



Curso **SUBIDO** **DE TRÁFEGO**



Pedro Sobral

MÓDULO - Google Tag Manager (GTM)

**Como instalar um evento ou uma
conversão por vídeo**



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO



00'01"	Introdução	Cap. 1	Pág. 2
00'10"	Como instalar um evento ou uma conversão por vídeo	Cap. 2	Pág. 2

1



00'01"

Introdução

Acompanhar as interações dos usuários com o conteúdo em vídeo é essencial para aprimorar sempre a experiência deles.

Por isso, **neste material, vamos falar sobre como você pode instalar um evento ou conversão por vídeo, tornando a análise de dados e métricas se ainda mais precisas.**

Continue a leitura!

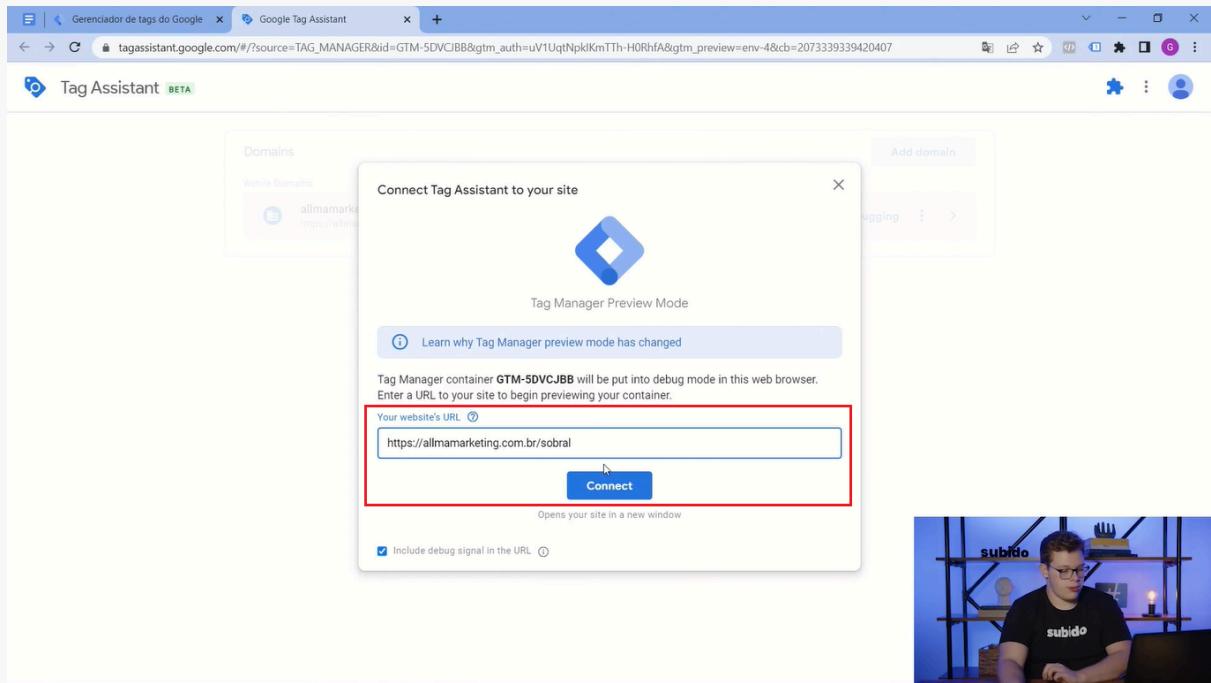
2



00'10"

Como instalar um evento ou uma conversão por vídeo

Antes de qualquer coisa, a gente vai, primeiro, disparar os eventos. Então, a gente vai em **“Visualizar”** e conectar o site. Se o vídeo desejado estiver em um caminho de página, é essa URL completa que precisa ser inserida.



Feito isso, ele vai abrir a página e, então, a gente deve dar o play no vídeo. Com isso, dois eventos foram disparados: YouTube Video e Video Engagement.

Em **“YouTube Video”**, vamos ver as variáveis que disparamos. Então, dentre as que a gente disparou, o que queremos ver é: Video Current Time, Video Duration, Video Percent, Video Provider, Video Status, Video Title, Video URL e Video Visible.

Gerenciador de tags do Google Tag Assistant [Connected] sobral - Alma Marketing

Connected allmamarketing.com.br

2 Google tags found GTM-5DVCJBB G-LRQY1TNE22

Summary

↓ sobral - Alma Marketing

8 Video Engagement

7 YouTube Video

6 Timer

5 Window Loaded

4 DOM Ready

3 Container Loaded

2 Initialization

1 Consent Initialization

UA-260576307-1 Configurações do Google Anal object

Video Current Time Variável da camada de dados number 0

Video Duration Variável da camada de dados number 4866

Video Percent Variável da camada de dados number 0

Video Provider Variável da camada de dados string "youtube"

Video Status Variável da camada de dados string "start"

Video Title Variável da camada de dados string "Live #001 - O que é como aprender tráfego"

Video URL Variável da camada de dados string "https://www.youtube.com/watch?v=NAgbdx8Ia0"

Video Visible Variável da camada de dados boolean true

A gente vai escolher o que a gente quer fazer com esse vídeo do YouTube e o que a gente quer disparar. Então, por exemplo, vamos supor que eu queira criar um evento personalizado no meu Facebook quando alguma pessoa der o start no meu vídeo. Eu posso criar o meu evento personalizado e posso fazer um Vídeo Status “start”. É uma forma de disparar isso.

Em “**Video Engagement**”, a gente vai ver que ele disparou os mesmos eventos.

