

13.9

COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

MATERIAL EXTRA

Curso Subido de Prospecção



@pedrosobral

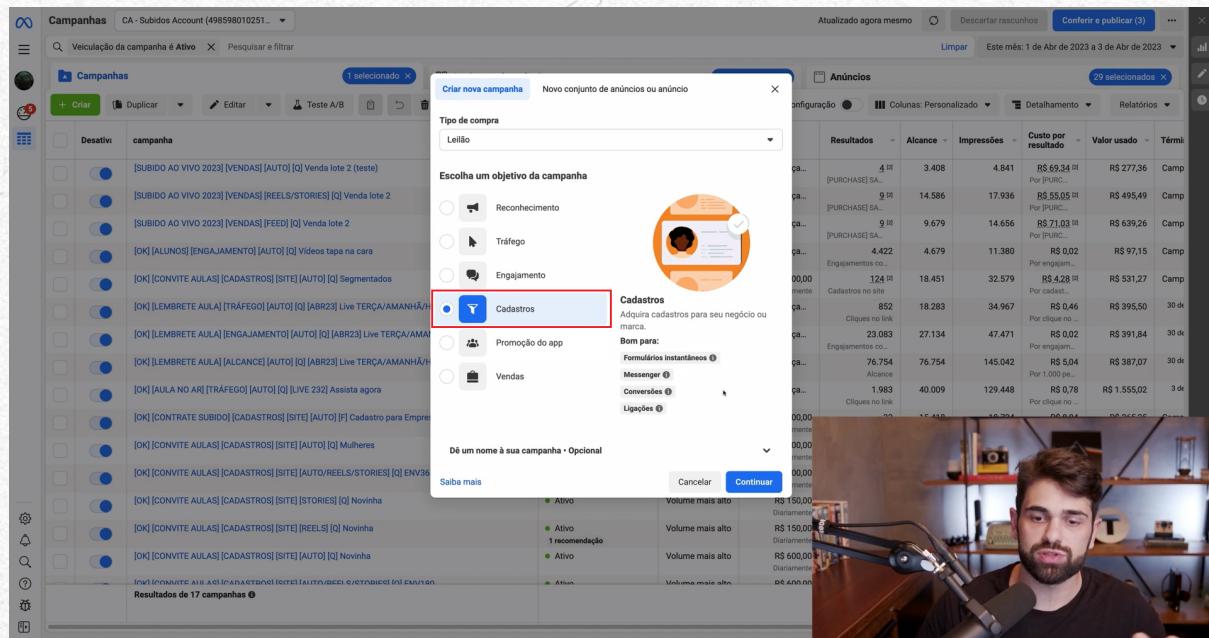


pedrosobral.com.br

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”**:



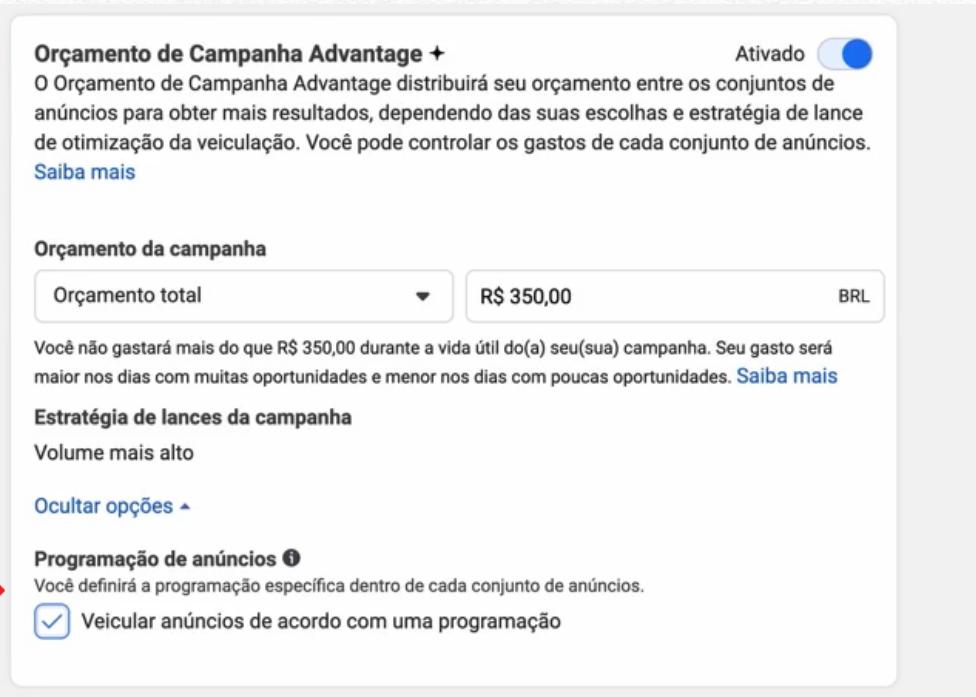
02 Na sequência dê um nome para sua campanha na seção **“dê um nome para sua campanha”**, como também para seu conjunto de anúncios e para o seu anúncio. Feito isso, clique em **“continuar”**:

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, a list of existing campaigns is visible. In the center, a modal window titled 'Criar nova campanha' (Create new campaign) is open, showing various campaign objectives: Reconhecimento, Tráfego, Engajamento, Cadastros (selected), Promoção do app, and Vendas. Below these objectives is a red box highlighting the input field 'Dê um nome à sua campanha - Opcional' (Give your campaign a name - Optional). To the right of the modal is a table titled 'Anúncios' (Ads) showing performance metrics for different ads. On the far right, a video player shows a man with a beard speaking into a microphone.

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**”:

The screenshot shows the 'Budget' section of a campaign configuration. It includes a 'Teste A/B' (A/B Test) toggle, a note about experimenting with different ad elements, and a 'Orçamento de Campanha Advantage +' section with an 'Ativado' (Enabled) toggle. A red arrow points to the 'Orçamento da campanha' dropdown, which is set to 'Orçamento diário' (Daily budget) with a value of 'R\$ 20,00'. Below this, two options are shown: 'Orçamento diário' (selected) and 'Orçamento total' (Total budget). A tooltip for 'Orçamento total' says 'Renomeamos nossas opções de estratégia de lance para deixá-las mais fáceis de entender e comparar.' (We renamed our bidding strategy options to make them easier to understand and compare.) At the bottom, there are buttons for 'Fechar' (Close) and 'Mostrar mais opções' (Show more options). To the right of the modal, a video player shows a man with a beard speaking into a microphone.

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

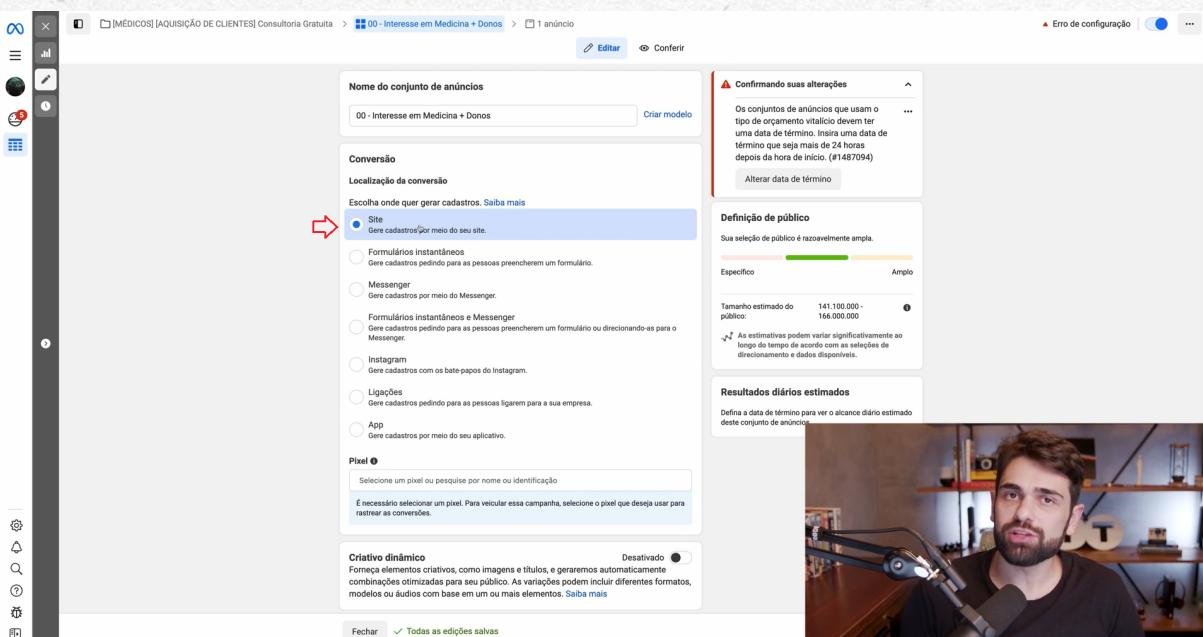
Ocultar opções

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

Conversão: Site (radio button selected)

Localização da conversão:

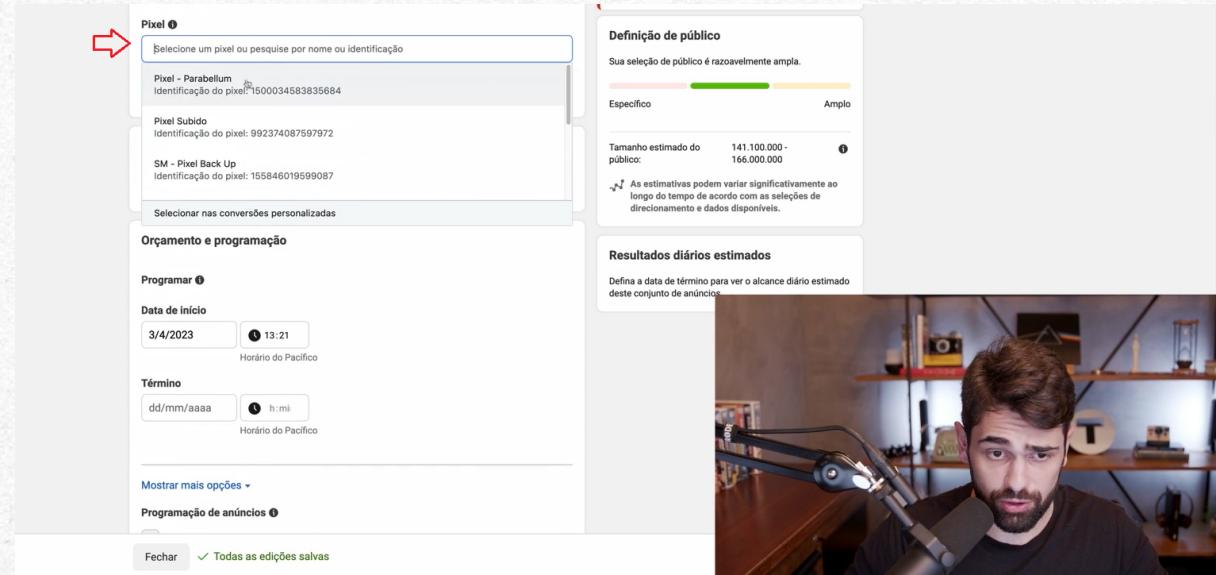
- Formulários instantâneos
- Messenger
- Formulários instantâneos e Messenger
- Instagram
- Ligações
- App

Pixel: Selecionar um pixel ou pesquisar por nome ou identificação

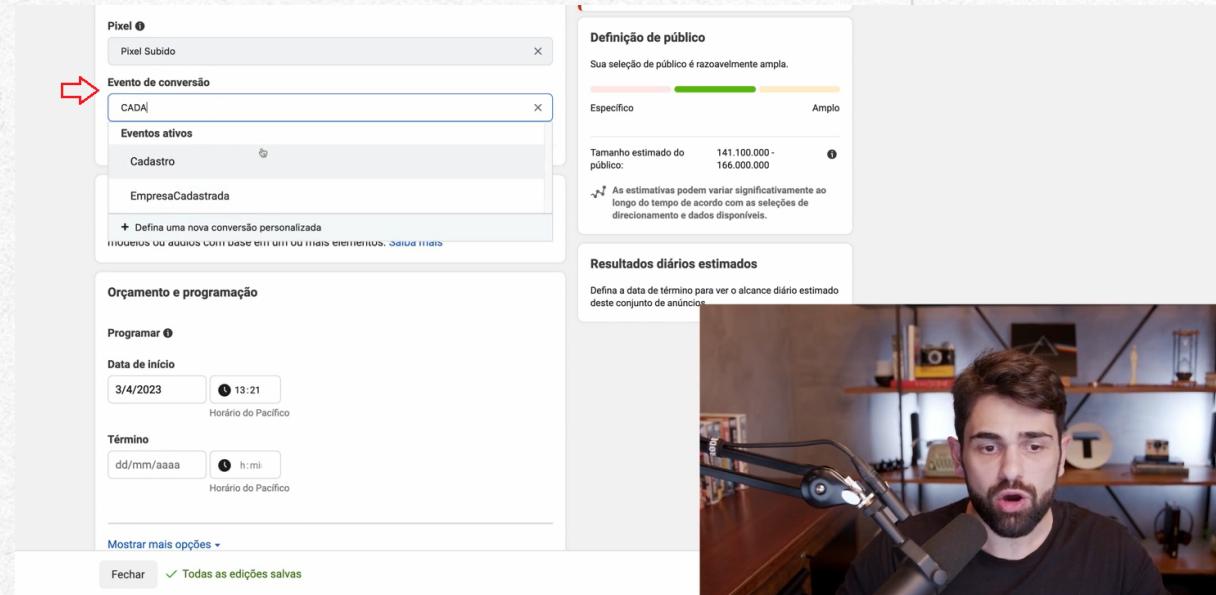
Definição de público: Sua seleção de público é razoavelmente ampla.

Resultados diários estimados: Definir a data de término para ver o alcance diário estimado deste conjunto de anúncios.

