



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

MATERIAL EXTRA

Curso Subido de Prospeção



@pedrosobral

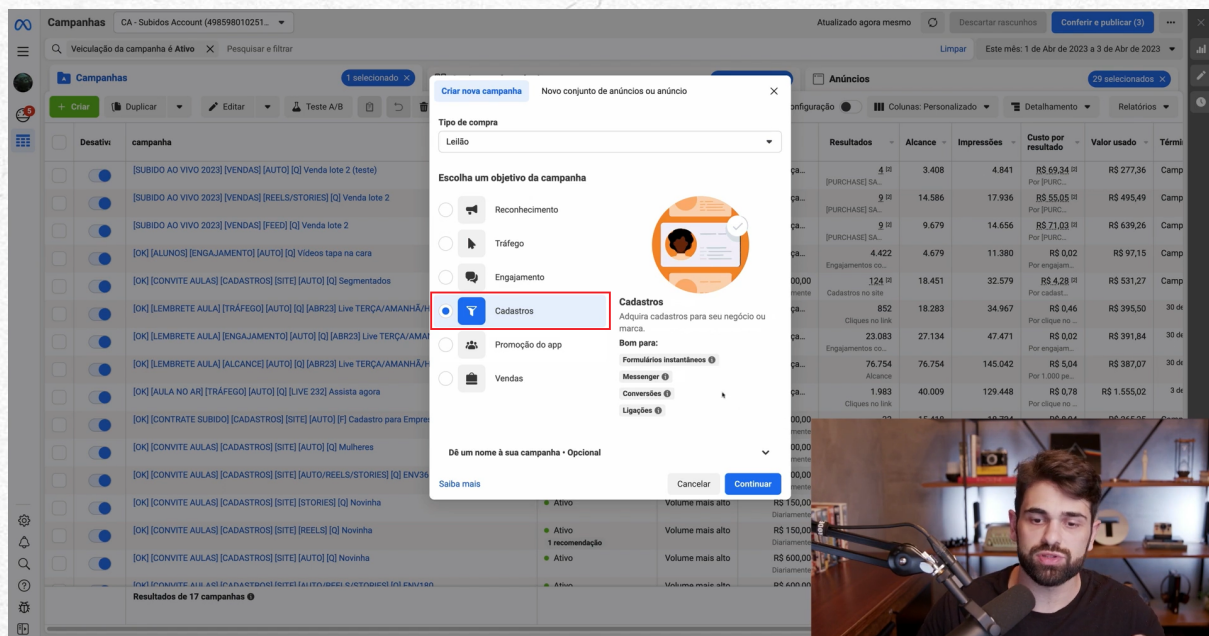


pedrosobral.com.br

Como criar uma campanha no Meta Ads para atrair clientes? Vamos responder essa pergunta através deste tutorial. Acompanhe este passo a passo e leia este material quantas vezes julgar necessário.

Continue a leitura.

01 Dentro do gerenciador de anúncios do Meta Ads, clique em “criar” e, em seguida, escolha o seu objetivo de campanha em **"escolha um objetivo de campanha"**. Neste exemplo vamos usar o objetivo **"cadastros"**:



02 Na sequência dê um nome para sua campanha na seção **"dê um nome para sua campanha"**, como também para seu conjunto de anúncios e para o seu anúncio. Feito isso, clique em **"continuar"**:

Criar nova campanha Novo conjunto de anúncios ou anúncio

Leilão

Escolha um objetivo da campanha

- ☐ Reconhecimento
- ☐ Tráfego
- ☐ Engajamento
- ☒ Cadastros
- ☐ Promoção do app
- ☐ Vendas

Cadastros
Adquira cadastros para seu negócio ou marca.

Bom para:

- Formulários instantâneos
- Messenger
- Conversões
- Ligações

Dê um nome à sua campanha - Opcional

☐ Campanha
Inclui o objetivo da campanha e a otimização do orçamento.
Dê um nome para esta campanha

☒ Conjunto de anúncios
Determina o público, os posicionamentos, a programação e o gasto.
Criar conjunto... Dê um nome para este conjunto de anúncios

☐ Anúncio
Contém todas as configurações do criativo do anúncio.
Criar anúncio... Dê um nome para este anúncio

Salva mais Cancelar Continuar

03 Em “orçamento da campanha” ative a opção **“orçamento de campanha advanced +”** porque queremos mais volume de leads. Se você não entrar em contato manualmente com as pessoas que se cadastraram no seu site, use **“orçamento diário”**. Caso você entre em contato com cada um dos leads, use **“orçamento total”**:

Teste A/B Criar teste A/B

Experimente diferentes imagens, textos do anúncio, públicos e outros elementos para ver qual tem o melhor desempenho. [Saiba mais](#)

Orçamento de Campanha Advantage + Ativado

O Orçamento de Campanha Advantage distribuirá seu orçamento entre os conjuntos de anúncios para obter mais resultados, dependendo das suas escolhas e estratégia de lance de otimização da veiculação. Você pode controlar os gastos de cada conjunto de anúncios. [Saiba mais](#)