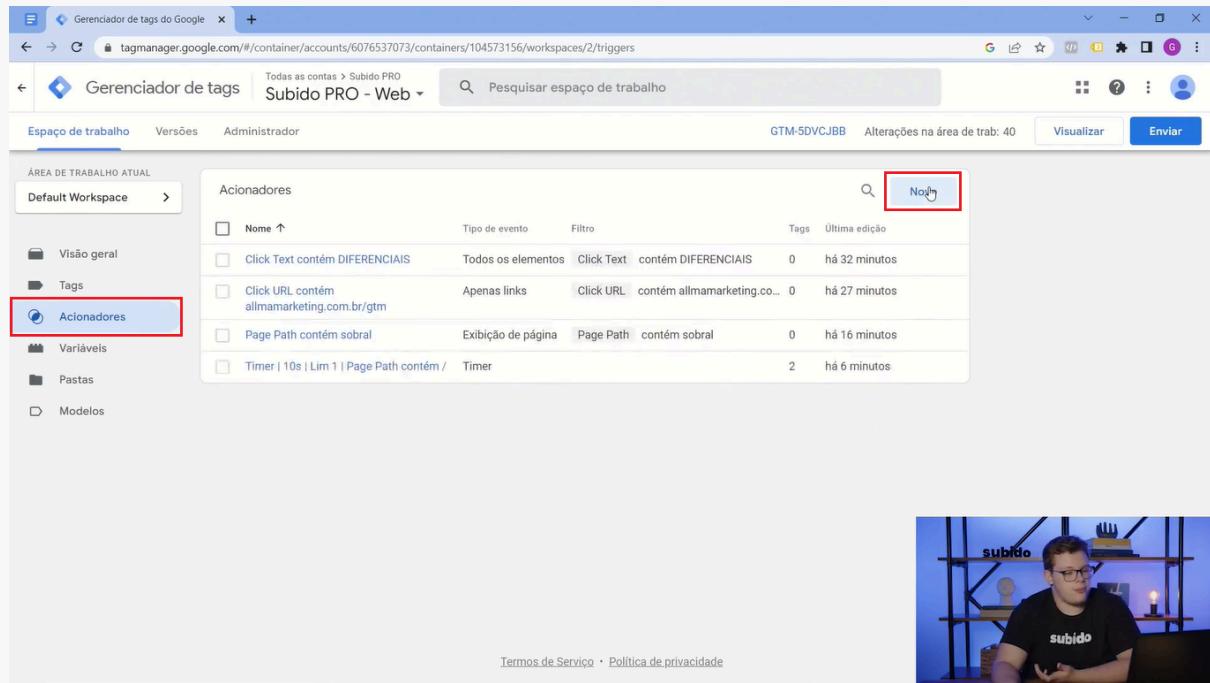
Video URL é uma possibilidade quando a gente tem mais de um vídeo em nossa página. Então, se em uma mesma página a gente tem, por exemplo, três vídeos, a gente pode utilizar Video Title, Video URL etc.

Eu vou ensinar aqui a forma como eu estou acostumado a fazer esses disparos de YouTube. Como, normalmente, a gente tem só um vídeo, eu vou utilizar o **Video URL**. Para isso, eu vou pegar um “Video URL contém youtube.com”, e o próximo passo é criar o acionador.

Acompanhe este passo a passo.

