

# Curso **SUBIDO** DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

**MÓDULO - Google Tag Manager (GTM)**

**API na prática**

# SUMÁRIO



---

00'10"

Introdução

Cap. 1

Pág. 2

---

01'25"

API na prática

Cap. 2

Pág. 2

---

1



00'10"

## Introdução

**Neste material, você encontra um método novo, atualizado e muito mais fácil para que você consiga executar a API de conversões em seus clientes.**

**Tudo será criado do zero e todo o checklist será feito.** Além disso, você vai perceber que site, domínio e URL são diferentes porque eu criei tudo novo, mesmo.

Para aprender tudo na prática, continue a leitura!

2



01'25"

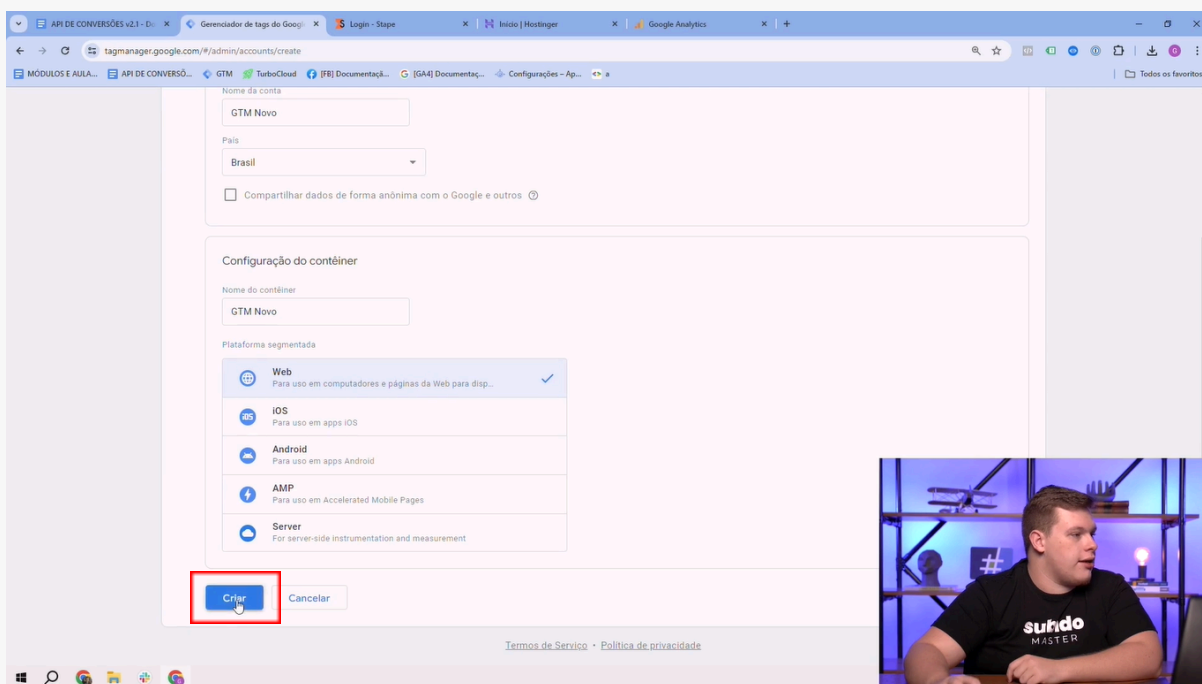
## API na prática

Acompanhe este passo a passo.

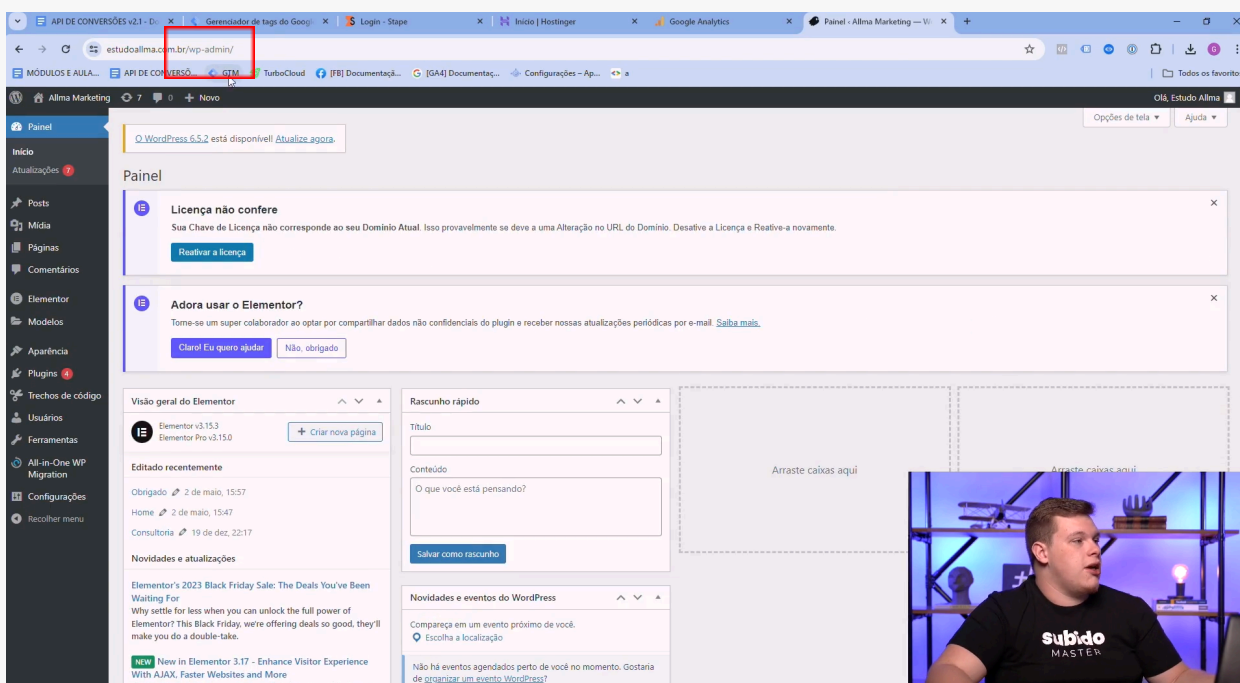
### ----- PASSO A PASSO -----

**01.** A primeira coisa que a gente vai fazer é criar uma conta no GTM.



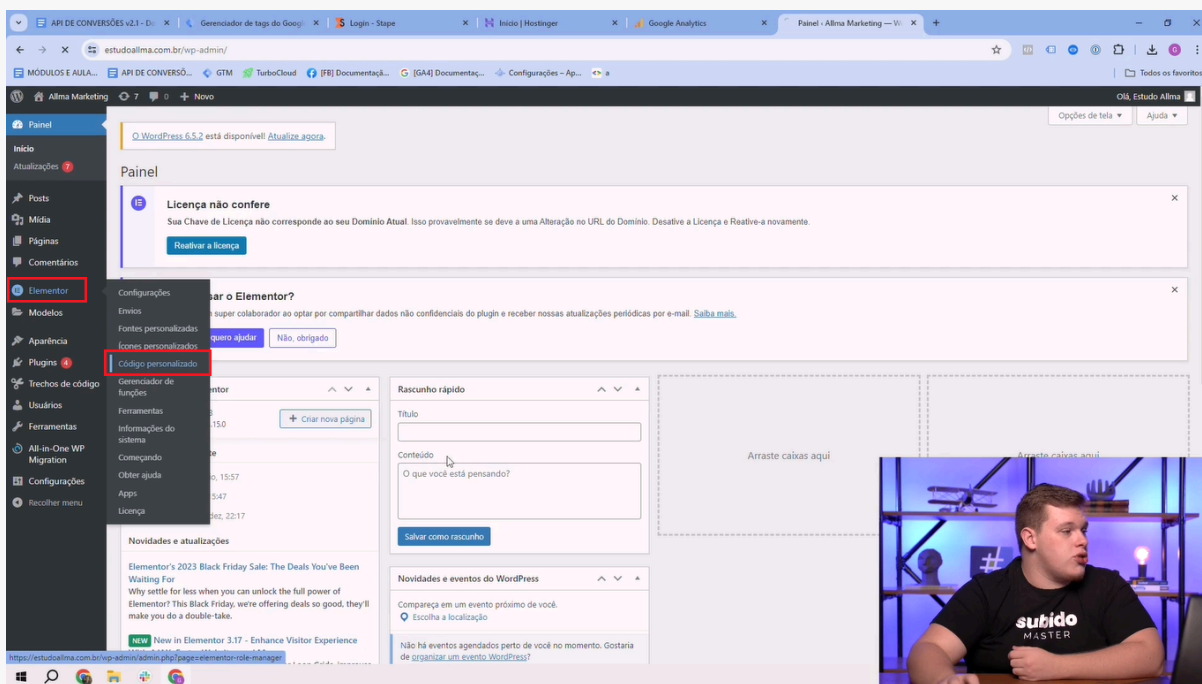


**02.** Depois, a gente vai entrar em nosso site. Insira **“wp-admin”** para fazer o login no WordPress e acesse.

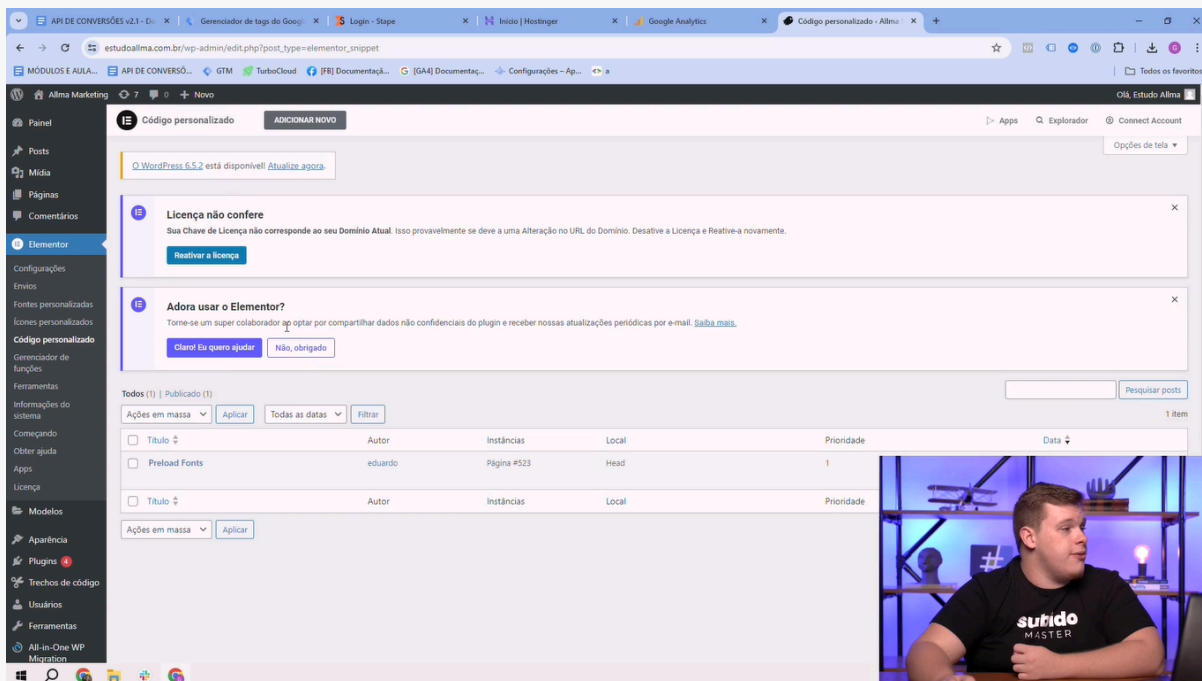


**03.** Para instalar o GTM, a gente vai em **“Elementor”** e, em seguida, em **“Código personalizado”**.



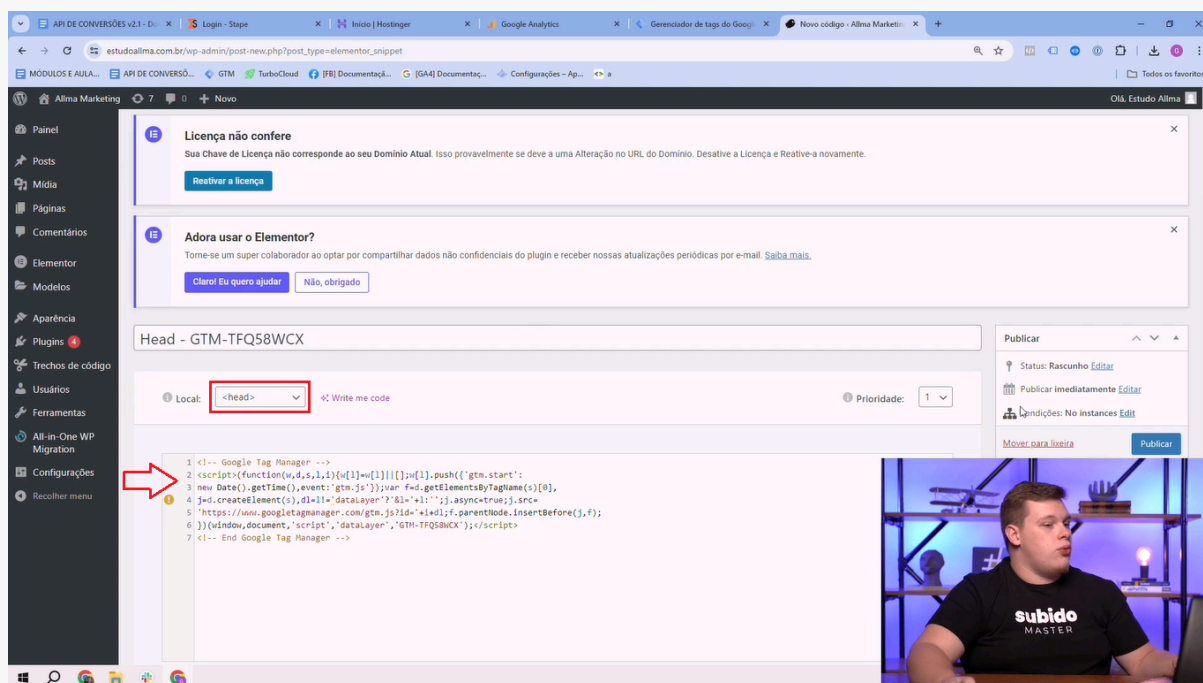


Veja que a gente ainda não tem nada porque vamos criar do zero.

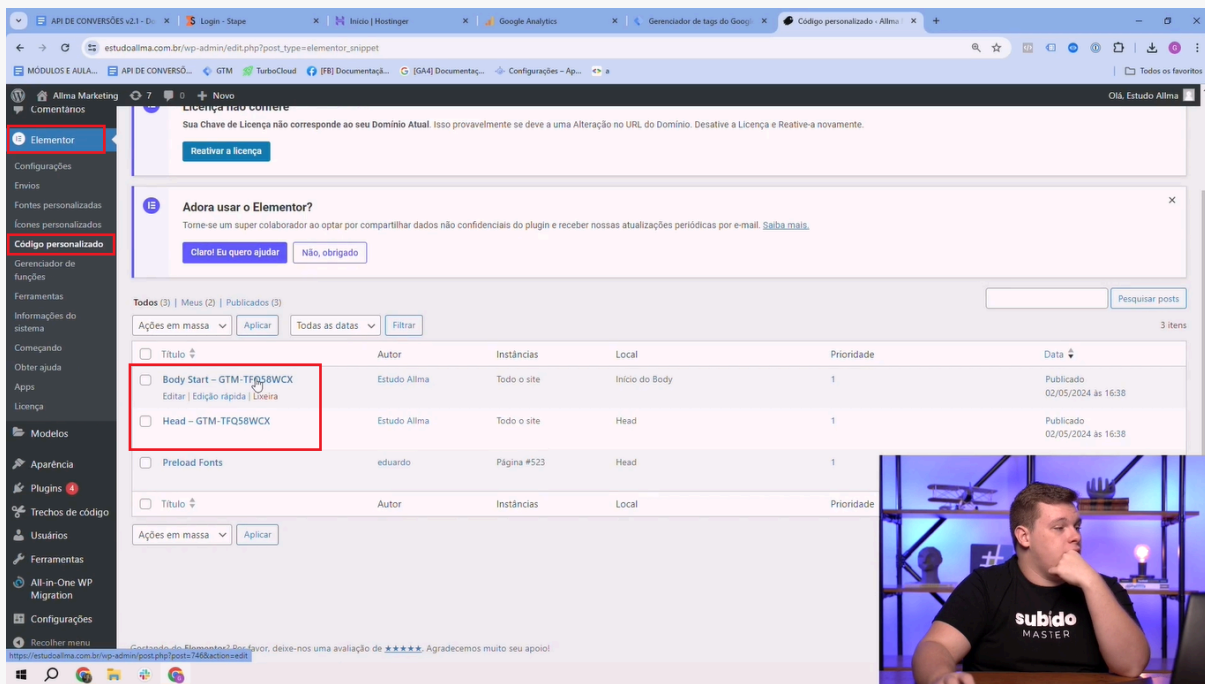


**04.** Então, a gente vai clicar em **“Adicionar novo”** para instalar os códigos.

Primeiro, a gente vai instalar o código da head. Para isso, copia o código no GTM e cola no espaço indicado. Não esqueça de dar o título.