Orçamento da campanha

Orçamento diário R\$ 20,00 BRL

☒ Orçamento diário
☐ Orçamento total

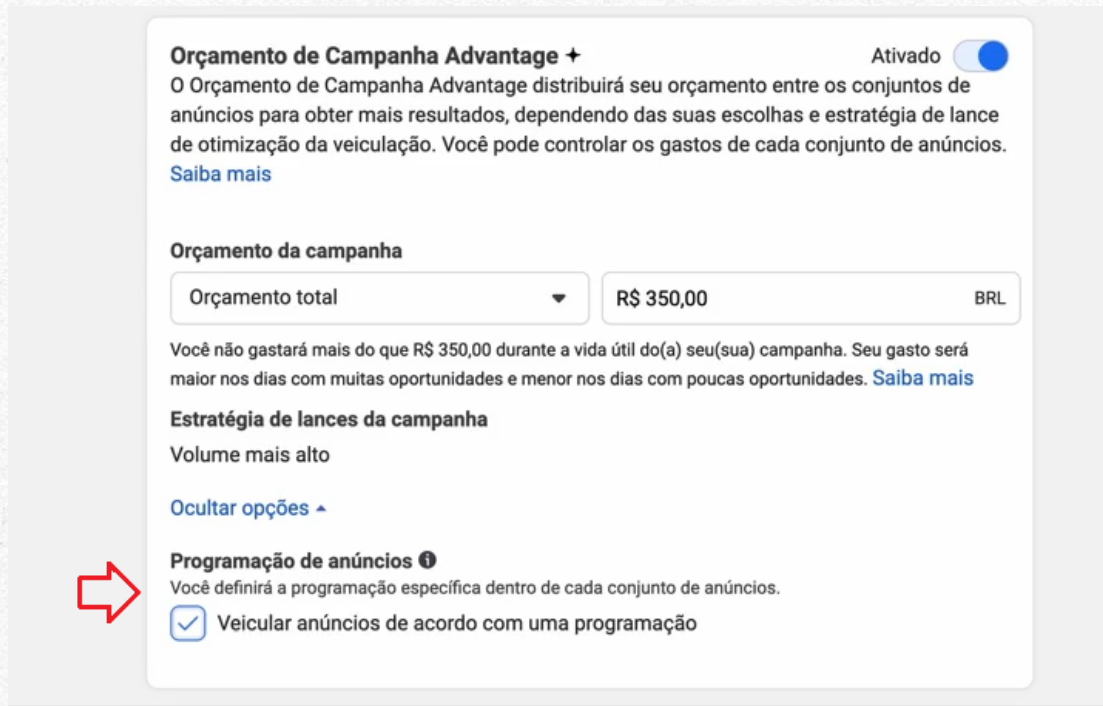
Renomeamos nossas opções de estratégia de lance para deixá-las mais fáceis de entender e comparar. [Saiba mais](#)

Estratégia de lances da campanha
Volume mais alto

[Mostrar mais opções](#)

Fechar Todas as edições salvas

04 Ative a opção **“programação do anúncio”** para escolher posteriormente em quais dias e horários o seu anúncio será veiculado. Feito isso, clique em **“avançar”**:



Orçamento de Campanha Advantage + Ativado

O Orçamento de Campanha Advantage distribuirá seu orçamento entre os conjuntos de anúncios para obter mais resultados, dependendo das suas escolhas e estratégia de lance de otimização da veiculação. Você pode controlar os gastos de cada conjunto de anúncios. [Saiba mais](#)

Orçamento da campanha

Orçamento total ▼ R\$ 350,00 BRL

Você não gastará mais do que R\$ 350,00 durante a vida útil do(a) seu(sua) campanha. Seu gasto será maior nos dias com muitas oportunidades e menor nos dias com poucas oportunidades. [Saiba mais](#)

Estratégia de lances da campanha

Volume mais alto

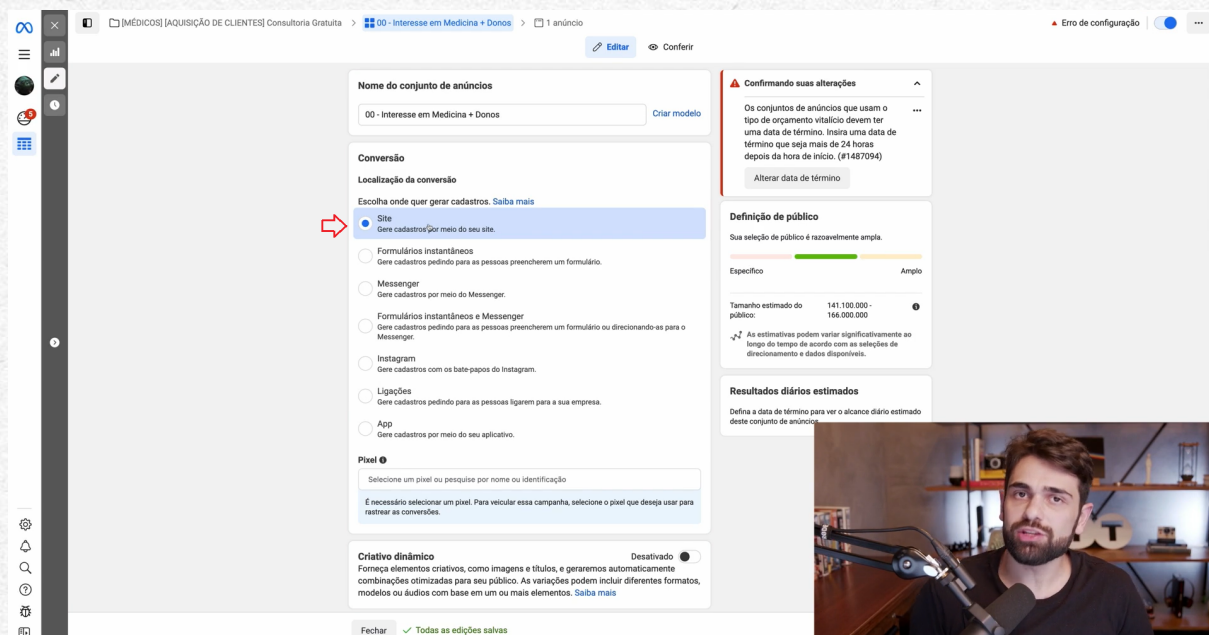
[Ocultar opções +](#)

Programação de anúncios ⓘ

Você definirá a programação específica dentro de cada conjunto de anúncios.

☒ Veicular anúncios de acordo com uma programação

05 Vamos para o nosso conjunto de anúncios. Em **“conversão”** escolha **“site”**:



Nome do conjunto de anúncios: 00 - Interesse em Medicina + Donos [Criar modelo](#)

Conversão

Localização da conversão

Escolha onde quer gerar cadastros. [Saiba mais](#)

☒ Site
Gere cadastros por meio do seu site.

☐ Formulários instantâneos
Gere cadastros pedindo para as pessoas preencherem um formulário.

☐ Messenger
Gere cadastros por meio do Messenger.

☐ Formulários instantâneos e Messenger
Gere cadastros pedindo para as pessoas preencherem um formulário ou direcionando-as para o Messenger.

☐ Instagram
Gere cadastros com os bate-papos do Instagram.

☐ Ligações
Gere cadastros pedindo para as pessoas ligarem para a sua empresa.

☐ App
Gere cadastros por meio do seu aplicativo.