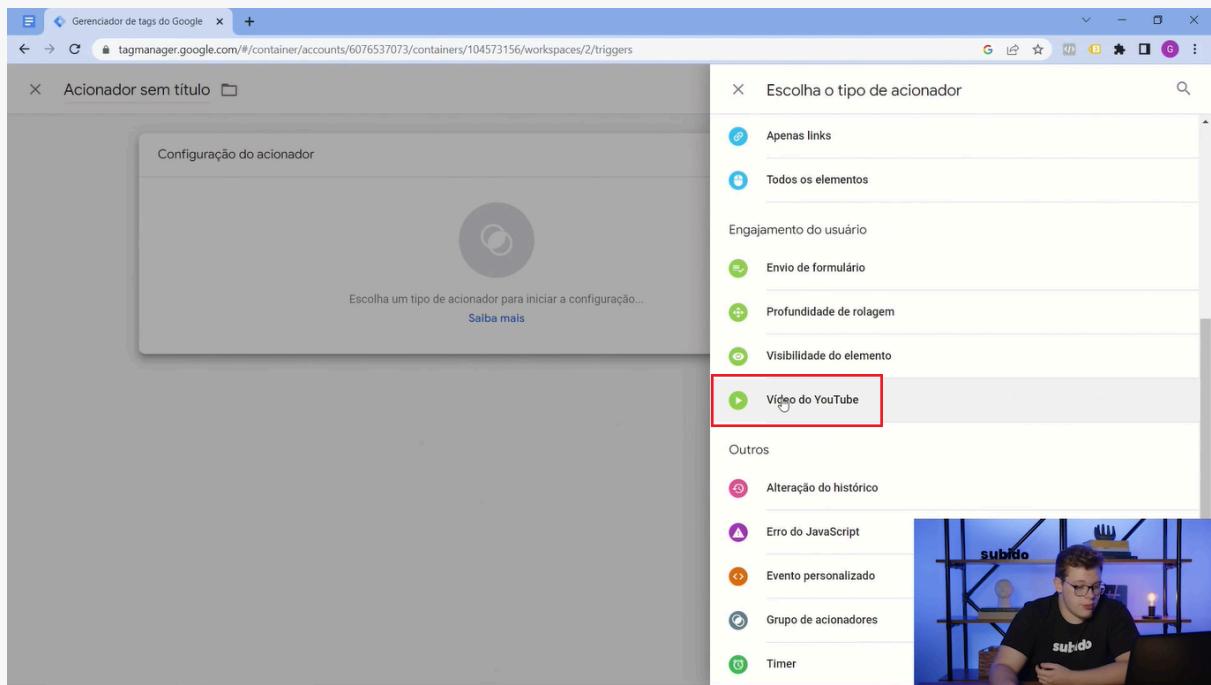
PASSO A PASSO

01. Em “Acionadores”, clique em “Nova”.

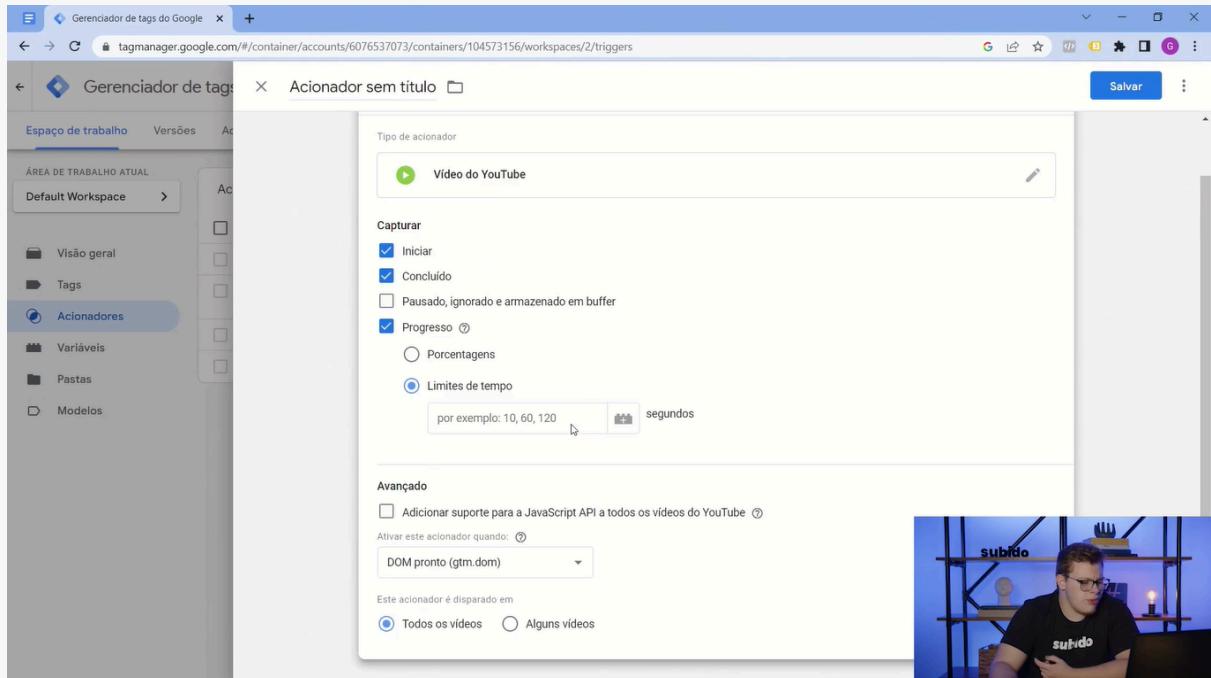


The screenshot shows the Google Tag Manager interface. The left sidebar has a red box around the 'Acionadores' (Triggers) option. The main area shows a table of triggers with a red box around the 'Nova' (New) button in the top right corner of the table header. The table lists five triggers: 'Click Text contém DIFERENCIAIS', 'Click URL contém allmamarketing.com.br/gtm', 'Page Path contém sobral', 'Page Path contém /', and 'Timer | 10s | Lim 1 | Page Path contém /'. The interface includes a navigation bar at the top with tabs for 'Gerenciador de tags' and 'Subido PRO - Web', and a search bar.

02. Em “Configuração do acionador”, escolha o tipo.

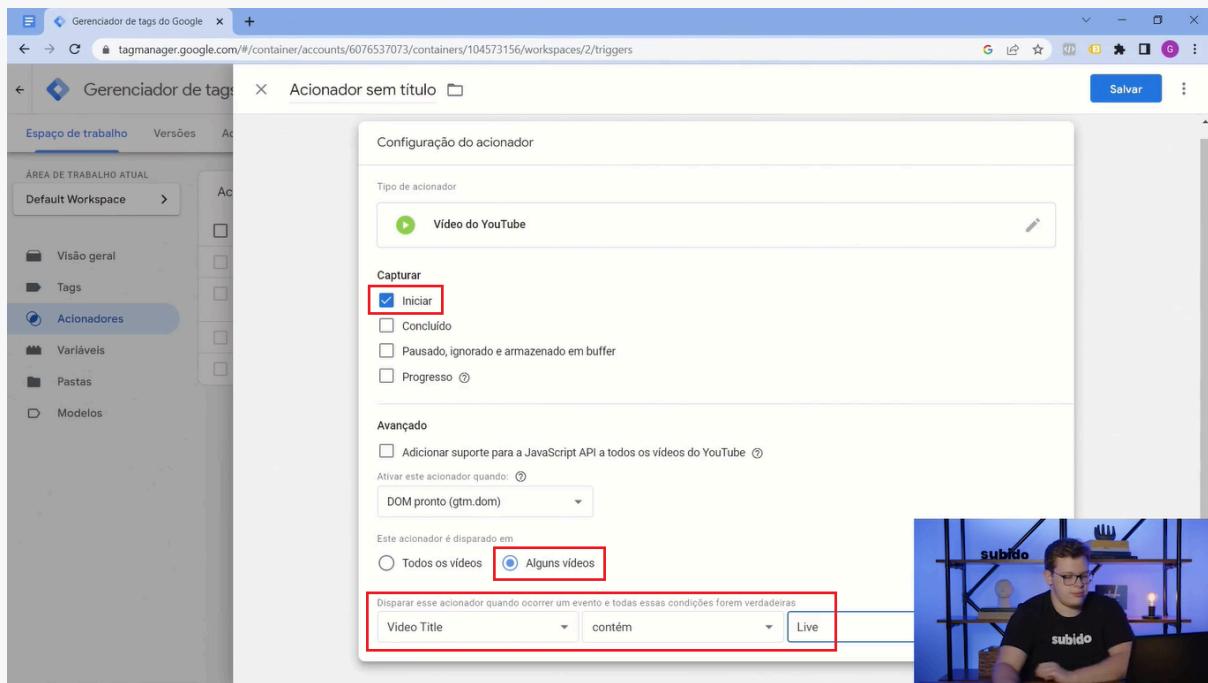


Ao escolher “**Vídeo do YouTube**”, você vai ter alguns campos para preencher.

