

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



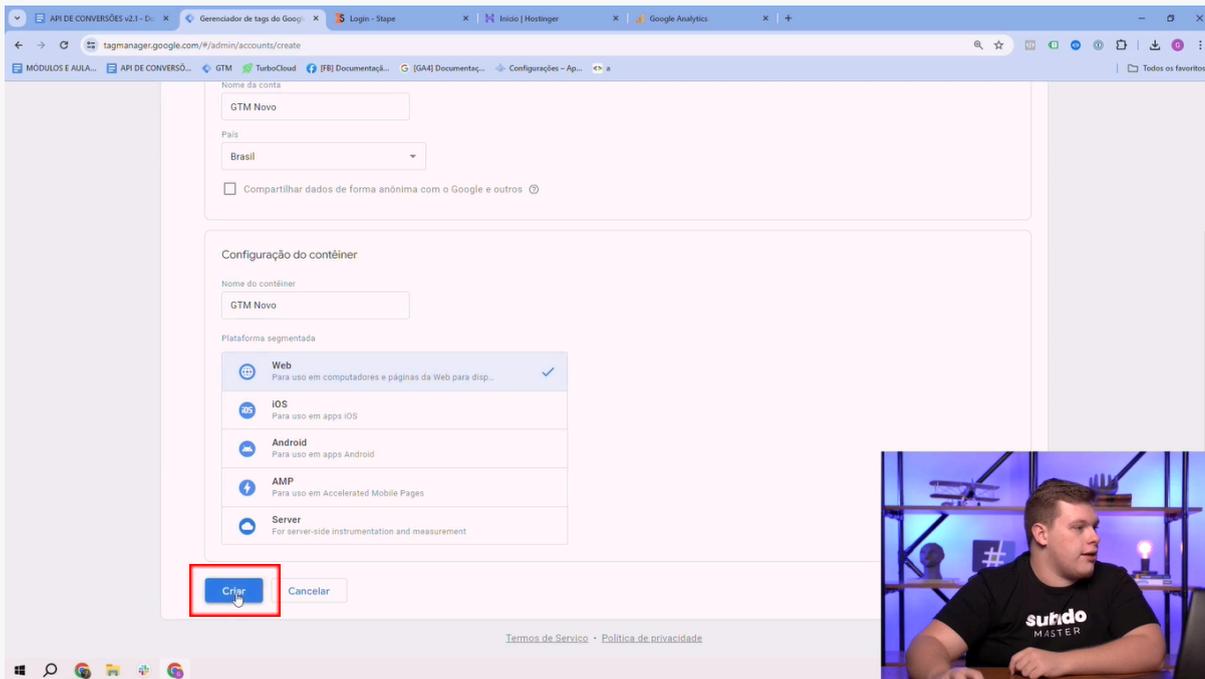
01'25''

API na prática

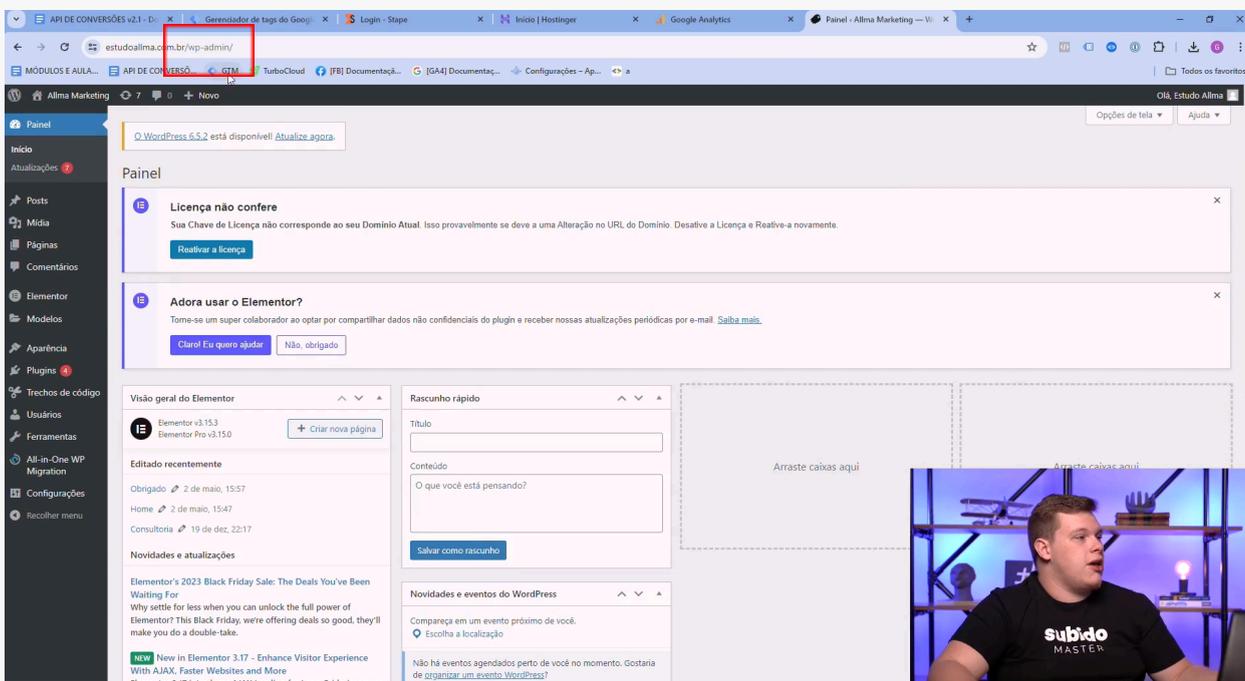
Acompanhe este passo a passo.

----- PASSO A PASSO -----

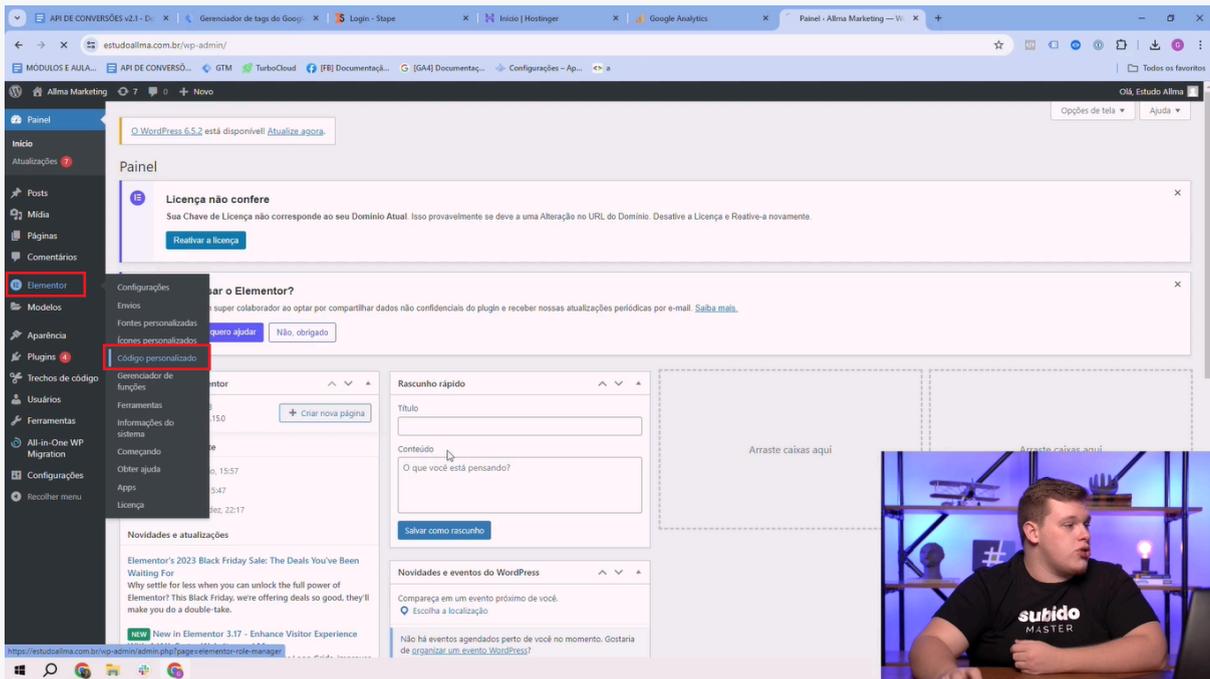
01. A primeira coisa que a gente vai fazer é criar uma conta no GTM.



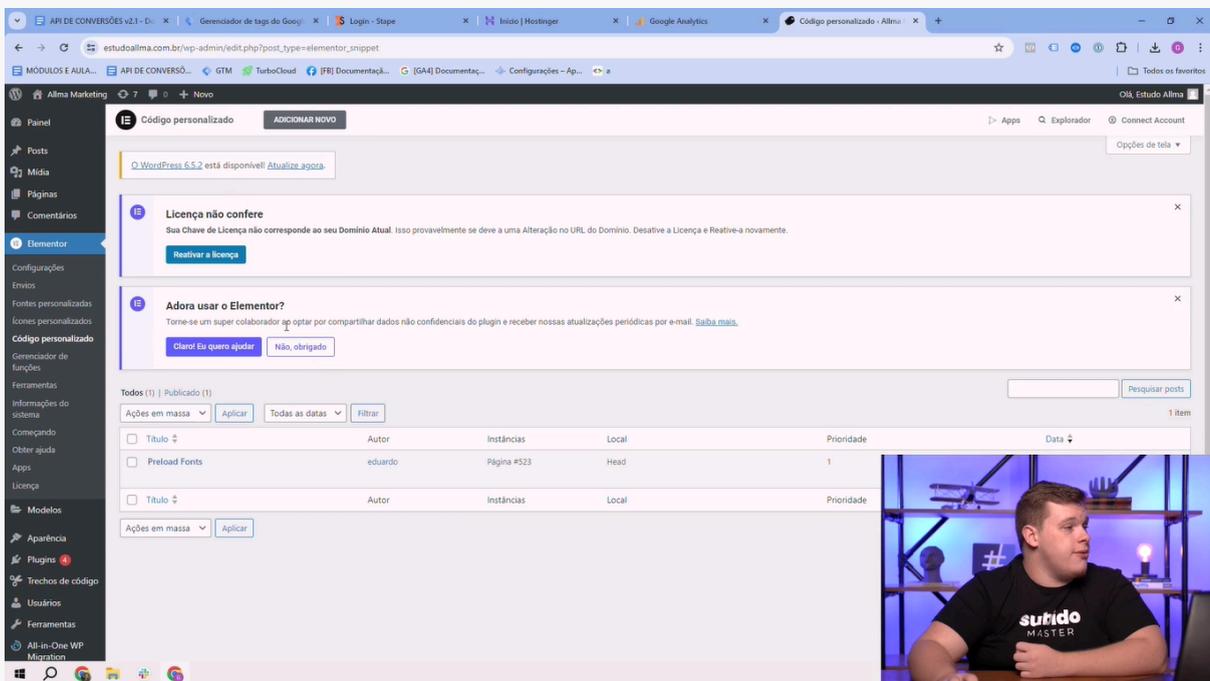
02. Depois, a gente vai entrar em nosso site. Insira **“wp-admin”** para fazer o login no WordPress e acesse.



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.

The screenshot shows the Elementor website editor interface. At the top, there are several notification banners. Below them, the 'Head' section is selected, and the 'Local' dropdown menu is set to '<head>', which is highlighted with a red box. A red arrow points to the code editor area, which contains the following code:

```
1 <!-- Google Tag Manager -->
2 <script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':
3 new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
4 j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'&l='+l:'';j.async=true;j.src=
5 'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);
6 })(window,document,'script','dataLayer','GTM-TFQ58WCX');</script>
7 <!-- End Google Tag Manager -->
```

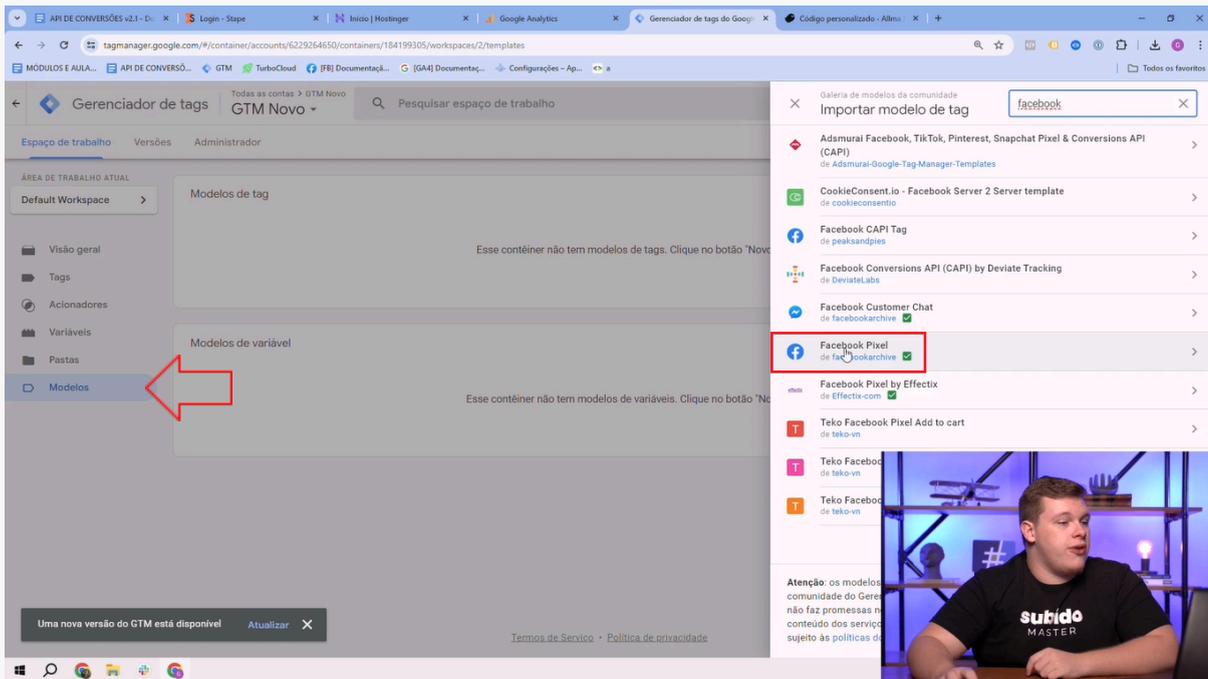
On the right side, there is a 'Publicar' (Publish) panel with options like 'Status: Rascunho', 'Publicar imediatamente', and 'Mover para liveira'. A video inset in the bottom right corner shows a man wearing a black t-shirt with 'subido MASTER' written on it, sitting at a desk with a computer monitor.

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”**.