Pixel ⓘ

Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação

É necessário selecionar um pixel. Para veicular essa campanha, selecione o pixel que deseja usar para rastrear as conversões.

Criativo dinâmico Desativado

Forneça elementos criativos, como imagens e títulos, e geraremos automaticamente combinações otimizadas para seu público. As variações podem incluir diferentes formatos, modelos ou áudios com base em um ou mais elementos. [Saiba mais](#)

Confirmando suas alterações

Os conjuntos de anúncios que usam o tipo de orçamento vitalício devem ter uma data de término. Insira uma data de término que seja mais de 24 horas depois da hora de início. (#1487094)

[Alterar data de término](#)

Definição de público

Sua seleção de público é razoavelmente ampla.

Específico Amplio

Tamanho estimado do público: 141.100.000 - 166.000.000

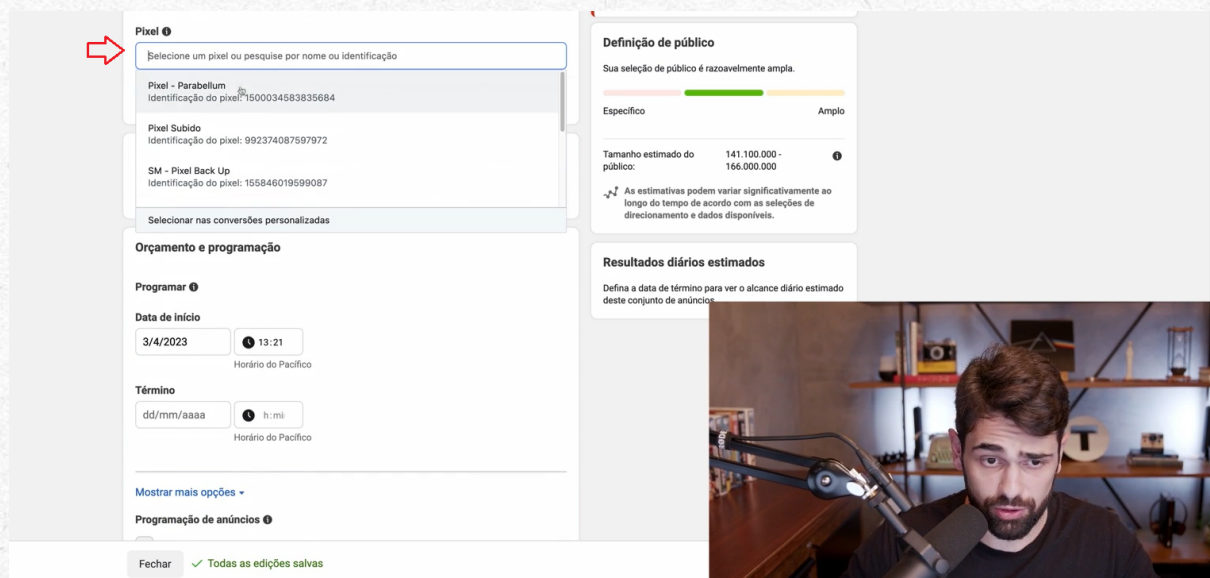
As estimativas podem variar significativamente ao longo do tempo de acordo com as seleções de direcionamento e dados disponíveis.

Resultados diários estimados

Defina a data de término para ver o alcance diário estimado deste conjunto de anúncios.

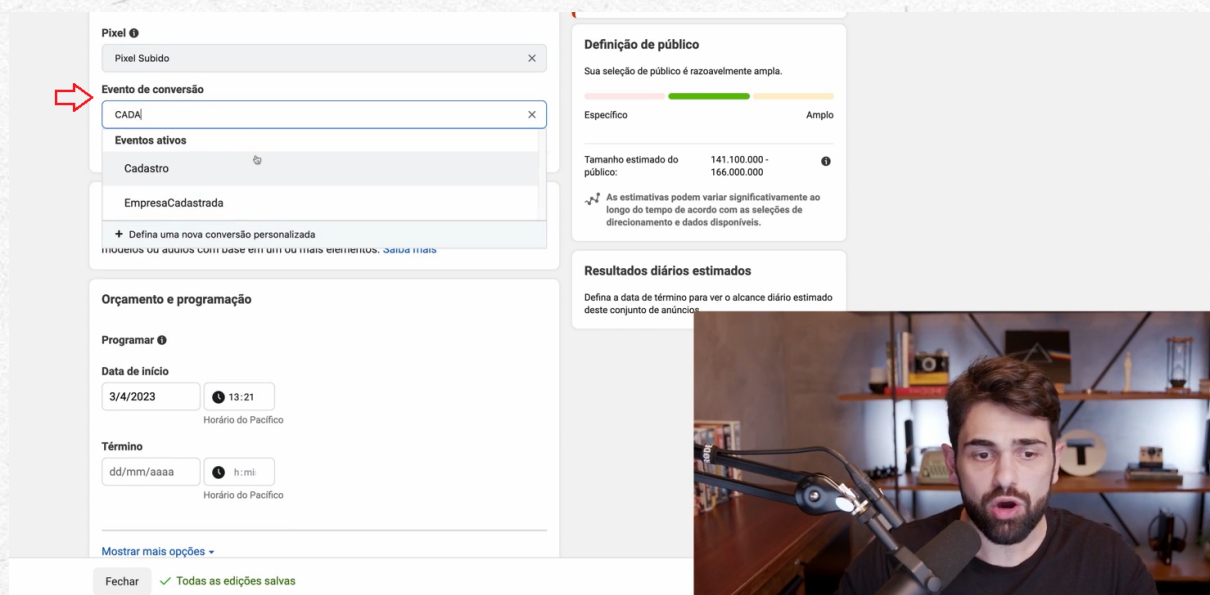
[Fechar](#) ✓ Todas as edições salvas

06 Não se esqueça de colocar o seu pixel instalado no seu site no campo “pixel”:



The screenshot shows the Facebook Ads setup interface. On the left, under the 'Pixel' section, there is a search bar with the text 'Selecione um pixel ou pesquise por nome ou identificação'. Below it, a list of pixels is shown: 'Pixel - Parabellum' (ID: 150003458383684), 'Pixel Subido' (ID: 9923740875972), and 'SM - Pixel Back Up' (ID: 155846019599087). A red arrow points to the search bar. On the right, the 'Definição de público' section shows a progress bar and estimated audience size. Below that, the 'Orçamento e programação' section is visible, showing 'Programar' with 'Data de início' (3/4/2023) and 'Término' (dd/mm/aaaa).