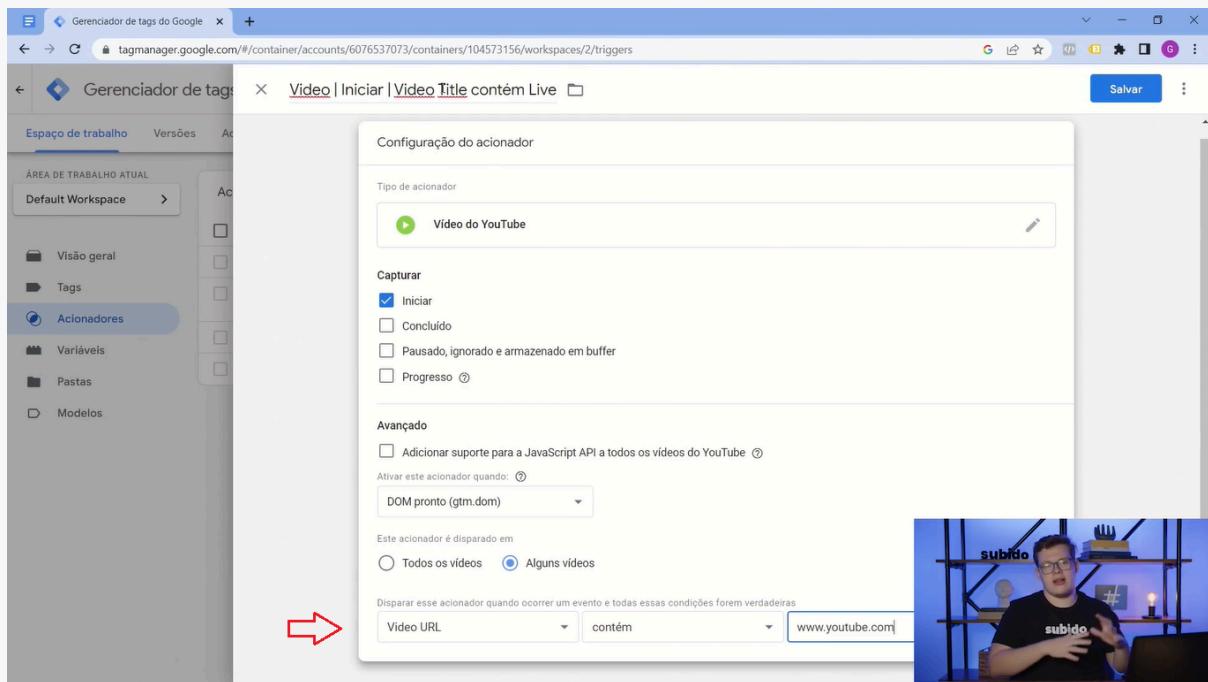


03. Então, se eu quero disparar no start de um vídeo, eu selecionei a opção “**Iniciar**”, selecionei a opção “**Alguns vídeos**”, escolho a

variável e insiro o que ela deve conter (por exemplo, *Video Title* contém *Live*).



04. Nesse caso, como anteriormente eu disse que faria o “Video URL contém youtube.com”, eu vou usar ele, mas o processo é o mesmo.

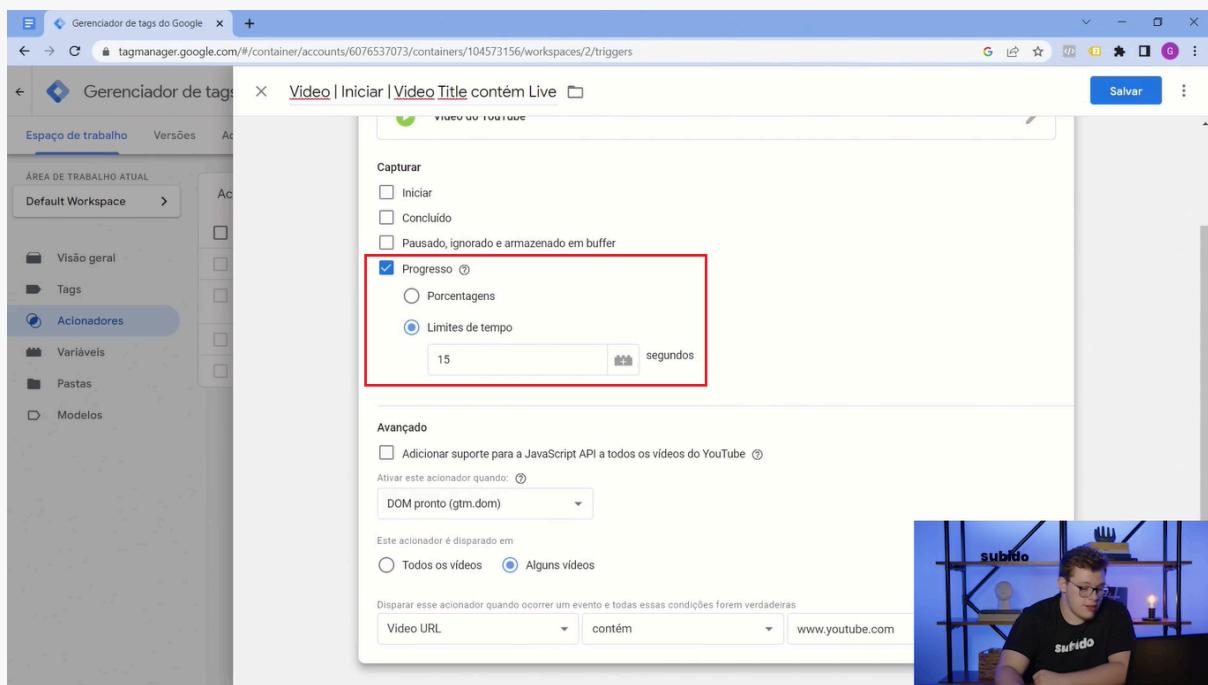


Aqui, o que importa é você entender como funcionam essas regras de igual, de contém etc. Se eu tiver, por exemplo, “Live #001” e eu colocar contém live, eu vou pegar todas as lives.