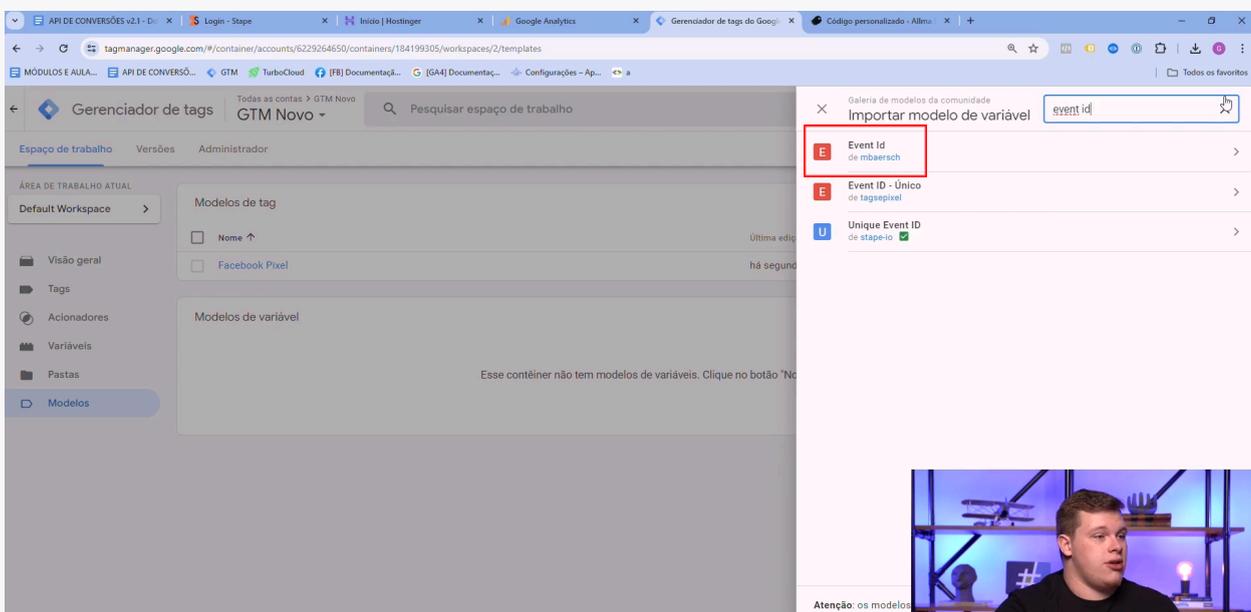
<input type="checkbox"/>	Título	Autor	Instâncias	Local	Prioridade	Data
<input type="checkbox"/>	Body Start - GTM-TFQ58WCX Editar Edição rápida Lixeira	Estudo Allma	Todo o site	Início do Body	1	Publicado 02/05/2024 às 16:38
<input type="checkbox"/>	Head - GTM-TFQ58WCX	Estudo Allma	Todo o site	Head	1	Publicado 02/05/2024 às 16:38
<input type="checkbox"/>	Preload Fonts	eduardo	Página #523	Head	1	
<input type="checkbox"/>	Título	Autor	Instâncias	Local	Prioridade	

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.**

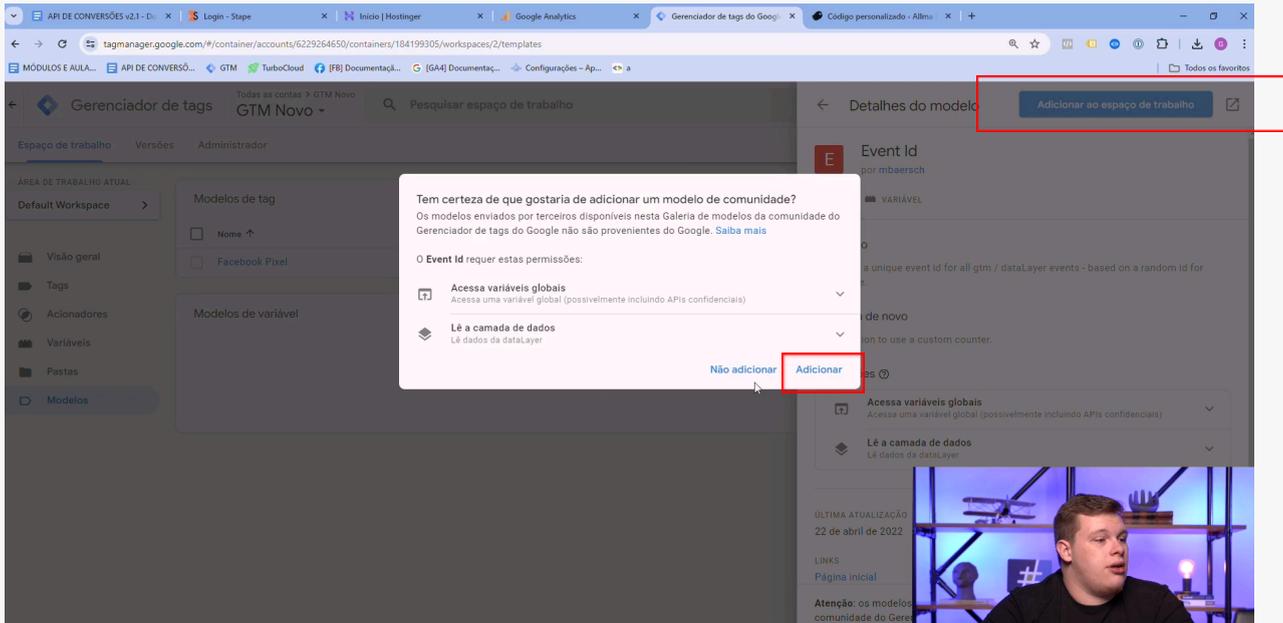
06. Para isso, a gente começa sempre por **“Modelos”** e instalamos um por um. A gente pesquisa por modelo de tag na galeria e faz a busca por **“Facebook”**. Selecionamos o modelo e adicionamos ao espaço de trabalho.



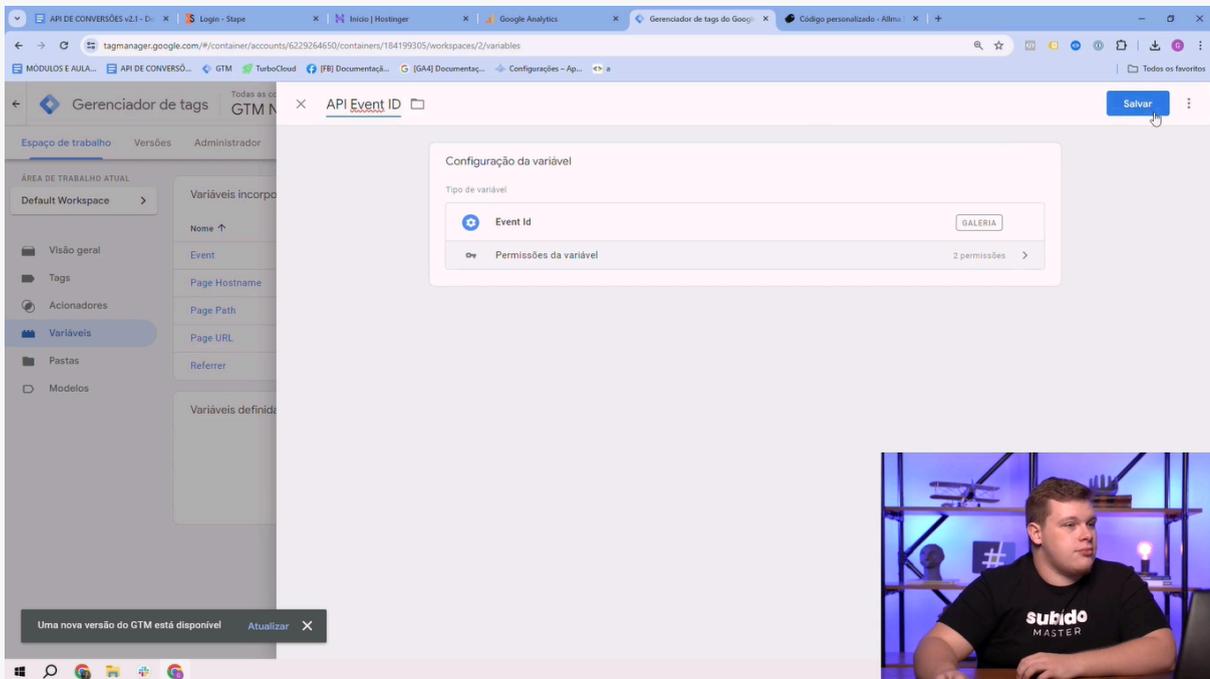
07. Depois, clicamos em **“Modelos de variáveis”** para importar o modelo de Event ID, fazendo a busca assim como foi feito com o modelo de tag.



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

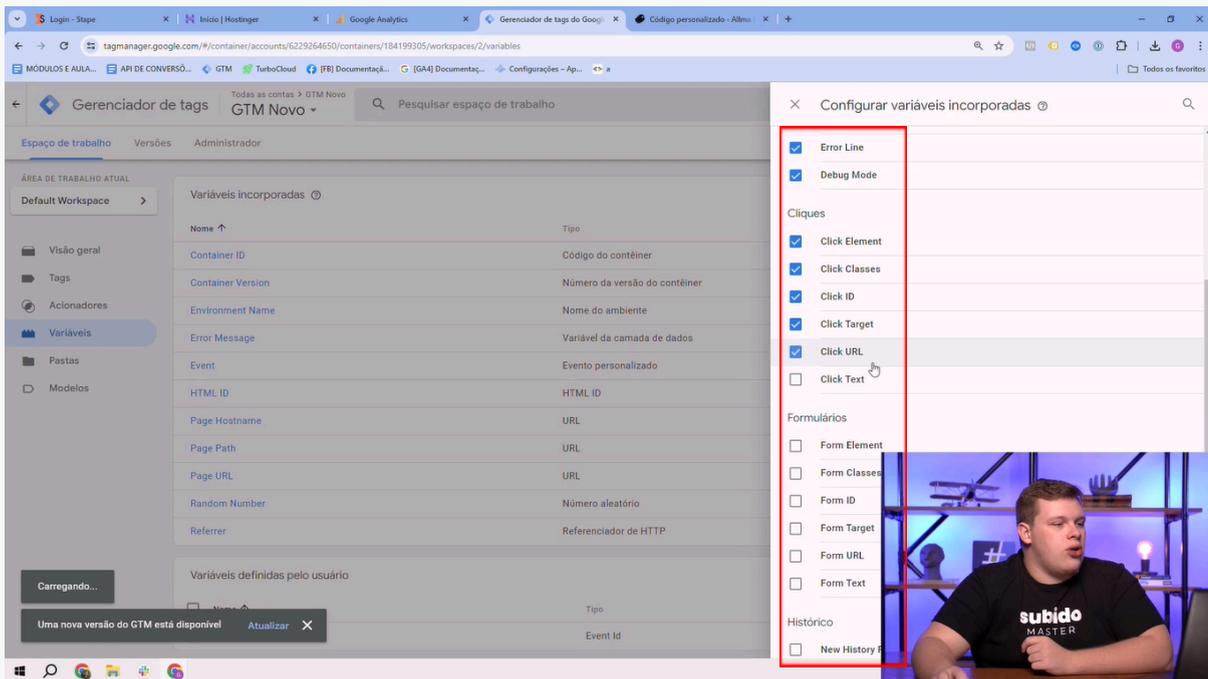


09. O próximo passo é criar a variável API Event ID por esse modelo de tag que acabamos de importar. Então, vamos em **“Variáveis”** para, em **“Variáveis definidas pelo usuário”**, fazer a criação.

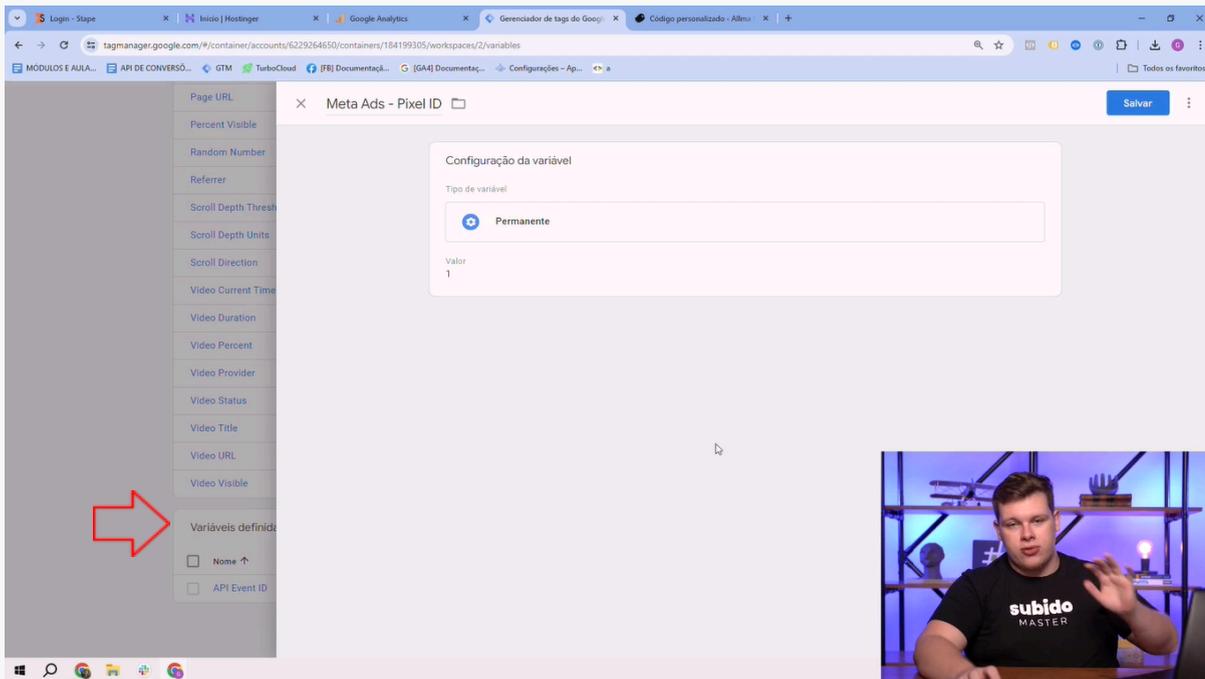


Com essa parte finalizada, vamos criar as nossas variáveis permanentes para instalação das tags. Então, vamos criar: *Meta Ads - Pixel ID*, *Google Ads - Tag ID*, *Google Ads - Lead*, *Google Ads - Contact* e *GA4*.

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.