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



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



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

Pixel: pixel Subido
Evento de conversão: Cadastro
Criativo dinâmico: Desativado
Orçamento e programação
Data de início: 3/4/2023 13:21 Horário do Pacífico
Término: 3/4/2023 17:00 Segunda 00h00 3h00 6h00 9h00 12h00 15h00 18h00 21h00

Definição de público: Sua seleção de público é razoavelmente ampla.
Tamanho estimado do público: 141.100.000 - 166.000.000

Resultados diários estimados: Defina a data de término para ver o alcance diário estimado deste conjunto de anúncios.

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

Mostrar mais opções
Programação de anúncios
✓ Veicular anúncios de acordo com uma programação
Usar o fuso horário do visualizador
Vamos programar seus anúncios com base no fuso horário da pessoa que vai vê-los. Por exemplo, se você selecionar das 8h00 às 17h00, mostraremos seus anúncios para as pessoas somente das 8h00 às 17h00 no horário local das.

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

Horas programadas

Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais
Criar novo público Usar público salvo

Públicos personalizados
Criar novo Pesquisar públicos existentes Excluir

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

Pesquisar públicos existentes

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**”:

Red arrow pointing to the location selection section.

*** 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:

Red arrow pointing to the age selection dropdown.

Idade

18 65+

21
 22
 23
 24
 25
 26
 27
 28

Excluir

18 anos limitará suas opções de direcionamento a idade e algumas
icos, interesses ou comportamento Sugestões Procurar

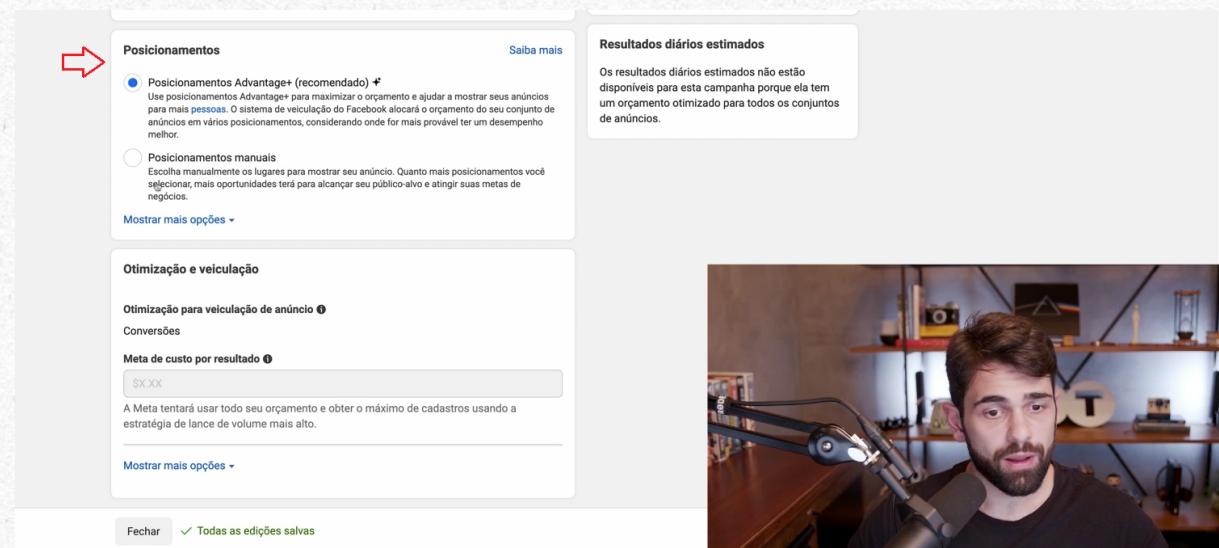
ios além dos seus públicos para o objetivo selecionado
e melhorar o desempenho. Saiba mais.