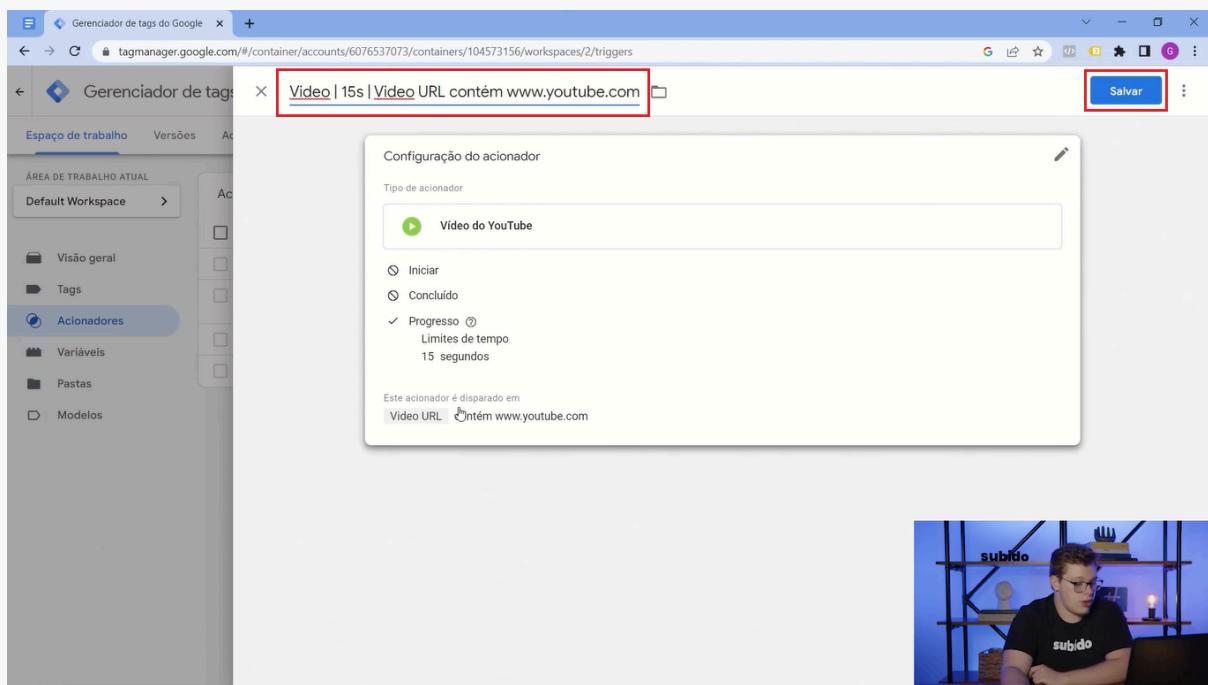
Se eu quiser disparar todos os vídeos da minha página, eu posso colocar um Video URL contém youtube.com. Se eu quiser pegar só um vídeo, eu posso colocar o URL desse vídeo ou o título desse vídeo.

Se quiser pegar só o vídeo concluído, eu selecionei o “Concluído”. Se eu quiser ele pausado, ignorado e armazenado, posso selecionar essa opção também. Se eu quiser ele em progresso em uma porcentagem, posso selecionar essa opção e especificar a porcentagem (por exemplo, quando a pessoa vê 12% do vídeo) que deve disparar ou quando a pessoa vê determinados segundos do vídeo, eu posso inserir também.

05. Então, a gente vai criar dois acionadores. Em um deles, a gente vai escolher a opção “**Progresso**”, indicando 15 segundos em “**Limite de tempo**”.

