

facebook

para negócios

O passo a passo para anunciar seu negócio no facebook



AVISO LEGAL

O Autor se esforçou para ser o mais preciso e completo possível na criação deste relatório, não obstante o fato de que ele não garante ou representa a qualquer momento que o conteúdo contido seja preciso devido à natureza e rápida mudança da Internet. Embora tenham sido feitas todas as tentativas para verificar as informações fornecidas!

Nesta publicação, o Autor não se responsabiliza por erros, omissões ou interpretação contrária do assunto aqui. Quaisquer negligências percebidas de pessoas, povos ou organizações específicas não são intencionais.

Nos livros de conselhos práticos, como qualquer outra coisa na vida, não há garantias de rendimentos obtidos. Os leitores são aconselhados a responder pelo seu próprio julgamento sobre suas circunstâncias individuais para agir adequadamente.

Este livro não se destina a ser usado como fonte legal, Todos os leitores são aconselhados a procurar serviços de profissionais competentes nos campos legais.

Sumário

CAPÍTULO 01: MAIS UMA RAZÃO PARA USAR O FACEBOOK.....	5
CAPÍTULO 02: CRIE UMA PÁGINA NO FACEBOOK PARA SUA EMPRESA	7
CAPÍTULO 03: CRIE UMA LOJA VIRTUAL NO FACEBOOK.....	13
CAPÍTULO 04: PRIMEIROS PASSOS PARA ANÚNCIAR NO FACEBOOK ADS	26
CAPÍTULO 05: CRIANDO E INSTALANDO O PIXEL DO FACEBOOK NO SEU SITE.....	35
CAPÍTULO 06: CRIANDO A PRIMEIRA CAMPANHA NO FACEBOOK ADS	47

PREFÁCIO

Este livro instrui sobre como criar uma página no Facebook, como criar uma loja virtual na plataforma e como criar sua primeira campanha de tráfego pago da forma correta.

Durante as páginas seguintes você vai descobrir na prática como usar o Facebook para negócios e ter a oportunidade de faturar alto usando essa ferramenta.

Espero que o conteúdo contido neste Ebook possa te ajudar a encontrar a forma certa de usar essa plataforma, para que dessa maneira você consiga muitos resultados para você e sua empresa.

Para uma melhor interpretação do conteúdo, não pule nenhum dos capítulos adiante.

Tenha uma ótima leitura...

-

CAPÍTULO 01: MAIS UMA RAZÃO PARA USAR O FACEBOOK

A cada ano surge novas redes sociais e em pouquíssimo tempo ganham grande popularidade e inúmeros usuarios ativos.

Da mesma forma que surgem essas redes sociais, também existem pessoas que ignoram as mídias sociais como um meio de geração de tráfego e leads. Este é com certeza um grande erro nos dias em que vivemos.

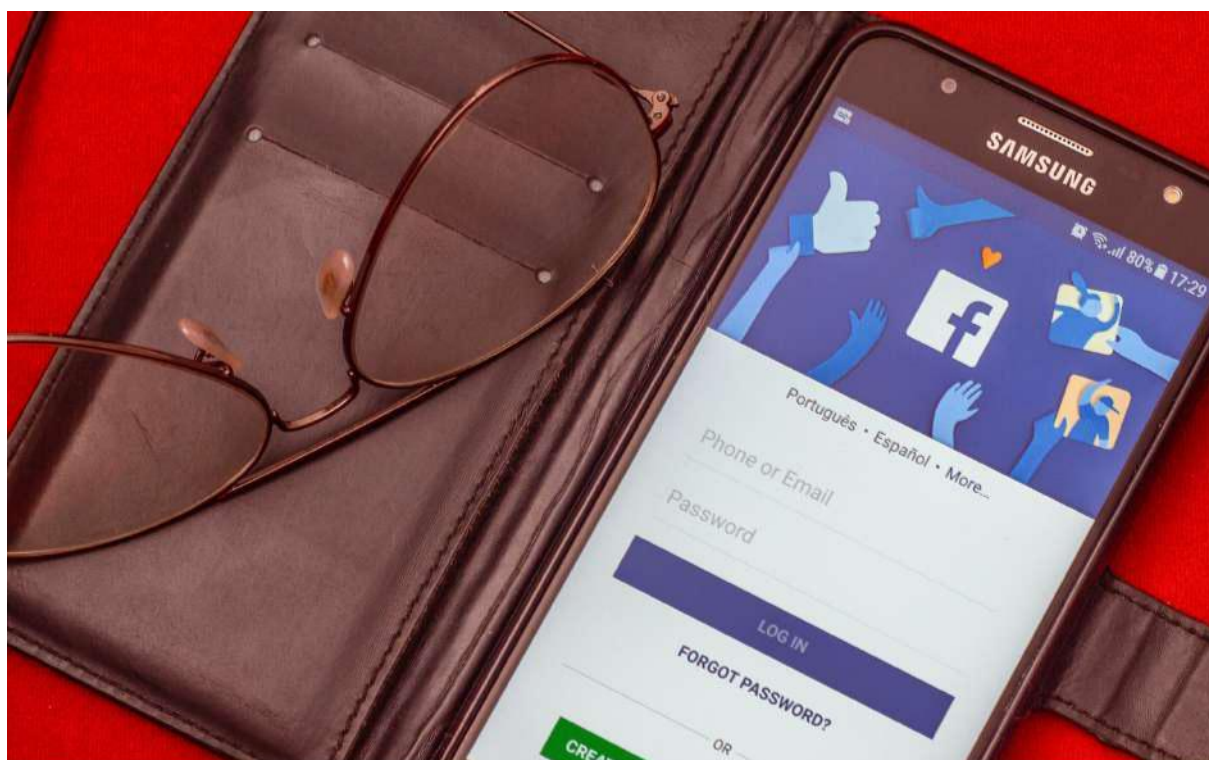
As mídias sociais existem há muito tempo e com o crescente avanço da tecnologia, além de facilidades de acessos e conexões de alta velocidade - essa é sem dúvida alguma uma nova e tendenciosa maneira de encarar a realidade dos nossos dias.