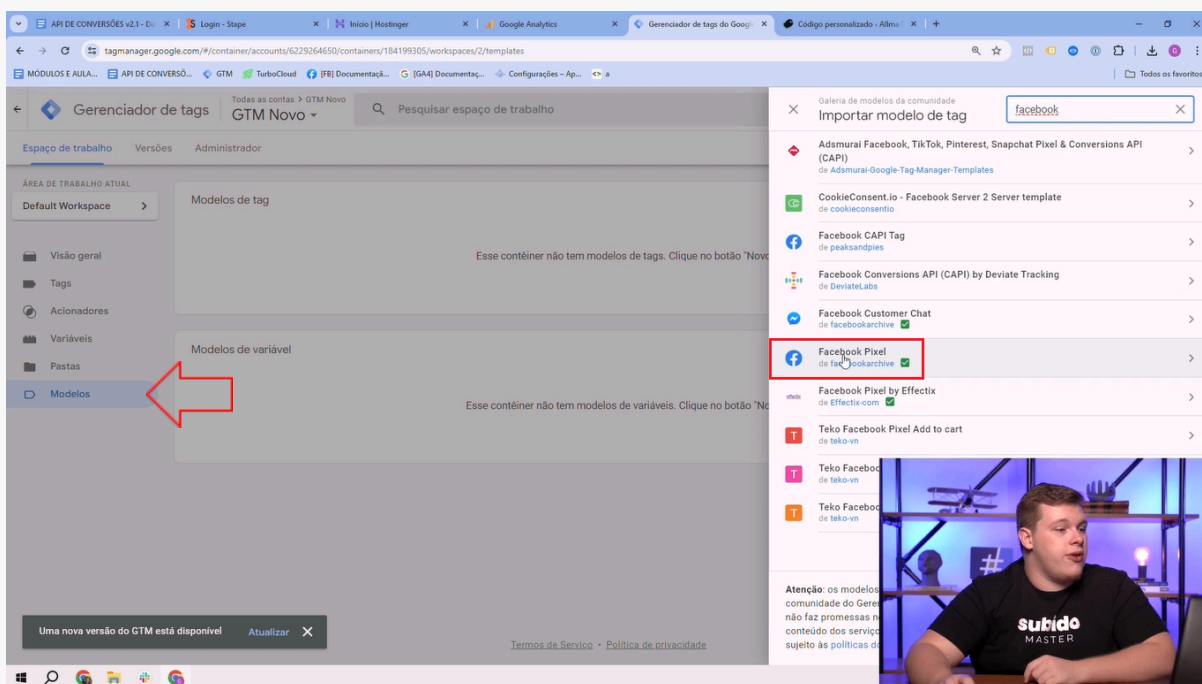
**05.** Em seguida, a gente vai em **“Adicionar novo”** para instalar o código do body start. O processo é o mesmo da instalação da head. Para conferir se está tudo instalado, volta em **“Elementor”**, em **“Código personalizado”**.



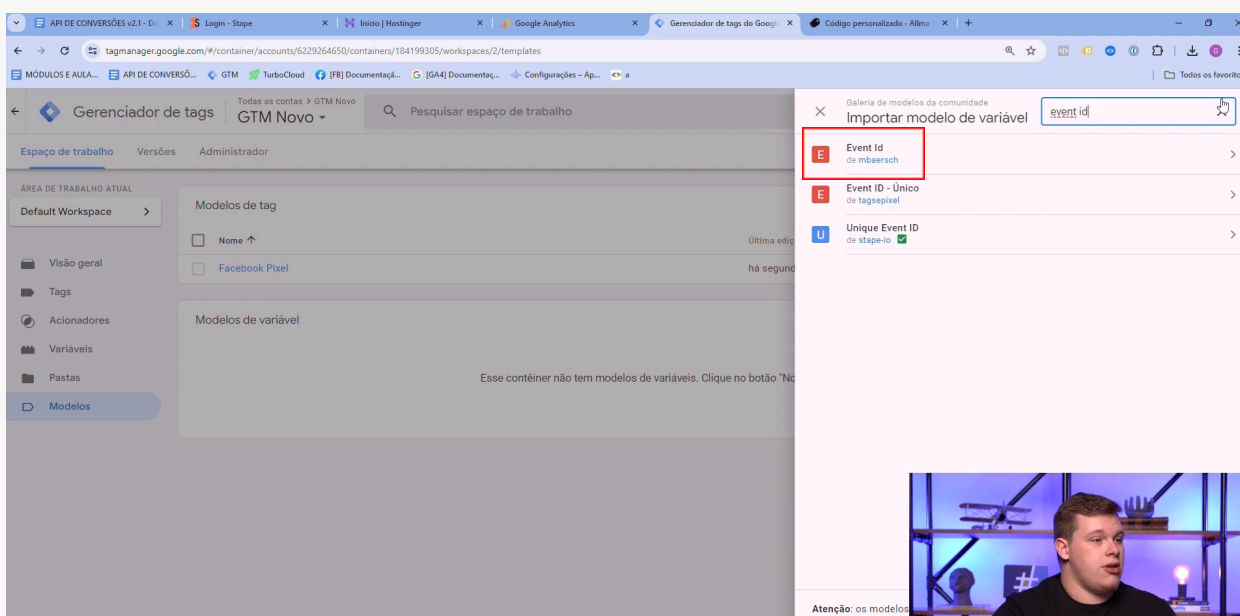
Com o GTM instalado, agora a gente parte para a criação de todas as tags. Então, **as primeiras funções que a gente tem que executar são: instalar o modelo de tag do Facebook pixel e instalar o modelo da variável do Event ID.**

**06.** Para isso, a gente começa sempre por **“Modelos”** e instalamos um por um. A gente pesquisa por modelo de tag na galeria e faz a busca por **“Facebook”**. Selecionamos o modelo e adicionamos ao espaço de trabalho.

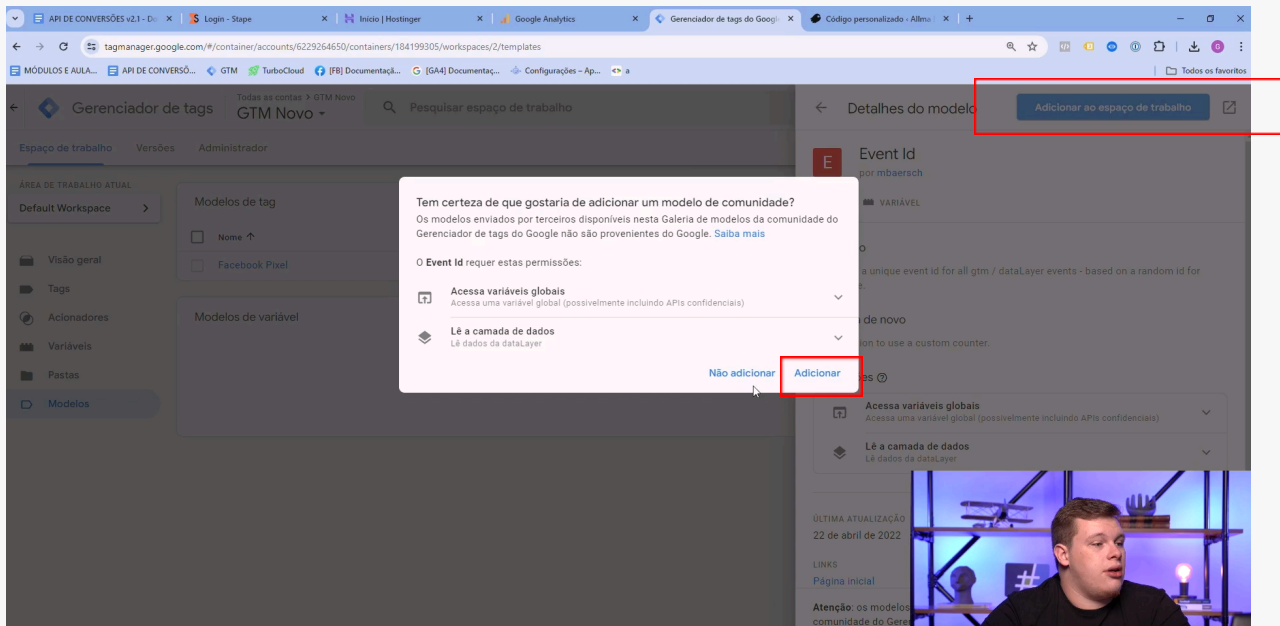




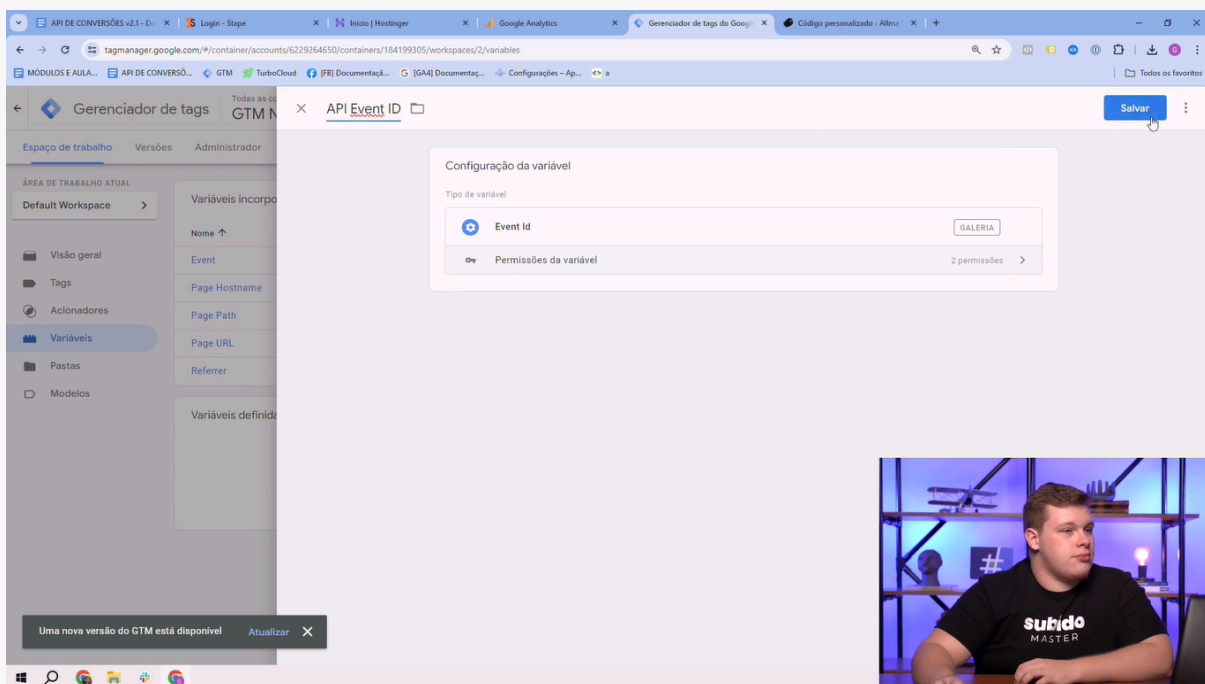
**07.** Depois, clicamos em **“Modelos de variáveis”** para importar o modelo de Event ID, fazendo a busca assim como foi feito com o modelo de tag.



**08.** Clique em **“Adicionar ao espaço de trabalho”** e em **“Adicionar”**.

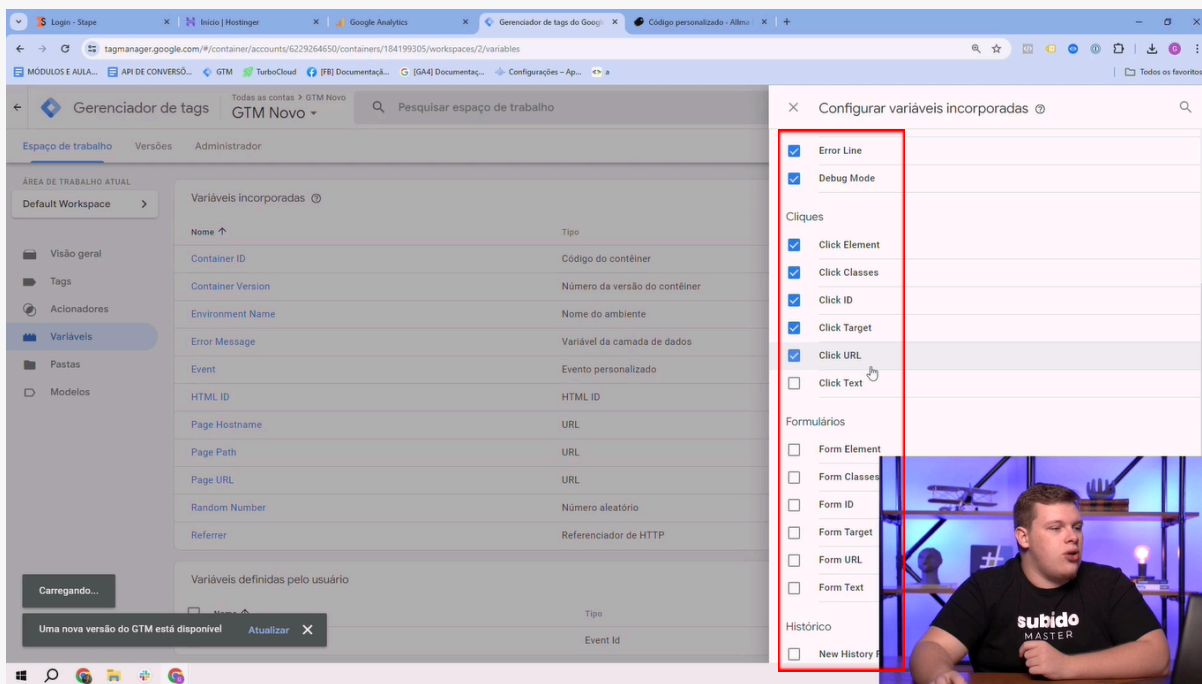


**09.** O próximo passo é criar a variável API Event ID por esse modelo de tag que acabamos de importar. Então, vamos em **“Variáveis”** para, em **“Variáveis definidas pelo usuário”**, fazer a criação.



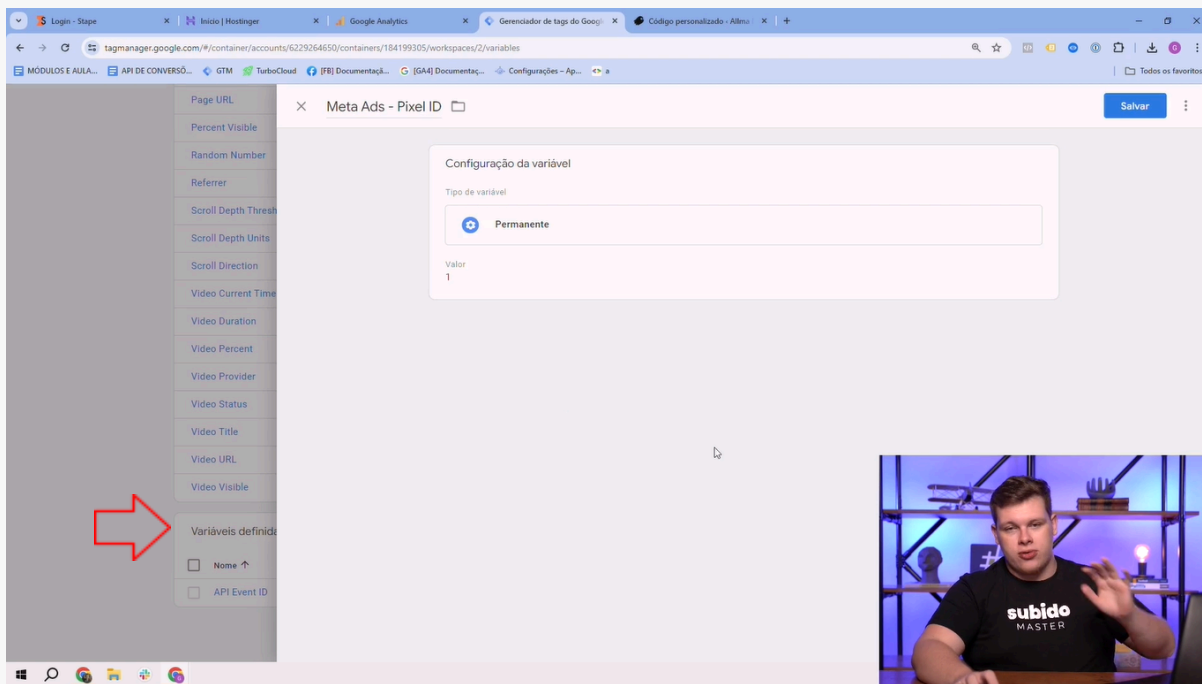
Com essa parte finalizada, vamos criar as nossas variáveis permanentes para instalação das tags. Então, vamos criar: *Meta Ads - Pixel ID*, *Google Ads - Tag ID*, *Google Ads - Lead*, *Google Ads - Contact* e *GA4*.