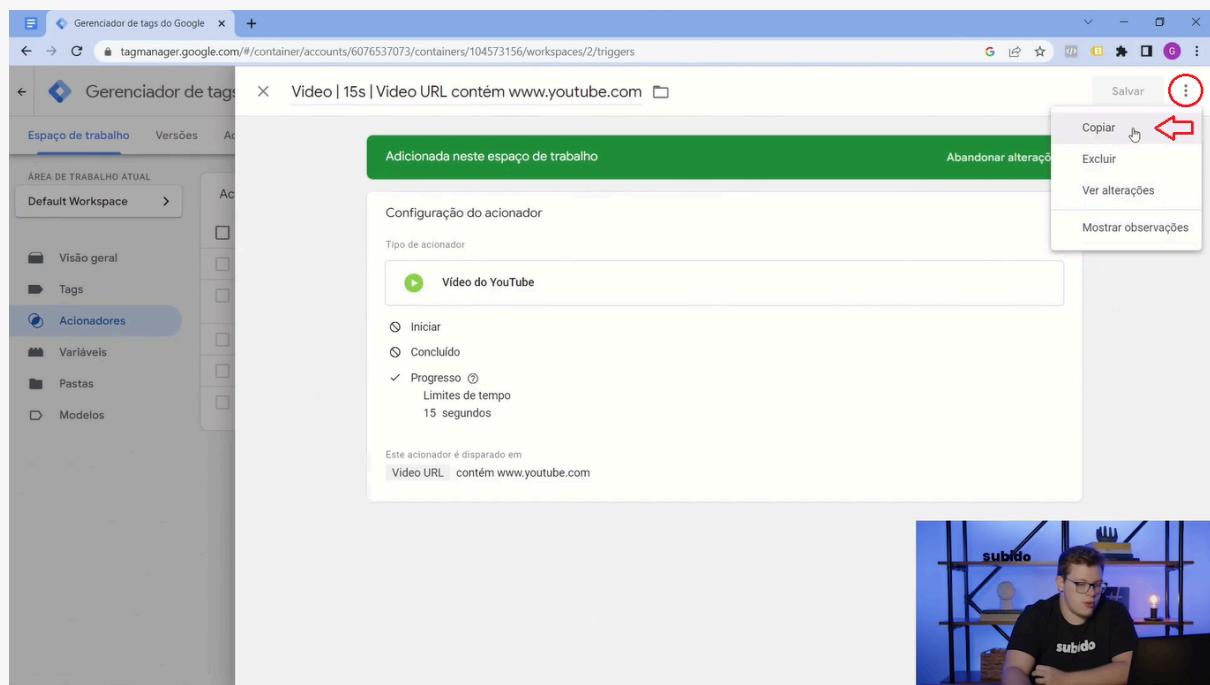


06. Nomeie o acionador e clique em “**Salvar**”.

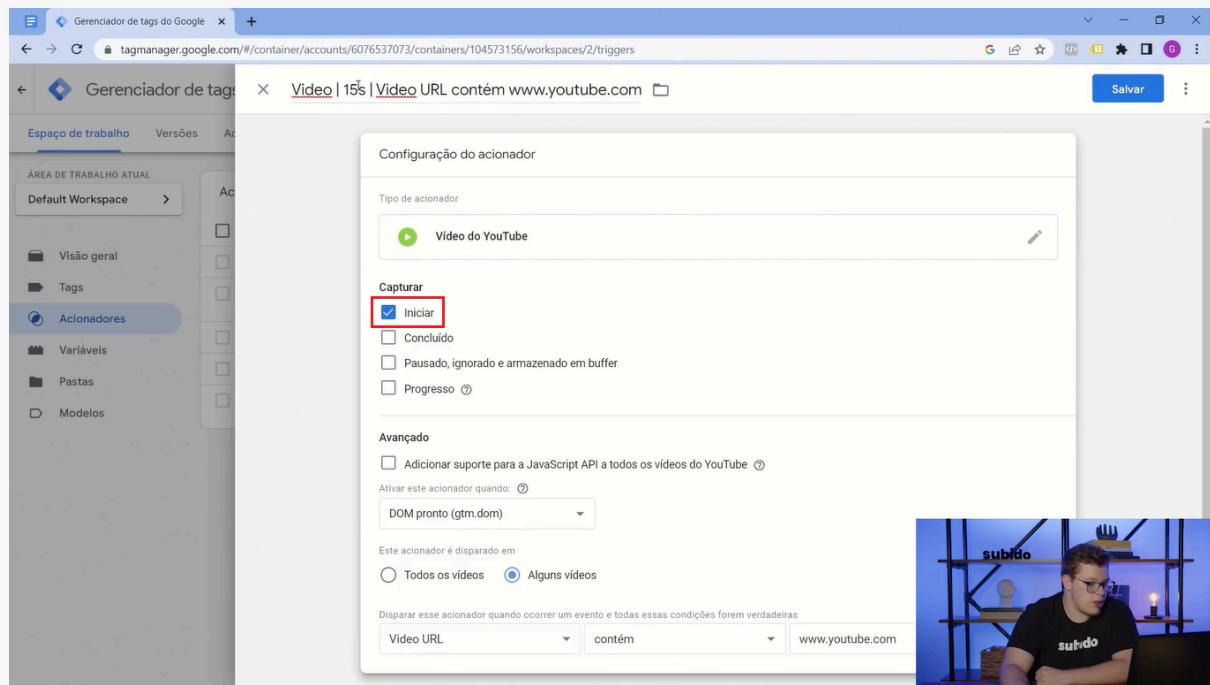


Com esse acionador salvo, a gente vai criar o outro. Como será bem parecido com esse que acabou de ser criado, só vamos fazer uma cópia desse acionador e fazer a alteração desejada.

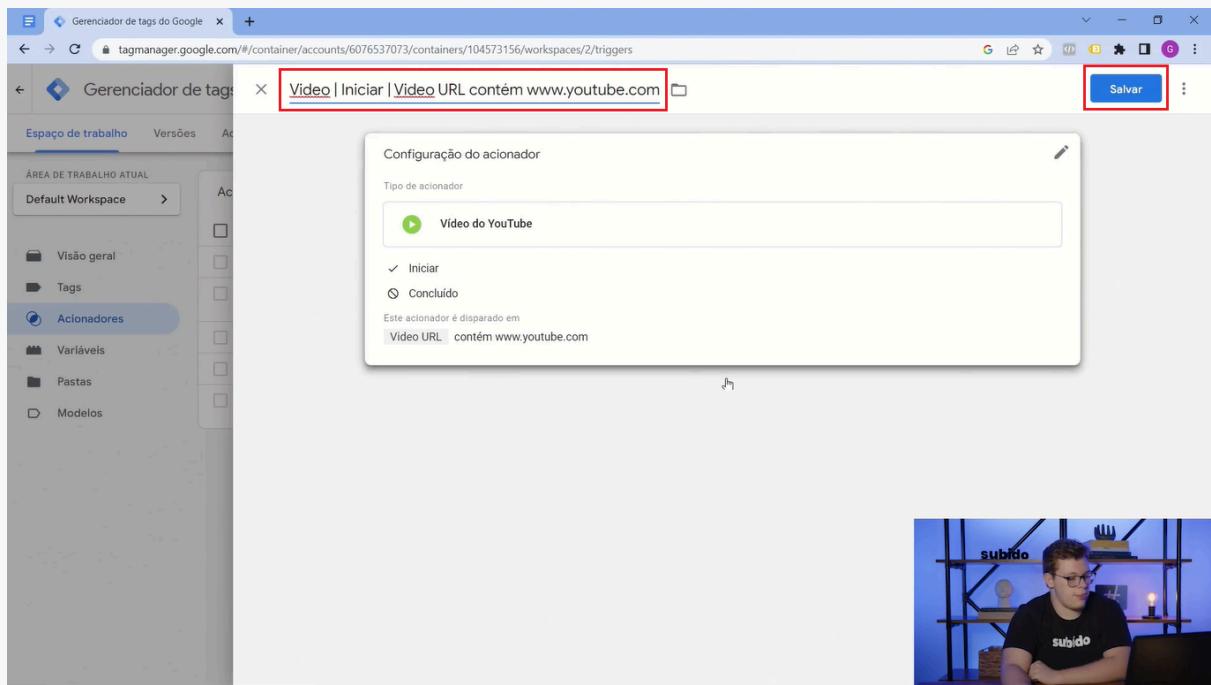
07. Copie o acionador.