07 Em “evento de conversão” escolha “cadastro”:



The screenshot shows the Facebook Ads setup interface. On the left, under the 'Evento de conversão' section, there is a search bar with the text 'CADA'. Below it, a list of events is shown: 'Eventos ativos', 'Cadastro', and 'EmpresaCadastrada'. A red arrow points to the search bar. On the right, the 'Definição de público' section shows a progress bar and estimated audience size. Below that, the 'Orçamento e programação' section is visible, showing 'Programar' with 'Data de início' (3/4/2023) and 'Término' (dd/mm/aaaa).

08 Agora, em “orçamento e programação” coloque a data de término da veiculação do anúncio:

09 Feito isso, em **“programação de anúncios”**, coloque os dias e os horários que seus anúncios serão veiculados:

10 Em **“públicos personalizados”** exclua o público dos que se cadastraram na sua página nos últimos 180 dias:

Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. [Saiba mais](#)

Criar novo público Usar público salvo ▾

Públicos personalizados Criar novo ▾

Site
[SITE] Cadastrados Consultoria 180D

➔

Excluir

Público Personalizado Advantage +
☒ Alcance mais pessoas além do público personalizado quando houver probabilidade de melhorar o desempenho.

💡 Poderemos veicular anúncios além dos seus públicos semelhantes para o objetivo selecionado se houver probabilidade de melhorar o desempenho.
[Saiba mais.](#)

*** Localizações**
Localização:
• Brasil

Idade
18 - 65+

11 Na hora de segmentar o seu anúncio, leve em consideração o tamanho da sua verba. Se ela é pequena não segmente para o Brasil todo, mas escolha uma região, um estado ou determinada cidade. Você também pode escolher determinada cidade caso o seu anúncio seja direcionado, exemplo: “procura-se advogados em Brasília”. Todas essas configurações são feitas em **“localizações”**:


*** Localizações**

Pessoas que moram ou estiveram recentemente nesta localização ▼

Brasil

✓ Brasil

✓ Incluir ▼ Procurar



Adicionar localizações em massa

Idade
18 - 65+

Gênero
Todos os gêneros

12 Em “**idade**” não se esqueça de colocar a idade correta do seu público:

Idade

18 ▼ 65+ ▼

18 anos limitará suas opções de direcionamento a idade e algumas

☐ 21
☐ 22
☐ 23
☐ 24
☒ 25
☐ 26
☐ 27
☐ 28

Excluir

Idiomas
Todos os idiomas

...icos, interesses ou comportamento: Sugestões Procurar

...ios além dos seus públicos para o objetivo selecionado
e melhorar o desempenho. [Saiba mais.](#)

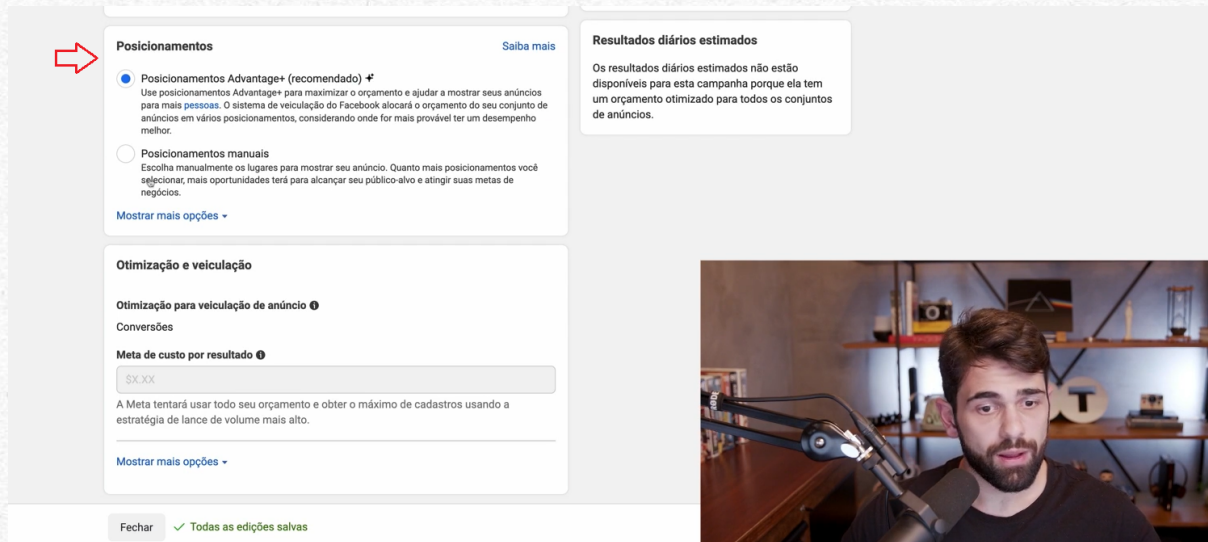
13 Em **"gênero"** determine quem vai receber o seu anúncio e em **"direcionamento detalhado"** escolha mais informações sobre o público-alvo:

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, under 'Adicionar localizações em massa', the 'Idade' is set to 27-55. Below it, 'Gênero' is set to 'Todos os gêneros'. Under 'Direcionamento detalhado', a search bar contains 'propi' and a list of suggestions is shown, including 'Limpeza (cuidados pessoais)', 'Sole proprietorship', 'Propriedade privada', 'Lote (propriedade)', 'Empresa individual (negócios e finanças)', 'Personal property', and 'Mr. Clean'. On the right, a box titled 'Resultados diários estimados' states that results are not available for this campaign. A video inset on the right shows a man speaking into a microphone.

14 Em **"outros interesses"** você pode colocar mais detalhes sobre esse público:

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface. On the left, under 'Adicionar localizações em massa', the 'Idade' is set to 27-55. Below it, 'Gênero' is set to 'Todos os gêneros'. Under 'Direcionamento detalhado', a search bar contains 'propi' and a list of suggestions is shown, including 'Limpeza (cuidados pessoais)', 'Sole proprietorship', 'Propriedade privada', 'Lote (propriedade)', 'Empresa individual (negócios e finanças)', 'Personal property', and 'Mr. Clean'. On the right, a box titled 'Resultados diários estimados' states that results are not available for this campaign. A video inset on the right shows a man speaking into a microphone.