10. Mas, antes disso, uma coisa que eu gosto de fazer é selecionar todas as variáveis incorporadas para que a gente tenha uma grande variedade de possibilidades de uso dos nossos acionadores.



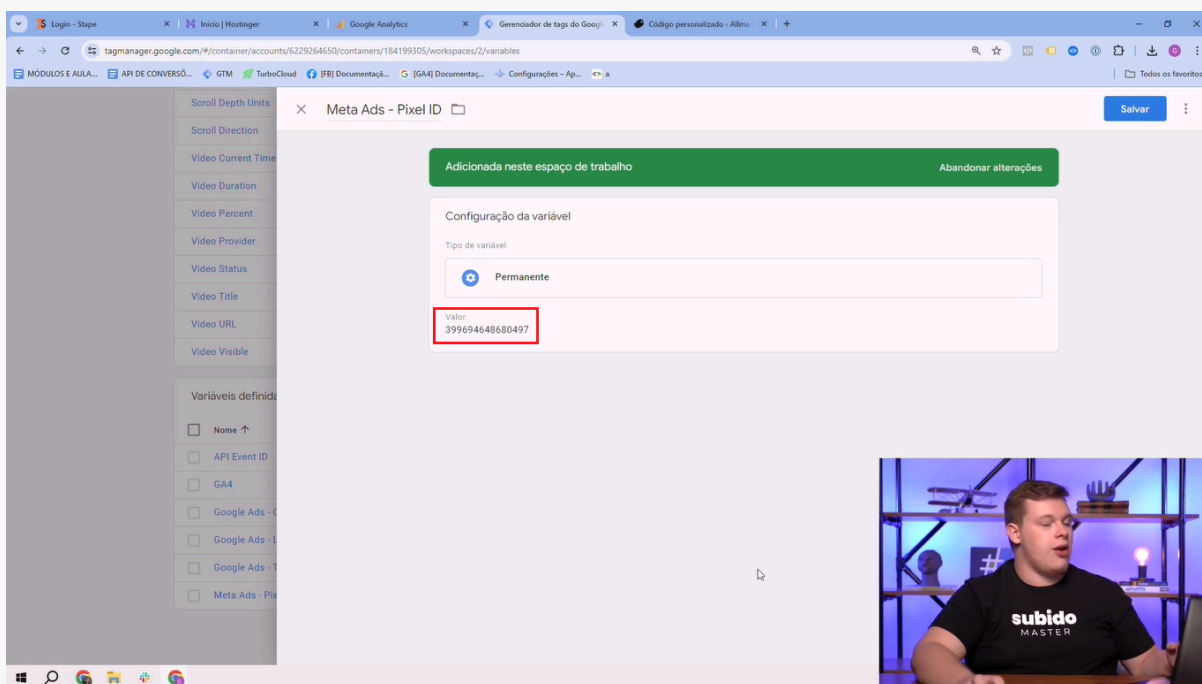
11. Em “**Variáveis**”, vamos em “**Variáveis definidas pelo usuário**” para criar as cinco que citei anteriormente.





O processo de criação de todas é igual. Você vai perceber que coloquei valor 1, mas isso será atualizado posteriormente.

12. Com as variáveis criadas, vamos pegar todos os códigos que vamos querer disparar e vamos preencher nessas tags.



Esse ID, que inserimos em **“Valor”**, é exatamente o código do pixel.

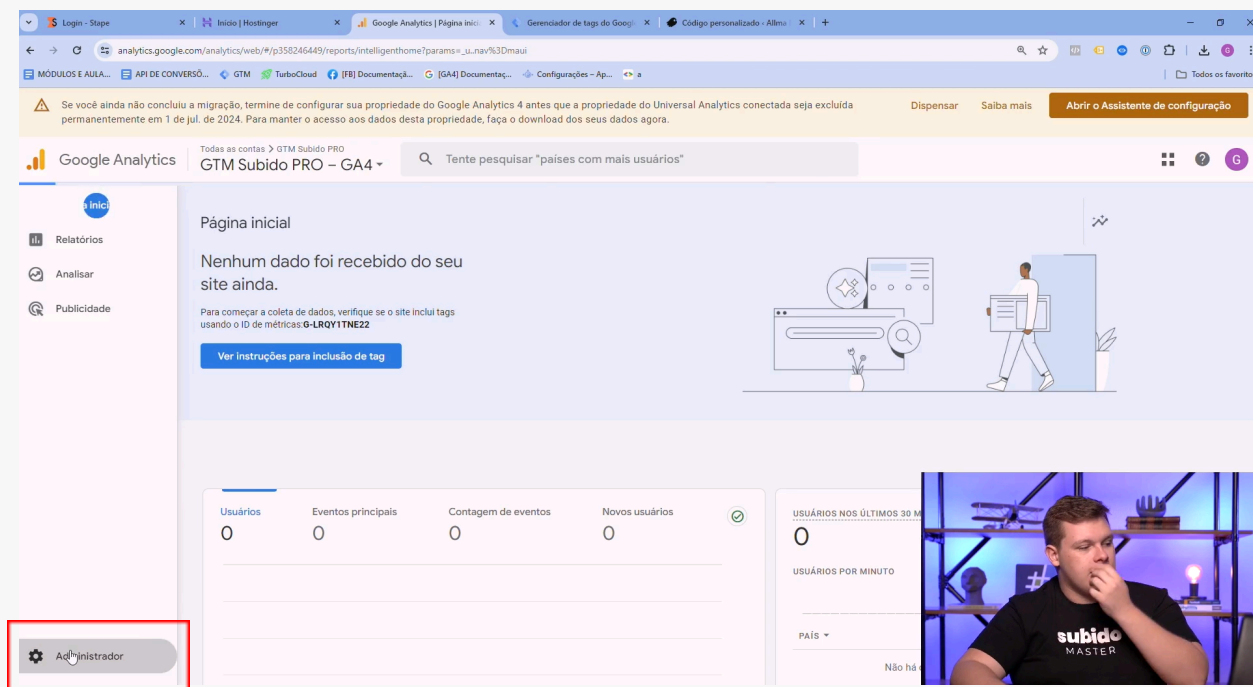
**Para o Tag ID, a mesma coisa.** A gente vai criar uma conversão e vamos ter um rótulo e um ID. O ID é o mesmo para tudo naquela conta, o que varia a cada tipo de conversão são os rótulos.

**Então, em Google Ads - Lead e em Google Ads - Contact, em “Valor”, vamos inserir o rótulo referente a cada um.**

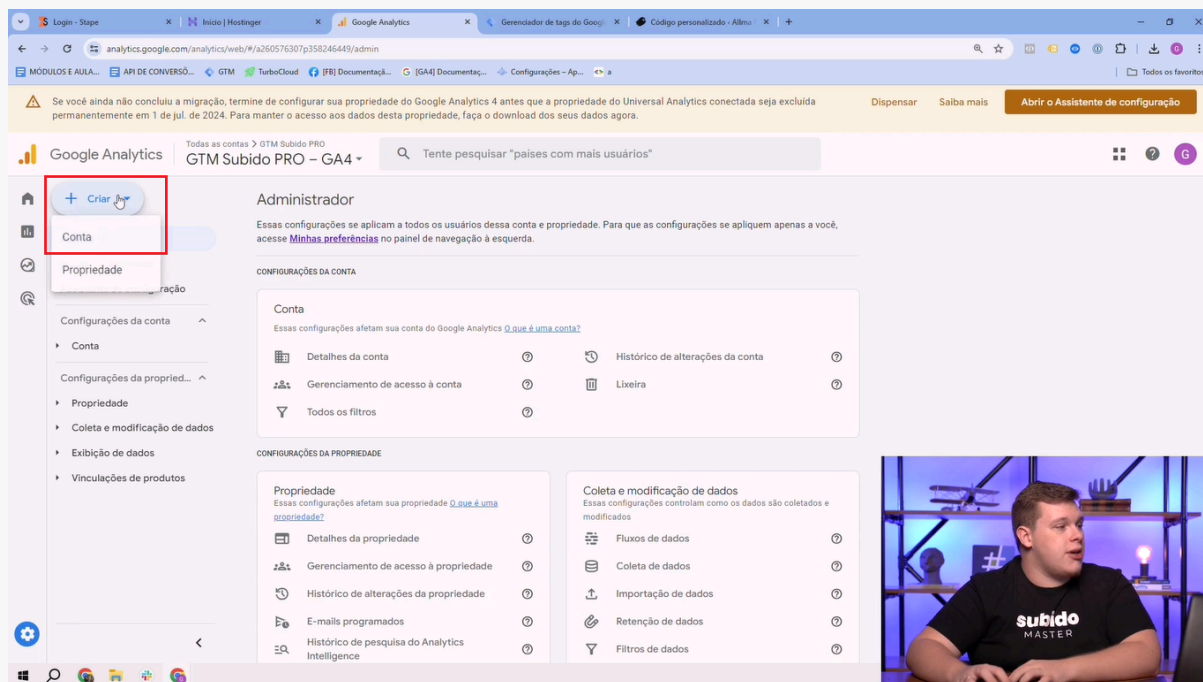
Para o GA4, será necessário criar uma nova conta. Para isso, siga o passo a passo.

## PASSO A PASSO

### 01. Clique em **“Administrador”**.



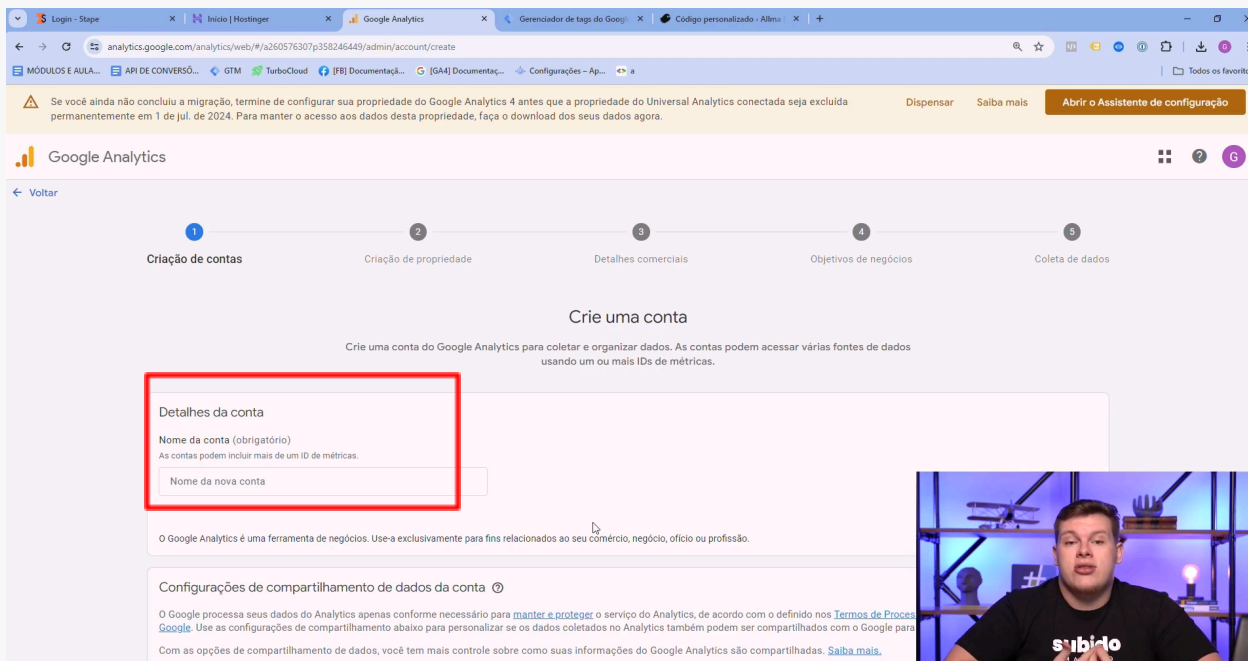
## 02. Clique em “Criar” e “Conta”.



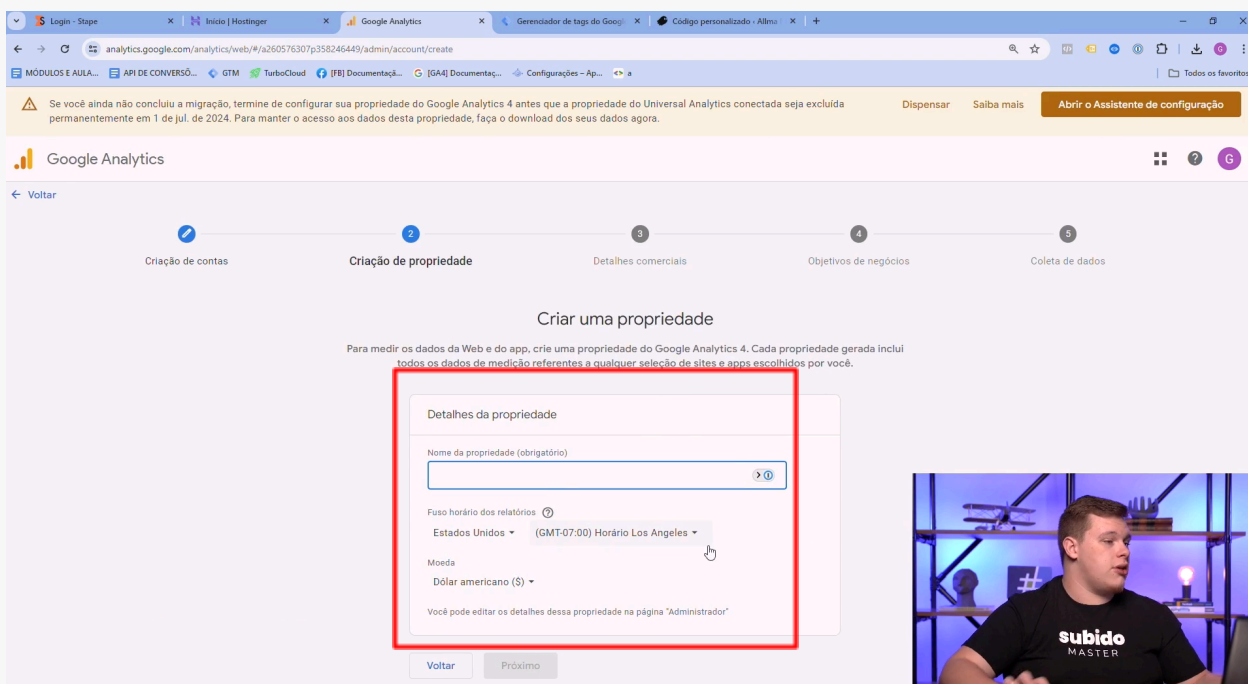
Você pode ter uma conta e várias propriedades ou pode ter várias contas e várias propriedades. **A minha recomendação é que você crie uma conta para cada cliente.** Já as propriedades, digamos que o seu cliente seja infoprodutor e tenha vários domínios ou que tenha uma clínica e várias unidades, então cada um deles deve ser separado como uma propriedade.