08. Remova a seleção de “Progresso” e selecione “Iniciar”.



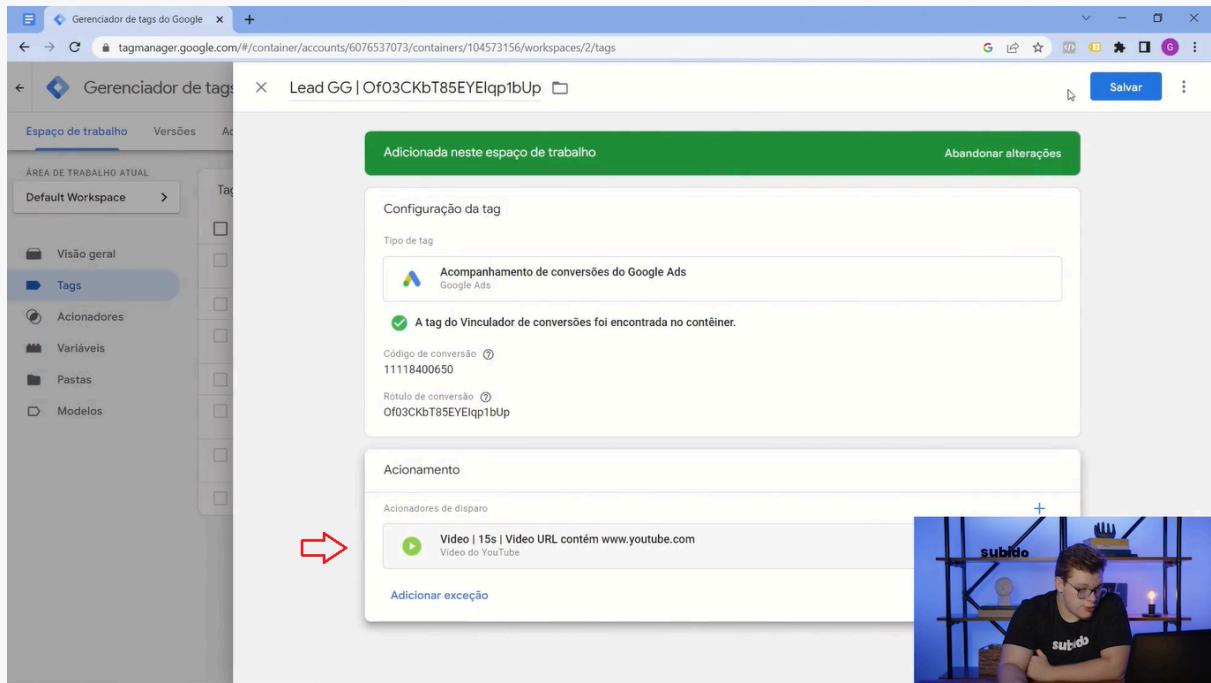
09. Nomeie o acionador e clique em “Salvar”.



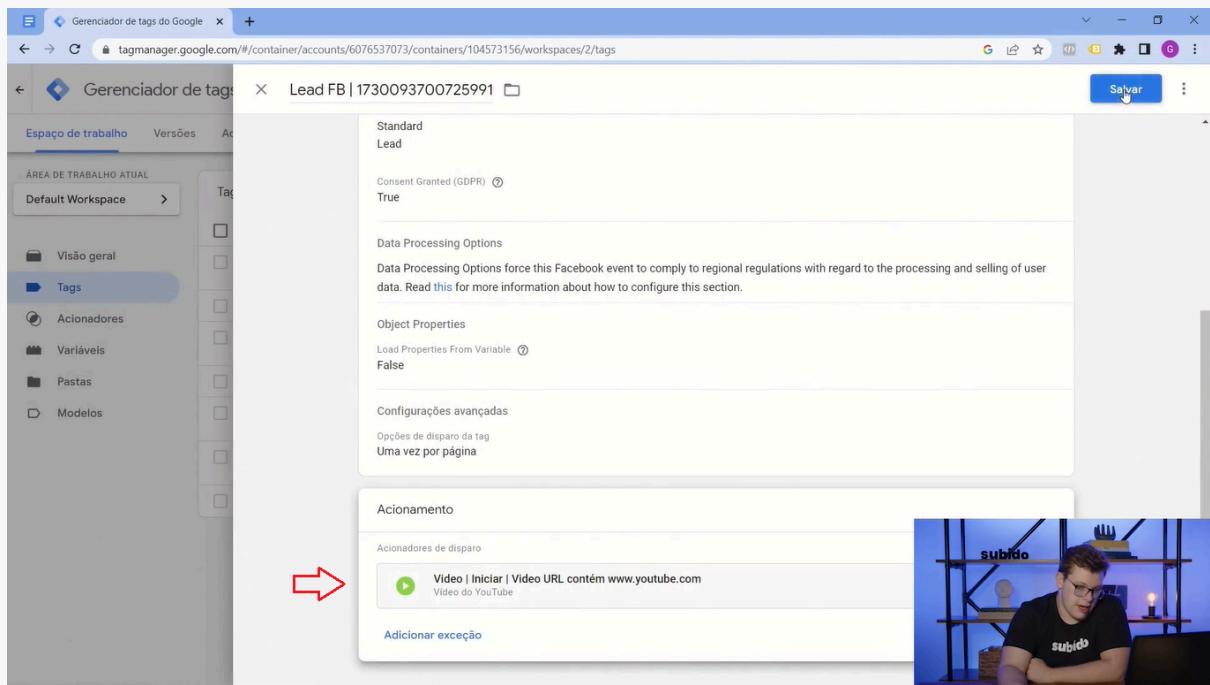
Enfim, temos dois acionadores: um de **Iniciar** e outro de quem viu **15 segundos do vídeo**.

10. Concluída essa etapa, agora vamos instalar o botão em cada tag.

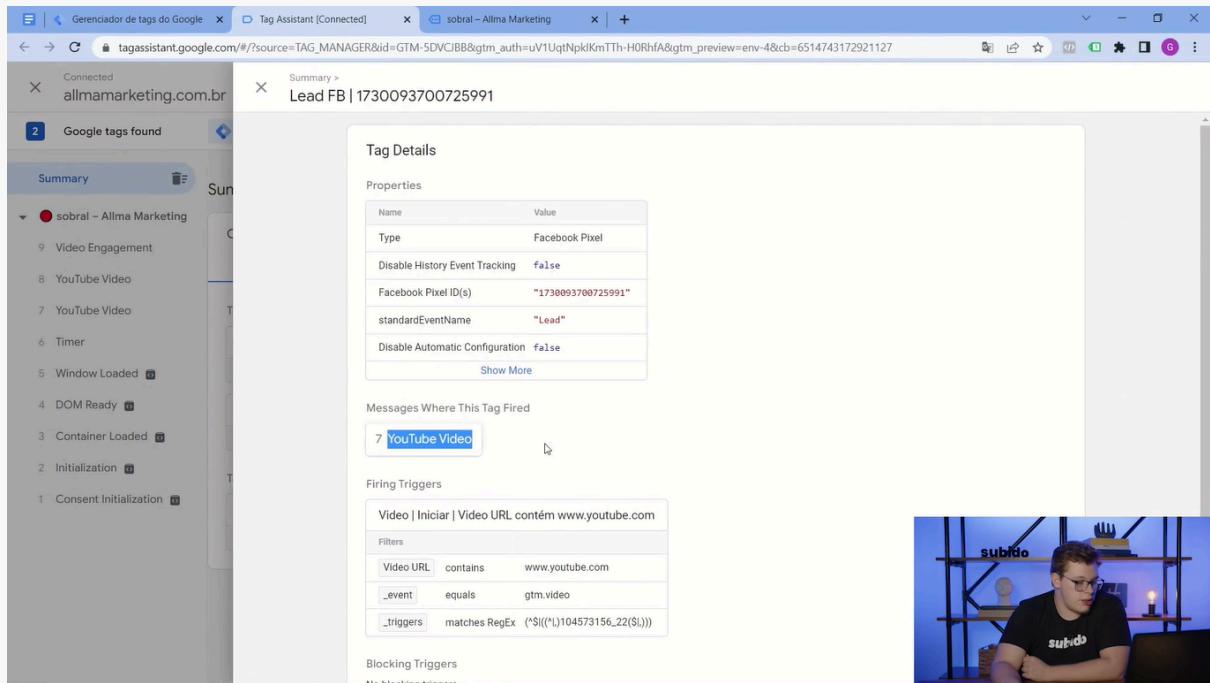
Então, no Google, a gente vai instalar o de **15 segundos**.