Isso significa que você precisa começar a agir o quanto antes e comercializar sua marca, empresa ou produto nas várias plataformas de mídias sociais que existem espalhadas pela internet.

No momento você pode até não ver os benefícios ou o valor de investir tempo e esforços para se estabelecer em qualquer site de rede social, mas até o final desse ebook eu espero mudar sua opinião e te deixar animado para começar a prospectar através das redes sociais.

Pra ser mais preciso com você eu vou te apresentar uma maneira de ganhar dinheiro usando o Facebook para negócios.

Sem gastar mais um minuto falando, vamos direto para as dicas de como comercializar sua marca, negócios, produtos ou qualquer outra coisa, usando o Facebook.



CAPÍTULO 02: CRIE UMA PÁGINA NO FACEBOOK PARA SUA EMPRESA

O Facebook se ampliou anos atrás para possibilitar que os usuários criassem o que é conhecido como “Fanpage” aonde você pode hospedar todas as notícias pertinentes sobre sua marca, empreendimento ou qualquer outra coisa em que sua Fanpage seja centralizada.

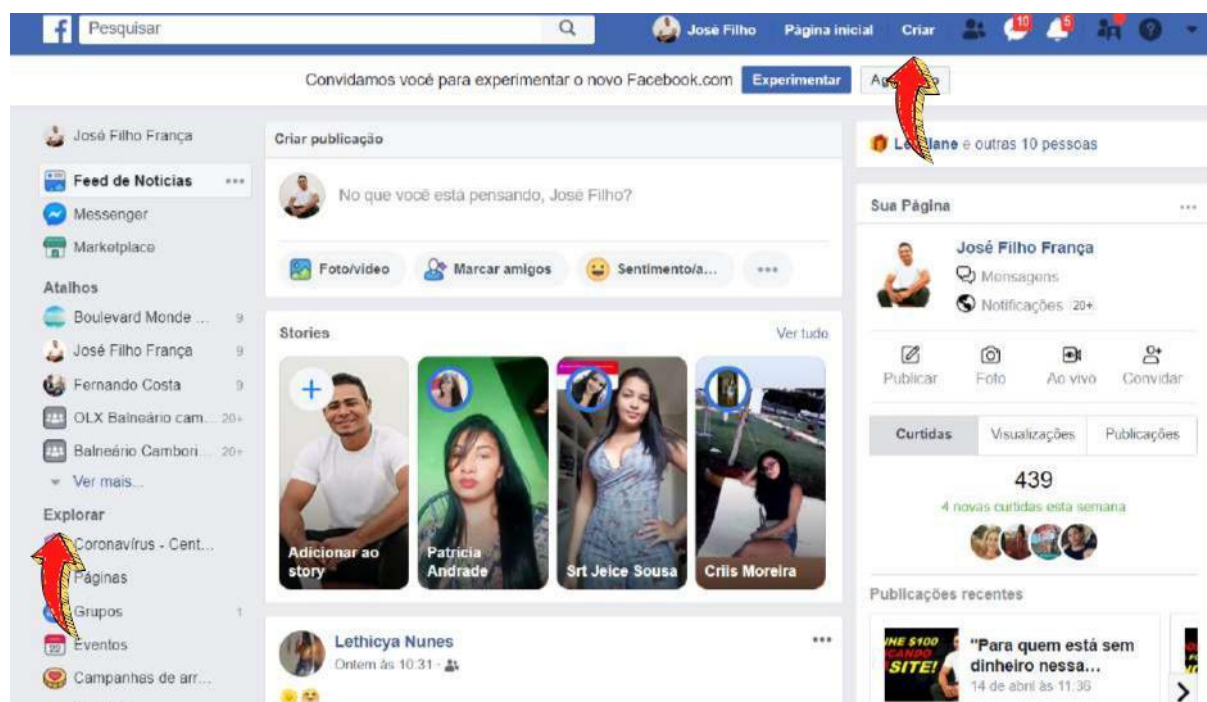
As pessoas podem curtir sua página e em seguida ela verá qualquer publicação que você venha a postar, lembrando que o alcance orgânico no Facebook é bem reduzido, isso significa que nem todos os seus seguidores serão alcançados com sua publicação.