Idiomas
Todos os idiomas

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

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

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



Posicionamentos

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

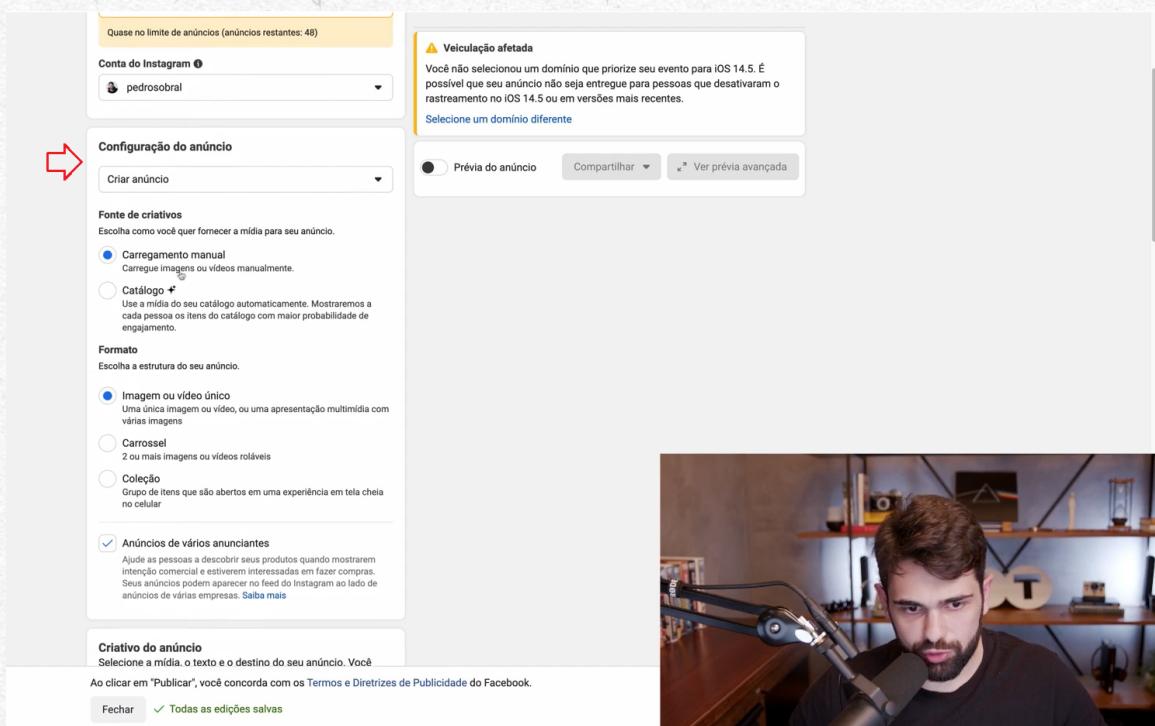
Meta de custo por resultado A Meta tentará usar todo seu orçamento e obter o máximo de cadastros usando a estratégia de lance de volume mais alto.

[Mostrar mais opções](#)

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



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



Conta do Instagram

Configuração do anúncio

Fonte de criativos

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

Imagen 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

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



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.

- Imagen 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
Inclua detalhes adicionais

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

[Fechar](#) Todas as edições salvas

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 É o seu anúncio

Adicionar vídeo

Título
Escreva um título curto

Descrição
Inclua detalhes adicionais

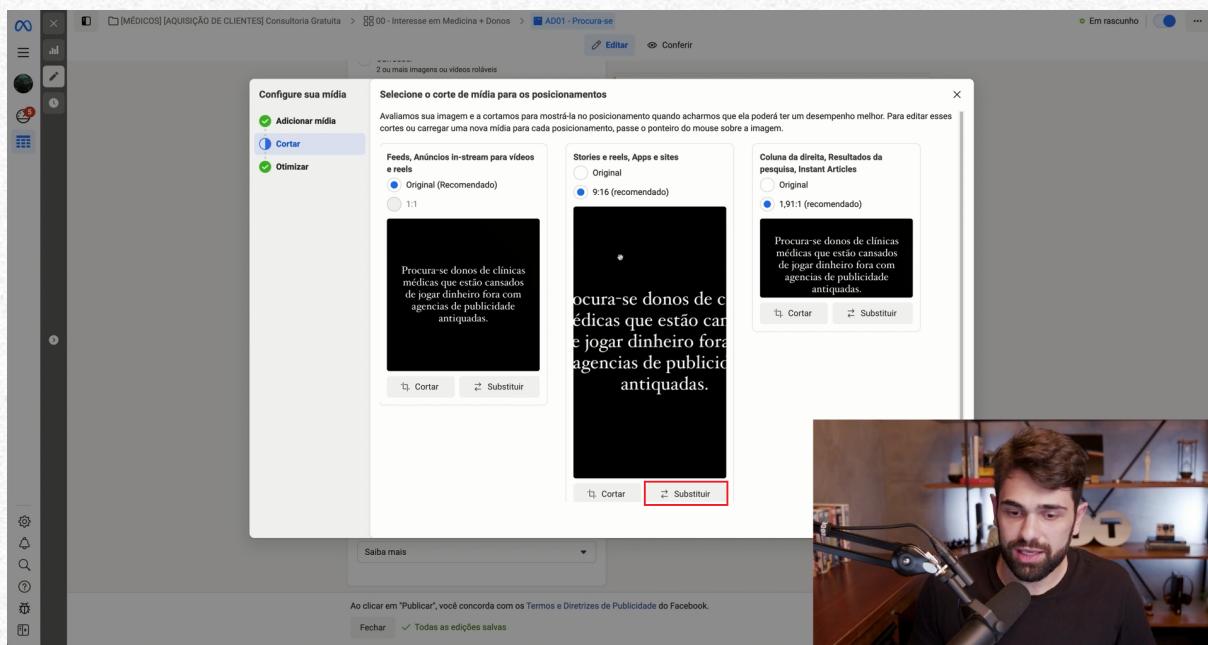
Otimizar texto por pessoa
Ativado

Chamada para ação [Saiba mais](#)