11. E, no Facebook, a gente vai instalar o de **Iniciar**.



12. Depois disso, voltamos ao Tag Assistant. Então, clicamos em **“Visualizar”** para fazer o debug. **Ao dar o start no vídeo, o disparo no Facebook acontece.**



Tag Details

Properties

Name	Value
Type	Facebook Pixel
Disable History Event Tracking	false
Facebook Pixel ID(s)	"1730093700725991"
standardEventName	"Lead"
Disable Automatic Configuration	false

Messages Where This Tag Fired

- 7 YouTube Video

Firing Triggers

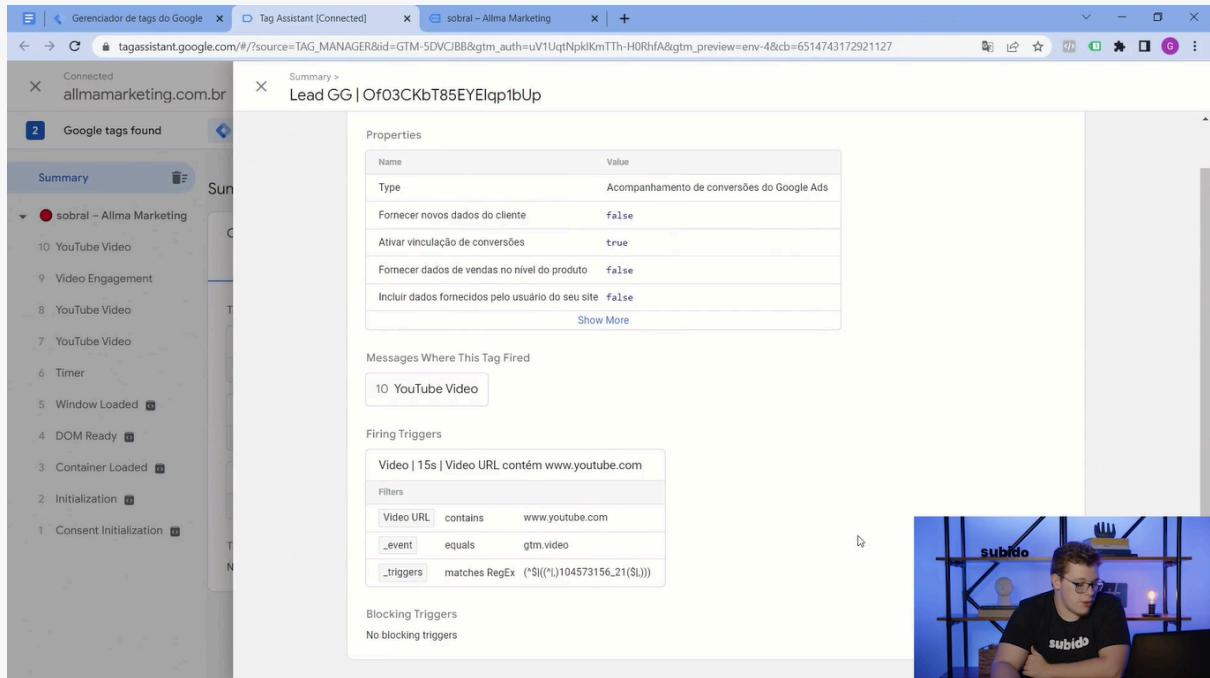
Video | Iniciar | Video URL contém www.youtube.com

Filters

- Video URL contains www.youtube.com
- event equals gtm.video
- triggers matches RegEx (^\$|((^|)104573156_22(\$|)))

Blocking Triggers

13. E, depois de assistido por 15 segundos, acontece o disparo no Google.



Properties

Name	Value
Type	Acompanhamento de conversões do Google Ads
Fornecer novos dados do cliente	false
Ativar vinculação de conversões	true
Fornecer dados de vendas no nível do produto	false
Incluir dados fornecidos pelo usuário do seu site	false

Messages Where This Tag Fired

- 10 YouTube Video

Firing Triggers

Video | 15s | Video URL contém www.youtube.com

Filters

- Video URL contains www.youtube.com
- event equals gtm.video
- triggers matches RegEx (^\$|((^|)104573156_21(\$|)))

Blocking Triggers

Muita gente pergunta como a gente pode criar um público de Video View 25% no Google. Para isso, a gente cria uma conversão, seleciona os vídeos, mas os vídeos têm que estar embedados em um site seu (não dá pra fazer direto no YouTube porque a gente não tem o GTM instalado no site do YouTube), e faz esse Video View se o público estiver no seu site.

Então, a gente pega, por exemplo, quem viu 25% de um CPL seu e depois a gente vai lá e cria um público dessa tag de conversão.

Fechou?

Neste material, você aprendeu todo o passo a passo para instalar um evento ou conversão por vídeo. **Se ainda tiver alguma dúvida, releia esse material quantas vezes quiser para absorver melhor o conteúdo.**

Continue sua jornada de estudos.

Tamo junto!