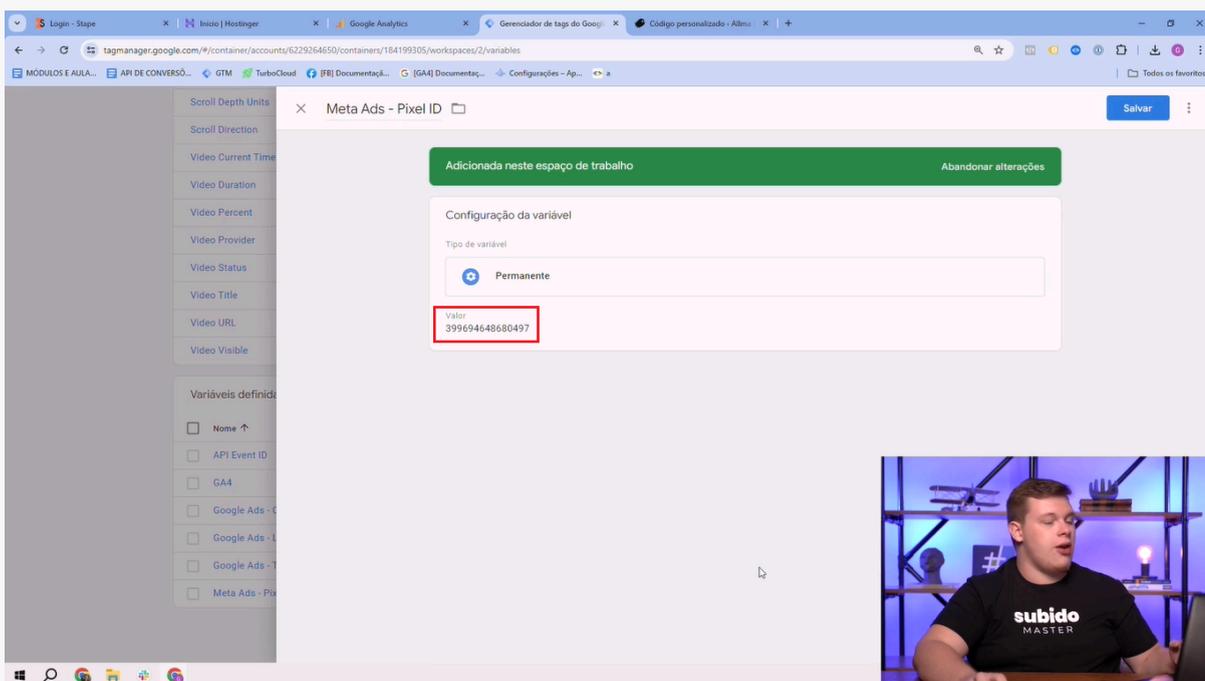


11. Em **“Variáveis”**, vamos em **“Variáveis definidas pelo usuário”** para criar as cinco que citei anteriormente.



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.

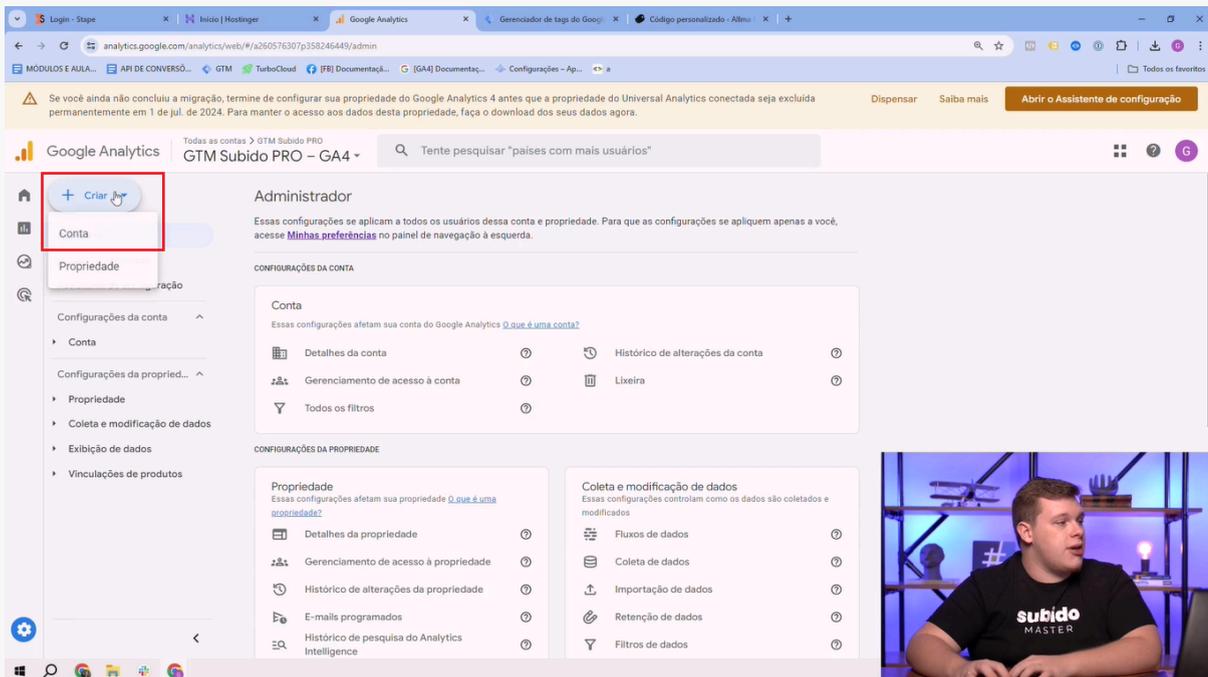
Para o GA4, será necessário criar uma nova conta. Para isso, siga o passo a passo.

PASSO A PASSO

01. Clique em **“Administrador”**.

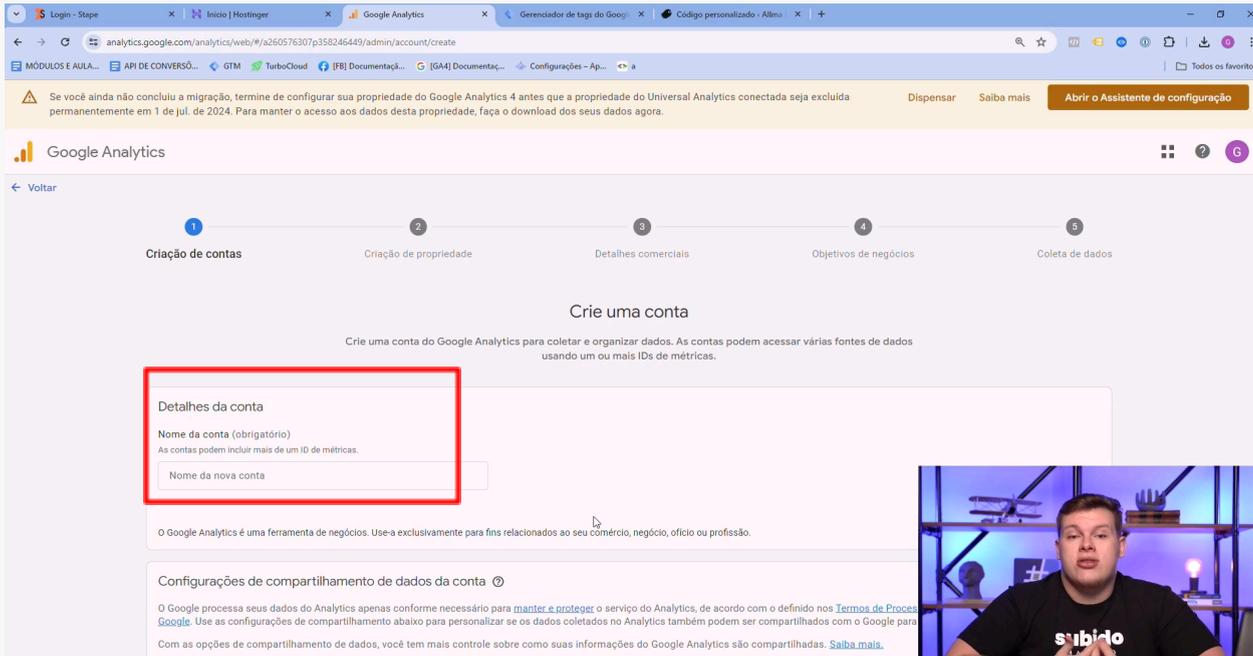
The screenshot shows the Google Analytics web interface. The browser address bar displays 'analytics.google.com/analytics/web/#/p3558246449/reports/intelligenthome?params_u_u_nav%3Dmain'. The page title is 'Google Analytics' and the account name is 'GTM Subido PRO - GA4'. The main content area shows a message: 'Página inicial Nenhum dado foi recebido do seu site ainda.' Below this, there are four data cards: 'Usuários' (0), 'Eventos principais' (0), 'Contagem de eventos' (0), and 'Novos usuários' (0). On the right side, there is a video player showing a man in a 'subido MASTER' t-shirt. In the bottom left corner, the 'Administrador' button is highlighted with a red box.

02. Clique em “Criar” e “Conta”.

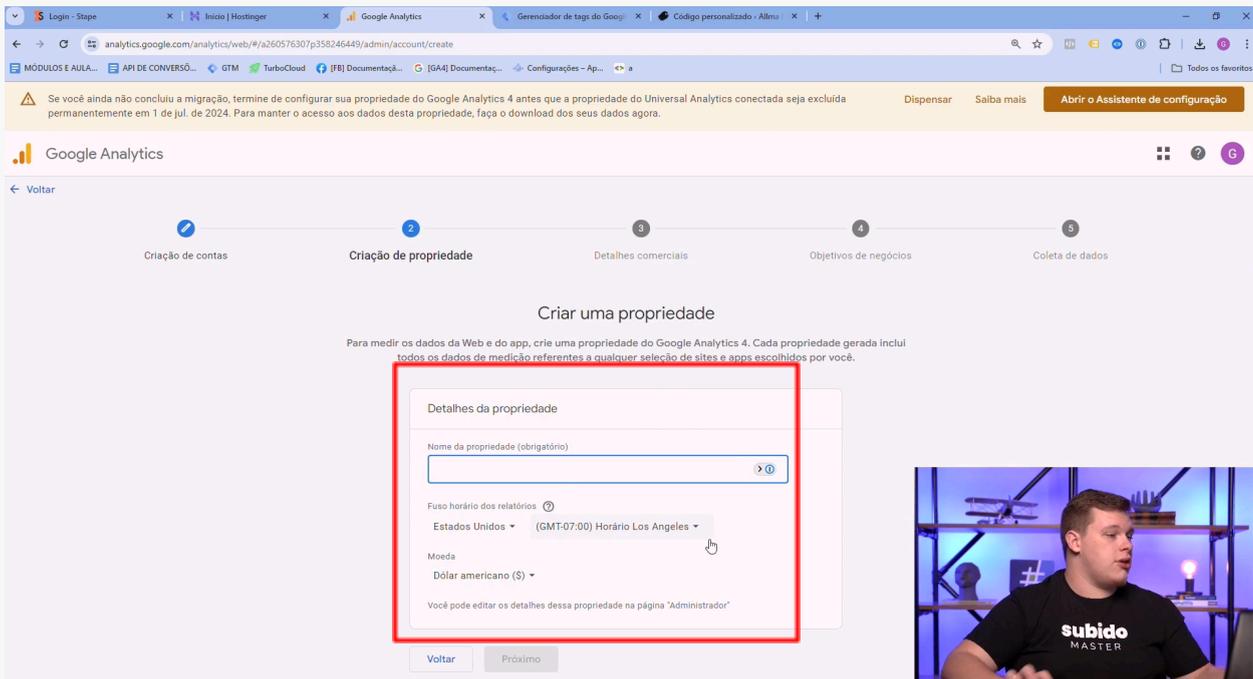


Você pode ter uma conta e várias propriedades ou pode ter várias contas e várias propriedades. **A minha recomendação é que você crie uma conta para cada cliente.** Já as propriedades, digamos que o seu cliente seja infoprodutor e tenha vários domínios ou que tenha uma clínica e várias unidades, então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

Se você ainda não concluiu a migração, termine de configurar sua propriedade do Google Analytics 4 antes que a propriedade do Universal Analytics conectada seja excluída permanentemente em 1 de jul. de 2024. Para manter o acesso aos dados desta propriedade, faça o download dos seus dados agora.

Google Analytics

Criação de contas Criação de propriedade **Detalhes comerciais** Objetivos de negócios Coleta de dados

Descreva sua empresa

Responda às perguntas a seguir para entendermos melhor sua empresa. Sua contribuição ajuda a melhorar o Google Analytics.

Detalhes comerciais

Categoria do setor (obrigatório)
Compras ▾

Tamanho da empresa (obrigatório)

Pequena: 1 a 10 funcionários

Média: 11 a 100 funcionários

Grande: 101 a 500 funcionários

Muito grande: mais de 501 funcionários

Voltar Próximo

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

Se quiser gerar relatórios personalizados, selecione os tópicos mais importantes para sua empresa.

Escolha seus objetivos de negócios

Gerar leads
Analisar as métricas dos visitantes e atrair novos clientes

Impulsionar as vendas on-line
Analisar o comportamento de compra e gerar mais vendas

Aumentar o reconhecimento da marca
Divulgar sua empresa

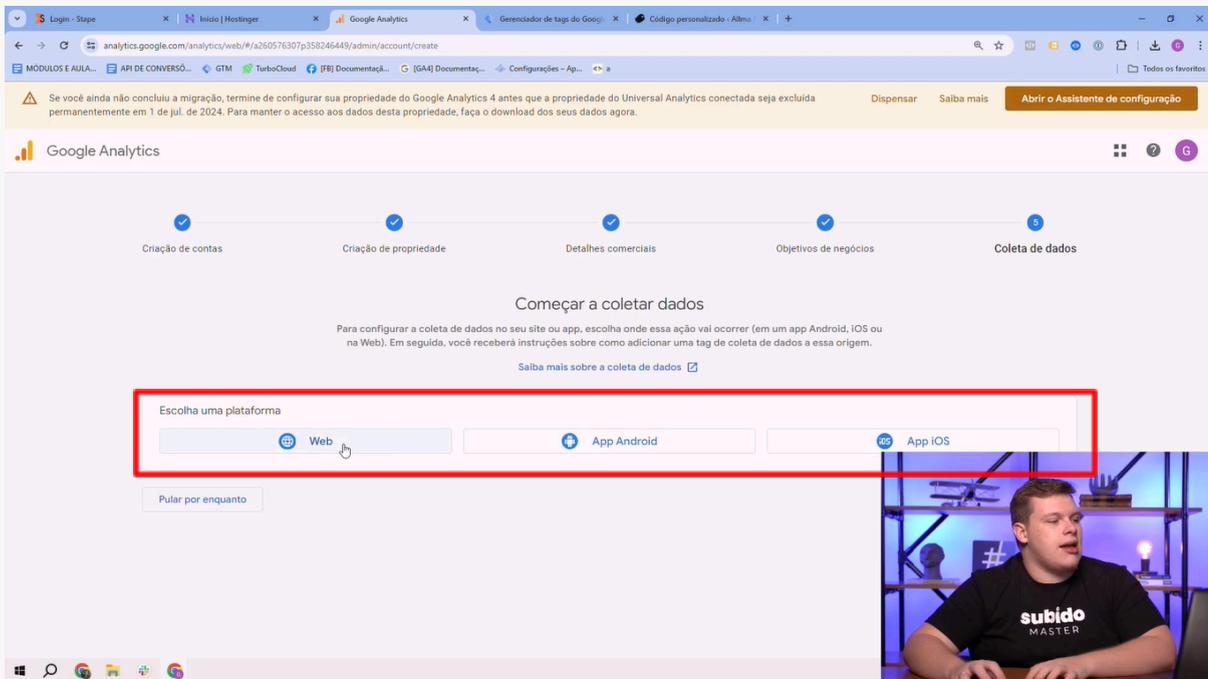
Analisar o comportamento do usuário
Saiba como as pessoas usam seu site ou app