## 03. Insira os detalhes da conta e selecionar as configurações.

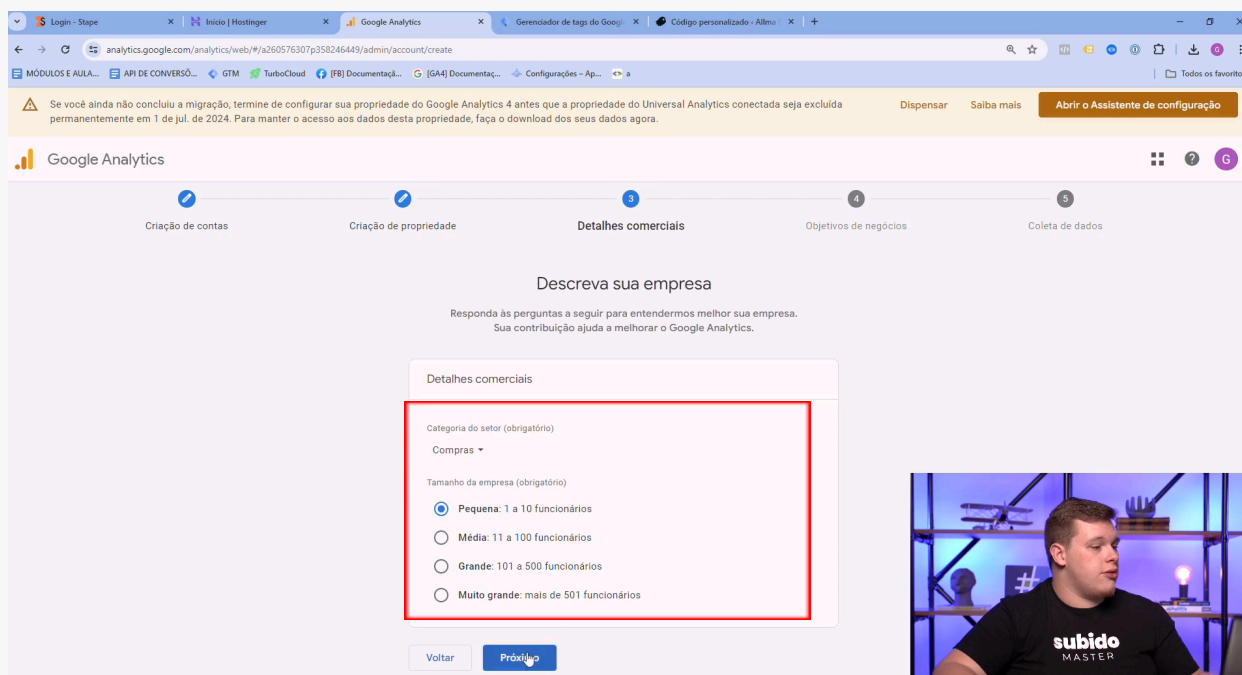




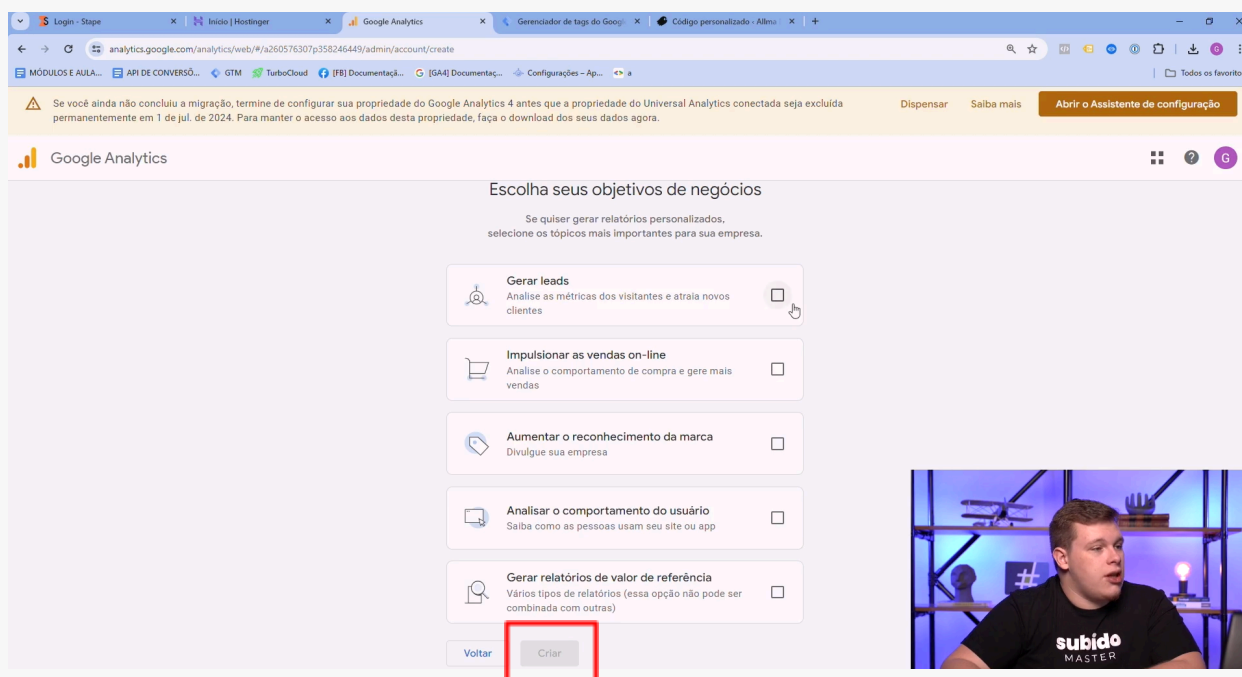
#### 04. Insira os detalhes da propriedade.



#### 05. Descreva a empresa.

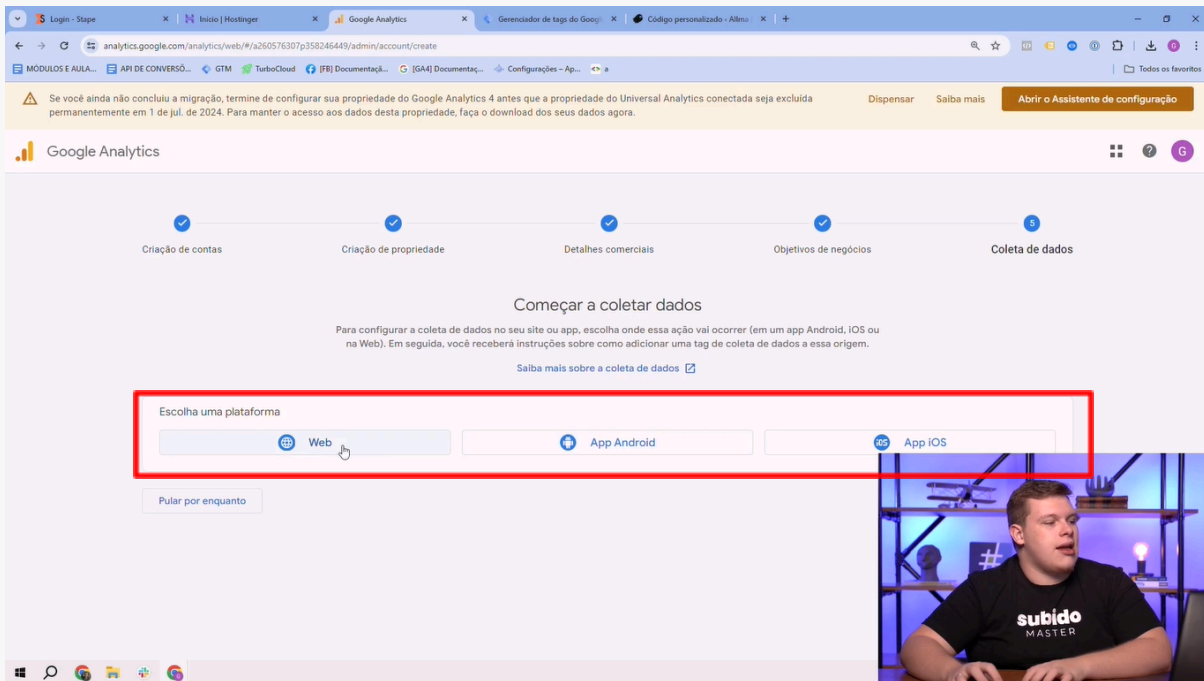


## 06. Escolha os objetivos de negócios e clique em “Criar”.



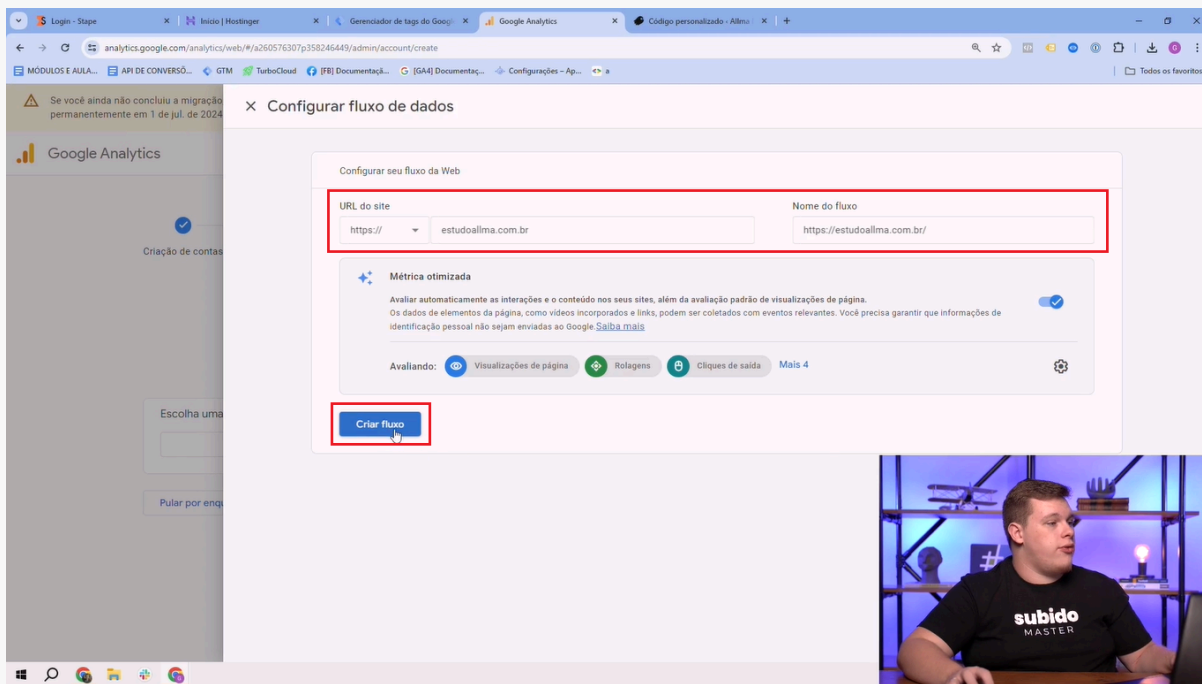
Agora, a sua nova conta e nova propriedade estão criadas, mas o GA4 funciona da seguinte forma: **você precisa de uma conta e de uma propriedade para que tudo funcione**, mas, para que você comece a captar dados, você precisa criar algo que ele chama de coleta de dados.

**07.** Então, você pode coletar dados a partir de uma URL na web, a partir de um aplicativo Android ou de um aplicativo iOS. No nosso caso, a gente vai captar dados através de um site. Então, clicamos em **“Web”**.