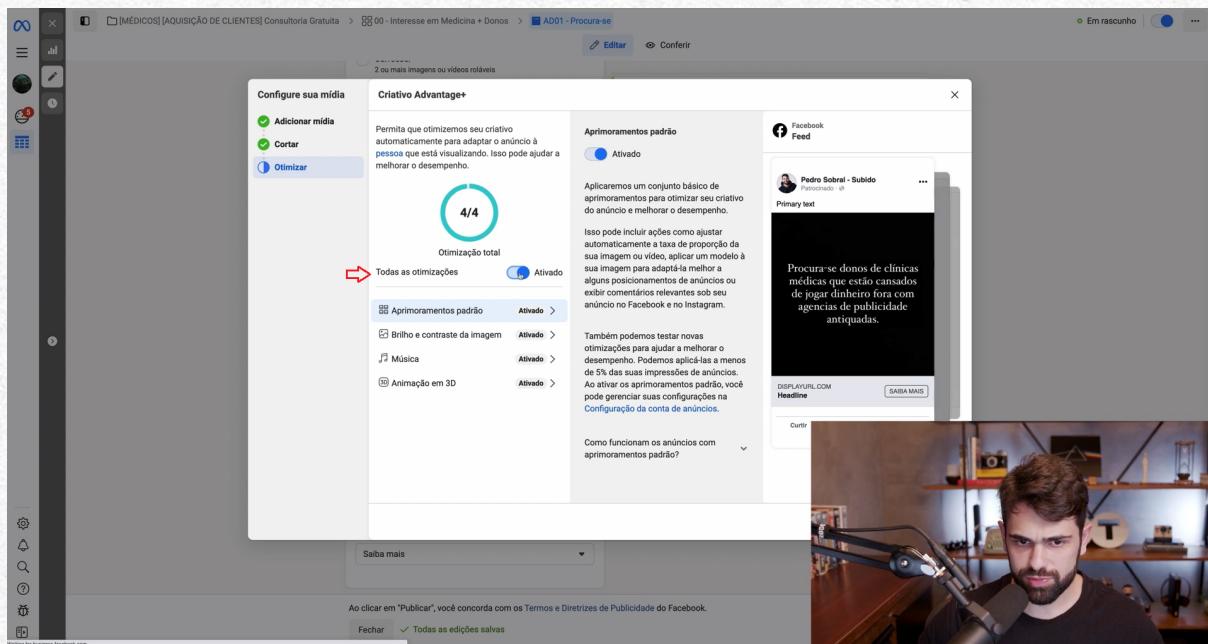
Ao clicar em "Publicar", você concorda com os [Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook](#).

[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**”:



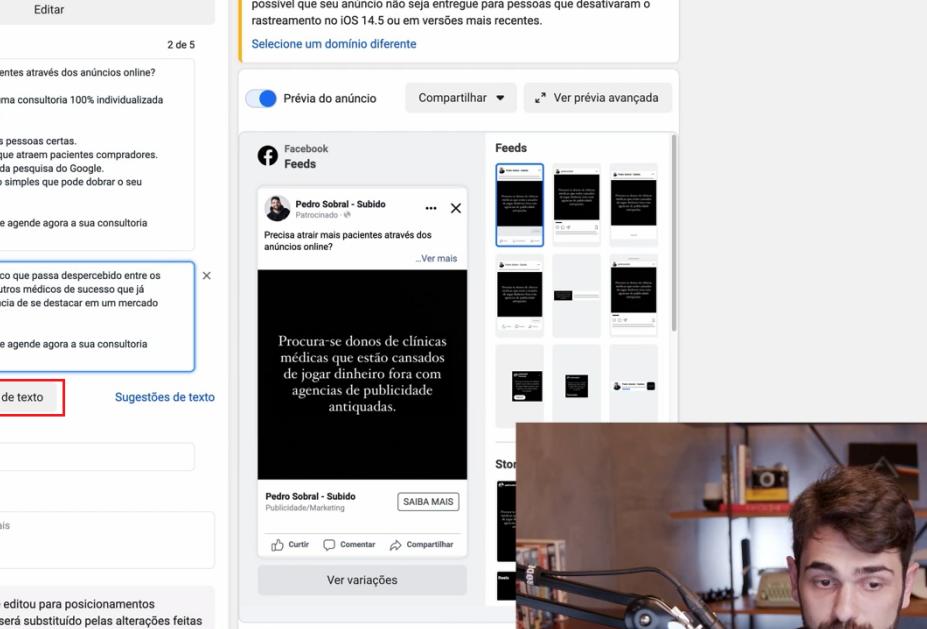
20 Recomendo que nesse primeiro momento você **não** ative a opção **“todas as otimizações”**. Em seguida, clique em **“concluído”**:



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

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. A red arrow points to the 'Text principal' (Main text) input field, which is empty. The 'Destino' (Destination) section at the bottom is also empty. A yellow warning box at the top right states: 'Veiculação afetada' (Delivery affected) and '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.' (You did not select a domain that prioritizes your event for iOS 14.5. It's possible that your ad won't be delivered to people who have disabled tracking on iOS 14.5 or later versions.). Below this, a button says 'Selecione um domínio diferente' (Select a different domain). The main area shows a preview of a Facebook post from 'Pedro Sobral - Subido' with the caption 'adicionou uma nova foto.' (added a new photo). The post is set to 'Facebook Feeds'. The preview includes a 'Ver variações' (View variations) button. At the bottom, a note says 'A exibição dos anúncios e a interação com eles podem variar de acordo com o dispositivo, a rede de publicidade e outros fatores.' (The display of ads and interactions with them may vary depending on the device, the advertising network, and other factors.).

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



The image shows a split-screen view. On the left, a screenshot of the Facebook Ad Creation interface is displayed. It shows a text-based ad with the following content:

Text 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.

Descrição (1 de 1):

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.

Opções de texto (1 de 1):

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

Opção de texto (1 de 1):

Adicionar opção de texto

Sugestões de texto (1 de 1):

Ver mais

Opção de texto (1 de 1):

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

Opção de texto (1 de 1):

Pedro Sobral - Subido
Publicidade/Marketing

Opção de texto (1 de 1):

SAIBA MAIS

Opção de texto (1 de 1):

Curtir Comentar Compartilhar

Opção de texto (1 de 1):

Ver variações

Opção de texto (1 de 1):

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

Opção de texto (1 de 1):

Ao clicar em "Publicar", você concorda com os Termos e Diretrizes de Publicidade do Facebook.

Opção de texto (1 de 1):

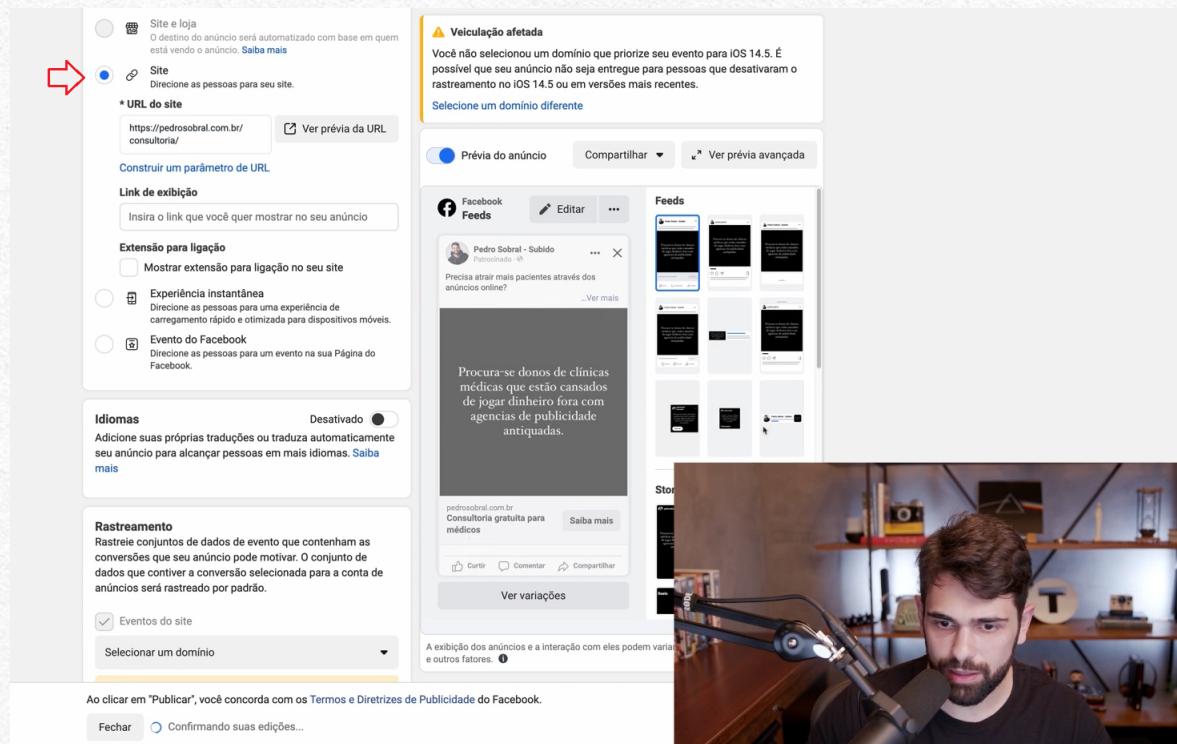
Fechar

Opção de texto (1 de 1):

Confirmando suas edições...