Gerar relatórios de valor de referência
Vários tipos de relatórios (essa opção não pode ser combinada com outras)

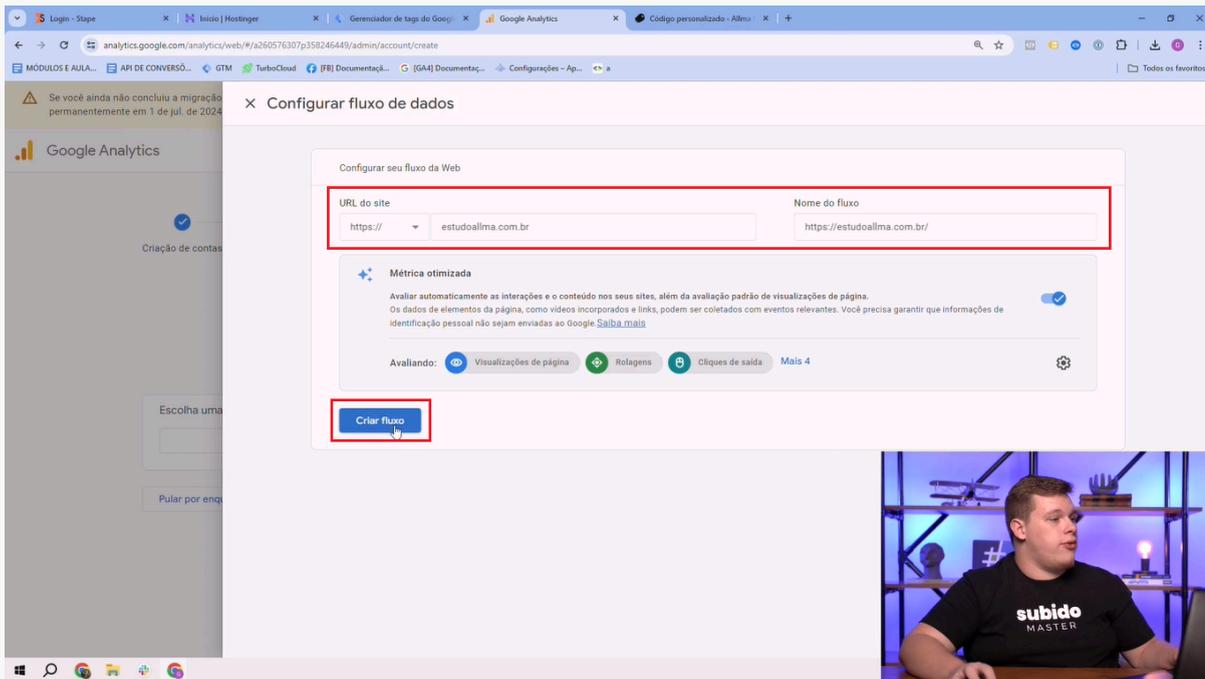
Voltar Criar

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.

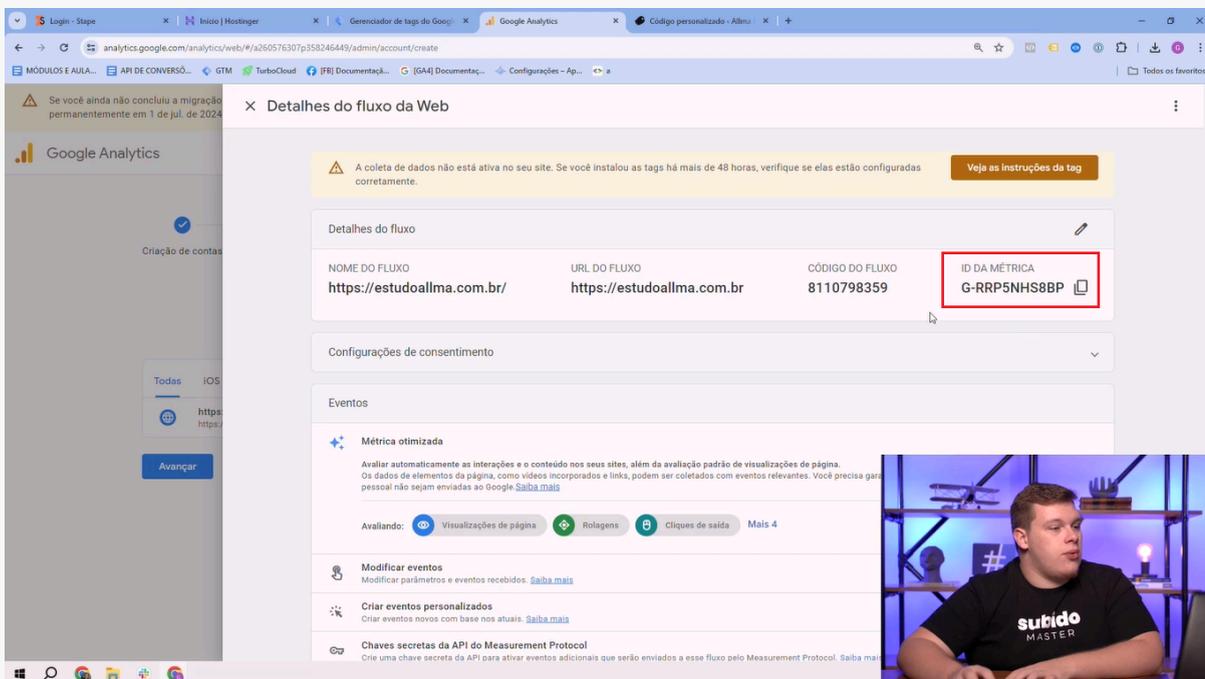
07. Então, você pode coletar dados a partir de uma URL na web, a partir de um aplicativo Android ou de um aplicativo iOS. No nosso caso, a gente vai captar dados através de um site. Então, clicamos em **“Web”**.



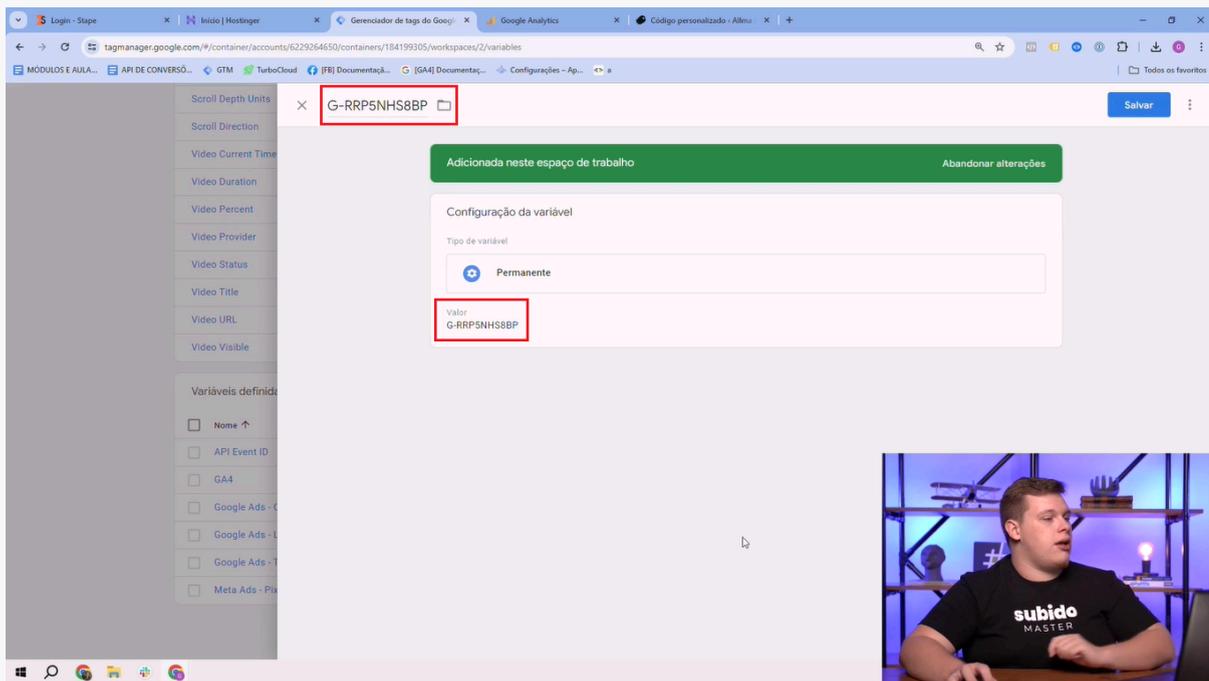
08. Colocamos a URL do site, o nome do fluxo e clicamos em **“Criar fluxo”**.



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

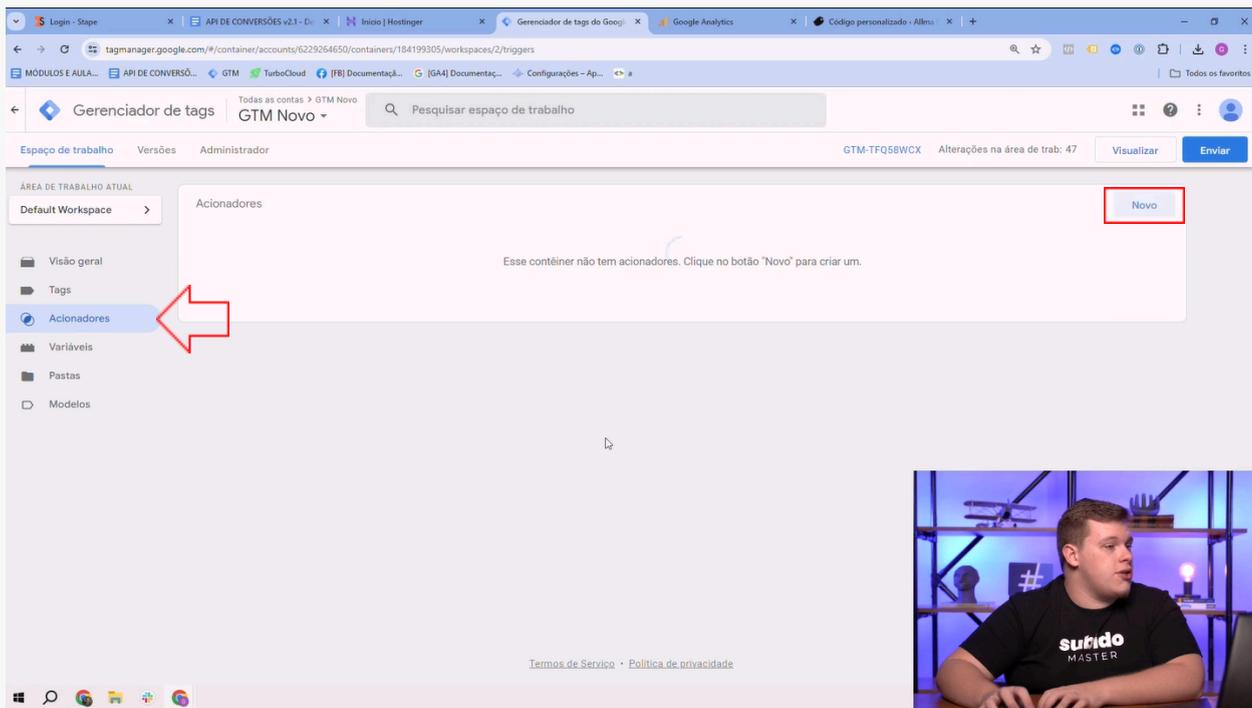


10. Agora, voltamos ao GTM para inserir o ID em nossa variável. Mudamos o nome de ID da métrica e o valor.



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

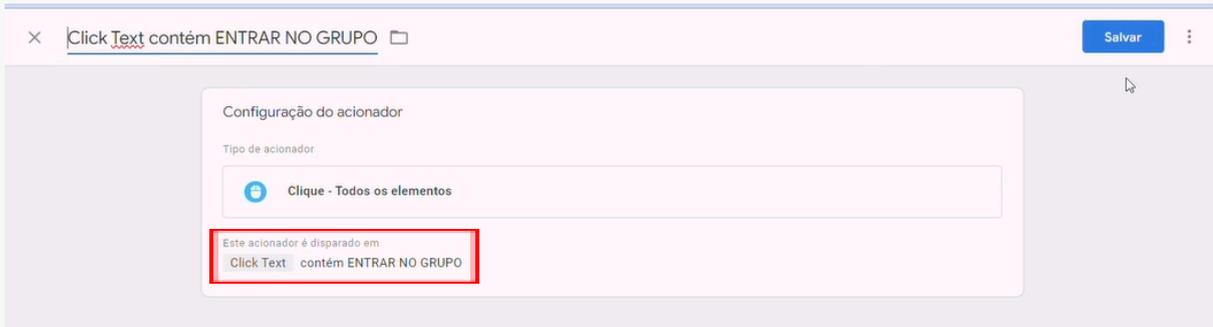
11. Vamos para **“Acionadores”** e clicamos em **“Novo”** para configurar o acionador.



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*.

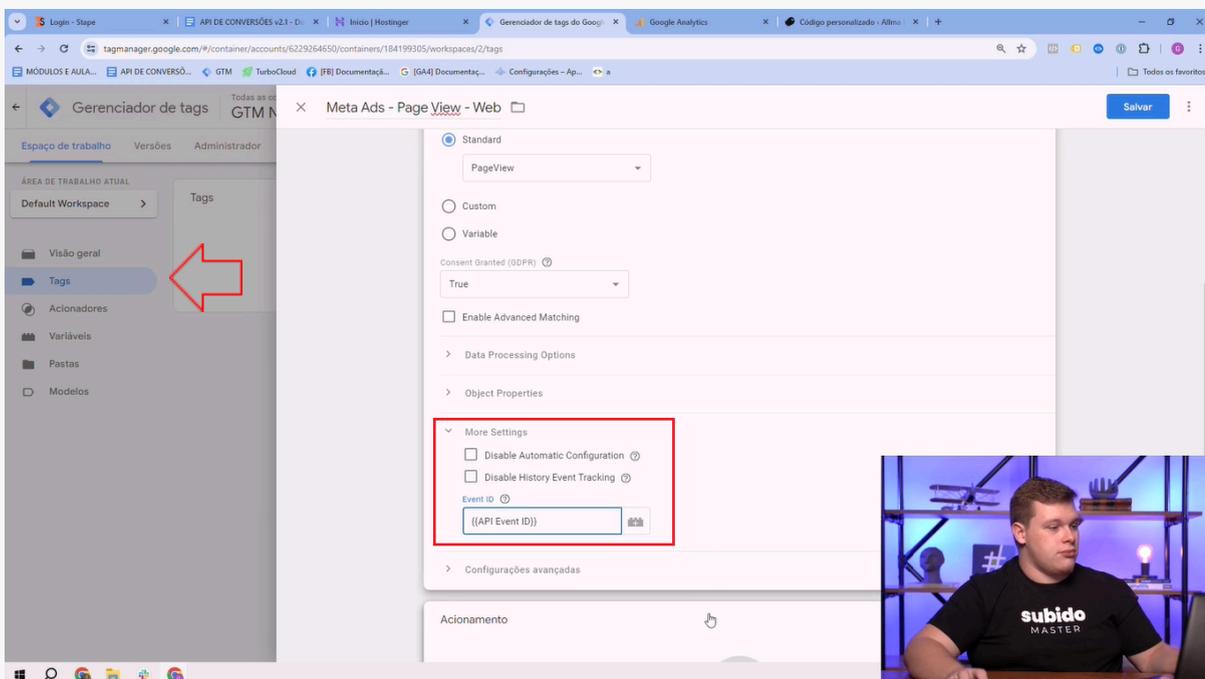


13. Depois, reproduzimos o mesmo processo para criar o acionador de *Contact*. Esse vai ser um acionador de clique que vai disparar quando o *Click Text* contiver *ENTRAR NO GRUPO*.

