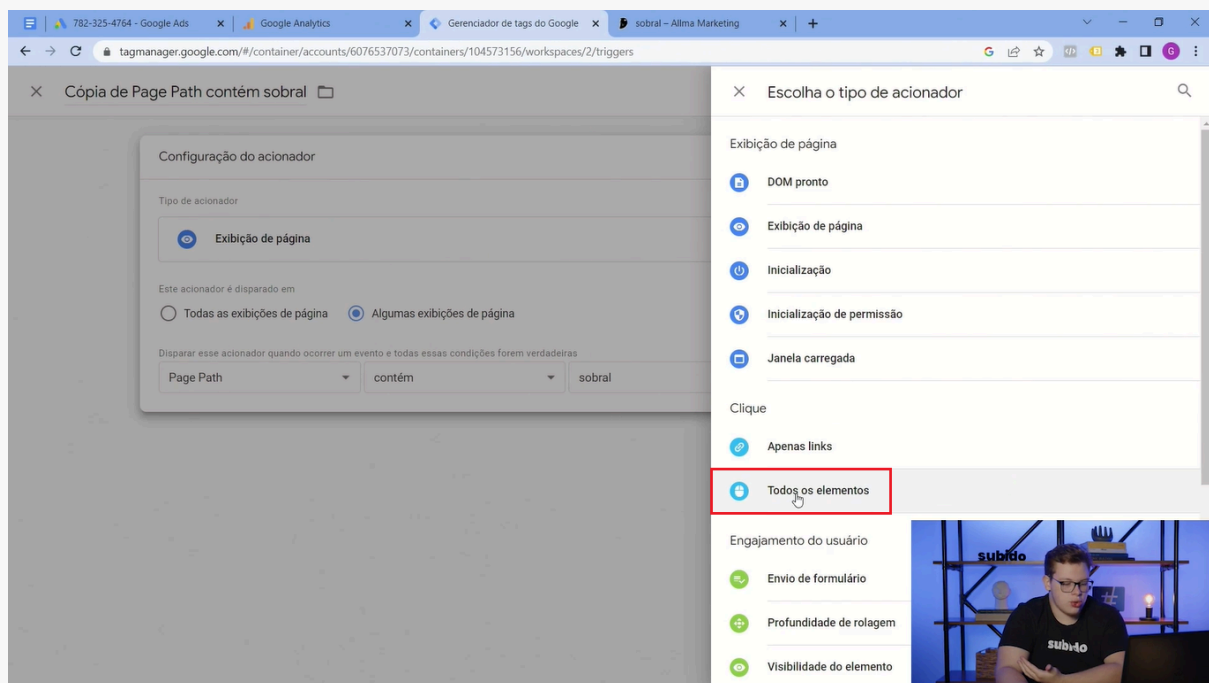
- 01.** Clique em um acionador já existente e, no canto superior direito, aparecerá três pontinhos. Clique neles.



- 02.** Clique em **“Copiar”**.

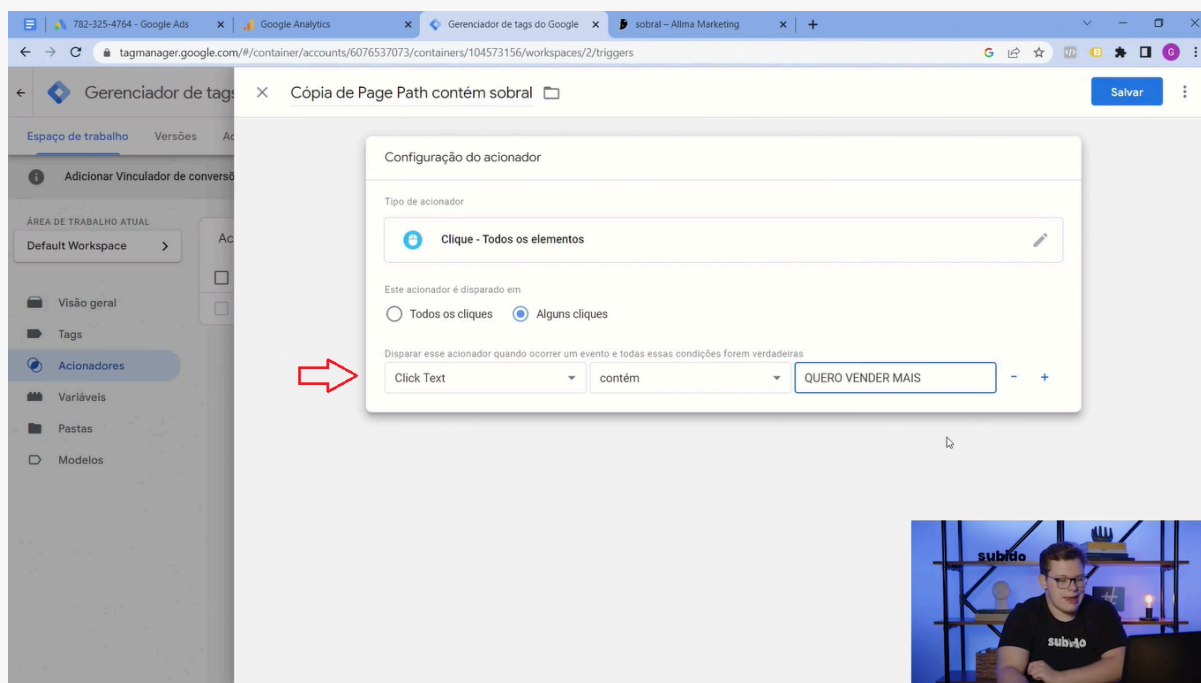


**03.** O novo acionador vai ser instantaneamente criado. Altere, então, o tipo de acionador.



Como eu quero disparar em um botão, eu optei pelo tipo **“Todos os elementos”**.

**04.** Selecione variável e insira o texto (aquele que foi copiado anteriormente).



**05.** Nomeie acionador e salve.

Agora, com os acionadores criados, eu vou criar duas tags distintas para esses dois acionadores.

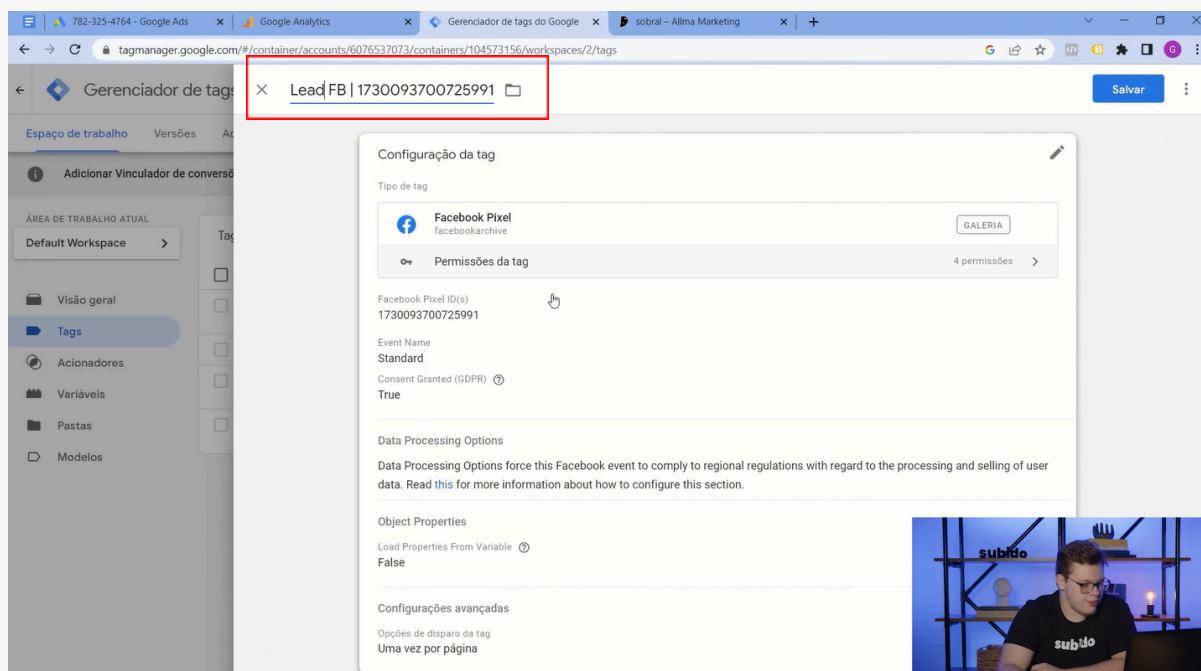
## ----- PASSO A PASSO -----

Em Tags, assim como fizemos com o acionador, vamos fazer com a tag: **copiar uma tag já existente para fazer a alteração, gerando, assim, uma nova tag.**

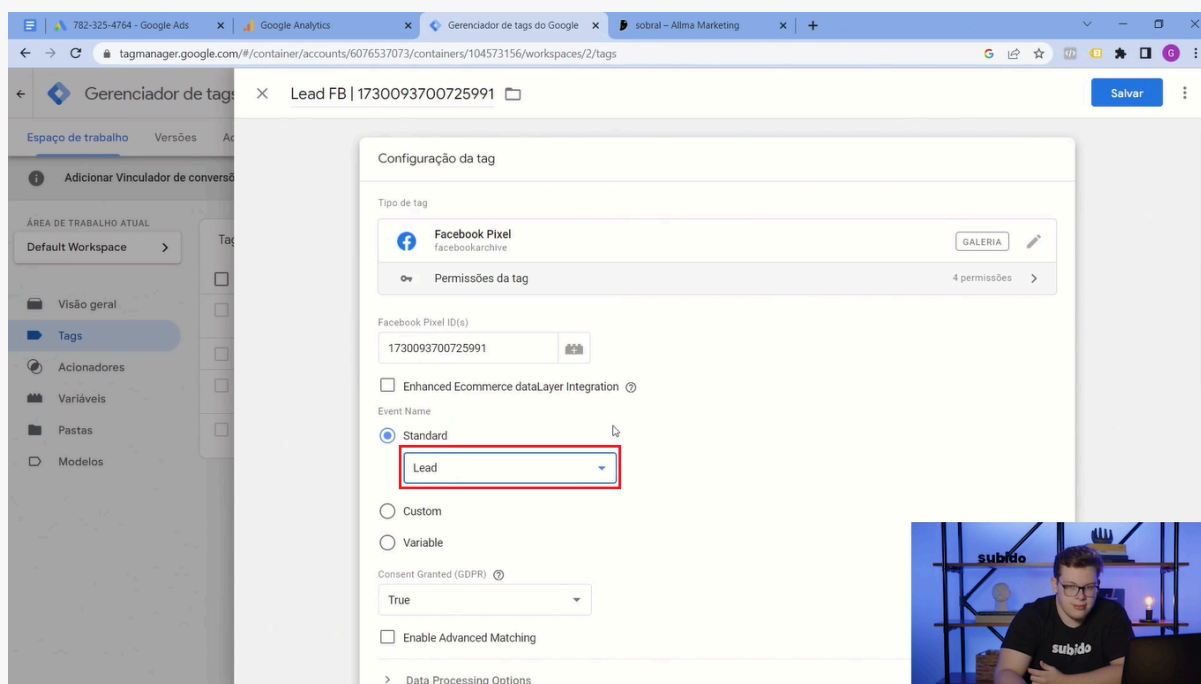
Em uma delas, vamos fazer o disparo de Lead.