15 Em **"posicionamentos"** selecione a opção **"posicionamentos advantage+"**. Feito isso, clique em **"avançar"**:



Posicionamentos [Saiba mais](#)

- ☒ **Posicionamentos Advantage+ (recomendado) +**
Use posicionamentos Advantage+ para maximizar o orçamento e ajudar a mostrar seus anúncios para mais **pessoas**. O sistema de veiculação do Facebook alocará o orçamento do seu conjunto de anúncios em vários posicionamentos, considerando onde for mais provável ter um desempenho melhor.
- ☐ **Posicionamentos manuais**
Escolha manualmente os lugares para mostrar seu anúncio. Quanto mais posicionamentos você selecionar, mais oportunidades terá para alcançar seu público-alvo e atingir suas metas de negócios.

[Mostrar mais opções](#)

Otimização e veiculação

Otimização para veiculação de anúncio

Conversões

Meta de custo por resultado

\$X.XX

A Meta tentará usar todo seu orçamento e obter o máximo de cadastros usando a estratégia de lance de volume mais alto.

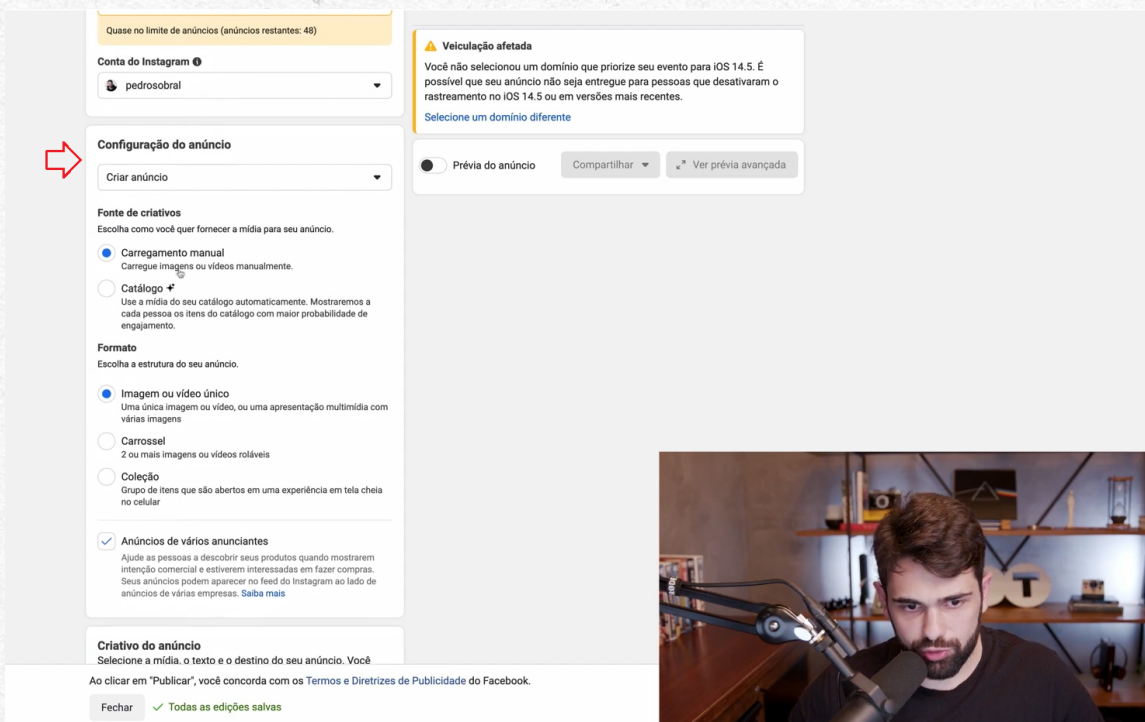
[Mostrar mais opções](#)

[Fechar](#) [Todas as edições salvas](#)

Resultados diários estimados

Os resultados diários estimados não estão disponíveis para esta campanha porque ela tem um orçamento otimizado para todos os conjuntos de anúncios.

16 Agora chegou a hora de configurar o anúncio em **“fonte do criativo”** selecione a opção **“carregamento manual”**:



Quase no limite de anúncios (anúncios restantes: 48)

Conta do Instagram

pedrosobral

Configuração do anúncio

Criar anúncio

Fonte de criativos
Escolha como você quer fornecer a mídia para seu anúncio.

- ☒ **Carregamento manual**
Carregue imagens ou vídeos manualmente.
- ☐ **Catálogo +**
Use a mídia do seu catálogo automaticamente. Mostraremos a cada pessoa os itens do catálogo com maior probabilidade de engajamento.

Formato
Escolha a estrutura do seu anúncio.

- ☒ **Imagem ou vídeo único**
Uma única imagem ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens
- ☐ **Carrossel**
2 ou mais imagens ou vídeos roláveis
- ☐ **Coleção**
Grupo de itens que são abertos em uma experiência em tela cheia no celular

☒ **Anúncios de vários anunciantes**
Ajude as pessoas a descobrir seus produtos quando mostrarem intenção comercial e estiverem interessadas em fazer compras. Seus anúncios podem aparecer no feed do Instagram ao lado de anúncios de várias empresas. [Saiba mais](#)

Criativo do anúncio
Selecione a mídia, o texto e o destino do seu anúncio. Você

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

[Fechar](#) [Todas as edições salvas](#)

Veiculação afetada
Você não selecionou um domínio que priorize seu evento para iOS 14.5. É possível que seu anúncio não seja entregue para pessoas que desativaram o rastreamento no iOS 14.5 ou em versões mais recentes.
[Selecione um domínio diferente](#)

☐ **Prévia do anúncio** [Compartilhar](#) [Ver prévia avançada](#)

17 Na seção **“formato”** selecione a opção **“imagem ou vídeo único”**, como também a opção **“anúncios de vários anunciantes”**:

☐ Catálogo

Use a mídia do seu catálogo automaticamente. Mostraremos a cada pessoa os itens do catálogo com maior probabilidade de engajamento.

Formato

Escolha a estrutura do seu anúncio.