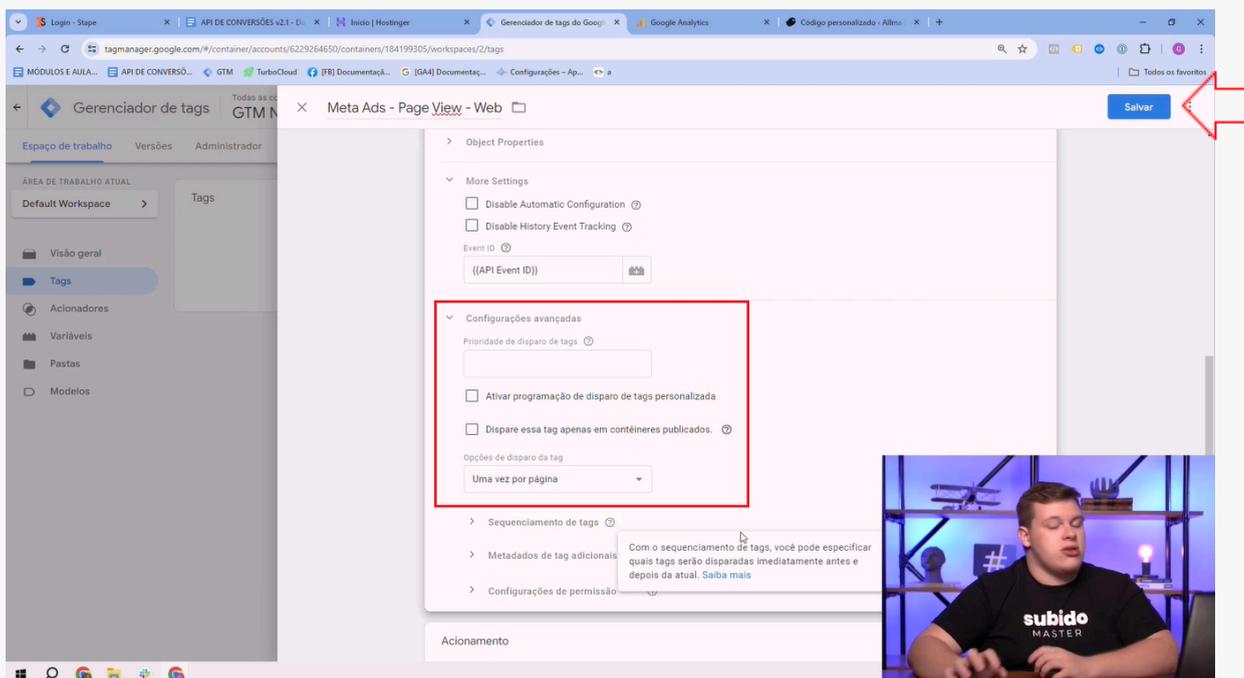


Temos os nossos acionadores de *Lead* e de *Contact* criados. Agora, vamos criar a nossa tag, começando pela *Page View*.

14. Para isso, vamos em **“Tags”** para clicar em **“Nova”** e configurar a tag, realizando todo o processo de nomear tag e selecionar 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.

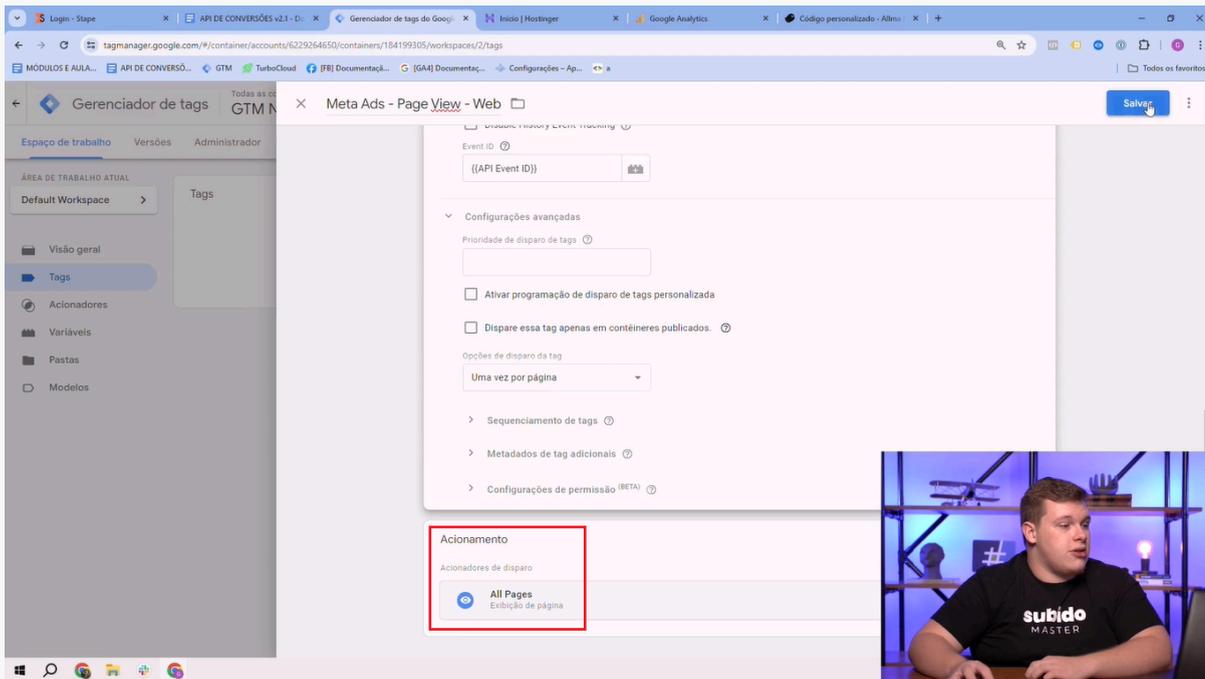


15. Eu também indiquei que teria uma configuração avançada a ser feita, então clico nela para fazer.

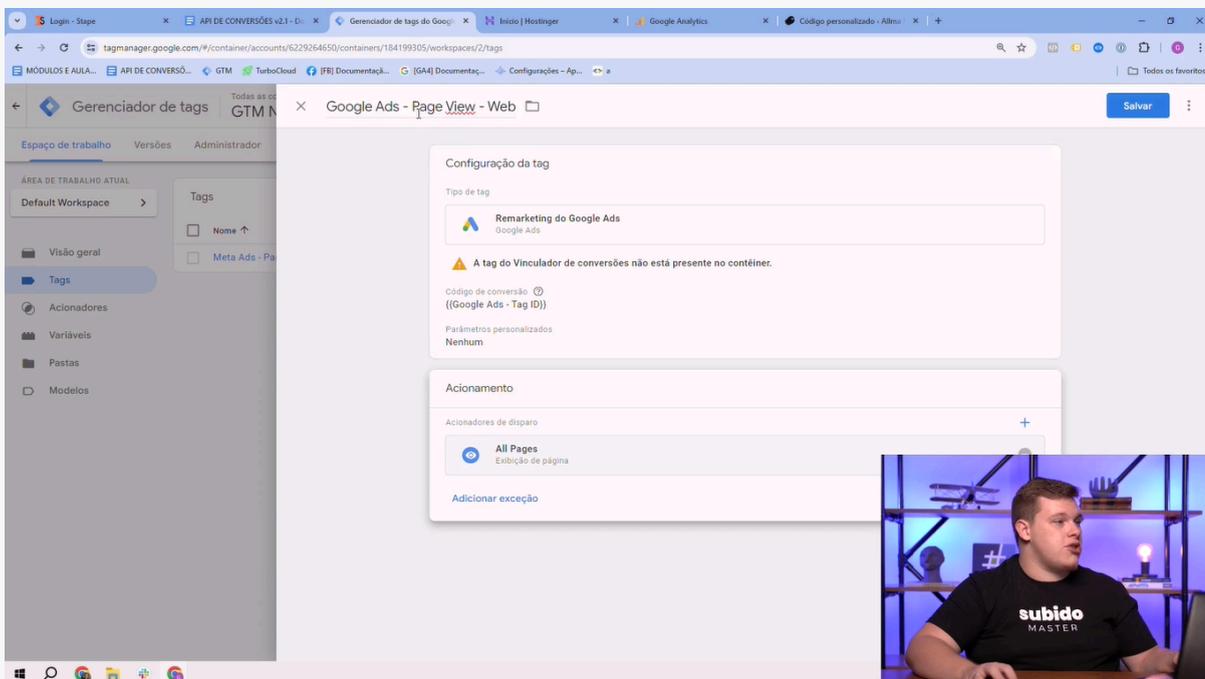


Se você tiver algum problema com disparo de tag em algum momento da sua jornada, teste mudar essa configuração avançada para **“Uma vez por evento”** ou **“Ilimitado”**.

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



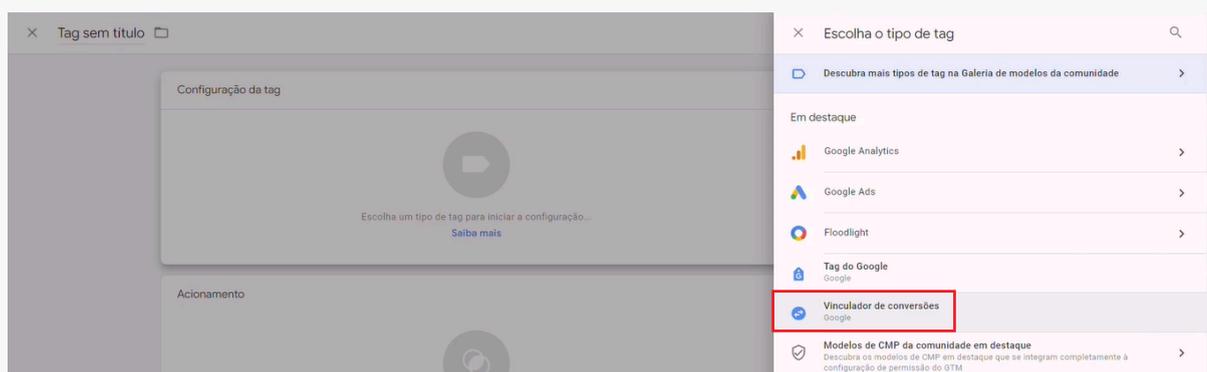
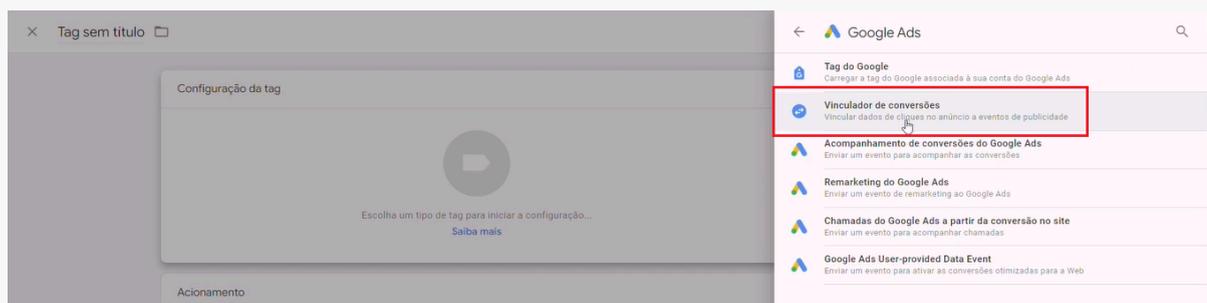
17. Em seguida, essas etapas devem ser seguidas para criar a tag do Google, exceto a configuração em **“More settings”**.



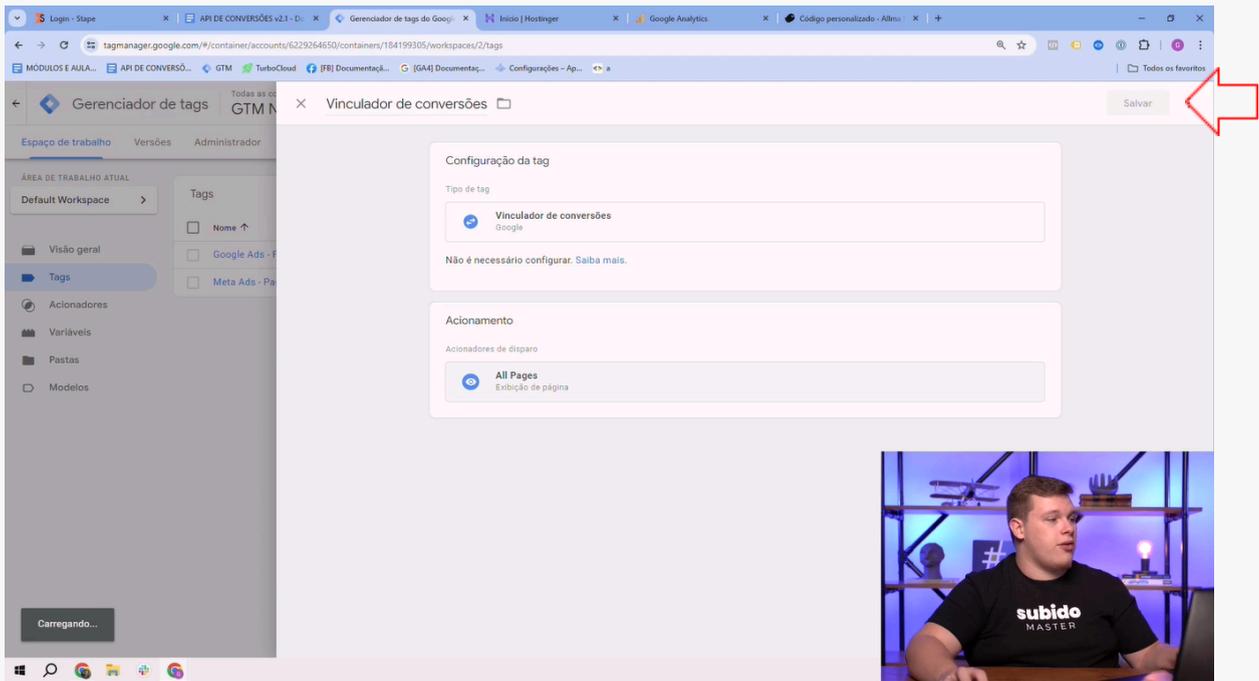
18. A próxima a ser criada é a tag do GA4, mas antes preciso falar algo sobre a tag do Vinculador de conversões.