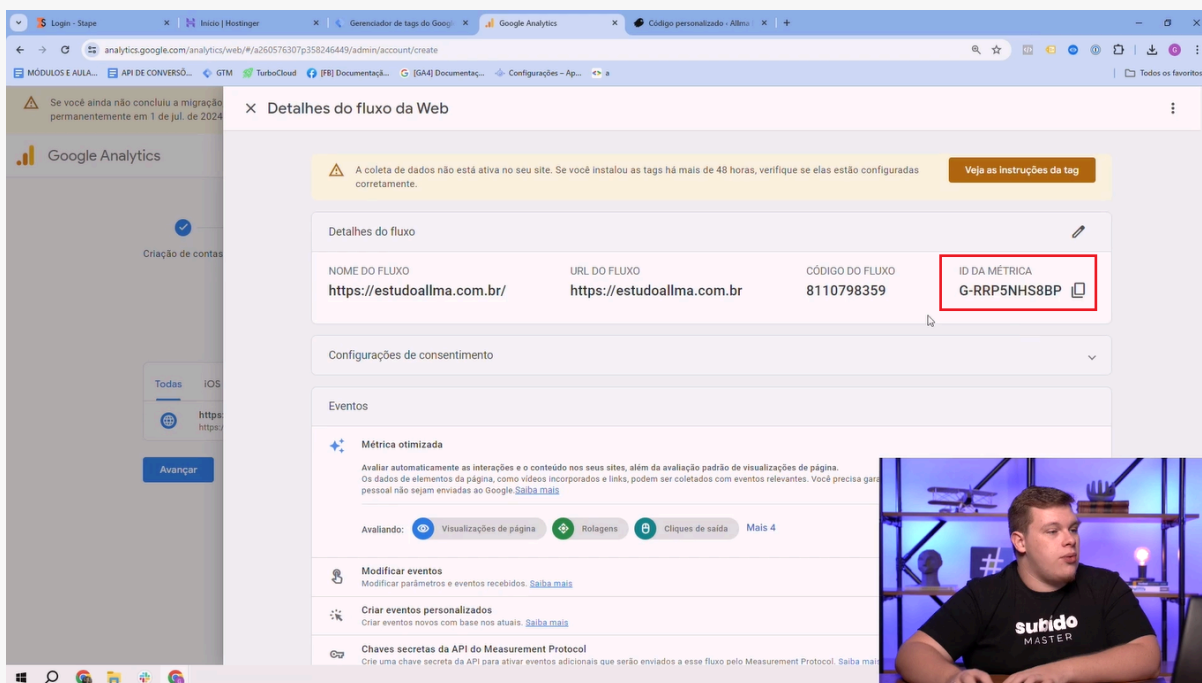


**08.** Colocamos a URL do site, o nome do fluxo e clicamos em **“Criar fluxo”**.

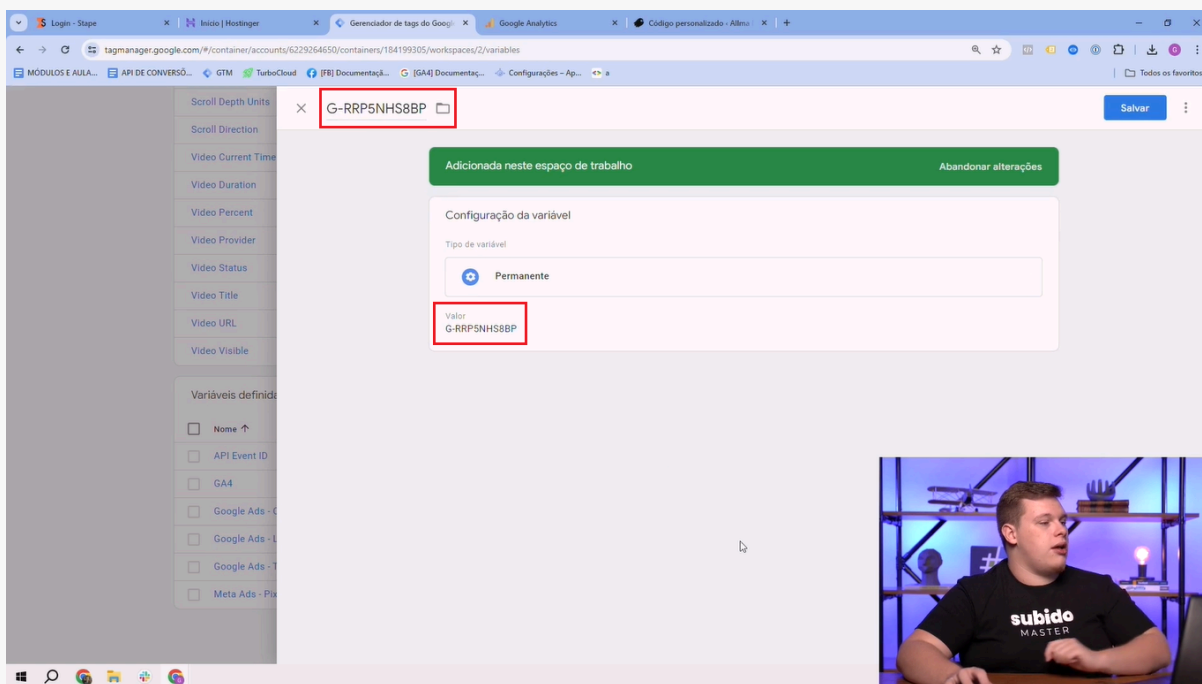




**09.** A partir desse fluxo que a gente criou, a gente consegue o ID da nossa métrica do GA4.

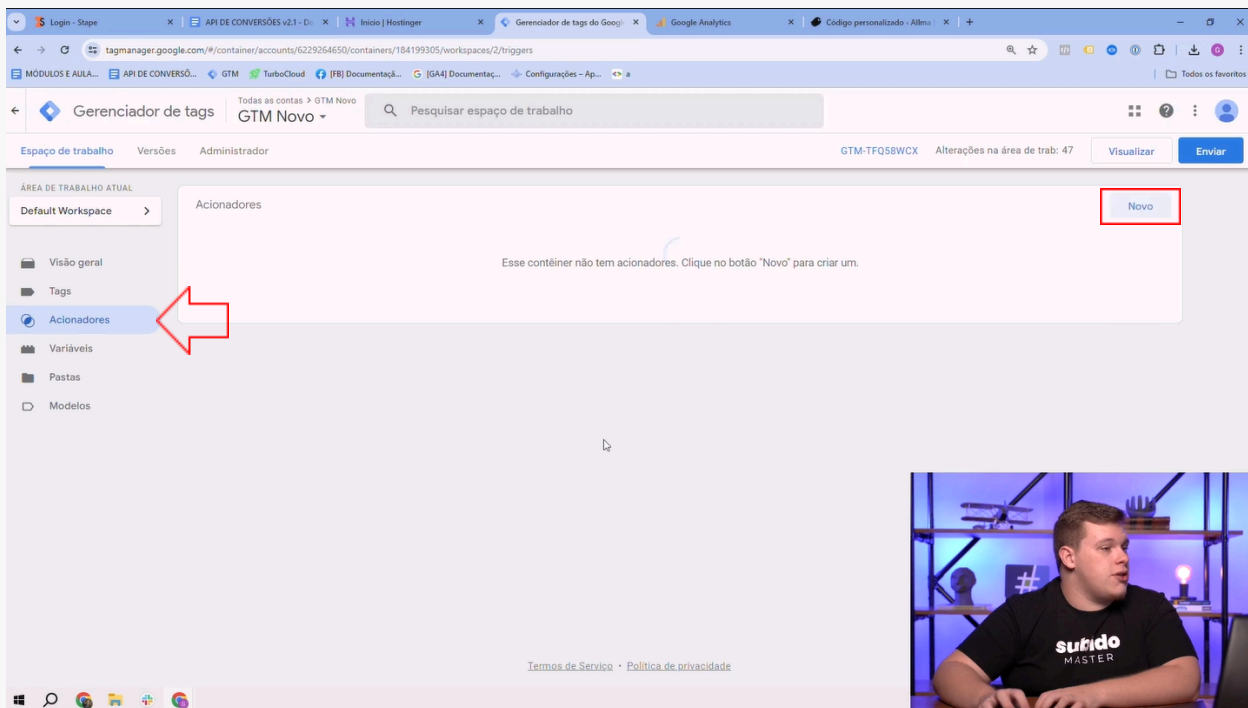


**10.** Agora, voltamos ao GTM para inserir o ID em nossa variável. Mudamos o nome de ID da métrica e o valor.

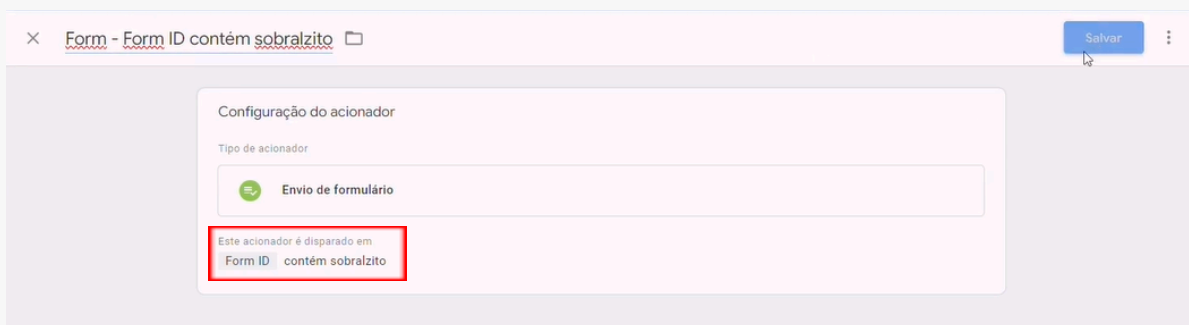


Depois, conferimos para ter certeza de que nada saiu errado para, então, partir para a criação dos acionadores de Lead e de Contact.

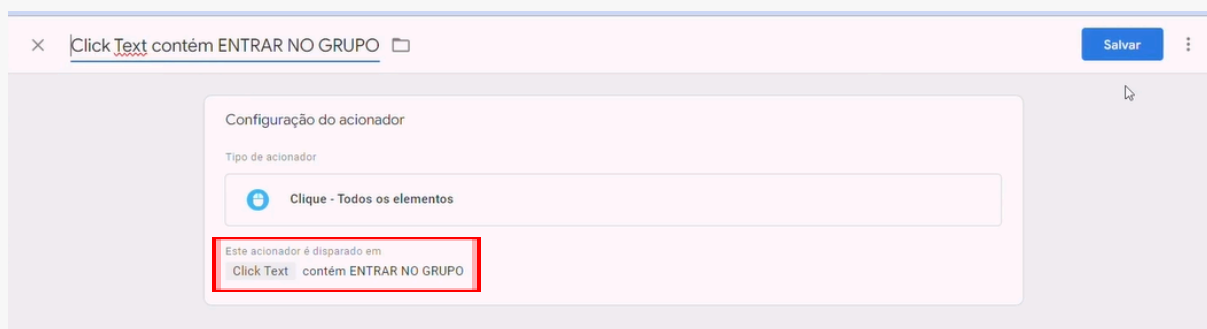
11. Vamos para **“Acionadores”** e clicamos em **“Novo”** para configurar o acionador.



12. O nosso acionador de *Lead* vai ser um acionador de envio de formulário que só vai disparar em alguns formulários, os dos eventos *Form ID* que contiverem *sobralzito*.

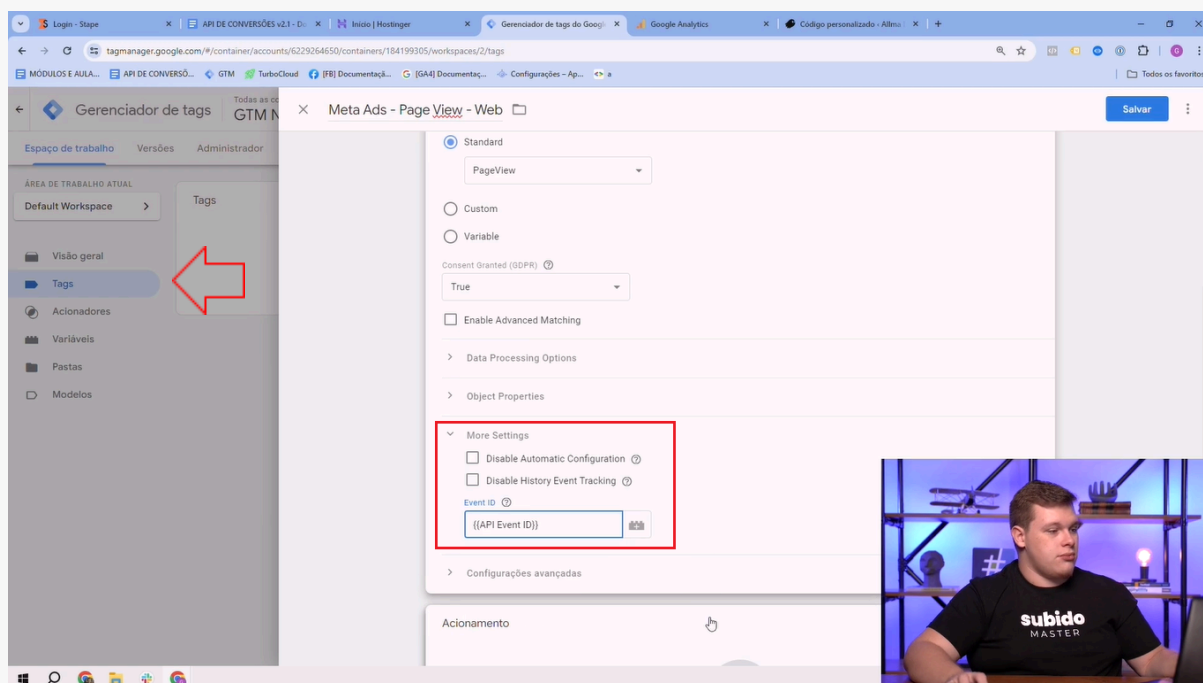


13. Depois, reproduzimos o mesmo processo para criar o acionador de *Contact*. Esse vai ser um acionador de clique que vai disparar quando o *Click Text* contiver *ENTRAR NO GRUPO*.

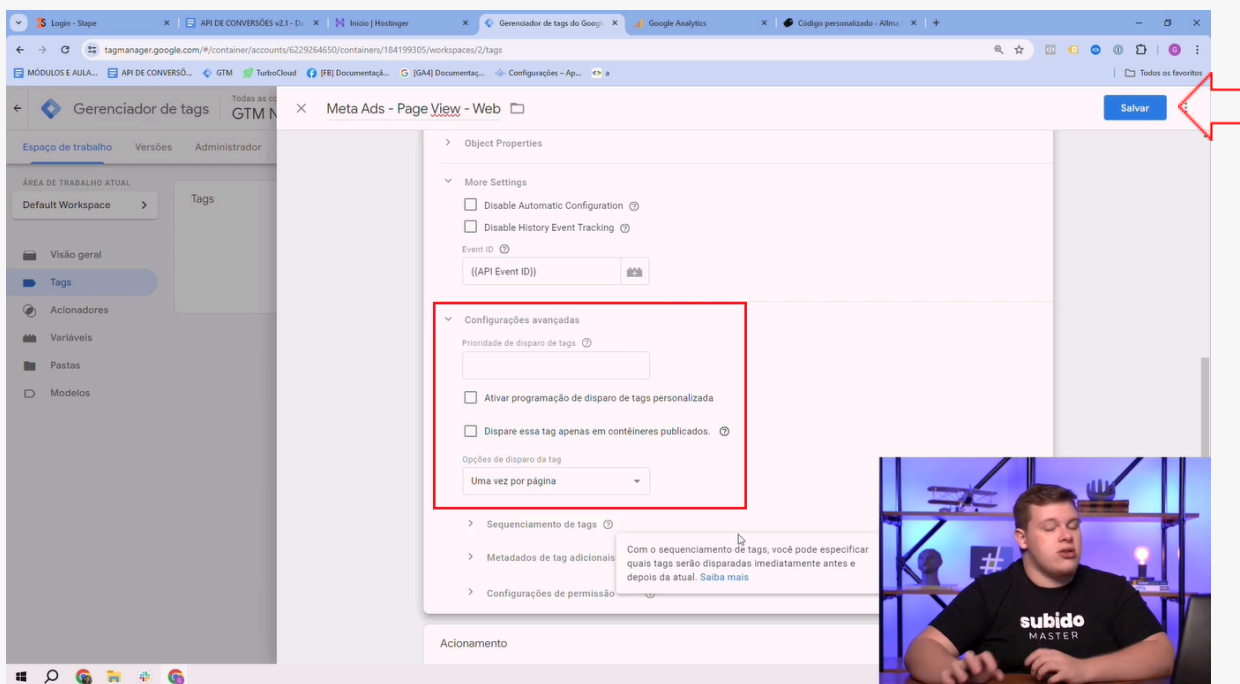


Temos os nossos acionadores de *Lead* e de *Contact* criados. Agora, vamos criar a nossa tag, começando pela *Page View*.

14. Para isso, vamos em **“Tags”** para clicar em **“Nova”** e configurar a tag, realizando todo o processo de nomear tag e seleccionar o evento. Como eu coloquei a observação de que todas as tags teriam que conter o `{{API Event ID}}` em **“More settings”**, clicamos nele para fazer a inserção.



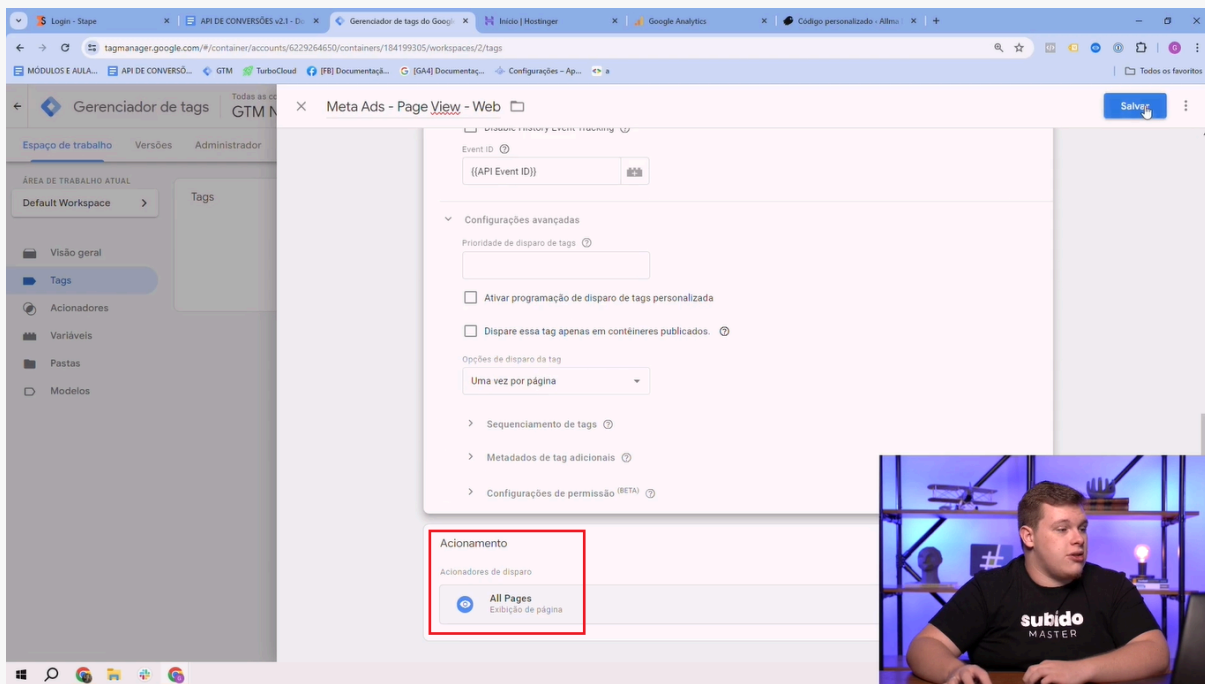
15. Eu também indiquei que teria uma configuração avançada a ser feita, então clico nela para fazer.



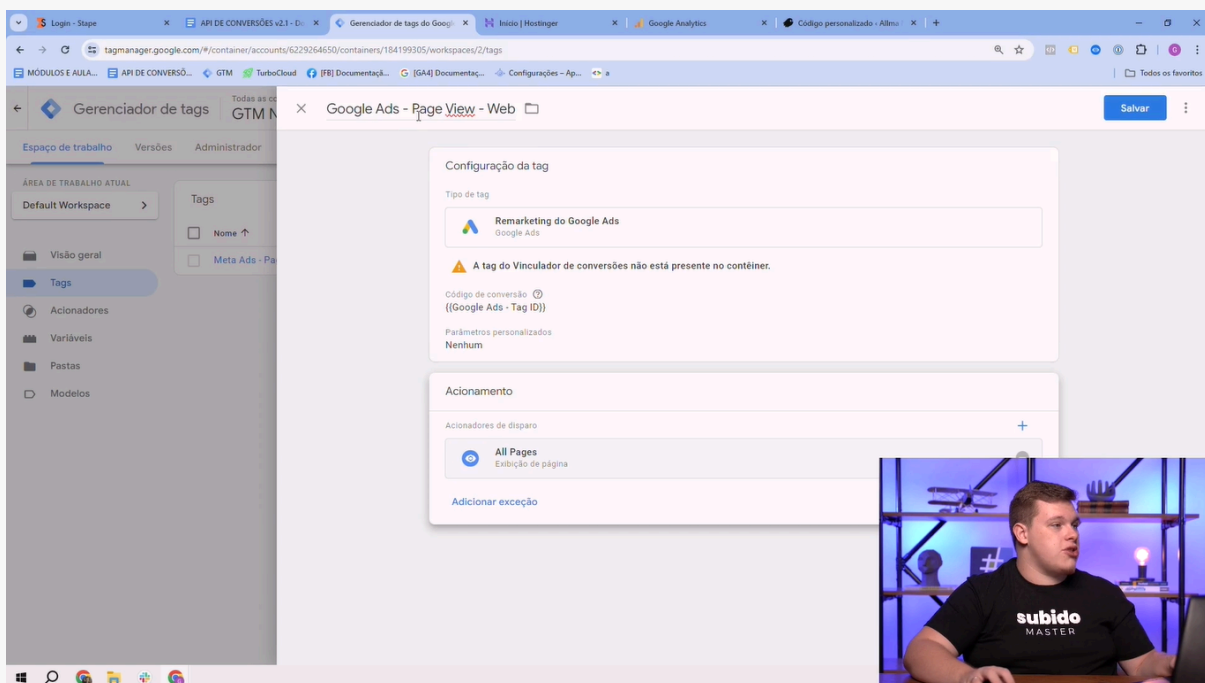
Se você tiver algum problema com disparo de tag em algum momento da sua jornada, teste mudar essa configuração avançada para **“Uma vez por evento”** ou **“Ilimitado”**.