**01.** Renomeie a tag.

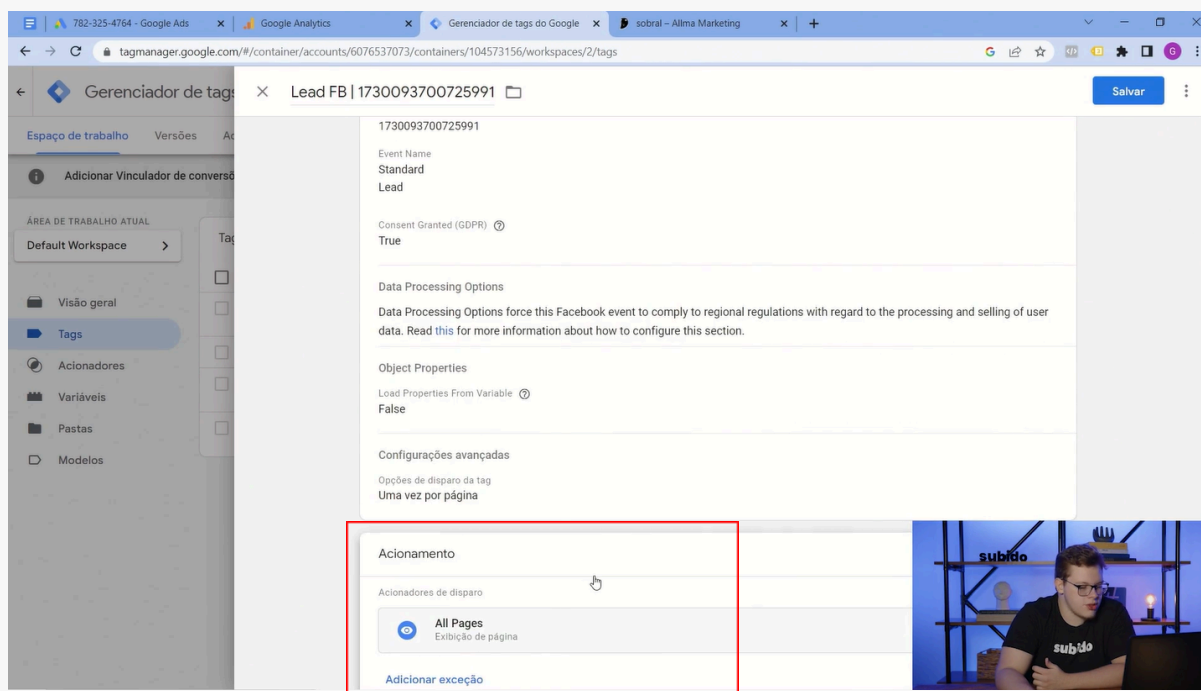




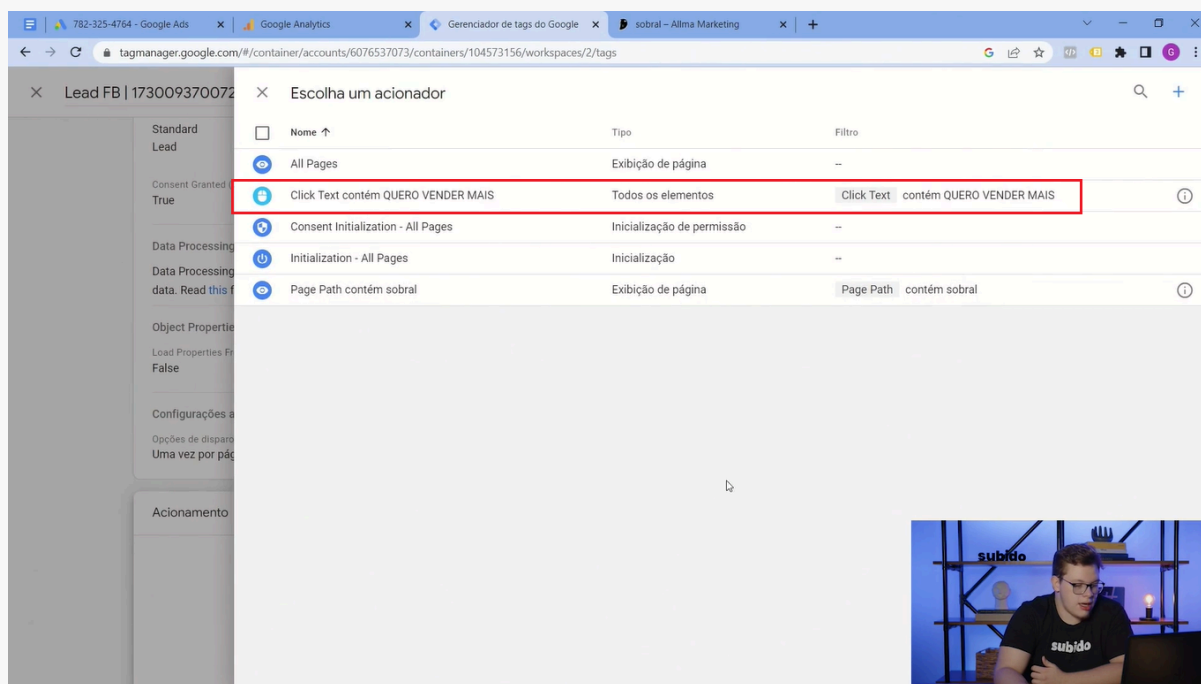
**02.** Altere o evento padrão. Nesse caso, estava em *Page View* e o desejado é *Lead*.



**03.** Apague o acionador que estava inserido para adicionar o novo acionador desejado.



#### 04. Escolha o acionador.

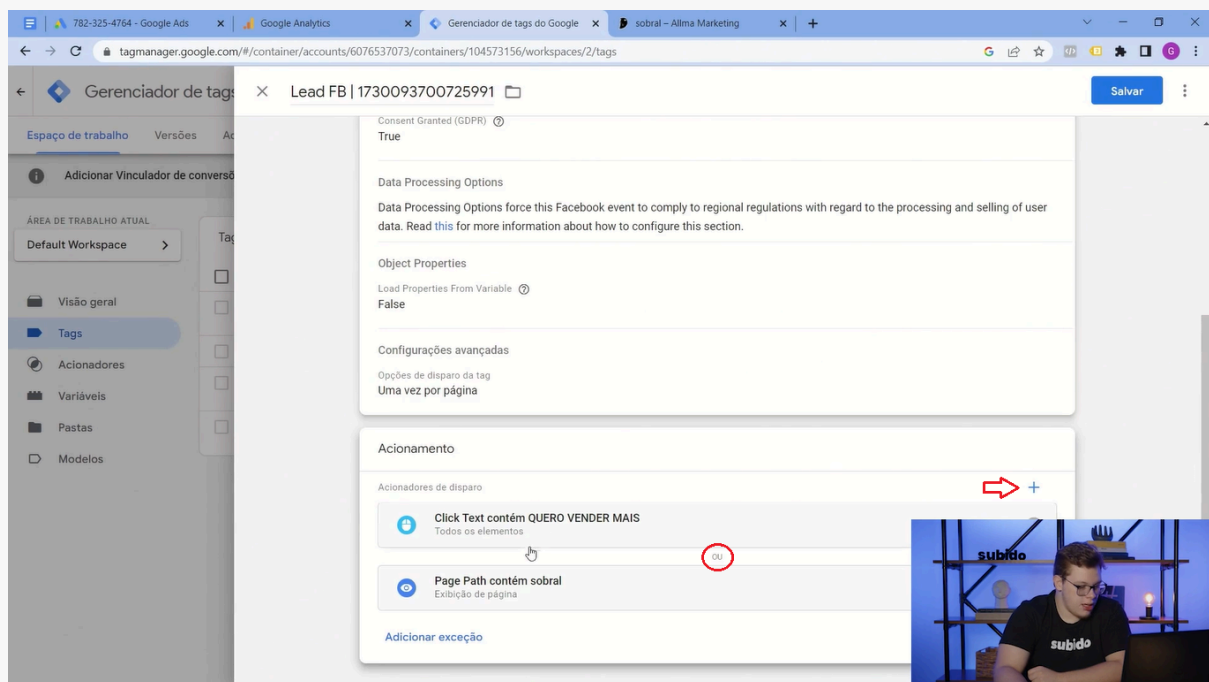


Primeiro, vamos selecionar o tipo **“Click Text”**.

Você pode estar se perguntando: “Edu, eu tenho uma tag que eu quero que seja disparada por um acionador **OU** por outro”.

Nesse caso você vai:

- a. Clicar no “+”.
- b. Selecionar o outro acionador.



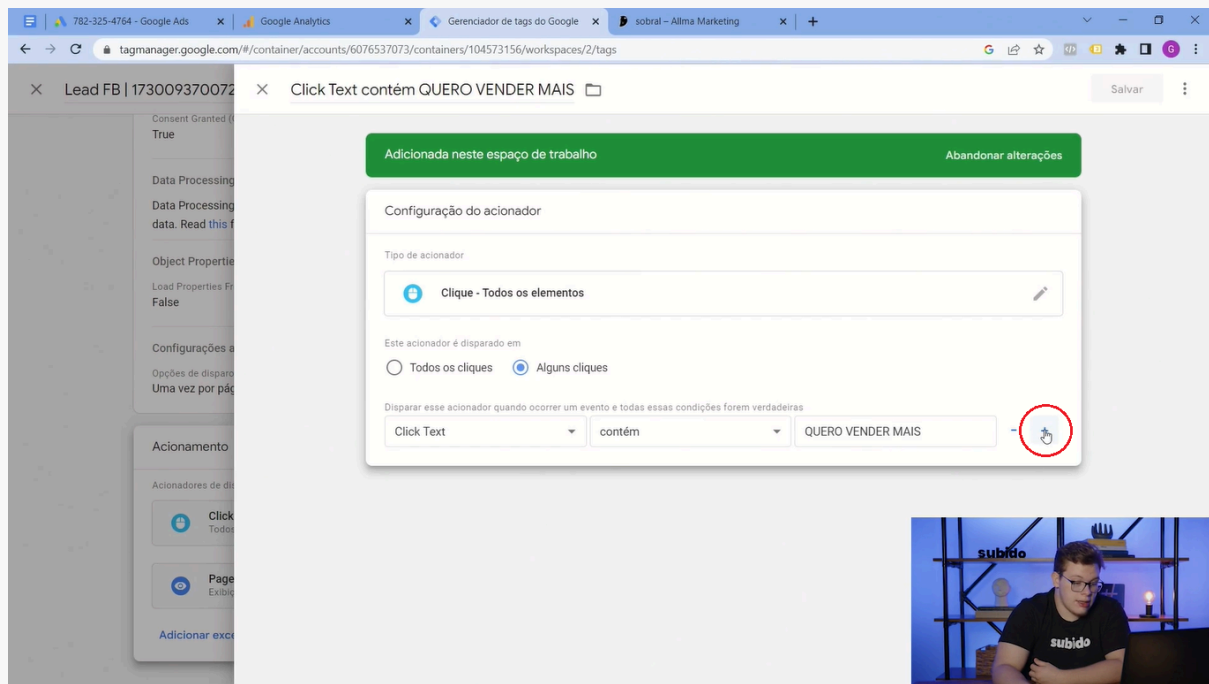
Então, ele vai disparar a tag em um acionador ou no outro.