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.

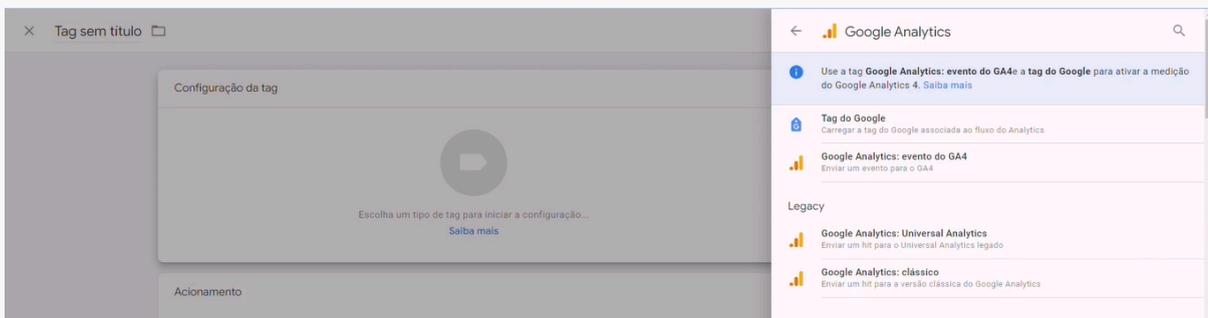
Podemos encontrar ela tanto no Google Ads quanto no próprio destaque.



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

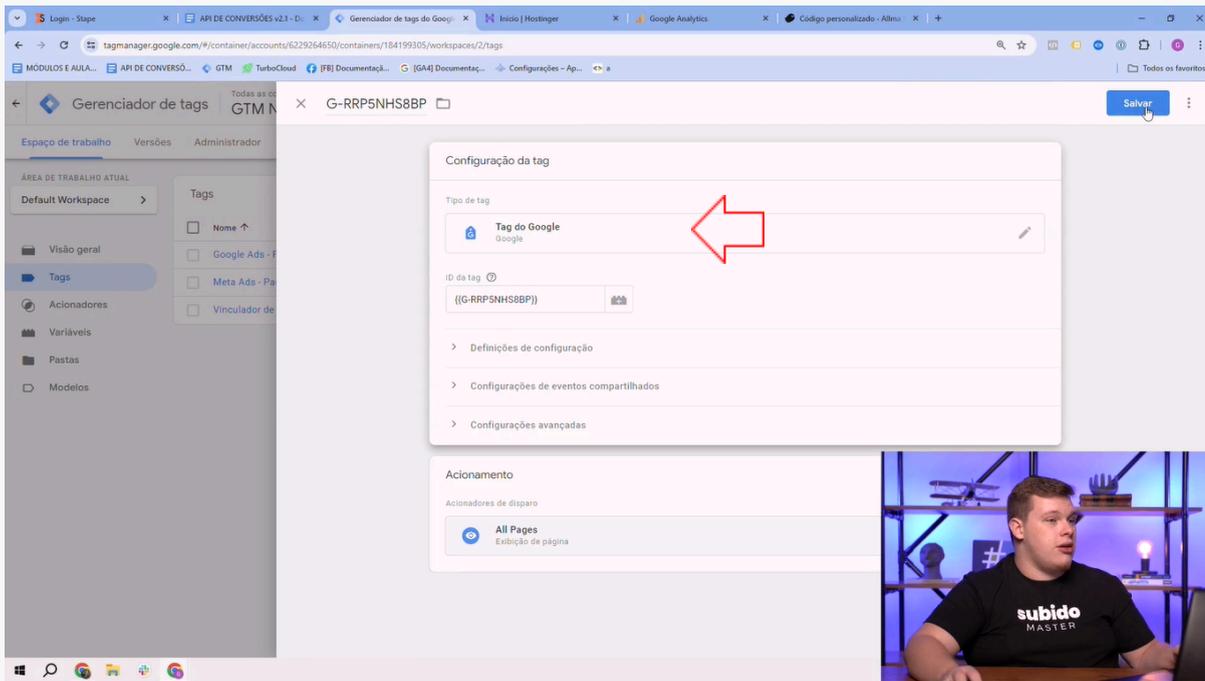


Agora, sim, vamos criar a tag do GA4. Vamos criar a *Page View* do Analytics e isso será feito, primeiro, selecionando o Google Analytics na escolha do tipo da tag.

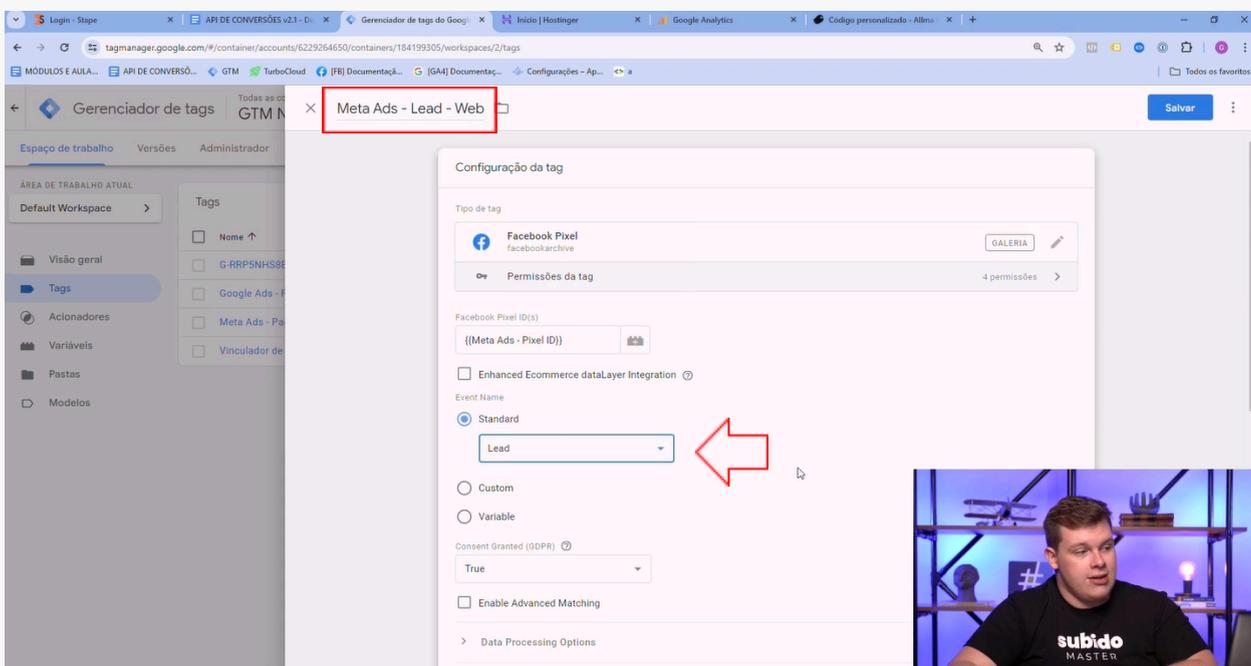


Ele dá essas quatro opções. As mais antigas, que são *as tags do Google Analytics Universal* e que eu não indico que sejam utilizadas porque já estão fora de circulação, e *as do GA4*.

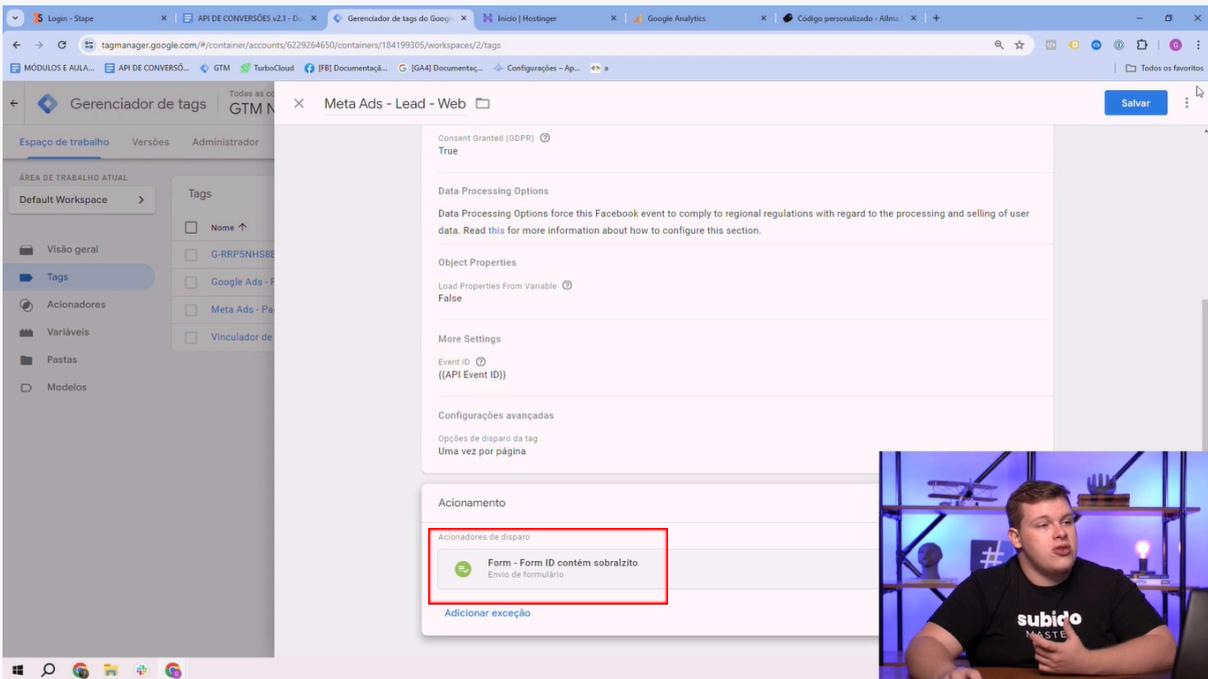
20. Das do GA4, você tem duas opções: a *Tag do Google*, que é a tag de disparo de *Page View*, e o *Google Analytics: evento do GA4*, que é toda tag que for um evento. O que queremos agora é a ***Tag do Google***.



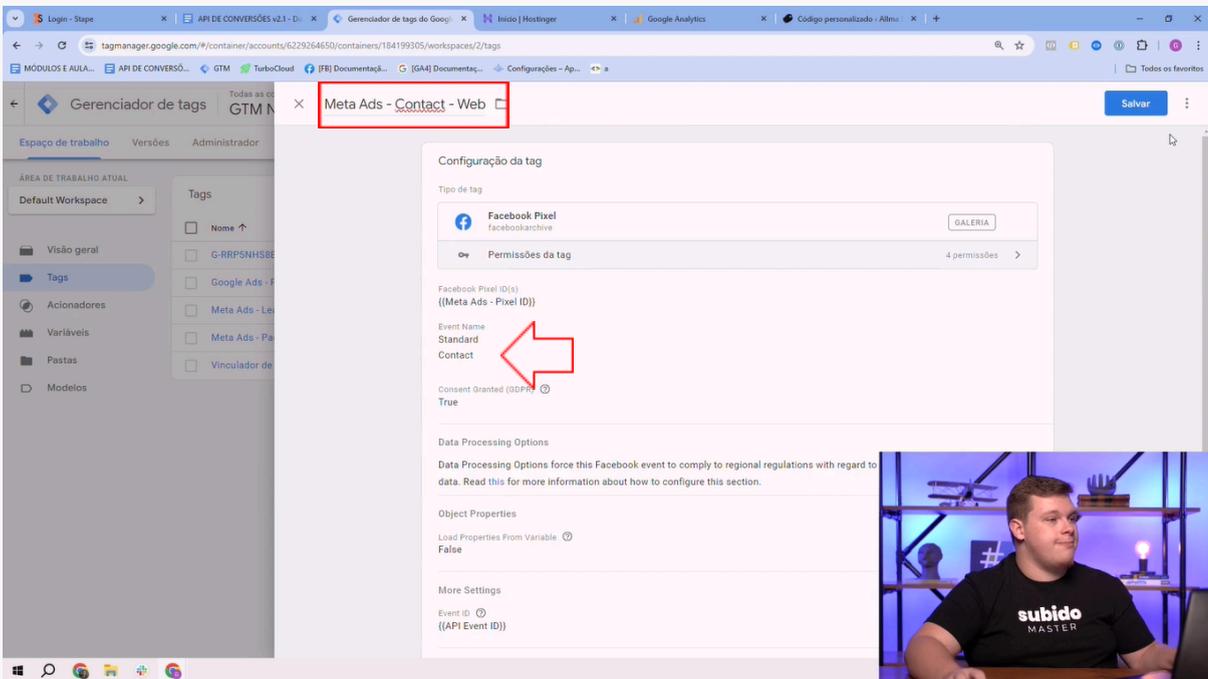
21. Agora, vamos instalar as conversões de *Lead* e *Contact* do Meta e do Google. Para fazer isso, vamos até o *Page View*, copiar esse *Page View* e alterar para *Lead*.