16. Por fim, o acionador para essa tag é de **“All pages”**. Depois, com tudo adicionado, é só salvar.





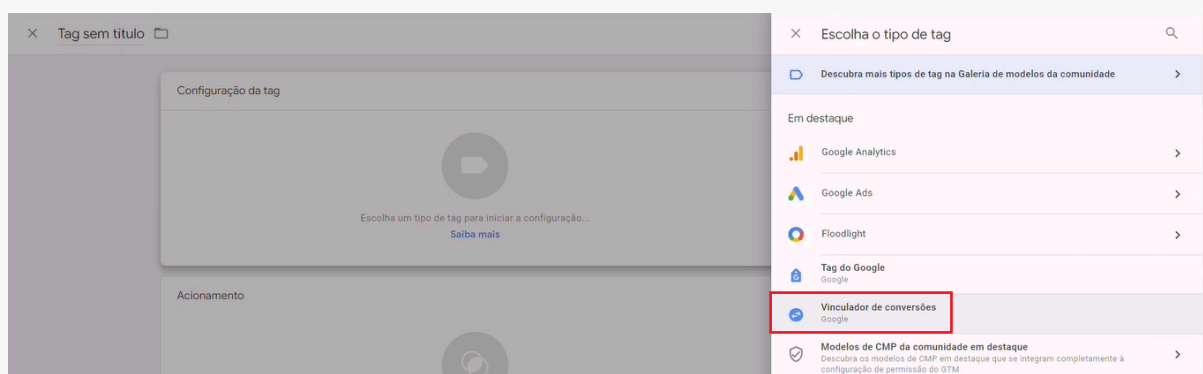
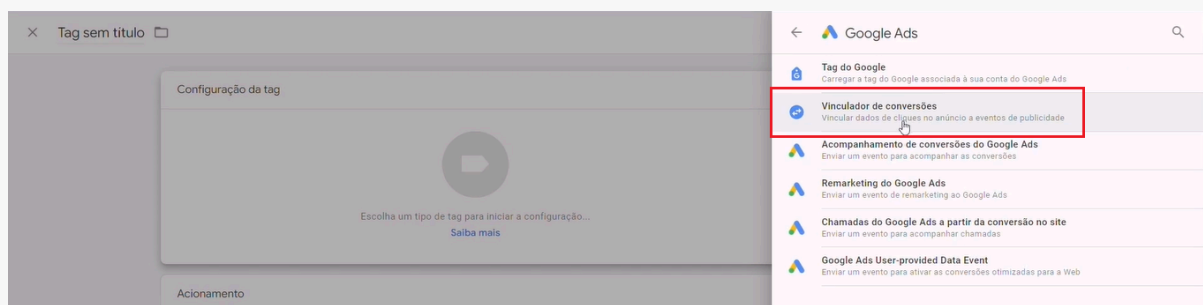
17. Em seguida, essas etapas devem ser seguidas para criar a tag do Google, exceto a configuração em **“More settings”**.



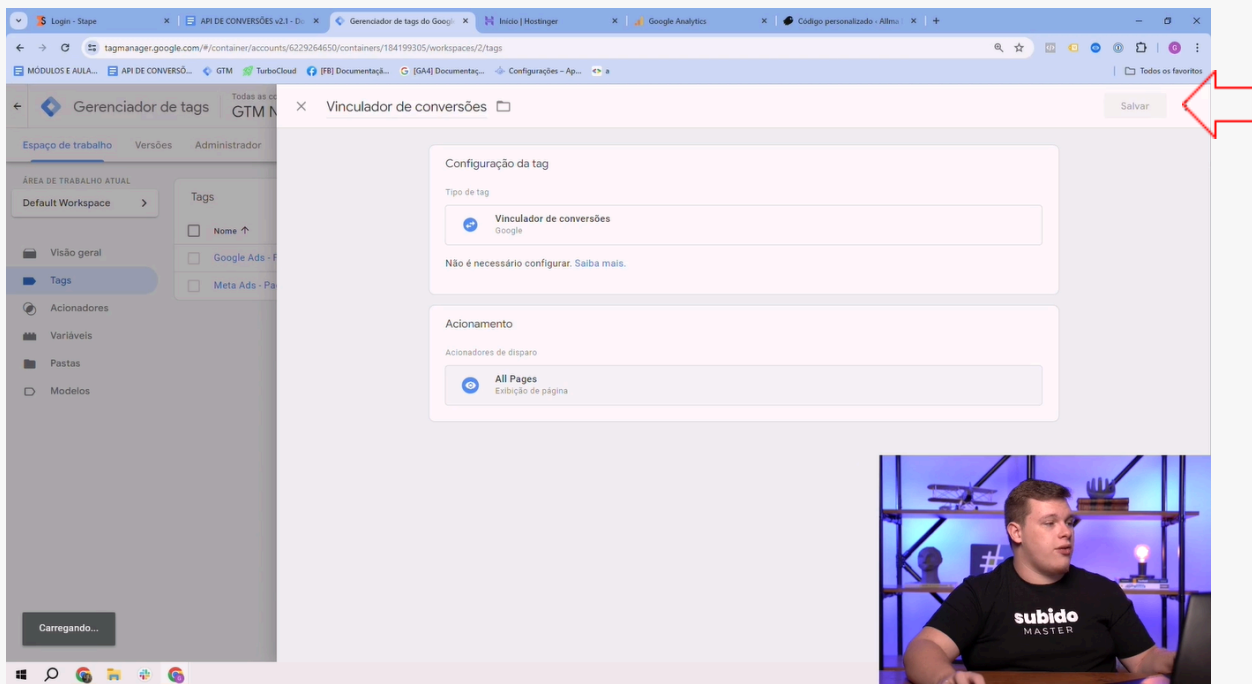
18. A próxima a ser criada é a tag do GA4, mas antes preciso falar algo sobre a tag do Vinculador de conversões.

Quando a gente abre a tag do Google Ads, ele informa que a tag do vinculador de conversões não está presente no container. Então, a gente vai criar a nossa tag.

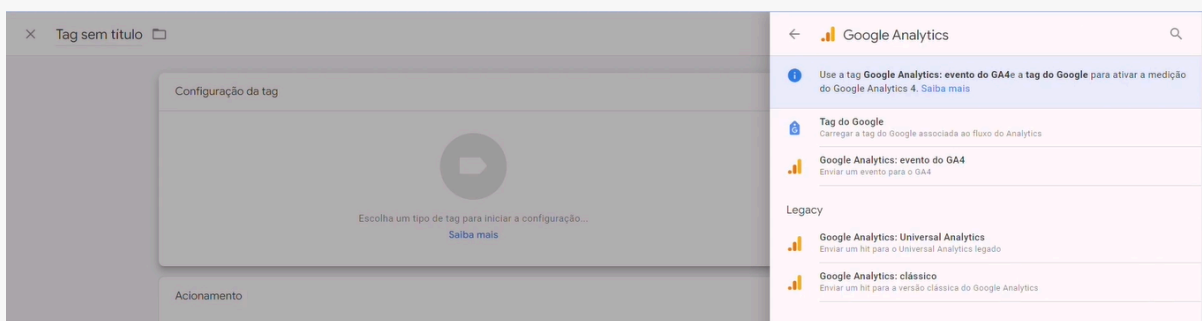
**Podemos encontrar ela tanto no Google Ads quanto no próprio destaque.**



**19.** Depois, configuramos o acionador (pode ser o **“All pages”**) e salvamos.

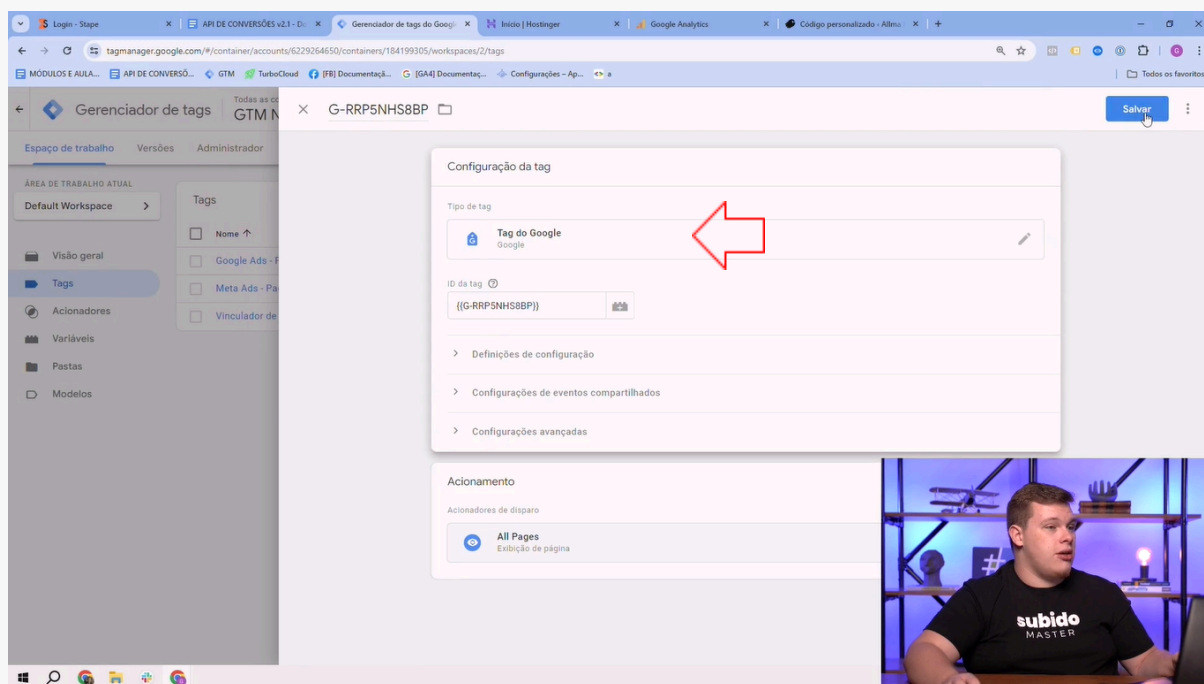


Agora, sim, vamos criar a tag do GA4. Vamos criar a *Page View* do Analytics e isso será feito, primeiro, selecionando o Google Analytics na escolha do tipo da tag.

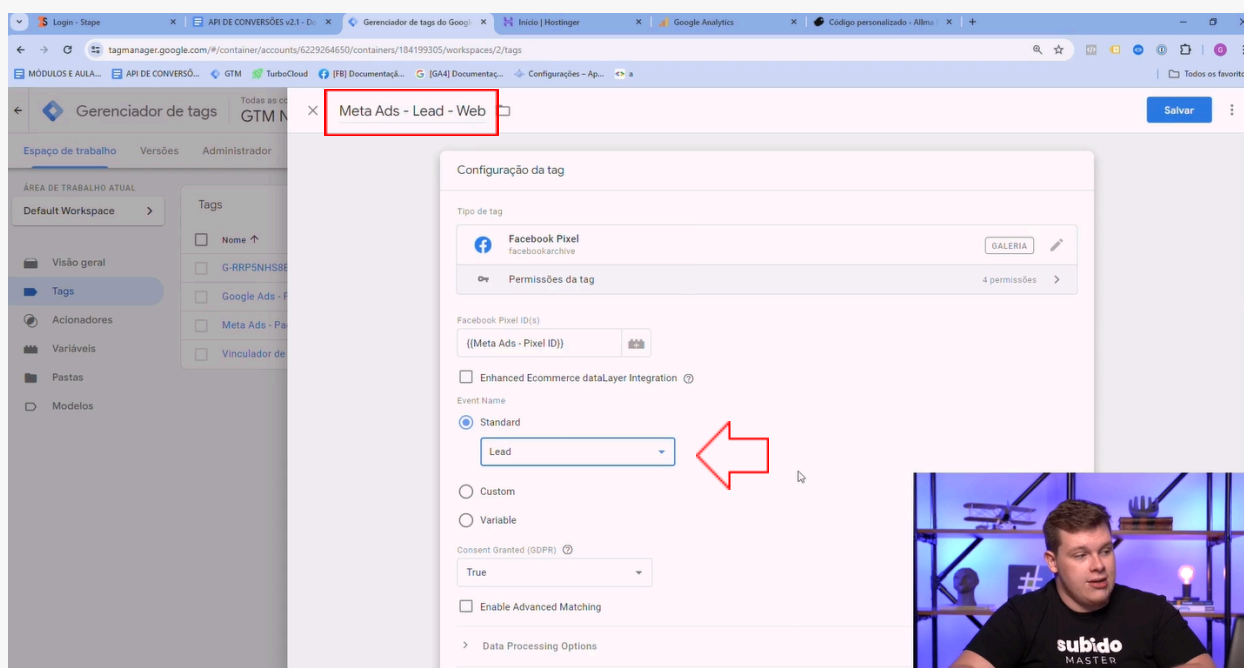


Ele dá essas quatro opções. As mais antigas, que são *as tags do Google Analytics Universal* e que eu não indico que sejam utilizadas porque já estão fora de circulação, e *as do GA4*.

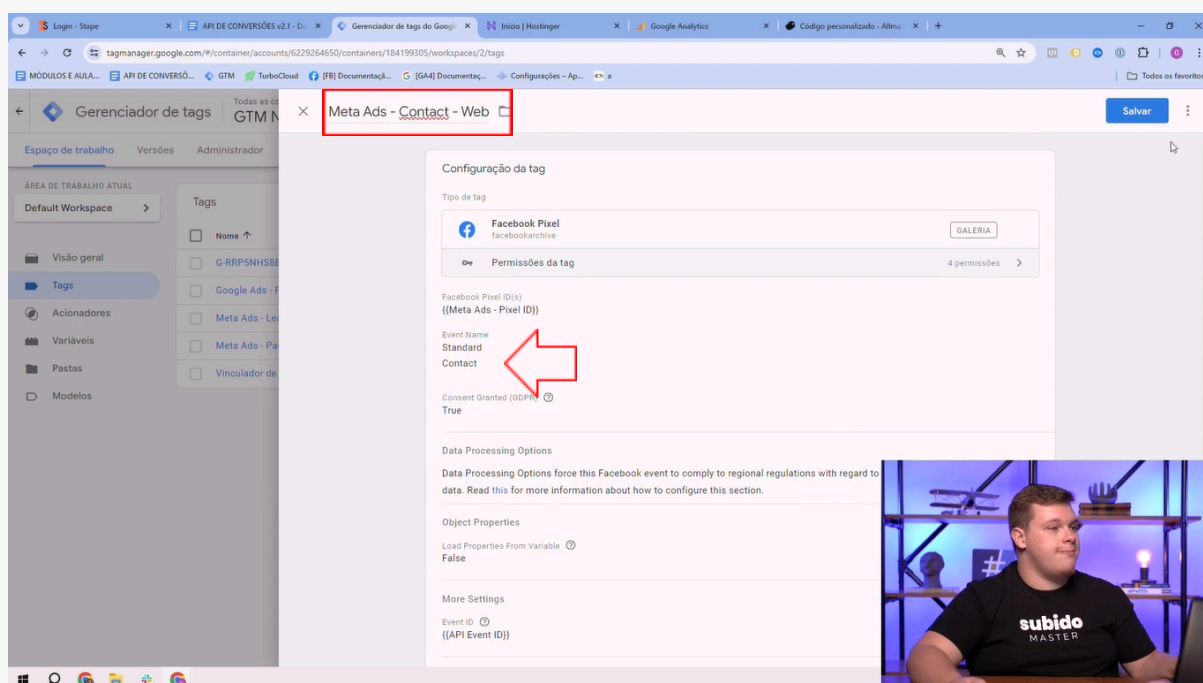
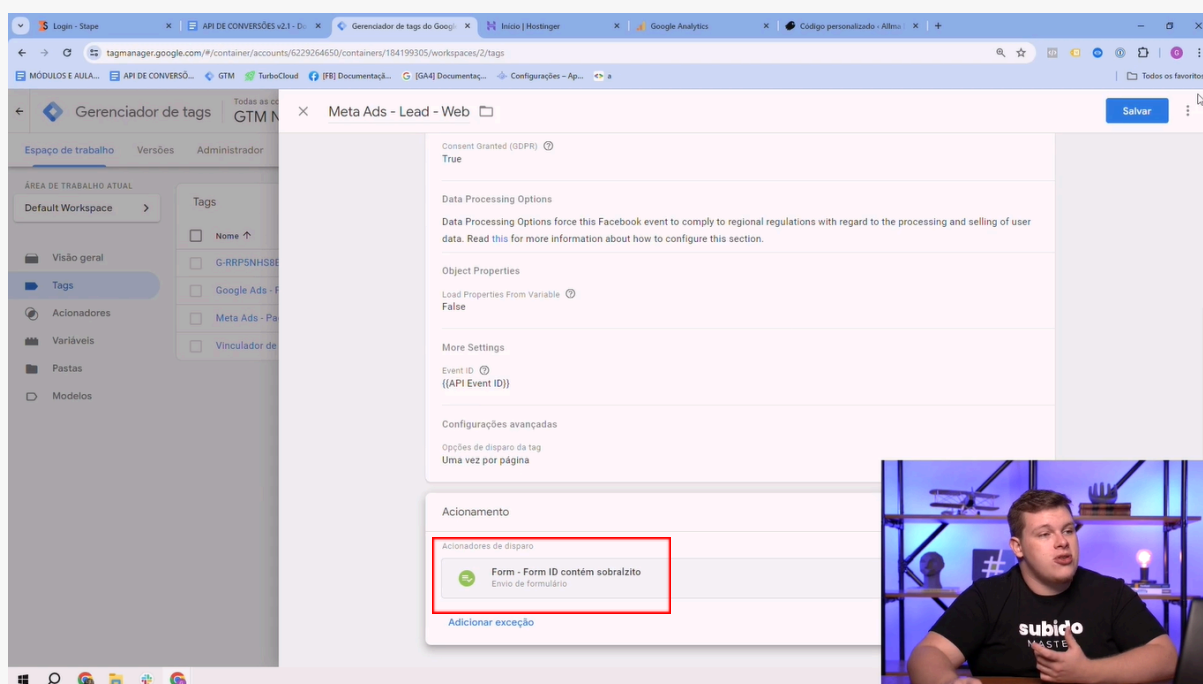
**20.** Das do GA4, você tem duas opções: a *Tag do Google*, que é a tag de disparo de *Page View*, e o *Google Analytics: evento do GA4*, que é toda tag que for um evento. O que queremos agora é a **Tag do Google**.