Mas você também pode estar se perguntando como deve fazer caso queira disparar em um acionador **E** no outro.

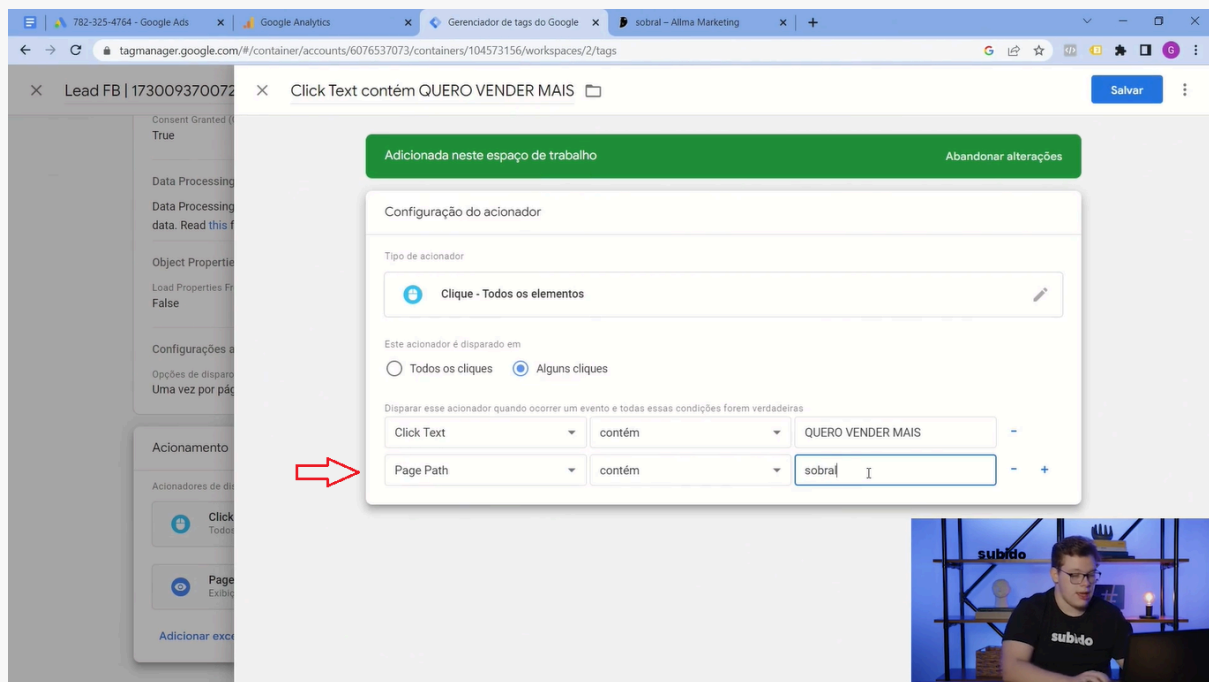
Nesse caso, você deve:

- a. Clicar no acionador.
- b. Clicar no “+”.

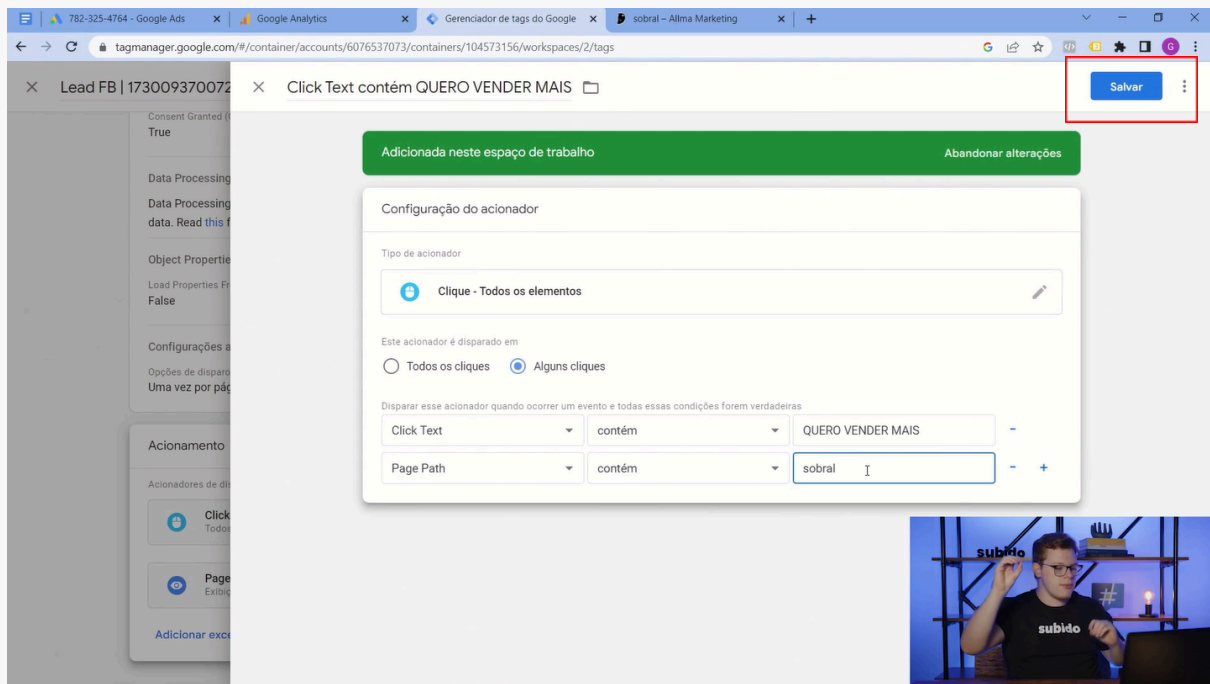




c. Adicionar o acionador desejado.



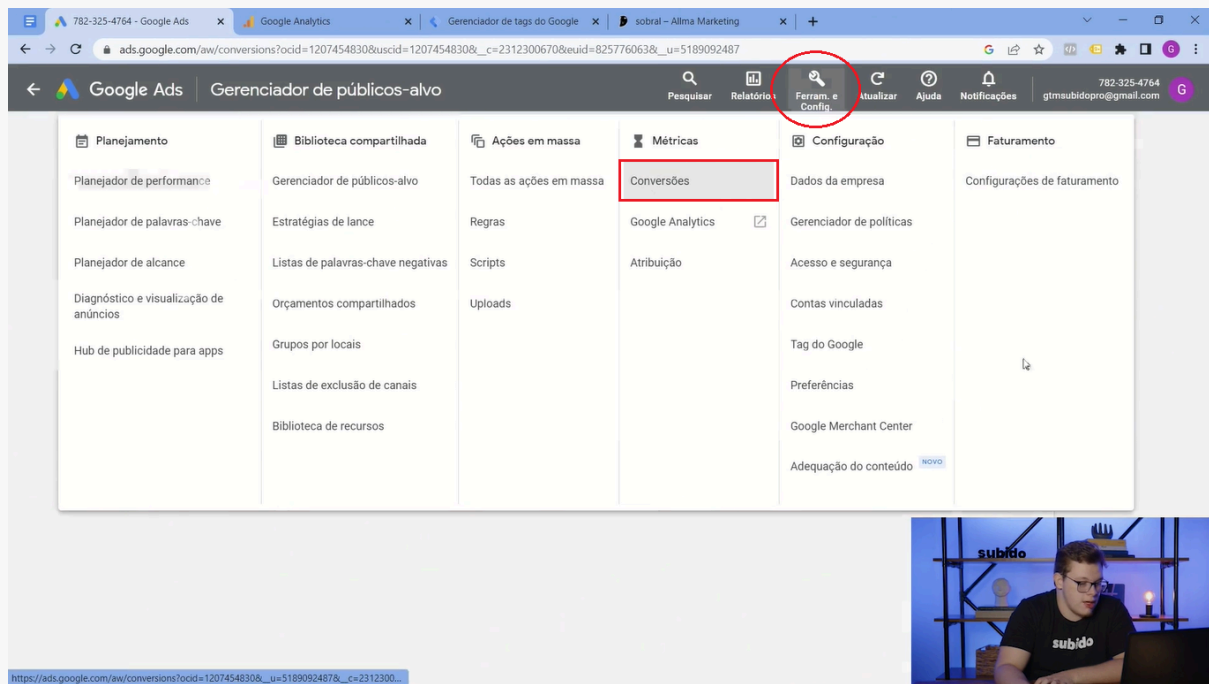
05. Clique em “salvar”.