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

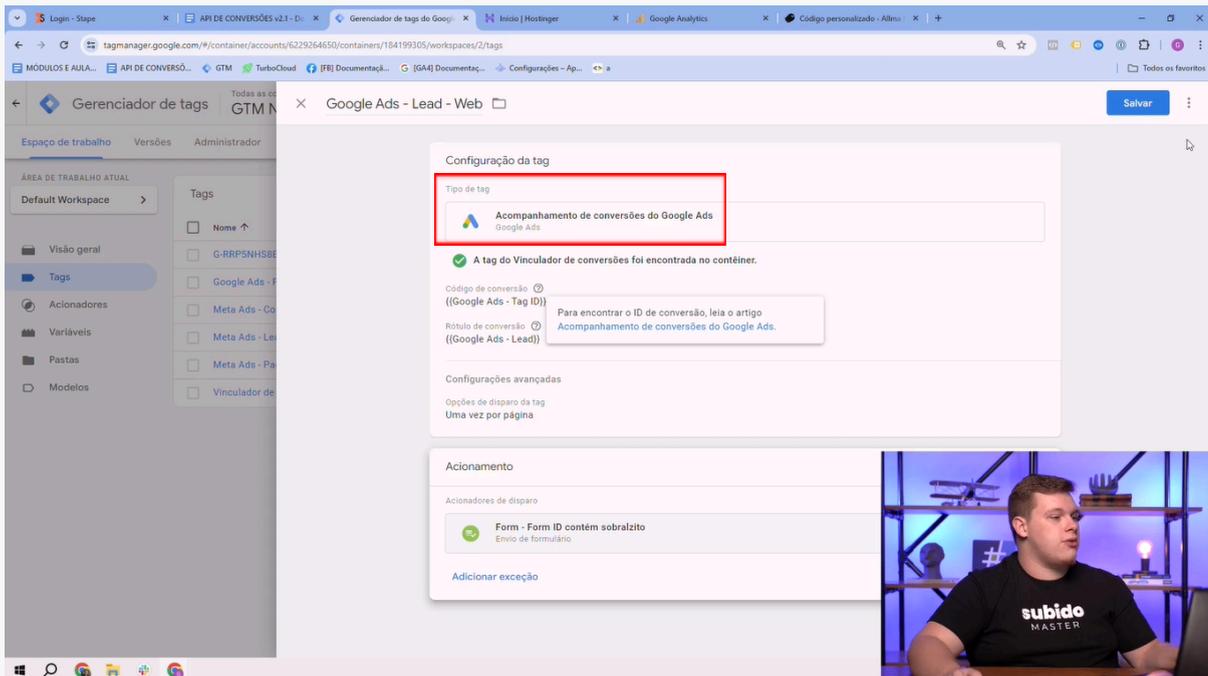


23. Depois, copiamos a de **Lead** e fazemos as alterações para **Contact** (nome do evento e acionador).

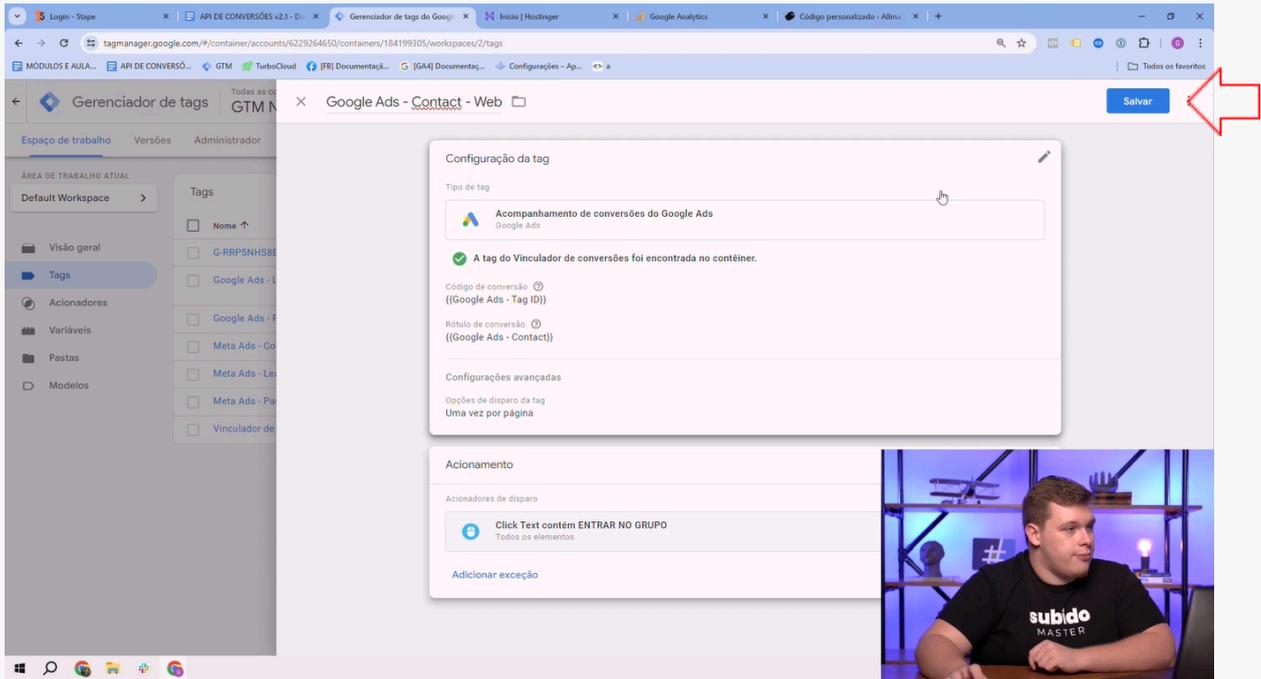


Agora, vamos no Google. E, nesse caso, não podemos copiar a tag porque ela é um remarketing do Google Ads, que não é o que queremos. Por isso, precisamos criar uma nova.

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

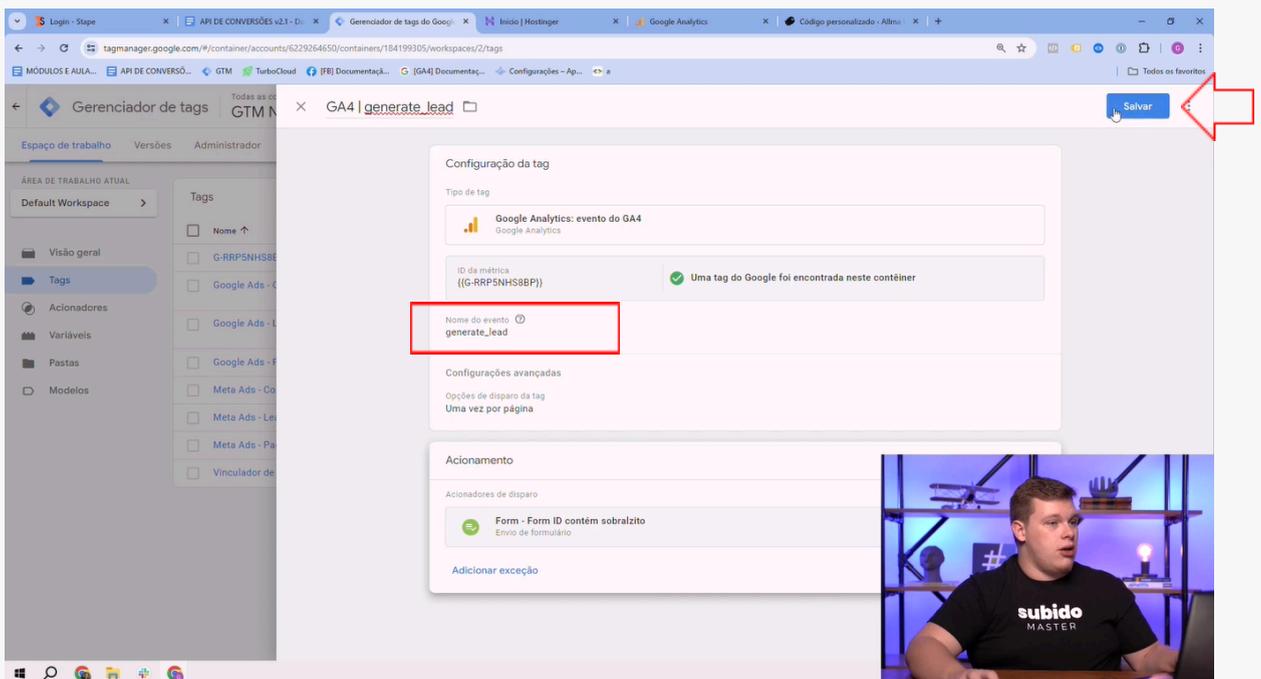


25. Essa, que é um acompanhamento de conversões do Google, a gente pode copiar para criar a tag do *Contact*. Fazemos as devidas alterações e salvamos.

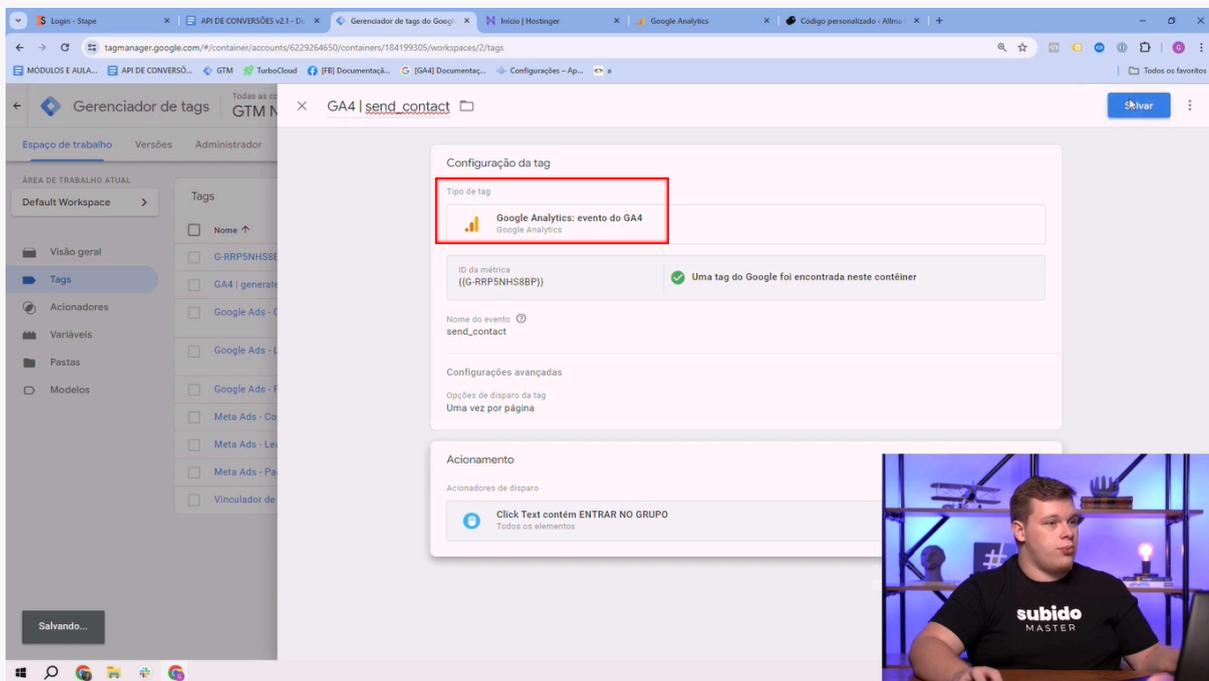


26. A próxima etapa é criar as conversões de **“generate_lead”** e **“send_contact”** do próprio GA4. Então, vamos criar uma nova tag do tipo **“Google Analytics: evento do GA4”**.

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



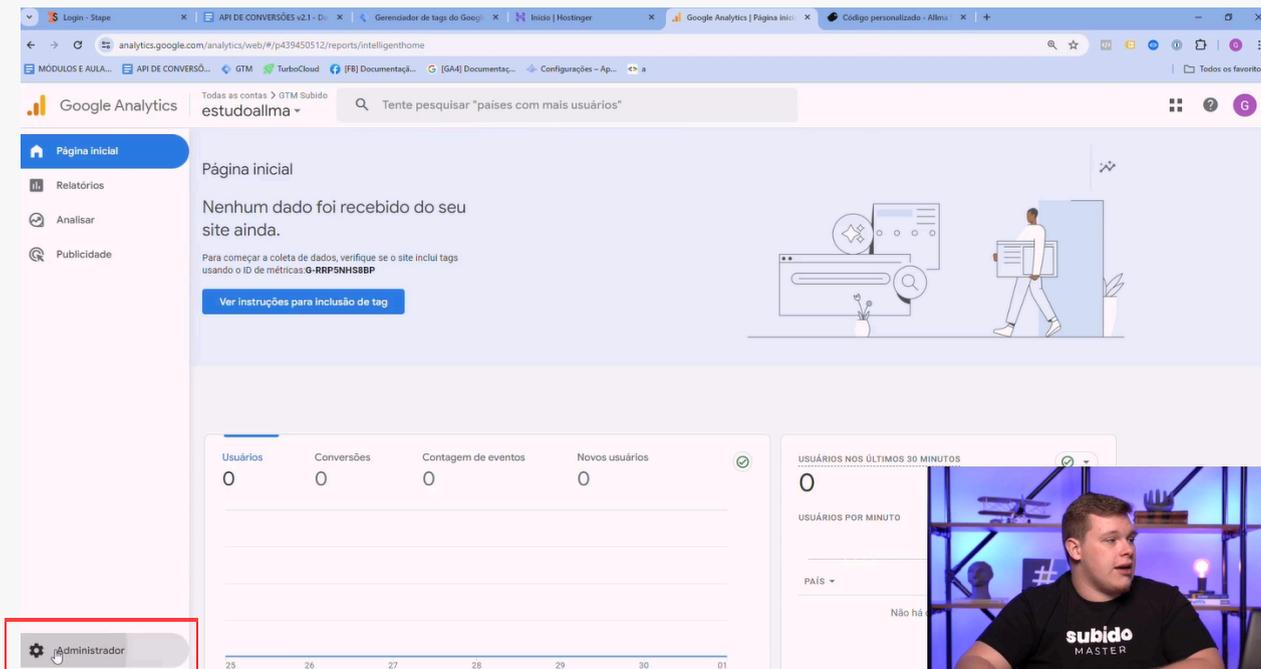
27. Depois, queremos disparar o *Contact*, então podemos copiar a última tag criada e alterar as informações que precisam ser mudadas.



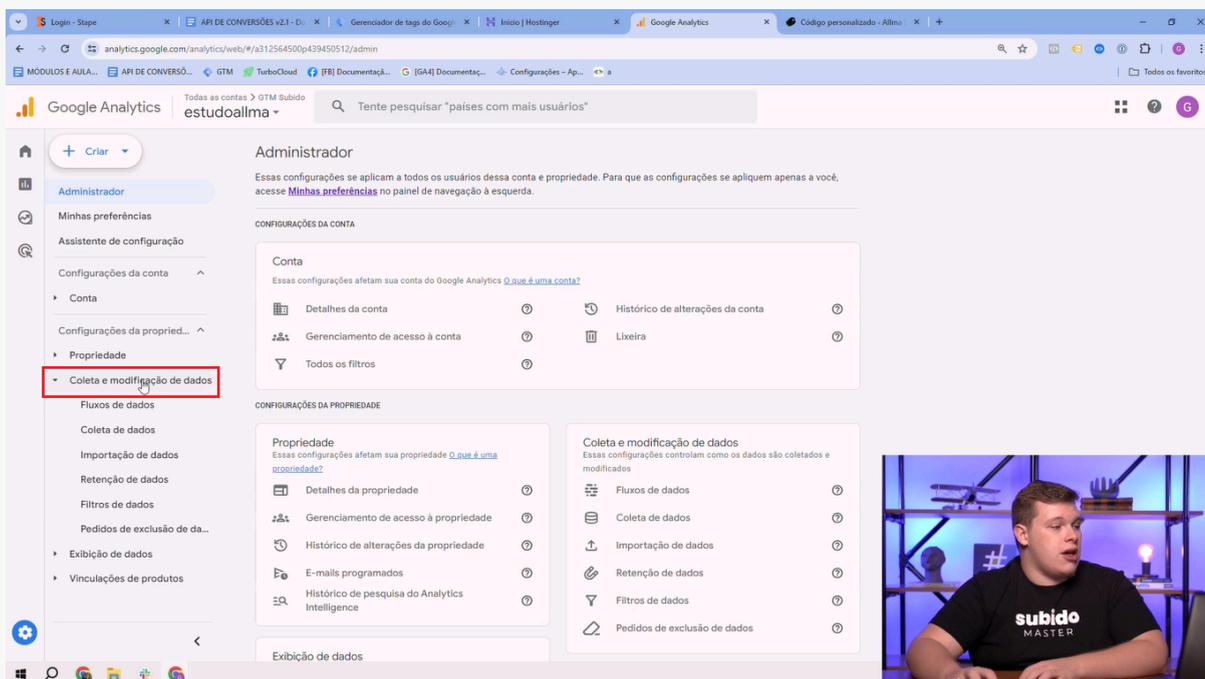
Esse criar conversões de **“generate_lead”** e **“send_contact”** no GA4 é simples. Não é obrigatório, mas se você quiser ter mais assertividade em suas marcações, é muito válido fazer.