21. Agora, vamos instalar as conversões de *Lead* e *Contact* do Meta e do Google. Para fazer isso, vamos até o *Page View*, copiar esse *Page View* e alterar para *Lead*.



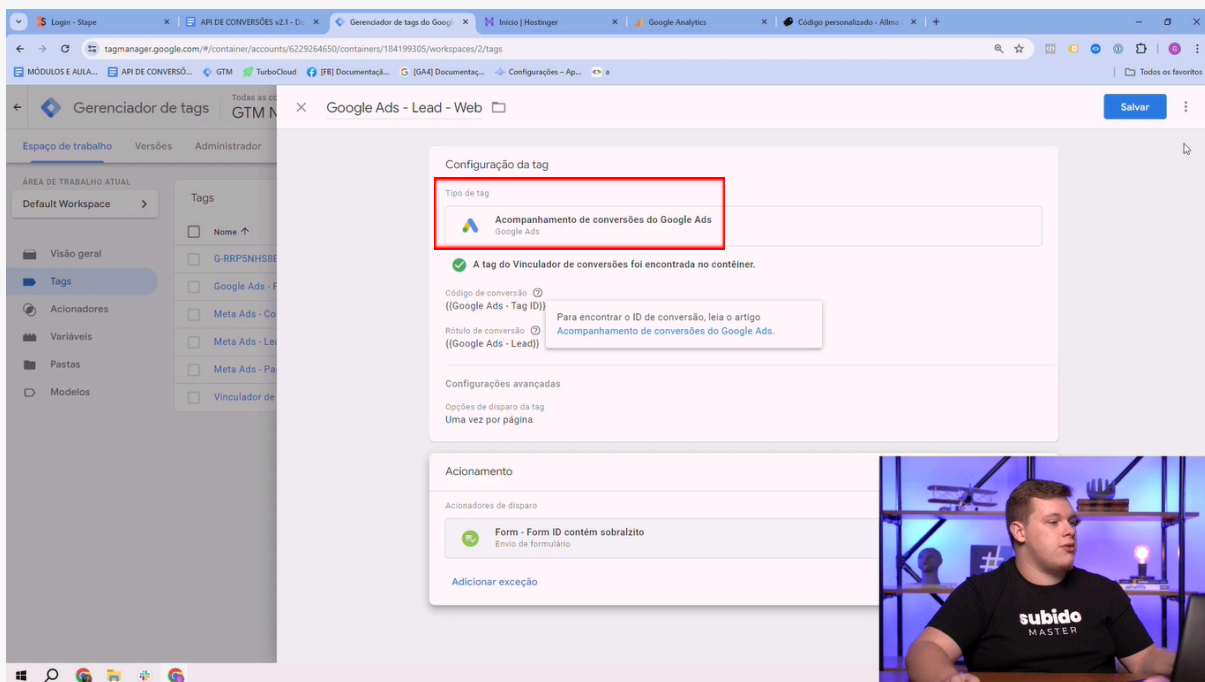
22. Depois, mudamos o evento e tiramos o acionador **"All pages"** para adicionar o **Form ID contém sobralzito**.



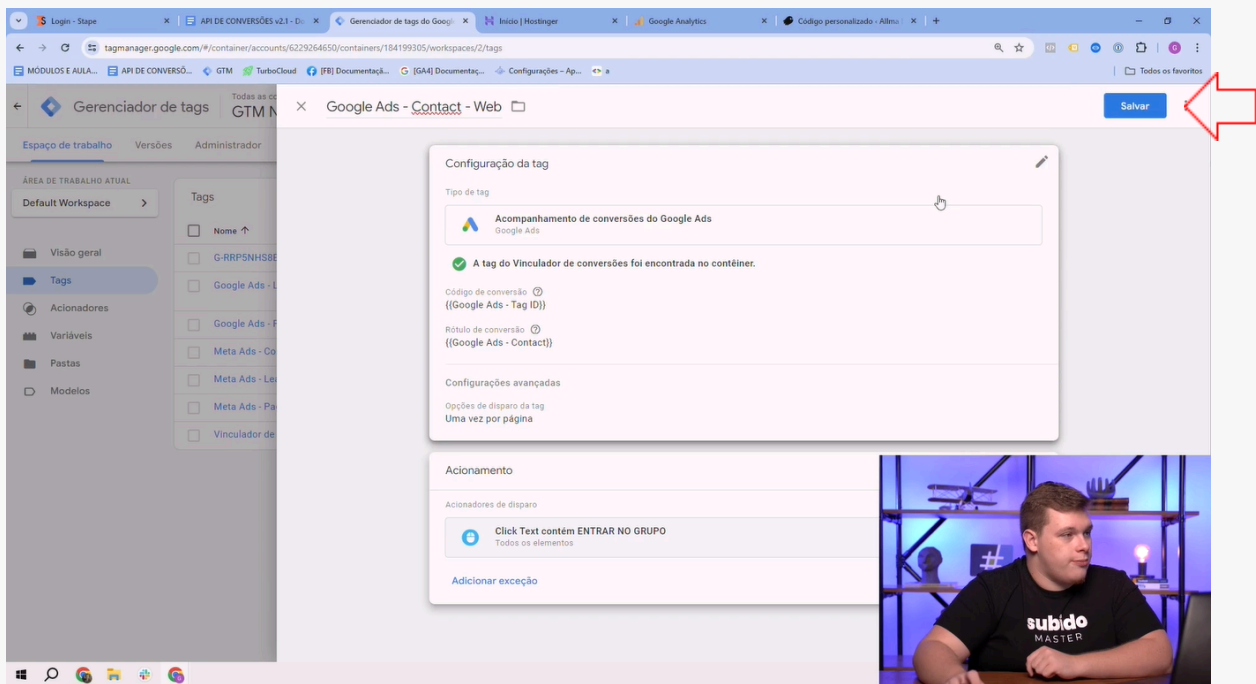


Agora, vamos no Google. E, nesse caso, não podemos copiar a tag porque ela é um remarketing do Google Ads, que não é o que queremos. Por isso, precisamos criar uma nova.

**24.** Escolhemos como tipo de tag **“Acompanhamento de conversões do Google Ads”** e a preenchemos.

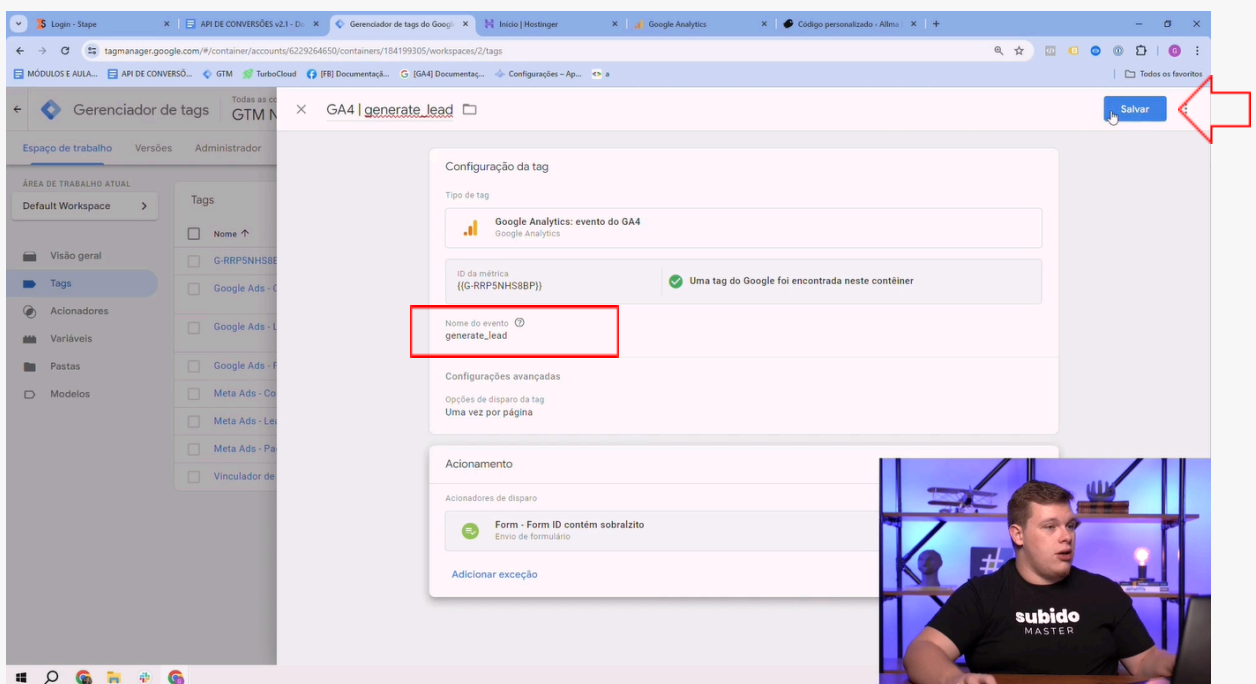


**25.** Essa, que é um acompanhamento de conversões do Google, a gente pode copiar para criar a tag do *Contact*. Fazemos as devidas alterações e salvamos.

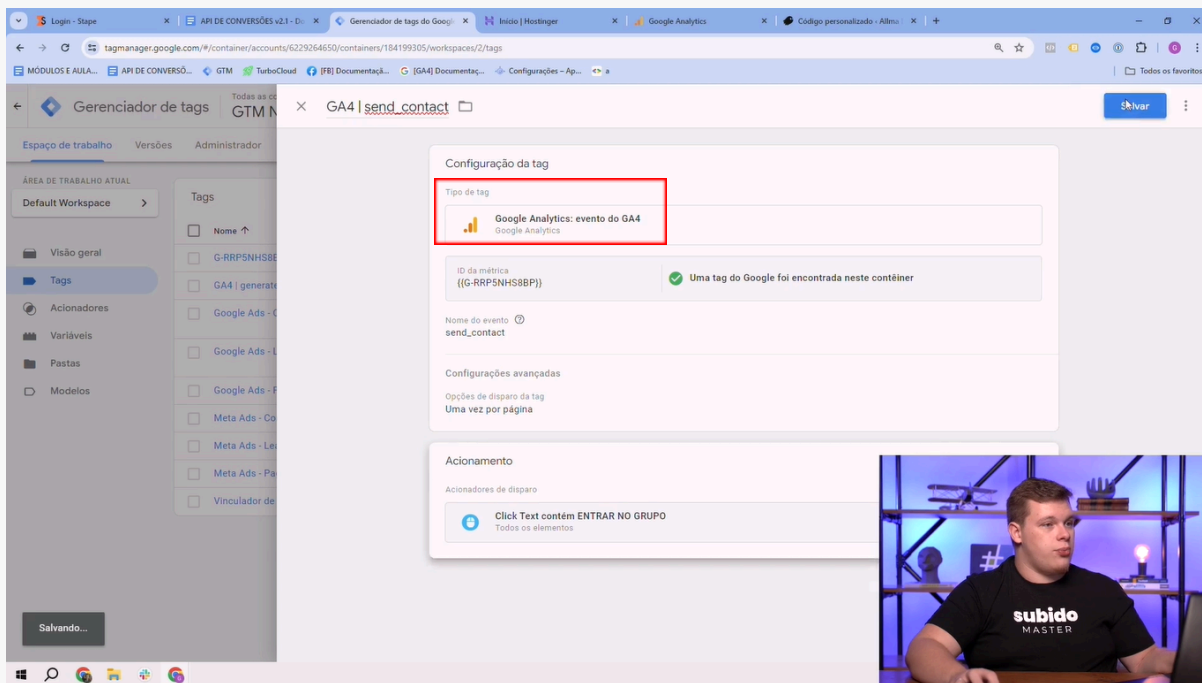


26. A próxima etapa é criar as conversões de **“generate\_lead”** e **“send\_contact”** do próprio GA4. Então, vamos criar uma nova tag do tipo **“Google Analytics: evento do GA4”**.

Preenchemos as informações para configurar a tag e salvamos. A primeira delas é a de **“generate\_lead”**.



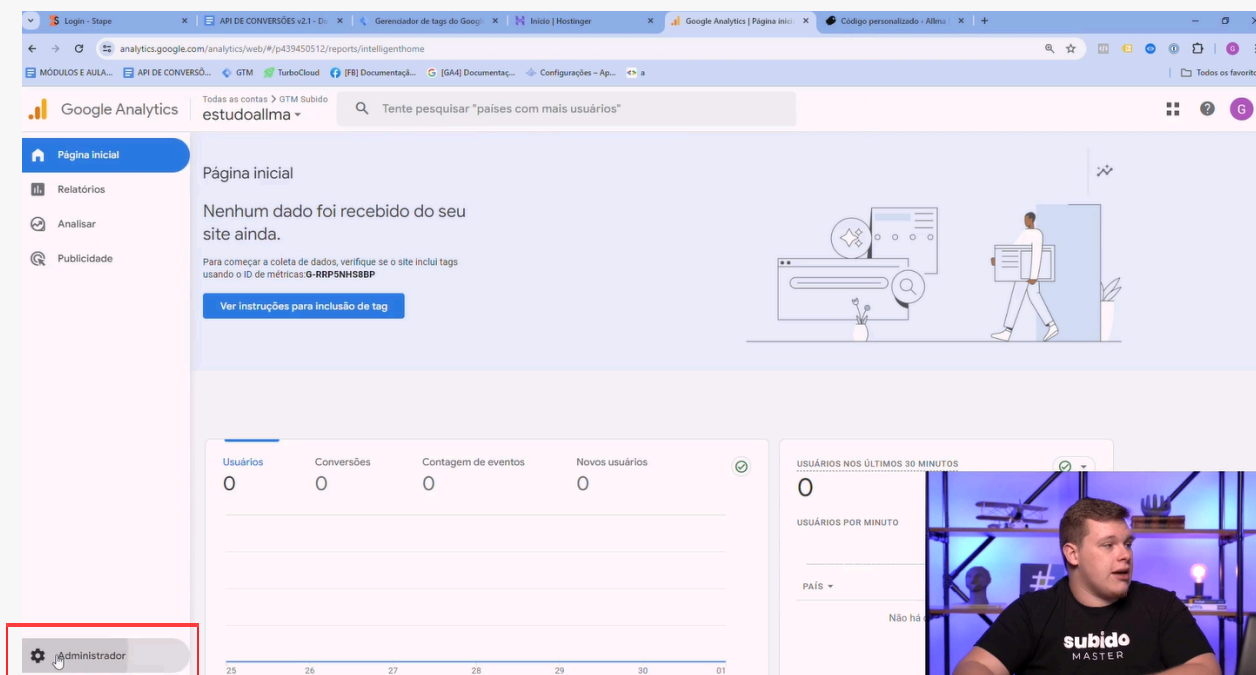
**27.** Depois, queremos disparar o *Contact*, então podemos copiar a última tag criada e alterar as informações que precisam ser mudadas.