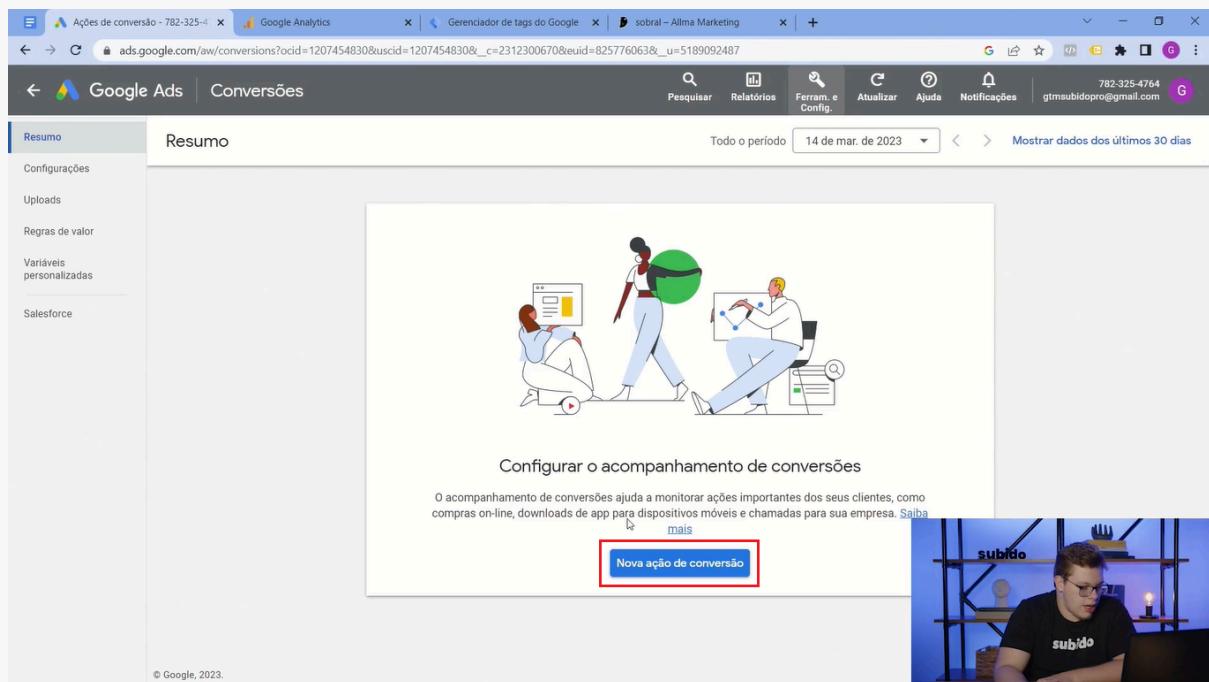
É dessa forma que uma instalação do Facebook é feita. Para fazer uma do Google, siga o passo a passo abaixo.

## ----- PASSO A PASSO -----

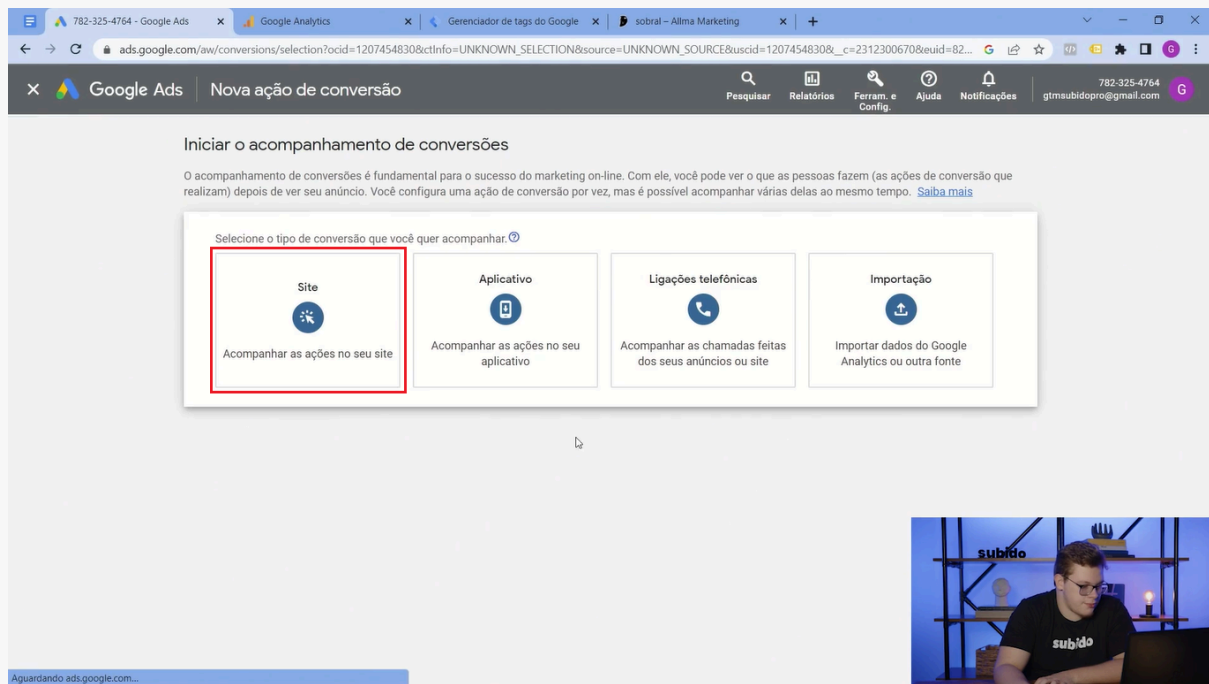
01. Clique em **“Ferramentas e configurações”** no Google Ads e, em seguida, clique em **“Conversões”**.



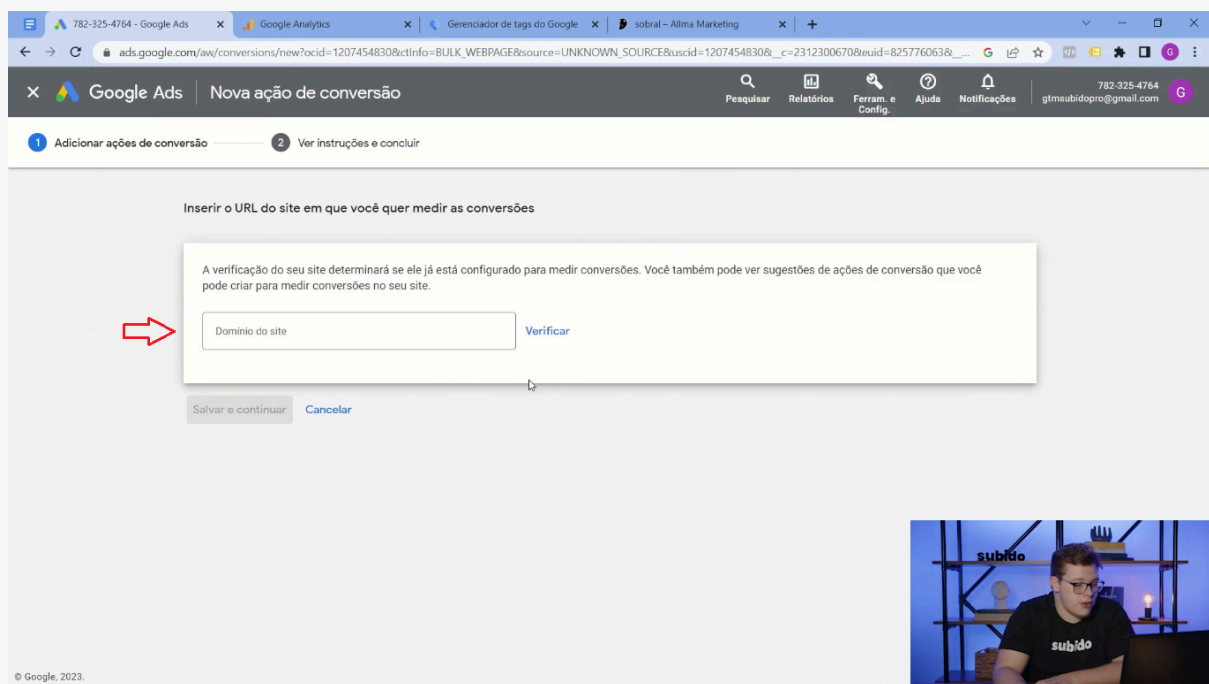
## 02. Clique em “Nova ação de conversão”.



## 03. Selecione a opção “Site”.



#### 04. Insira o domínio do site.

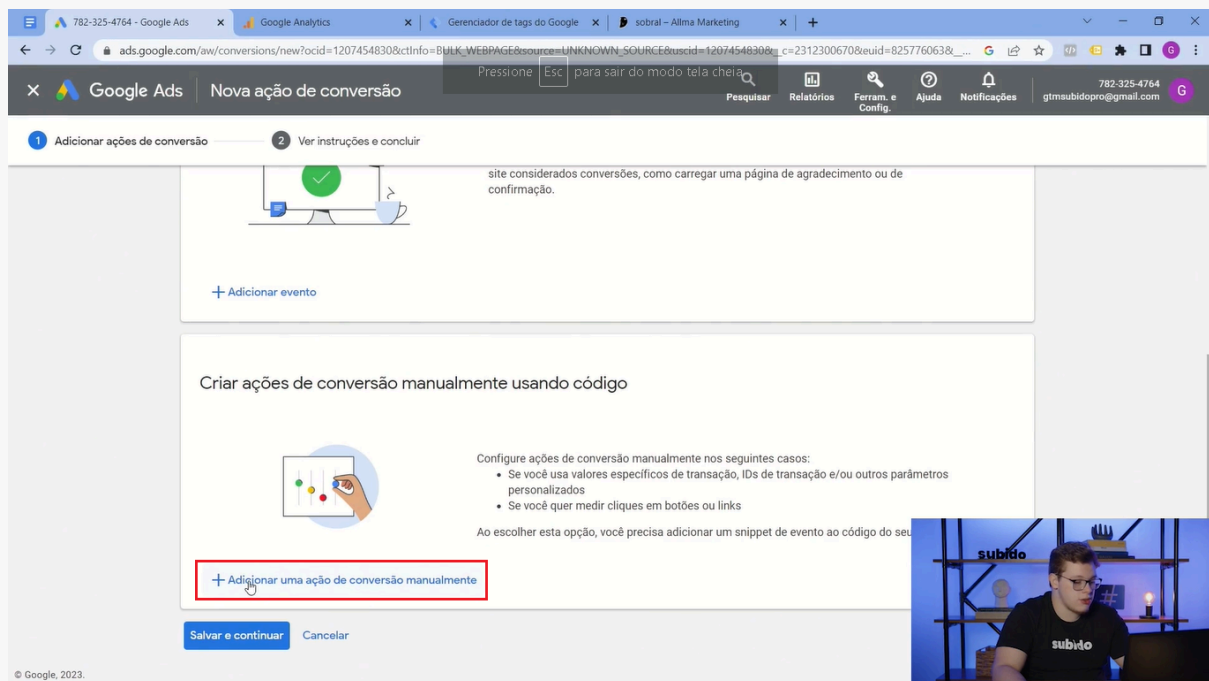


**Importante:** é preciso ter muito cuidado nessa parte. Em domínio de site, o Google trouxe duas formas de você criar conversões: a forma muito

tranquila, que é para qualquer pessoa fazer (ela é por URL mas dá muito problema) e a forma como você vai aprender a seguir, que é por código.

Então, quando você inserir o domínio e aparecer a opção *Criar ações de conversão automaticamente usando eventos do site*, **você deve cancelar** para prosseguir da forma como vê neste material.

**05.** Em **“Criar ações de conversão manualmente usando código”**, clique em **“Adicionar uma ação de conversão manualmente”**.



**06.** Insira os detalhes da ação de conversão.

- a. Otimização de meta e ação: Enviar formulário de lead.
- b. Nome da conversão: Lead.
- c. Valor: Não usar um valor para essa conversão.
- d. Contagem: Uma.
- e. Modelo de atribuição: Último clique.