☒ Imagem ou vídeo único

Uma única imagem ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens

☐ Carrossel

2 ou mais imagens ou vídeos roláveis

☐ Coleção

Grupo de itens que são abertos em uma experiência em tela cheia no celular

☒ Anúncios de vários anunciantes

Ajude as pessoas a descobrir seus produtos quando mostrarem intenção comercial e estiverem interessadas em fazer compras. Seus anúncios podem aparecer no feed do Instagram ao lado de anúncios de várias empresas. [Saiba mais](#)

Criativo do anúncio

Selecione a mídia, o texto e o destino do seu anúncio. Você também pode personalizar a mídia e o texto para cada posicionamento. [Saiba mais](#)

*** Mídia**

Adicionar mídia

Criar vídeo

Texto principal

Informe às pessoas sobre o que é o seu anúncio

Título

Escreva um título curto

Descrição

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

Fechar

✓ Todas as edições salvas

Veiculação afetada

Você não selecionou um domínio que priorize seu evento para iOS 14.5. É possível que seu anúncio não seja entregue para pessoas que desativaram o rastreamento no iOS 14.5 ou em versões mais recentes.

[Selecione um domínio diferente](#)

☐ Prévia do anúncio

Compartilhar

Ver prévia avançada

18 Em **“criativo do anúncio”** adicione a mídia do seu anúncio:

Criativo do anúncio

Selecione a mídia, o texto e o destino do seu anúncio. Você também pode personalizar a mídia e o texto para cada posicionamento. [Saiba mais](#)

*** Mídia**

Adicionar mídia

Criar vídeo

Adicionar imagem

Adicionar vídeo se é o seu anúncio

Título

Escreva um título curto

Descrição

Inclua detalhes adicionais

Otimizar texto por pessoa

Ativado

Chamada para ação

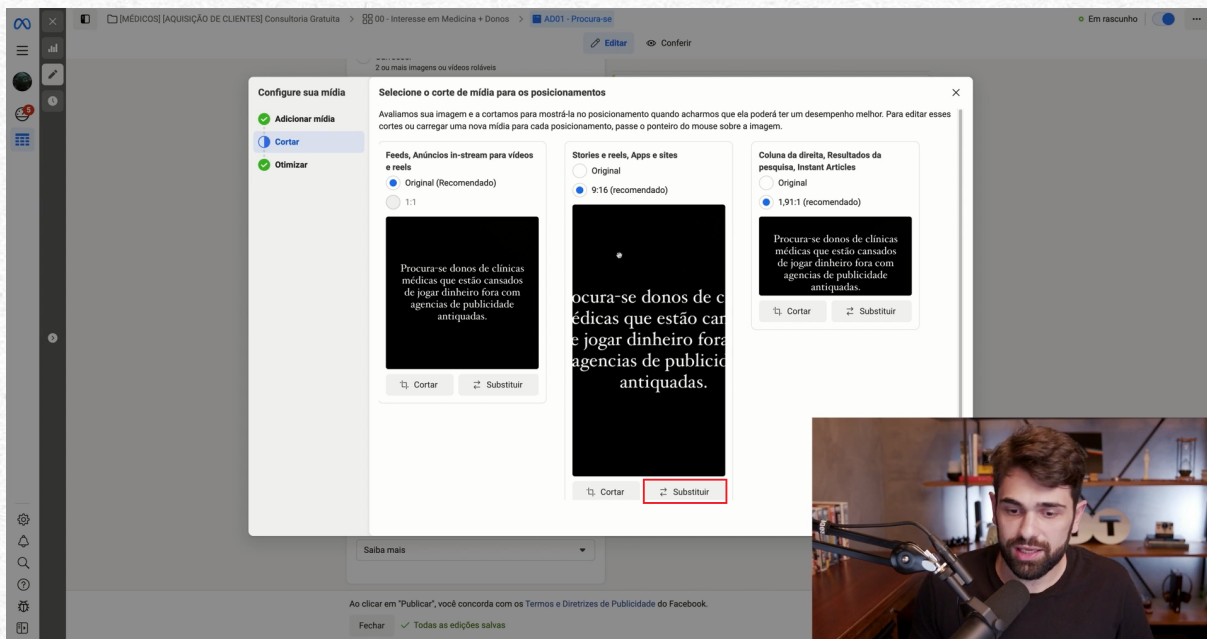
Saiba mais

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

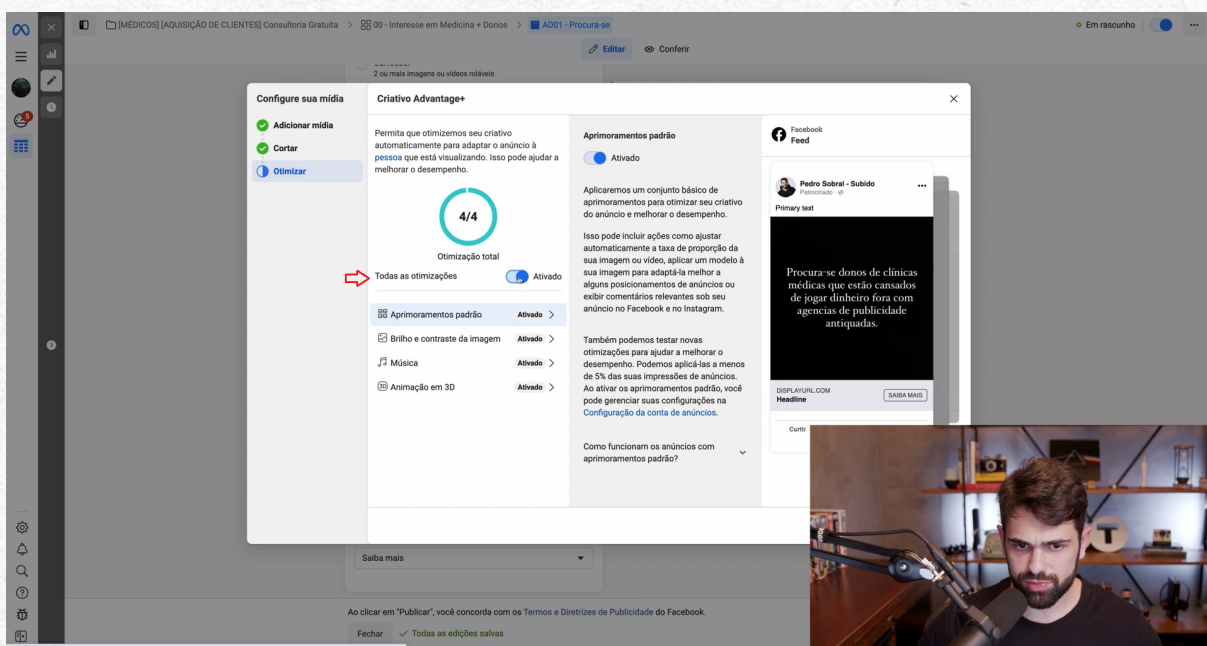
Fechar

✓ Todas as edições salvas

19 Depois de fazer o upload do seu anúncio veja se todos os posicionamentos estão corretos. Caso precise trocar alguma peça, clique em **“substituir”**. Feito isso, clique em **“avançar”**:



20 Recomendo que nesse primeiro momento você **não** ative a opção **“todas as otimizações”**. Em seguida, clique em **“concluído”**:



21 Coloque o texto principal e o título do seu anúncios nas caixas correspondentes:

Criativo Advantagem ✦
Permita que otimizemos seu criativo automaticamente para adaptar o anúncio à [pessoa](#) que está visualizando. Isso pode ajudar a melhorar o desempenho.

0/4
Sem otimização
Editar

Texto principal
Informe às pessoas sobre o que é o seu anúncio

Título
Escreva um título curto

Descrição
Inclua detalhes adicionais

Otimizar texto por pessoa
Desativado

Chamada para ação
Saiba mais

Destino
Escolha para onde direcionar as pessoas imediatamente após elas tocarem ou clicarem no seu anúncio. [Saiba mais](#)

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

Fechar ✓ Todas as edições salvas

Veiculação afetada
Você não selecionou um domínio que priorize seu evento para iOS 14.5. É possível que seu anúncio não seja entregue para pessoas que desativaram o rastreamento no iOS 14.5 ou em versões mais recentes.
[Selecione um domínio diferente](#)

Prévia do anúncio Compartilhar Ver prévia avançada

Facebook Feeds

Pedro Sobral - Subido adicionou uma nova foto. Patrocinado · R\$

Procura-se donos de clínicas médicas que estão cansados de jogar dinheiro fora com agências de publicidade antiquadas.

Pedro Sobral - Subido Publicidade/Marketing SAIBA MAIS

Curtir Comentar Compartilhar

Ver variações

A exibição dos anúncios e a interação com eles podem variar e outros fatores.

22 Você pode colocar textos alternativos em **“adicionar opção de texto”**:

Sem otimização
Editar

Texto principal 2 de 5

Precisa atrair mais pacientes através dos anúncios online?

Agenda agora mesmo uma consultoria 100% individualizada onde vamos te mostrar:

- Como aparecer para as pessoas certas.
- Como fazer anúncios que atraem pacientes compradores.
- Como dominar o topo da pesquisa do Google.
- Como usar um método simples que pode dobrar o seu faturamento.

Clique em "Saiba mais" e agende agora a sua consultoria gratuita.

Não seja mais um médico que passa despercebido entre os pacientes. Junte-se a outros médicos de sucesso que já descobriram a importância de se destacar em um mercado competitivo.

Clique em "Saiba mais" e agende agora a sua consultoria gratuita.

Adicionar opção de texto Sugestões de texto

Título
Escreva um título curto

Descrição
Inclua detalhes adicionais

O texto que você editou para posicionamentos específicos não será substituído pelas alterações feitas aqui.

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

Fechar ○ Confirmando suas edições...

Veiculação afetada
Você não selecionou um domínio que priorize seu evento para iOS 14.5. É possível que seu anúncio não seja entregue para pessoas que desativaram o rastreamento no iOS 14.5 ou em versões mais recentes.
[Selecione um domínio diferente](#)

Prévia do anúncio Compartilhar Ver prévia avançada

Facebook Feeds

Pedro Sobral - Subido adicionou uma nova foto. Patrocinado · R\$

Precisa atrair mais pacientes através dos anúncios online? ...Ver mais

Procura-se donos de clínicas médicas que estão cansados de jogar dinheiro fora com agências de publicidade antiquadas.

Pedro Sobral - Subido Publicidade/Marketing SAIBA MAIS

Curtir Comentar Compartilhar

Ver variações

A exibição dos anúncios e a interação com eles podem variar e outros fatores.

23 Em seguida, coloque o link da página de captura no seu anúncio em **“site”**:

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. On the left, the 'Destination' section has a red arrow pointing to the 'Site' option. Below it, the 'URL do site' field is populated with 'https://pedrosobral.com.br/consultoria/'. The 'Idiomas' section is set to 'Desativado'. The 'Rastreamento' section has 'Eventos do site' checked and a domain selected. A warning about iOS 14.5 is visible. A video inset shows a man speaking into a microphone.

Veiculação afetada
Você não selecionou um domínio que priorize seu evento para iOS 14.5. É possível que seu anúncio não seja entregue para pessoas que desativaram o rastreamento no iOS 14.5 ou em versões mais recentes.
[Selecione um domínio diferente](#)

Idiomas Desativado
Adicione suas próprias traduções ou traduza automaticamente seu anúncio para alcançar pessoas em mais idiomas. [Saiba mais](#)

Rastreamento
Rastreie conjuntos de dados de evento que contenham as conversões que seu anúncio pode motivar. O conjunto de dados que estiver selecionado para a conta de anúncios será rastreado por padrão.
☒ Eventos do site
Selecione um domínio