----- PASSO A PASSO -----

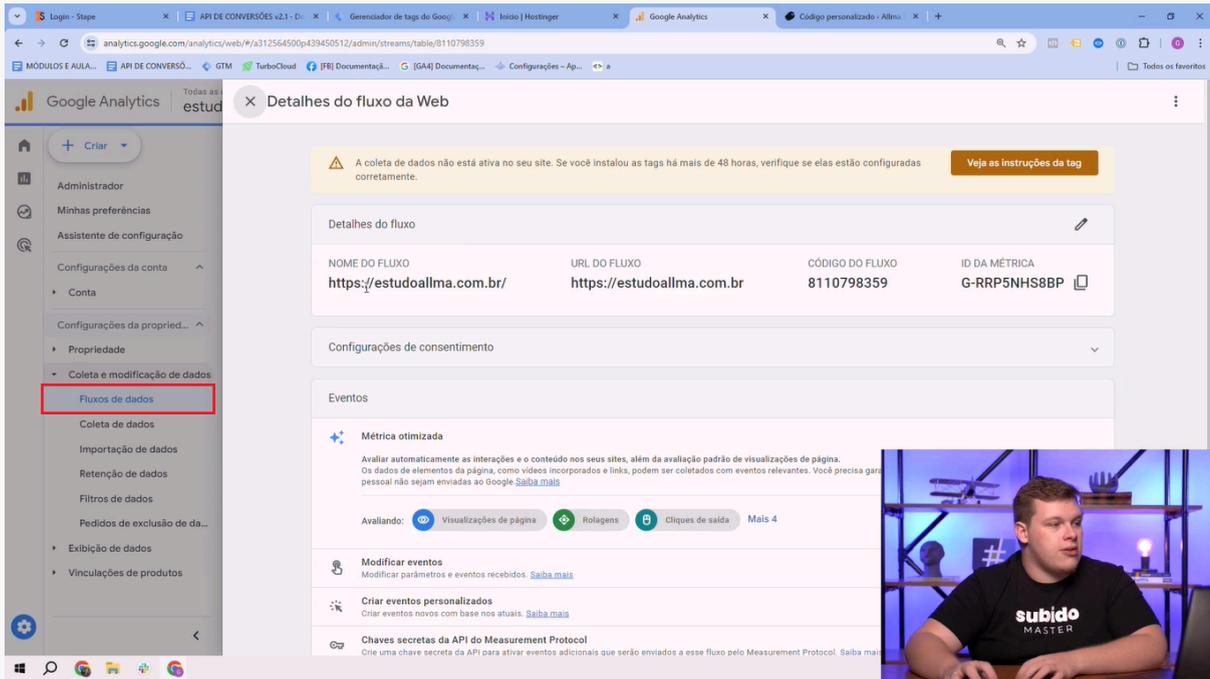
01. Clique em **“Administrador”** na página inicial.



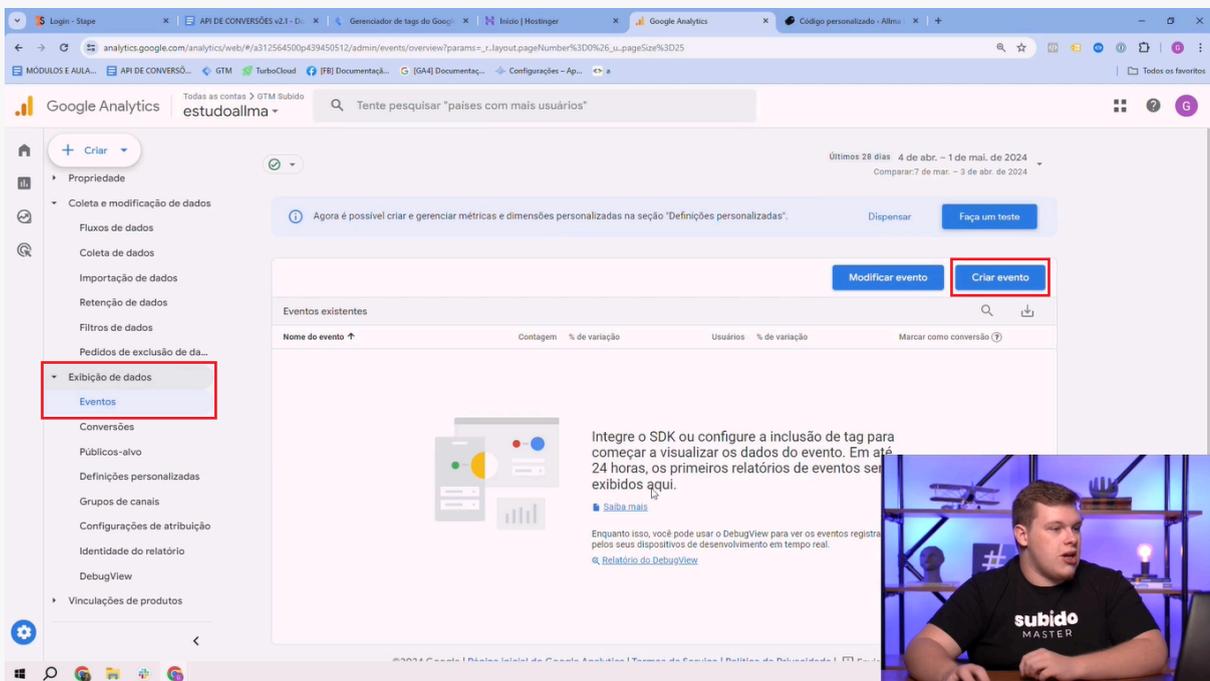
02. Clique em **“Coleta e modificação de dados”**.



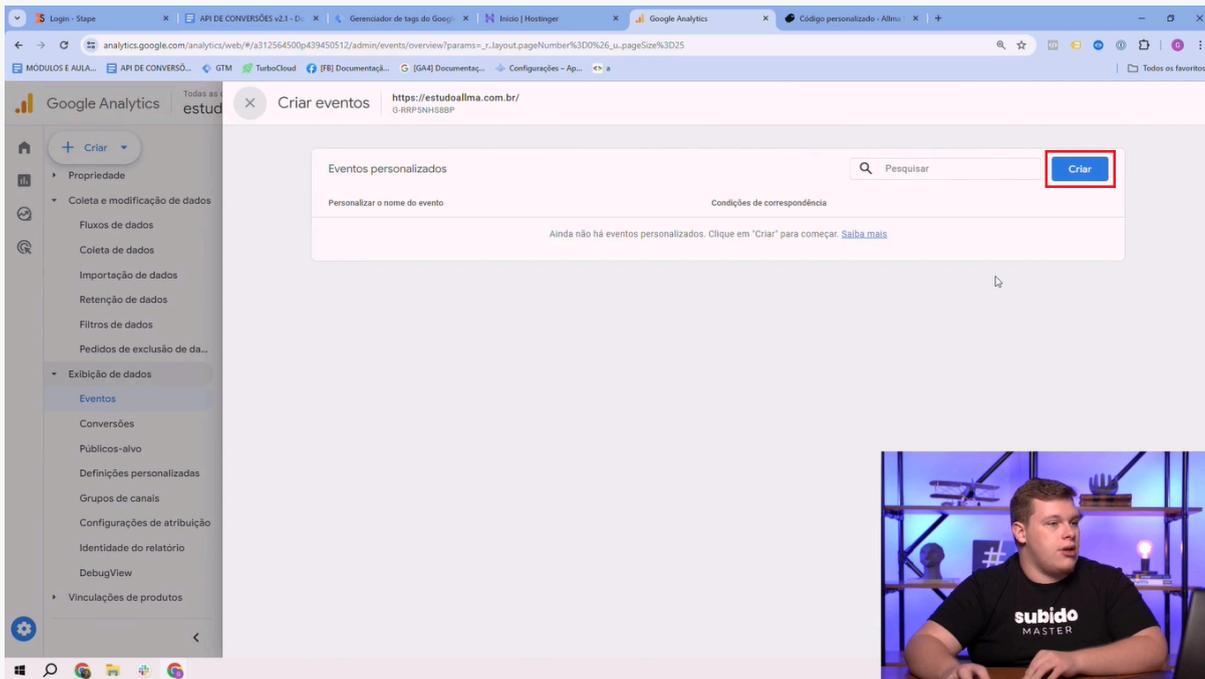
03. Clique em **“Fluxo de dados”** para conferir se está tudo certo.



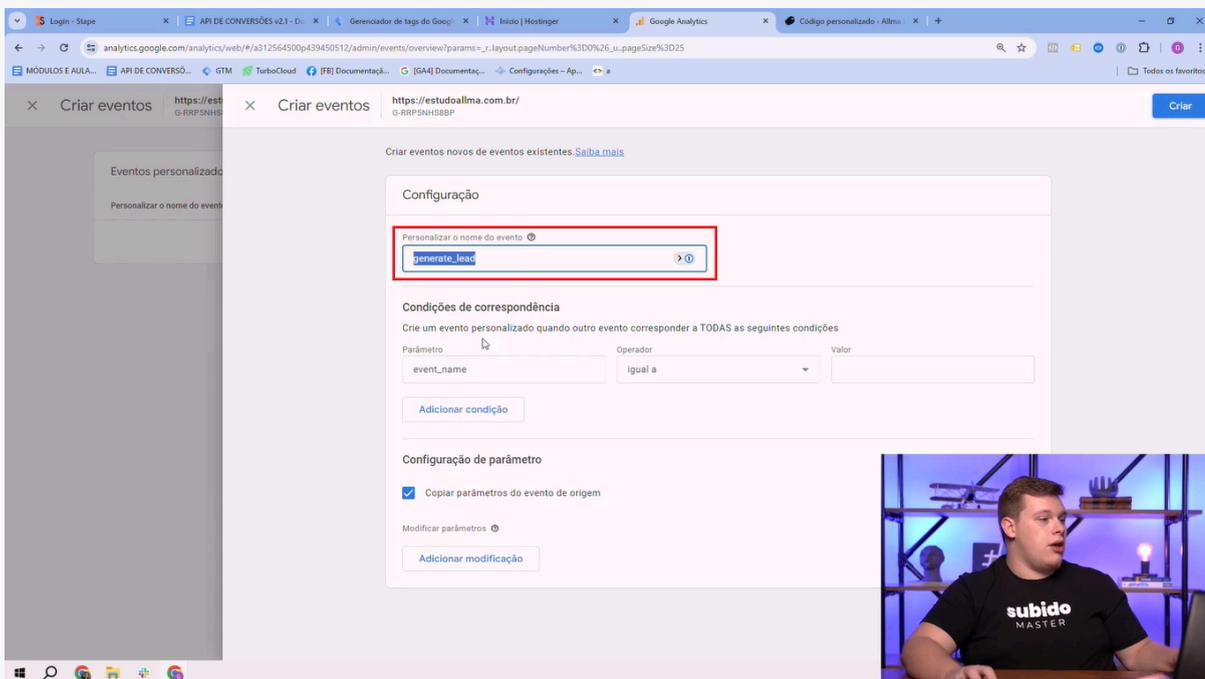
04. Clique em **“Eventos”**, em **“Exibição de dados”**, e, em seguida, em **“Criar evento”**.



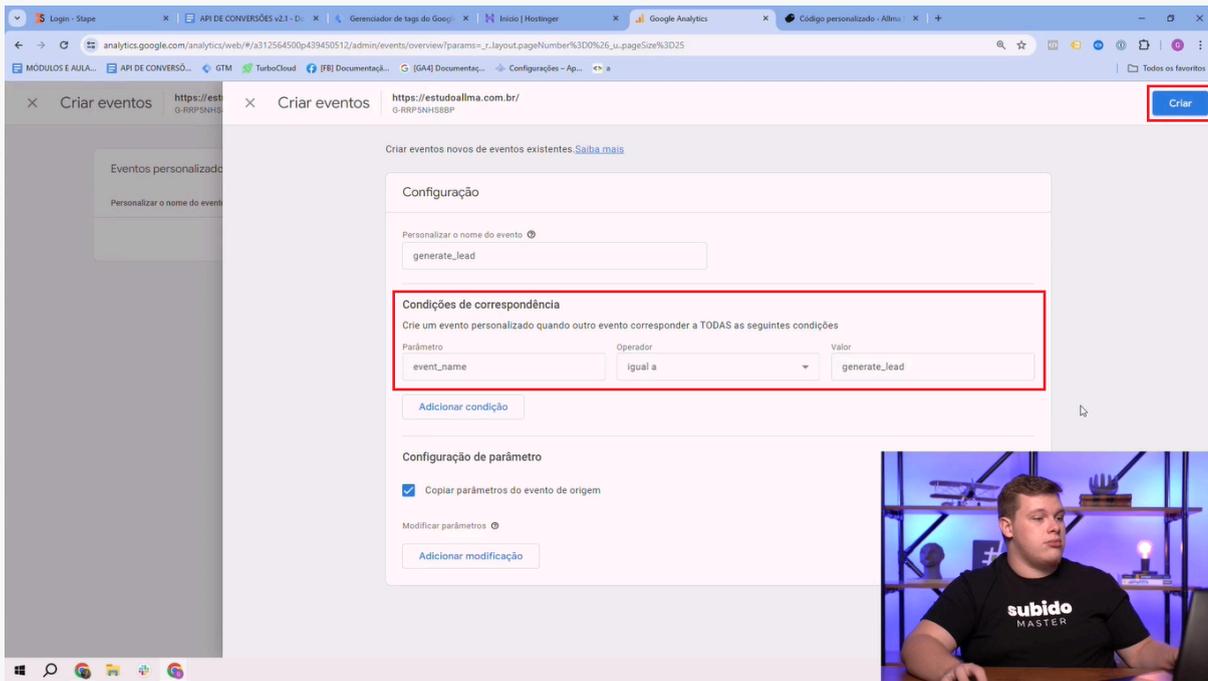
05. Clique em **“Criar”**.



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!