Detalhes da ação de conversão

⚠ As ações de conversão criadas manualmente precisam ser adicionadas ao código do site para receberem instruções sobre como configurá-las no site.

Optimização de meta e ação

Selecione a categoria da meta dessa ação

Enviar formulário de lead

Opções de otimização de ações de conversão

Nome da conversão

Lead

Detalhes da ação de conversão

☐ Usar o mesmo valor para todas as conversões

☐ Usar valores diferentes para cada conversão

☒ Não usar um valor para essa conversão (não recomendado)

Esta opção não é recomendada para a maioria das conversões porque o valor ajuda você a medir o impacto dos seus anúncios. Nesse caso, o valor da conversão é sempre zero.

Contagem

Selecione quantas conversões serão contabilizadas por clique ou interação

☒ Todas

É recomendada para compras porque todas as conversões têm valor.

☐ Uma

É recomendada para leads, inscrições e outras conversões porque somente a primeira interação tem valor.

Detalhes da ação de conversão

☐ Todas

É recomendada para compras porque todas as conversões têm valor.

☒ Uma

É recomendada para leads, inscrições e outras conversões porque somente a primeira interação tem valor.

Janela de conversão de clique

30 dias

Janela de conversão de visualização engajada

3 dias

Janela de conversão de visualização

1 dia

Modelo de atribuição

O modelo de atribuição determina quanto crédito cada interação com o anúncio recebe.

Último clique

Para um cálculo mais preciso do crédito, selecione **Baseado em dados**. Quando possível, esse modelo usa os dados de conversão da sua campanha para calcular a contribuição real de cada interação em todo o caminho de conversão.

07. Clique em **“Concluído”** e, em seguida, em **“Salvar e continuar”**.

782-325-4764 - Google Ads

Google Analytics

Gerenciador de tags do Google

sobral - Alma Marketing

ads.google.com/aw/conversions/new?ocid=1207454830&ctInfo=BULK\_WEBPAGE&source=UNKNOWN\_SOURCE&uscid=1207454830&\_c=2312300670&euid=8257760638...

Google Ads

Novo

Adicionar ações de conversão

Detalhes da ação de conversão

☐ Usar o mesmo valor para todas as conversões

☐ Usar valores diferentes para cada conversão

☒ Não usar um valor para essa conversão (não recomendado)

Esta opção não é recomendada para a maioria das conversões porque o valor ajuda você a medir o impacto dos seus anúncios. Nesse caso, o valor da conversão é sempre zero.

Contagem

Selecione quantas conversões serão contabilizadas por clique ou interação

☒ Todas

É recomendada para compras porque todas as conversões têm valor.

☐ Uma

É recomendada para leads, inscrições e outras conversões porque somente a primeira interação tem valor.

Se alguém clicar no seu anúncio e realizar duas compras separadas em ocasiões diferentes, serão registradas duas conversões.

Salva mais

Janela de conversão de clique

30 dias

Janela de conversão de visualização engajada

3 dias

Janela de conversão de visualização

1 dia

Modelo de atribuição

Modelo de atribuição baseada em dados **recomendado**

Conversões otimizadas

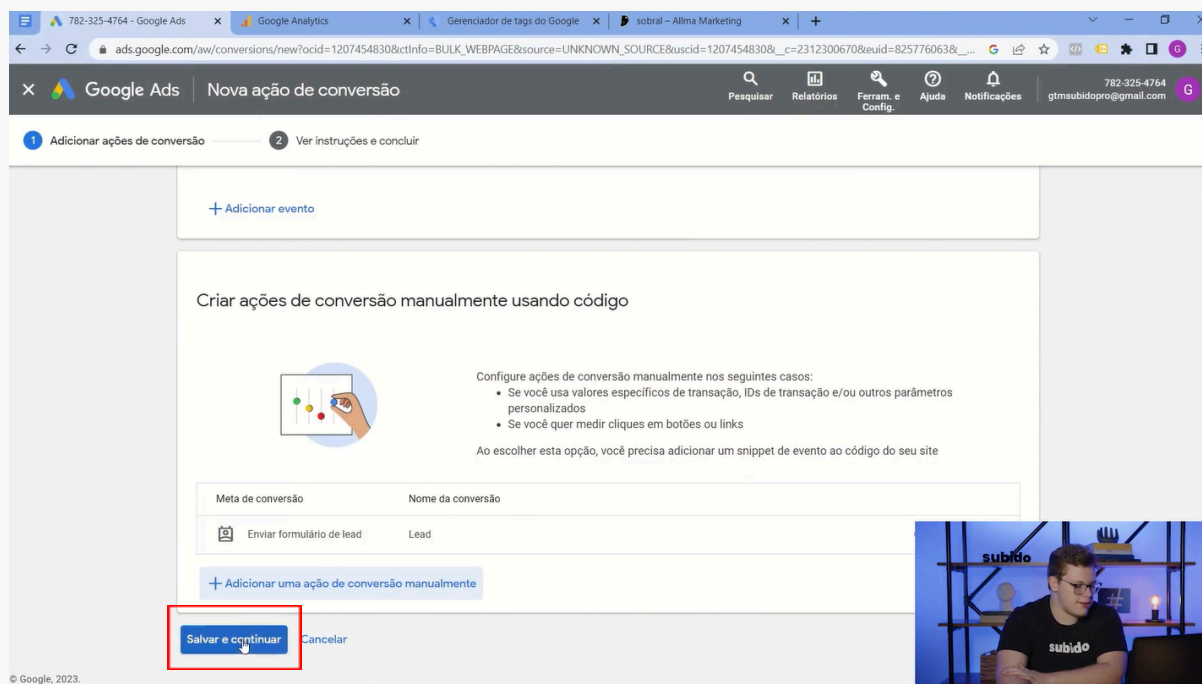
Não configurada

Salvar e continuar

Concluído

Cancelar

subido

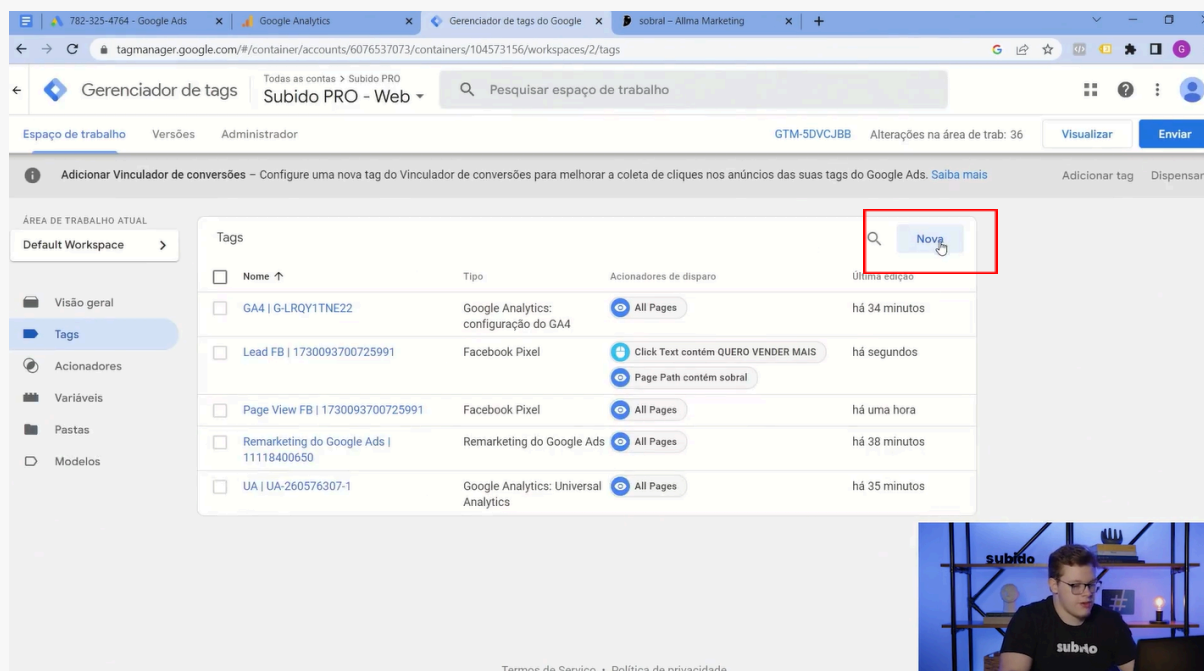


Após finalizar essa etapa, você terá acesso aos resultados e pode configurar direto via código pelo snippet de evento, pode enviar instruções por e-mail ou pode usar o GTM.

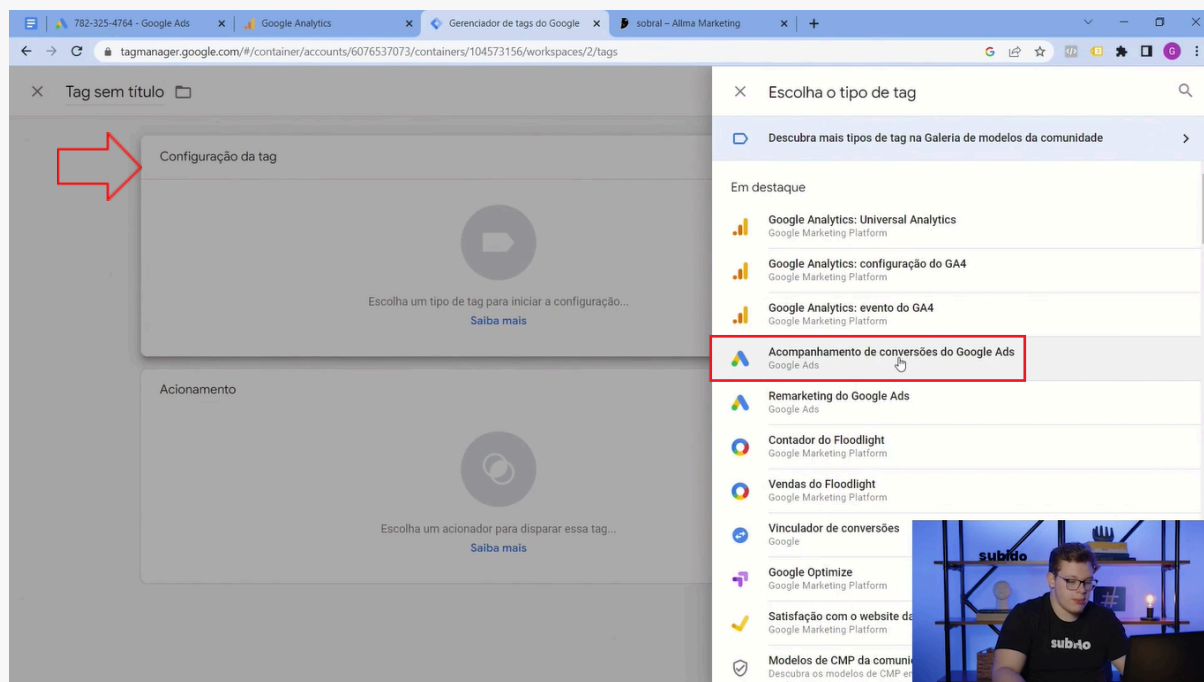
Então, depois disso, você deve seguir as próximas instruções.