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

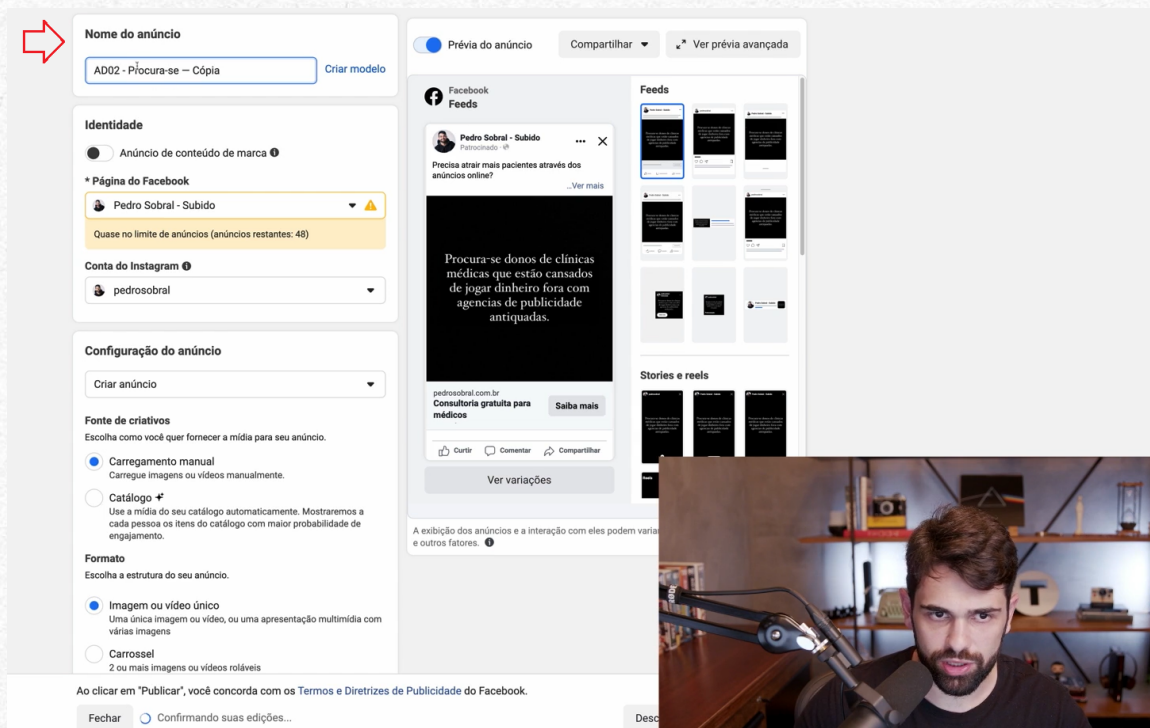
Fechar ☐ Confirmando suas edições...

24 Não ative a opção **“idiomas”** e em **“rastreamento”** selecione o seu domínio:

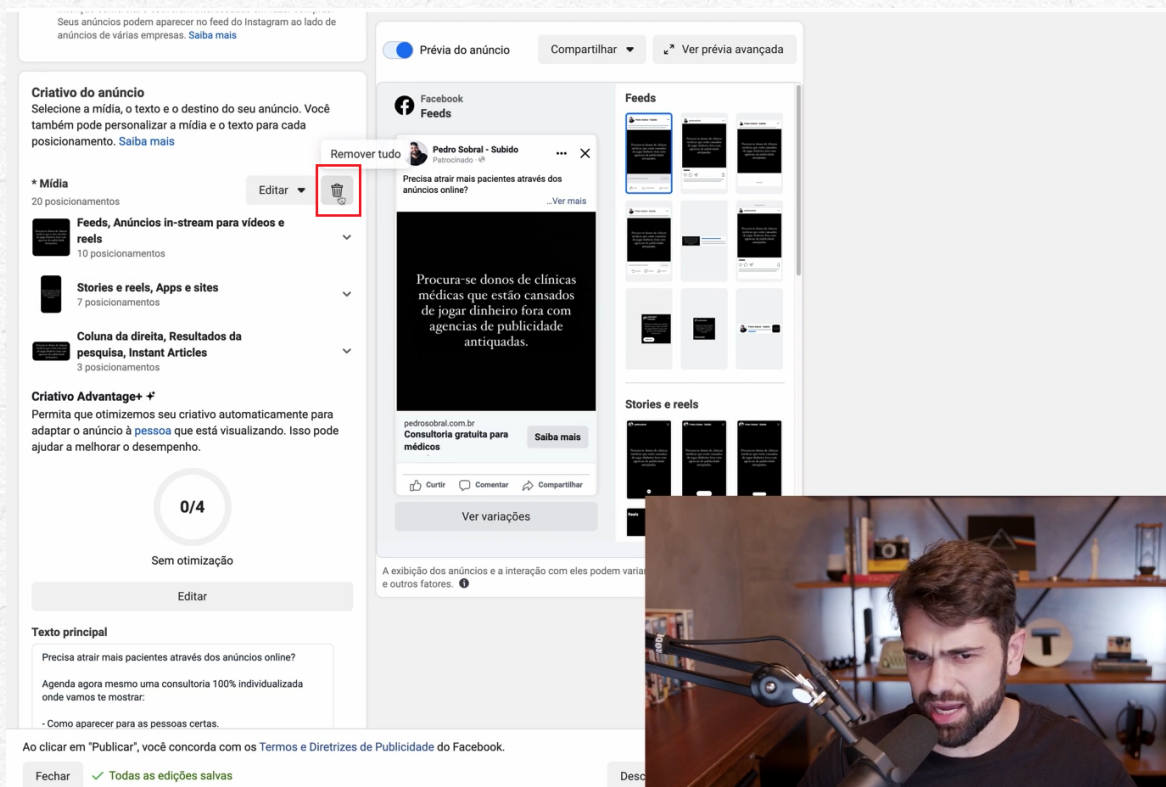
25 E pronto, seu anúncio está criado. Agora, volte ao menu inicial e duplique este anúncio:

Desativar	anúncio	Velocidade ↑	Nome do conjunto de anúncios	Estratégia de lance	Orçamento	Edição significativa mais recente	Resultados	Alcance	Impressões
<input checked="" type="checkbox"/>	AD01 - Procura-se	Em rascunho	00 - Interesse em Medicina + Donos	Volume mais alto	Usando orçame...	---	---	---	---
Resultados de 1 anúncio							---	---	---

26 Altere o nome deste anúncio duplicado e inicie as demais configurações:



27 Descarte as peças inseridas no seu anúncio e substitua por novas peças:



28 Feito isso, volte ao menu principal, duplique este anúncio e refaça esse processo pelo menos 6 vezes.

Fechou? Coloque sua campanha para rodar, veja o que funciona e o que não funciona, otimize seus resultados e alcance o maior número de pessoas possível. Caso precise, leia este material quantas vezes quiser, só não deixe de colocar em prática tudo o que aprendeu agora.

Tamo junto!