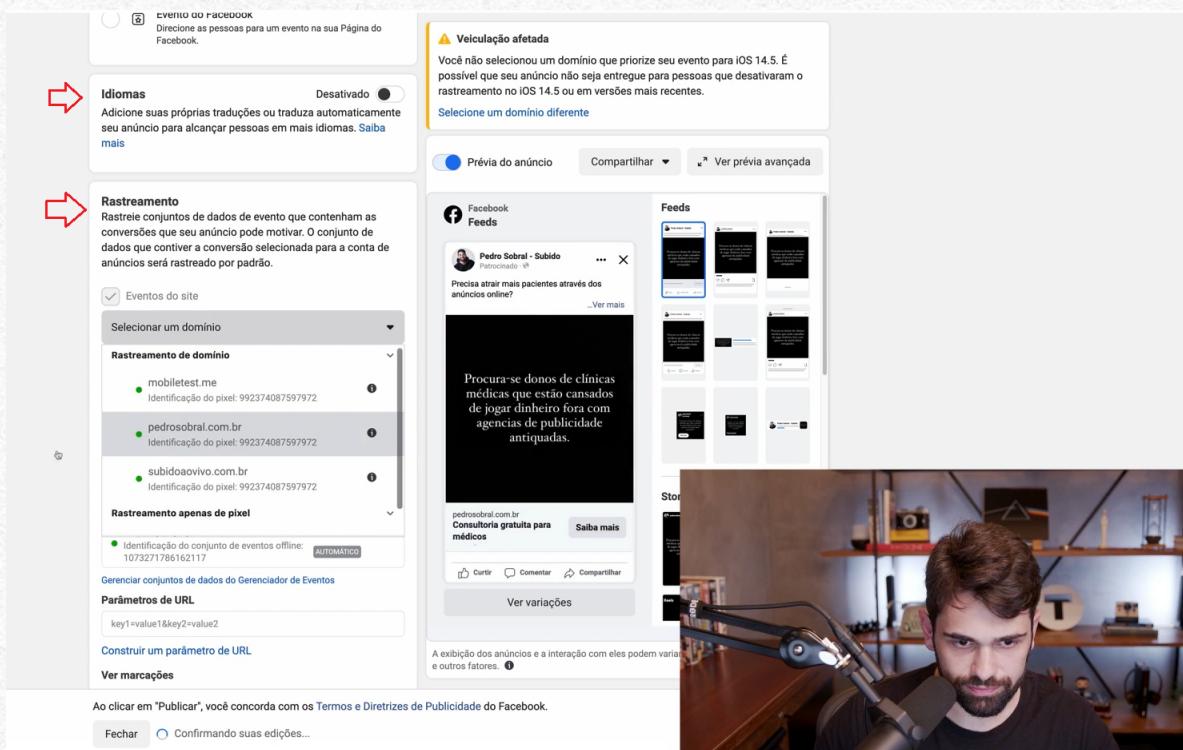
The right side of the image shows a man with a beard and brown hair, wearing a black t-shirt, speaking into a professional microphone. He is positioned in front of a bookshelf containing various items, including books, a camera, and decorative objects.

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

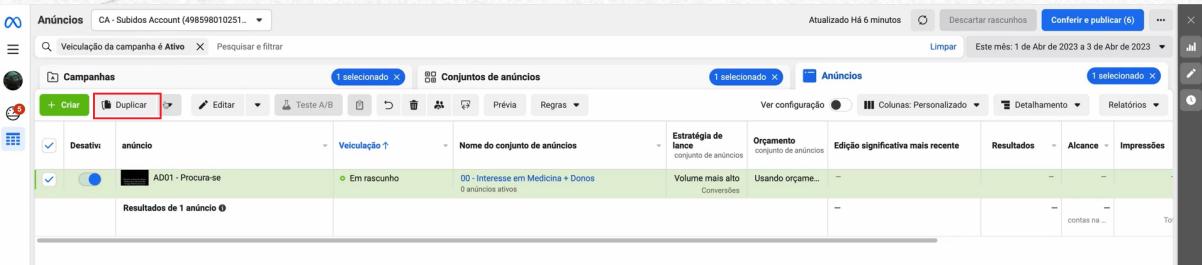


The screenshot shows the Facebook Ad creation interface. On the left, there's a sidebar with options like 'Site e loja' (selected), 'Site', 'URL do site' (with a URL entered: <https://pedrosobral.com.br/consultoria/>), 'Link de exibição' (with a placeholder 'Insira o link que você quer mostrar no seu anúncio'), 'Extensão para ligação' (unchecked), 'Experiência instantânea' (unchecked), 'Evento do Facebook' (unchecked), 'Idiomas' (disabled), and 'Rastreamento' (checked with 'Eventos do site'). A red arrow points to the 'Site' radio button. On the right, a preview window shows a Facebook post from 'Pedro Sobral - Subido' with the text: 'Precisa atrair mais pacientes através dos anúncios online?'. Below the preview is a video frame showing a man with a beard speaking into a microphone.

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:



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!