## ----- PASSO A PASSO -----

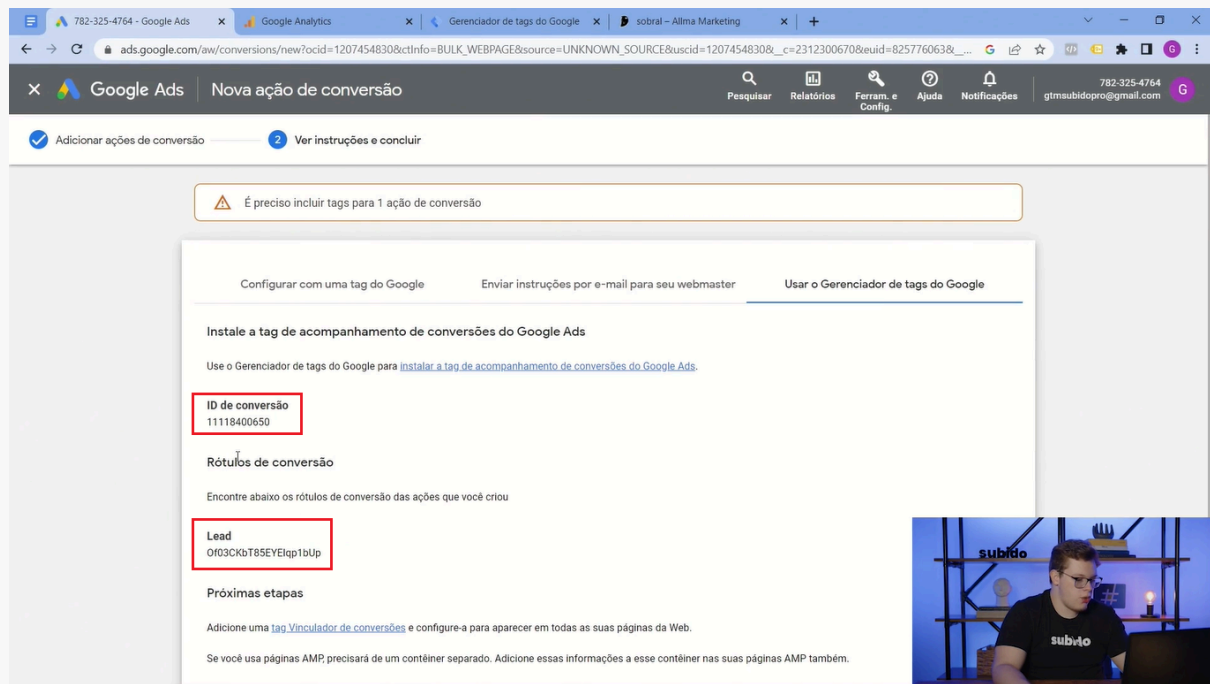
**01.** Em Tags, crie uma nova tag.



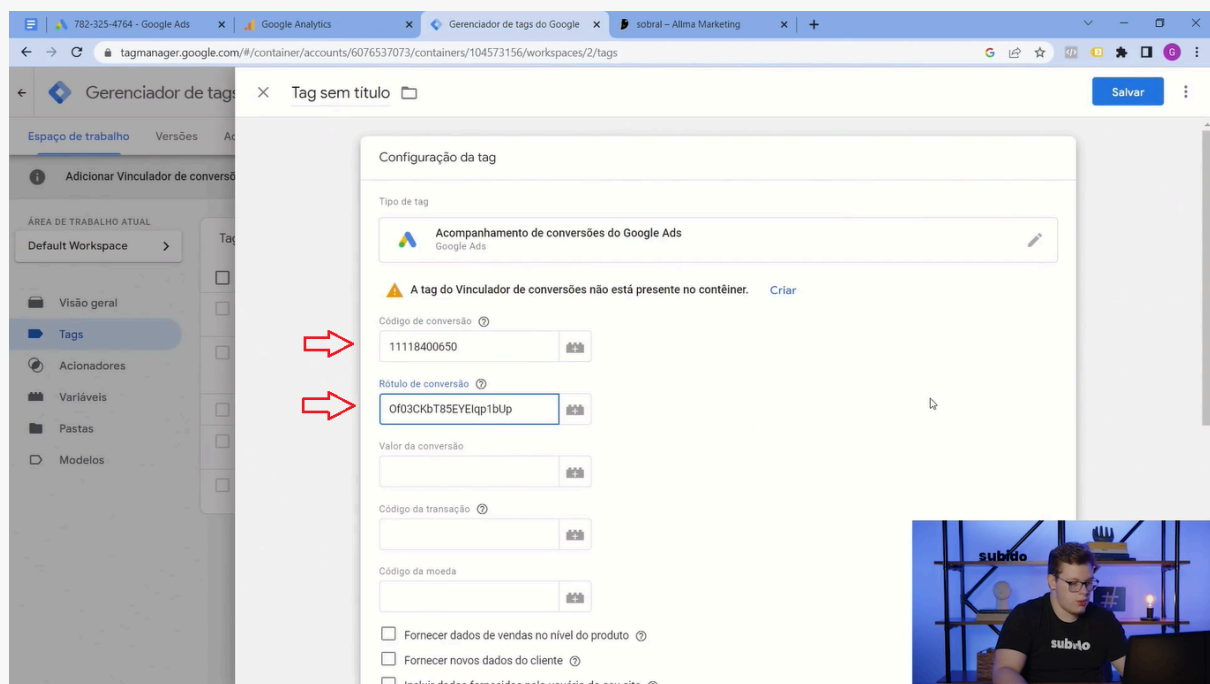
**02.** Clique em **“Configuração da tag”** para selecionar o tipo de tag. Escolha **“Acompanhamento de conversões do Google Ads”**.



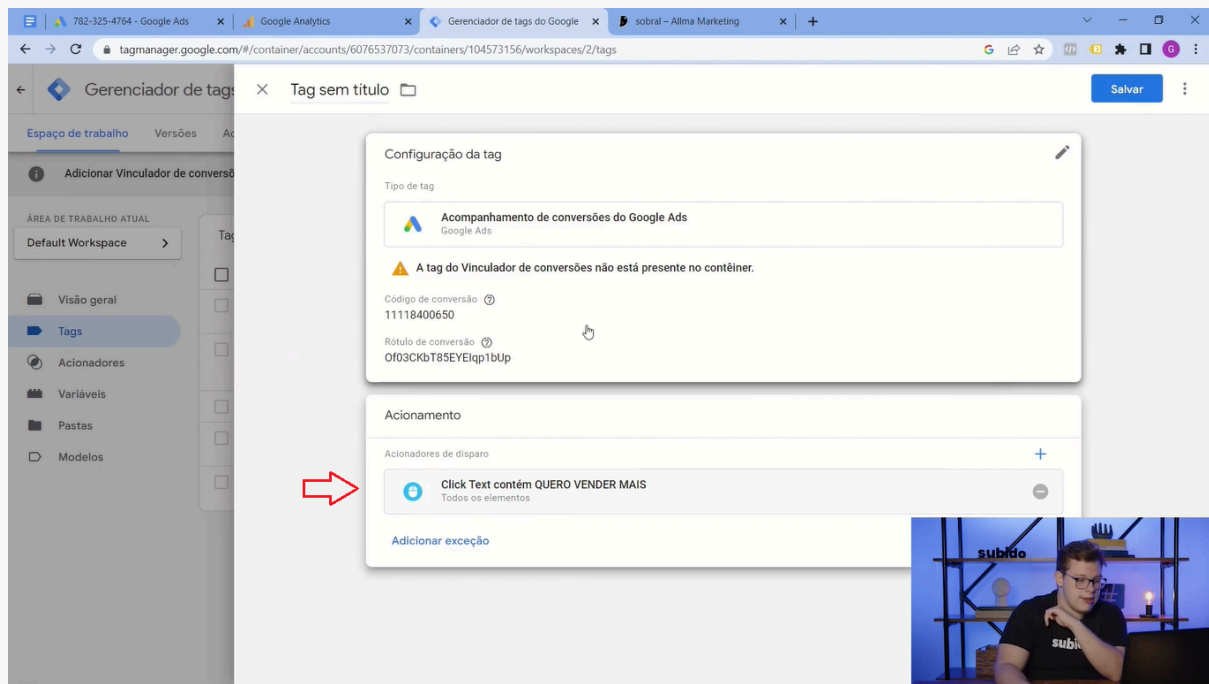
Ele, basicamente, dá um ID e um rótulo.



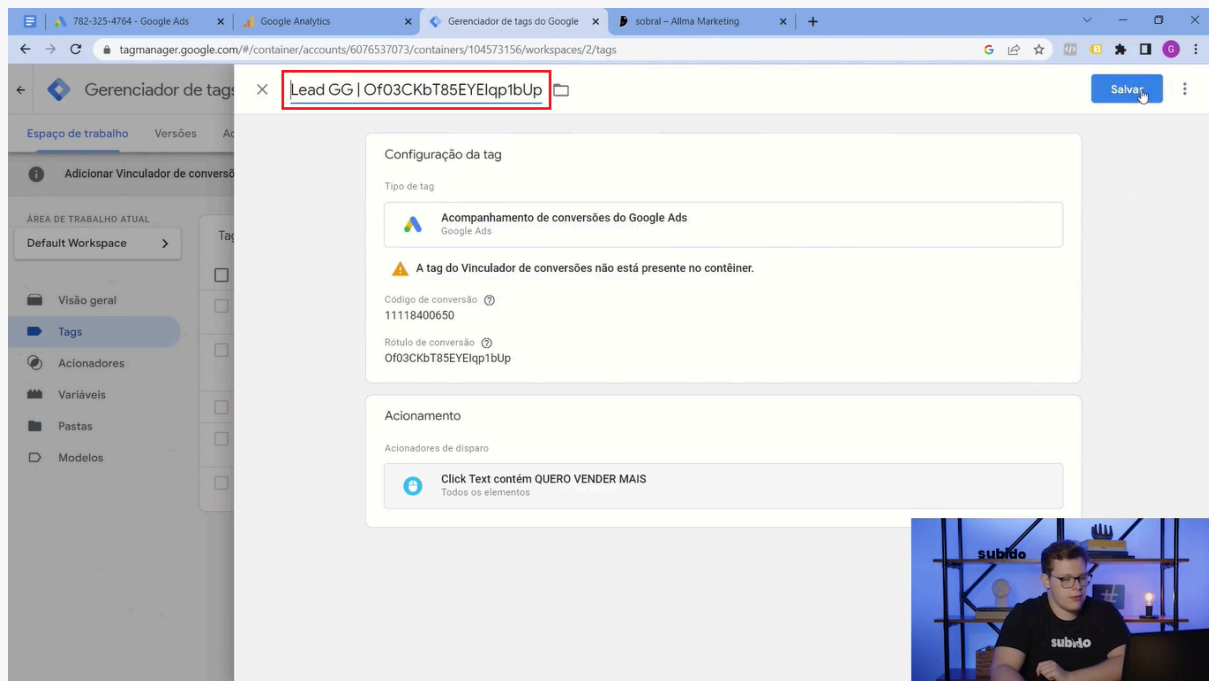
**03.** Copie e colar o ID e o rótulo nos espaços indicados.