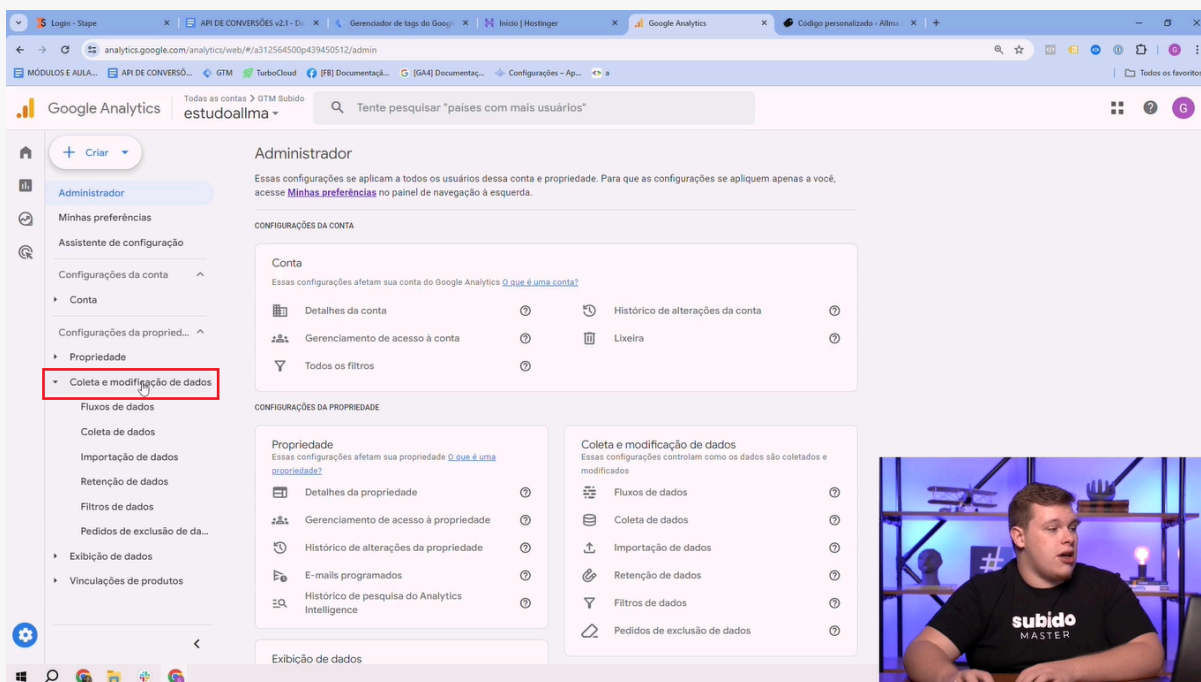
Esse criar conversões de **“generate\_lead”** e **“send\_contact”** no GA4 é simples. Não é obrigatório, mas se você quiser ter mais assertividade em suas marcações, é muito válido fazer.

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

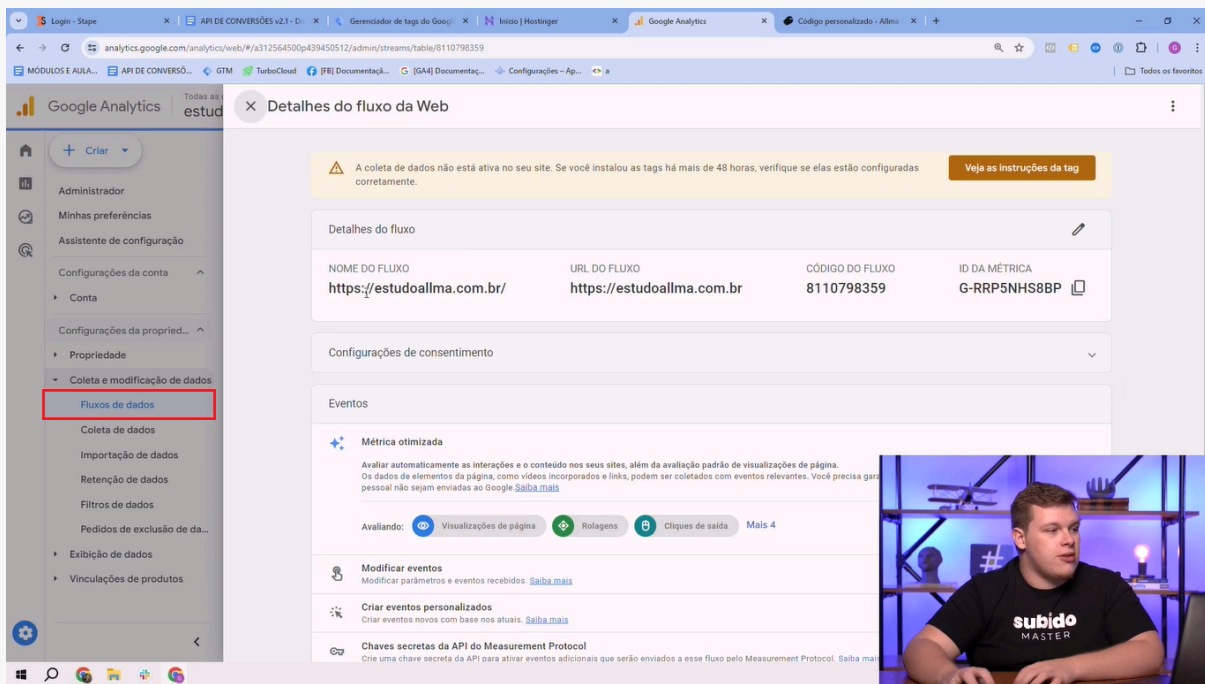
**01.** Clique em **“Administrador”** na página inicial.



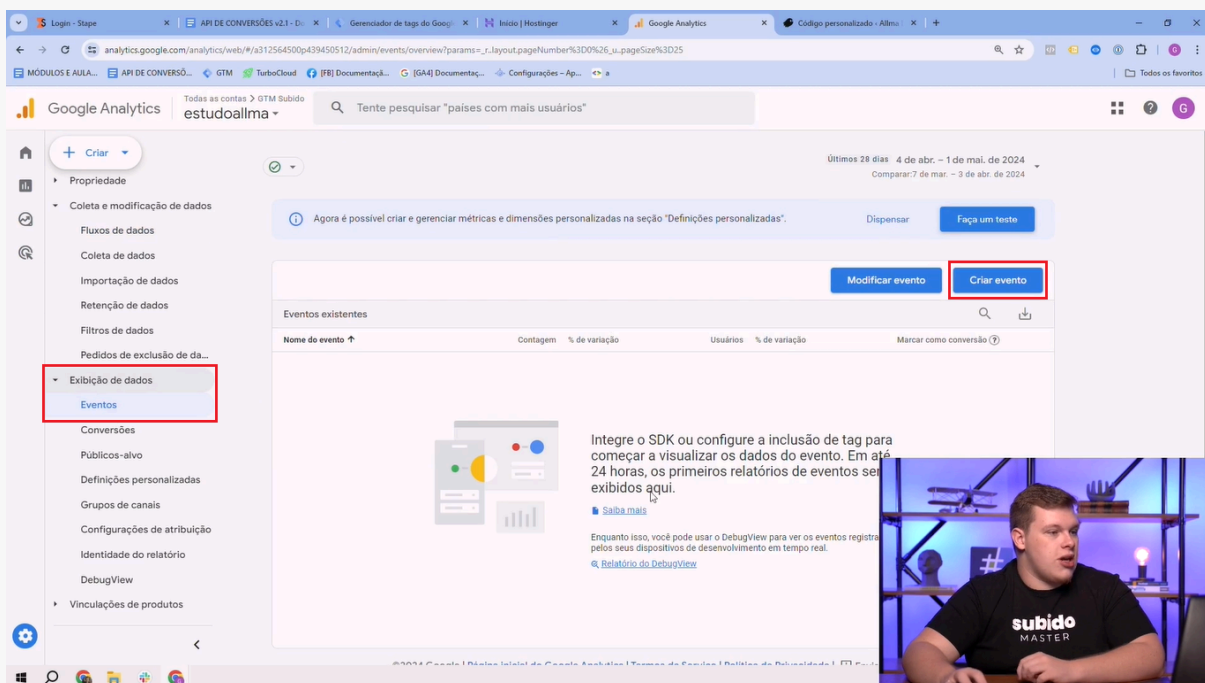
## 02. Clique em “Coleta e modificação de dados”.



## 03. Clique em “Fluxo de dados” para conferir se está tudo certo.

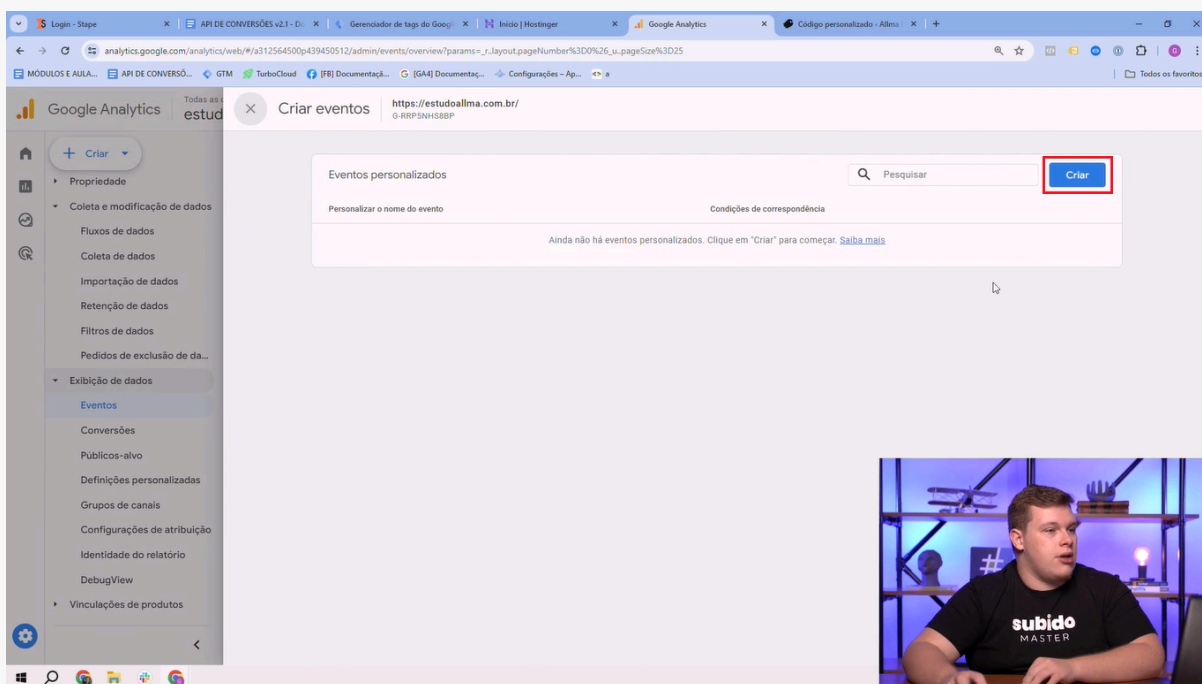


04. Clique em **“Eventos”**, em **“Exibição de dados”**, e, em seguida, em **“Criar evento”**.

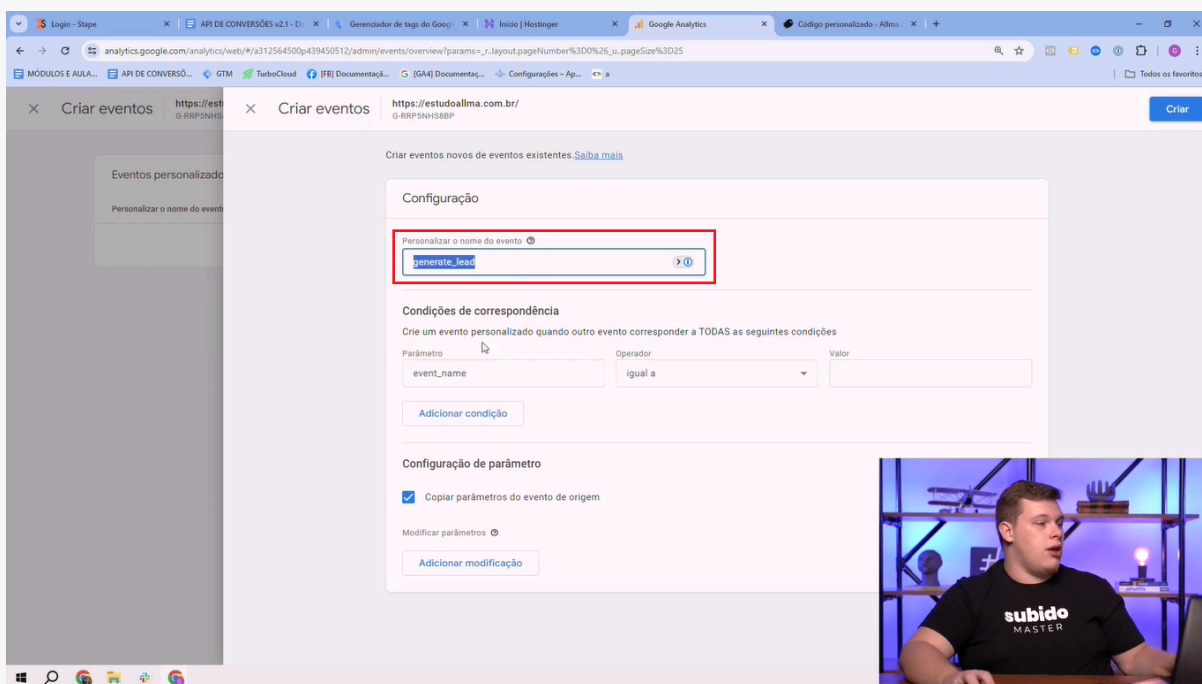


05. Clique em **“Criar”**.

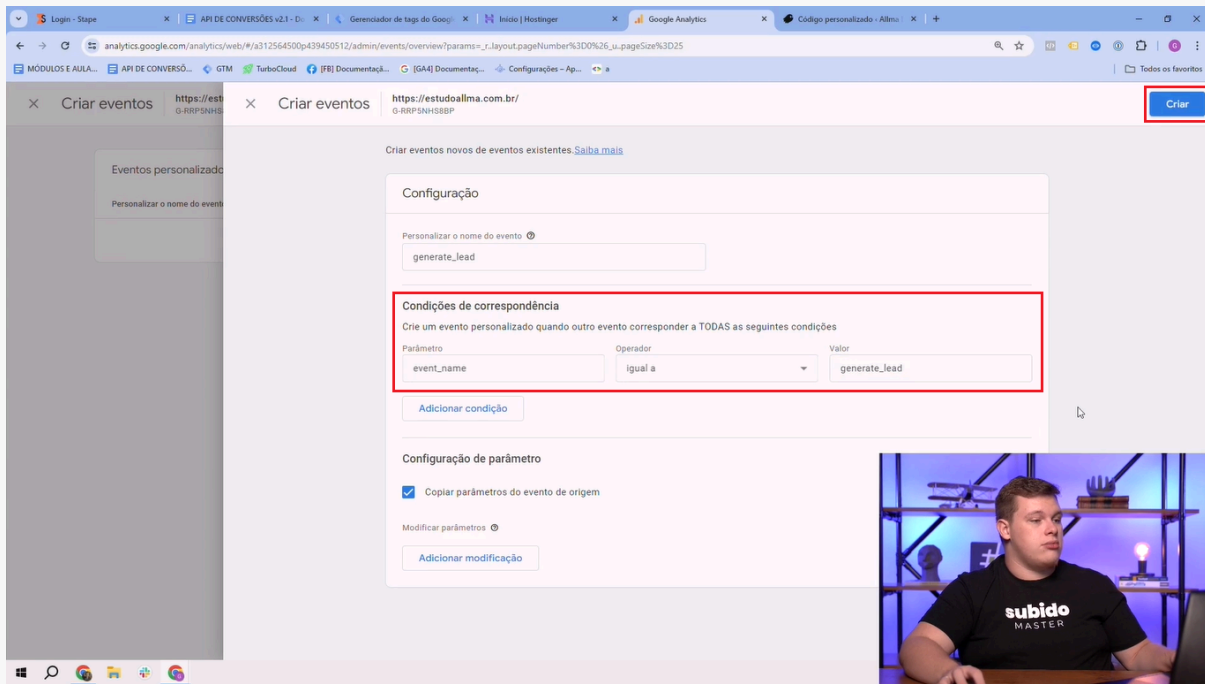




**06.** Em “**Personalizar o nome do evento**”, inserir o nome do evento.



**07.** Preencher as condições de correspondência e clique em “**Criar**”.



Agora, vamos fazer um debug de conferência para ter certeza de que está tudo certo. Depois, fazemos o envio da nossa versão para publicar.

## Fechou?

**Você aprendeu nesse material a parte 1 da configuração da API na prática. Não deixe de conferir a parte 2 no próximo PDF** para ter o conhecimento completo de tudo o que você pode fazer com a API.

## Tamo junto!