**04.** Adicione o acionamento **“Click text contém QUERO VENDER MAIS”**.

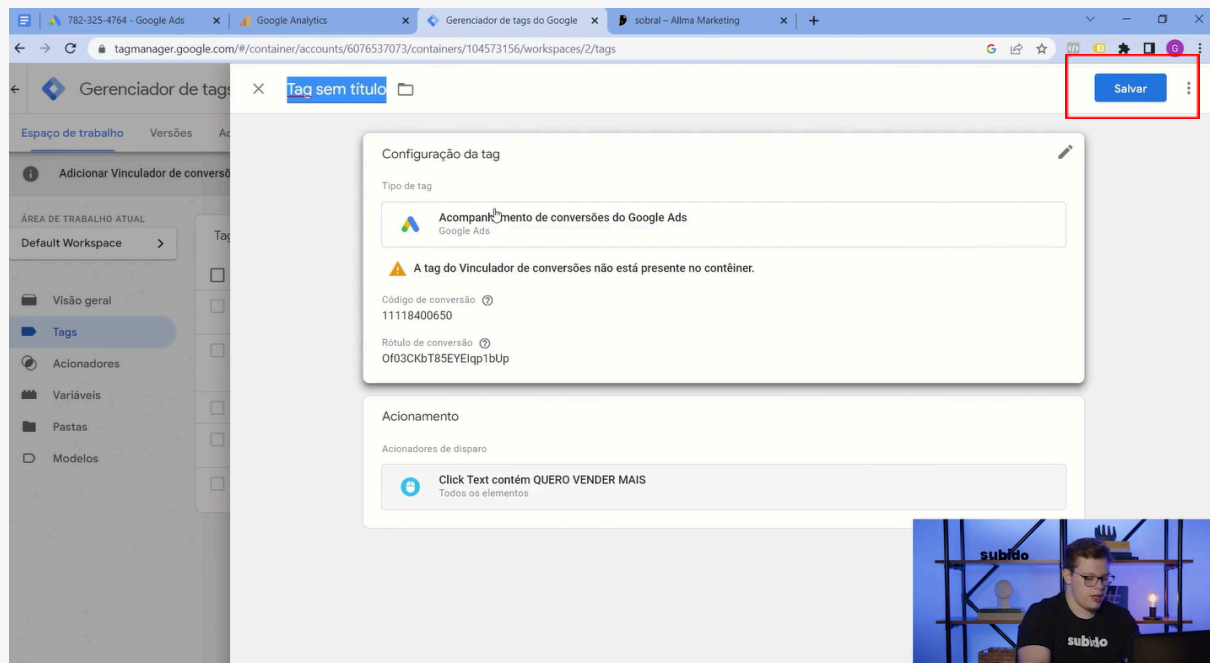


**05.** Nomeie tag. Como é uma conversão, eu vou utilizar o rótulo da conversão.



**06.** Termine clicando em **“Salvar”**.



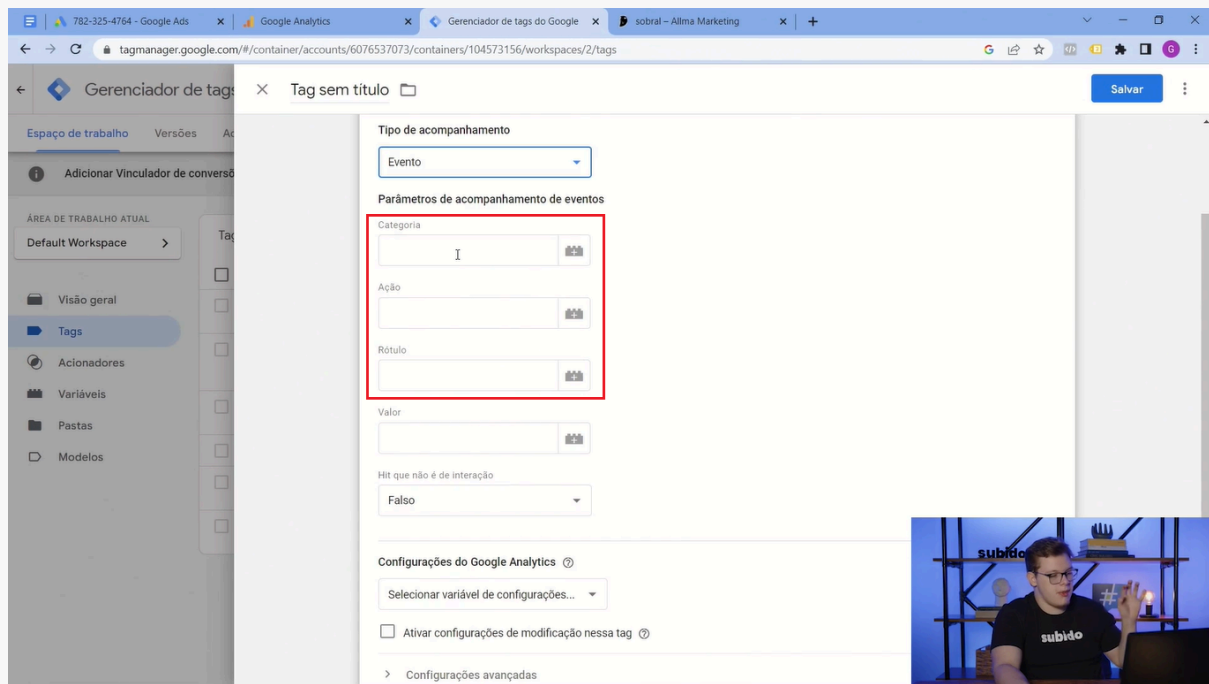


Da mesma forma como você está instalando essas coisas, tanto no Facebook quanto no Google, o do Analytics não vai ter diferença.

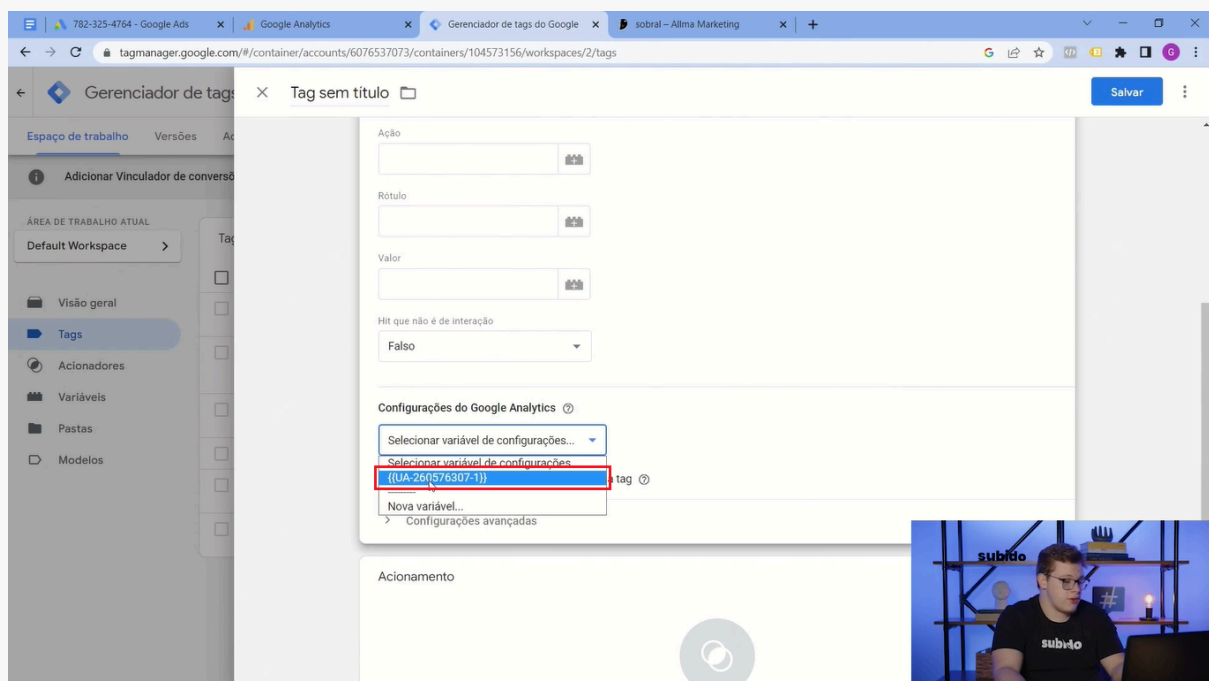
Então, siga as instruções a seguir.

## ----- PASSO A PASSO -----

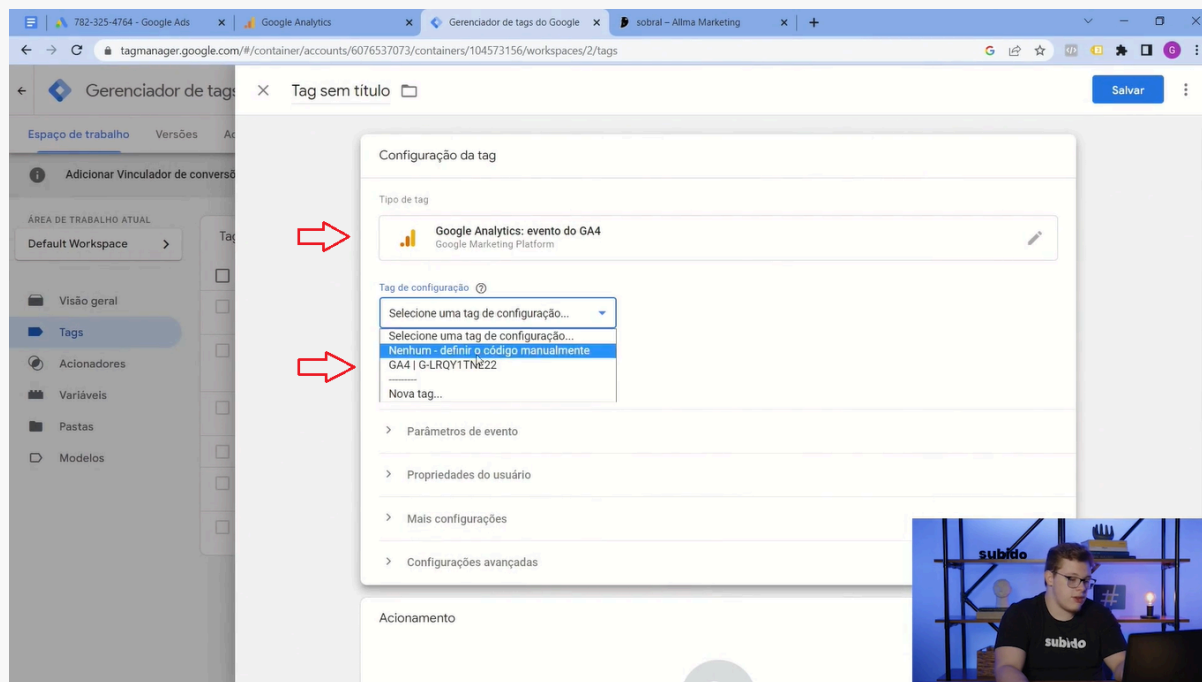
- 01.** Suponha que você cria uma meta e quer fazer o tipo de acompanhamento por evento. Você deve, então, **inserir a mesma categoria, a mesma ação e o mesmo rótulo, copiar e colar nos espaços indicados.**



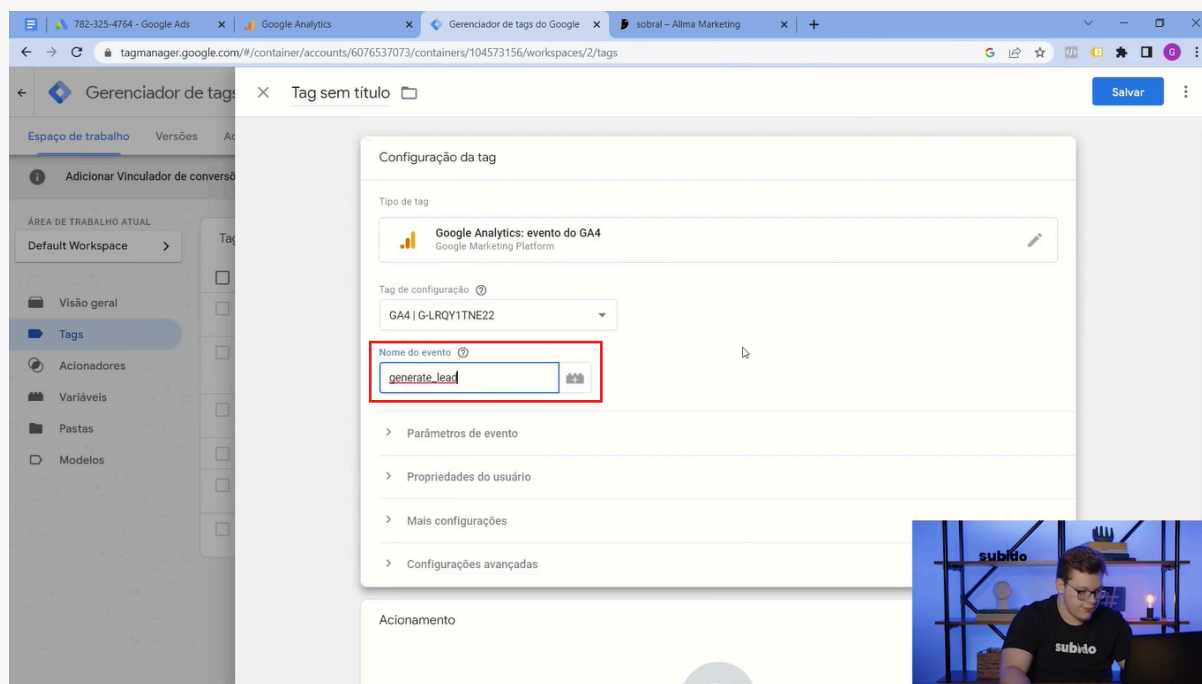
**02.** Além disso, você deve selecionar a variável de configurações. Então, você vai **selecionar o seu Analytics**. A mesma coisa serve para o seu acionador.



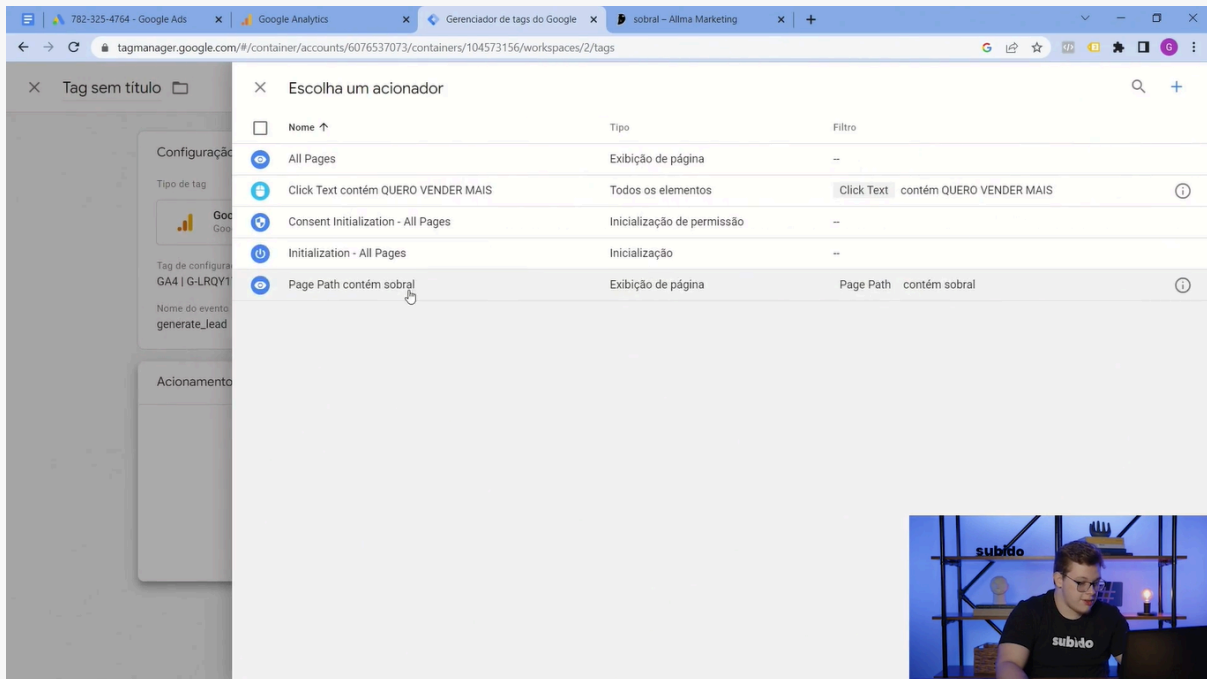
**03.** Para o GA4, a única diferença é que, ao invés de você selecionar configurações de GA4, você deve selecionar **“evento do GA4”**.



**04.** Feito isso, você vai selecionar a tag (que é a **tag global do GA4**) e inserir o **nome do evento**.



## 05. Depois, você deve escolher o acionador.

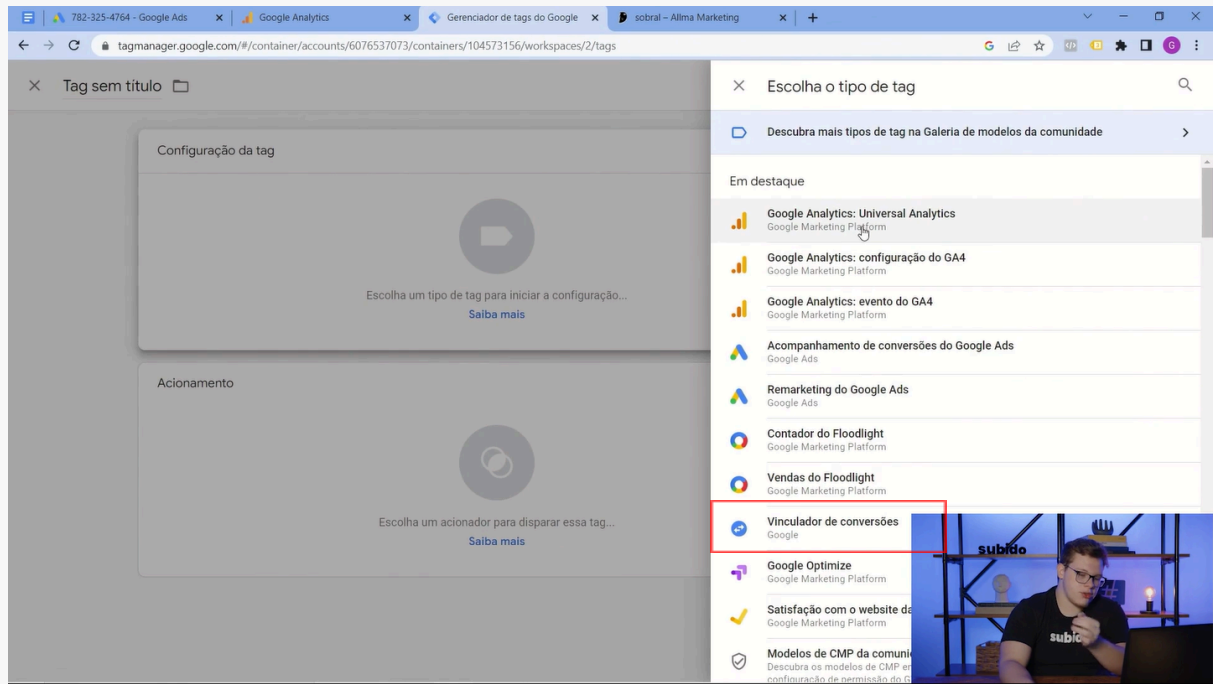


Enfim, o evento está criado.

Quando a gente faz a configuração a nível de tag, a gente vem em **“Vinculador de conversões”**.

Tudo o que você precisa fazer é:

1. Criar nova tag.
2. Escolher **“Vinculador de conversões”**.
3. Escolher o acionamento em All Pages.
4. Salvar.



O GTM diz que essa é a forma como ele linka a conversão do Google com a tag de remarketing. Então, tudo o que você precisa fazer, mesmo, é instalar.

Tranquilo até aqui?

Então, você aprendeu a instalar tags para disparar eventos e conversões e como criar os acionadores. **Releia este material quantas vezes quiser se tiver alguma dúvida.**

**Fechou?**

**Tamo junto!**