O fato é que se você deseja alcançar resultados em seu negócio, você vai precisar de uma página no Facebook, talvez você não trabalhe com tráfego orgânico, mas mesmo assim terá que ter uma página para fazer tráfego pago.

Caso você nunca tenha criado uma página no Facebook, eu vou te mostrar o passo a passo para criar sua primeira página e deixa-la super atraente. Acompanhe comigo:

Nessa primeira etapa você precisa acessar seu Facebook para criar sua página. Eu estou acessando essa conta aqui de um notebook, mas é a mesma coisa se você estiver acessando pelo celular, a única coisa que muda é a posição dos botões.

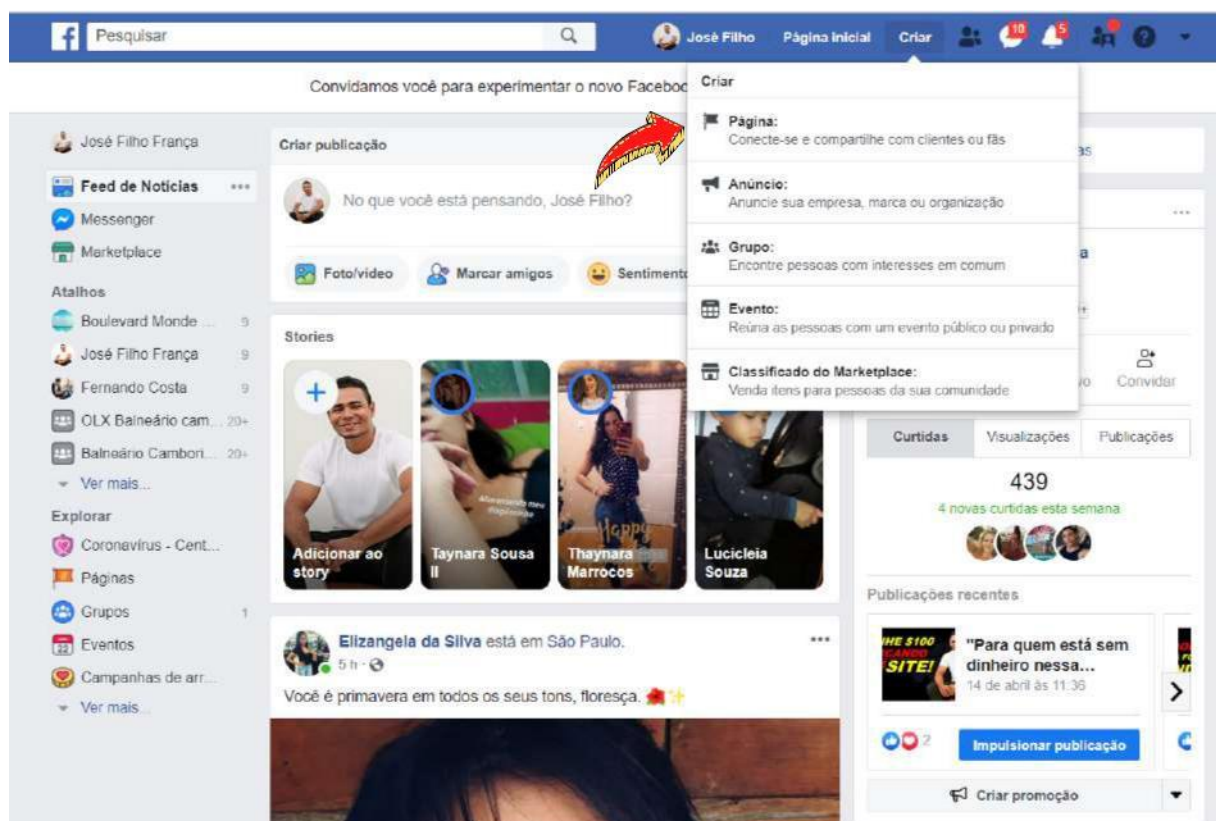
Em seguida existem duas opções para que você crie sua Fanpage, a primeira é clicando no ícone de página que está do lado esquerdo do nosso painel. A segunda é clicando no botão "Criar" no topo da interface do painel, é nessa segunda opção que vamos clicar aqui.



Depois que você clicar em Criar, vai aparecer uma caixa com algumas opções, essa caixa é uma guia de atalhos que vai te direcionar para alguns lugares importantes como:

- *Gerenciador de anúncio;*
- *A área de criação de grupos;*
- *A área de eventos;*

Classificados do Marketplace e a guia de criação de páginas, que é o que estamos procurando. Agora clique em "Página".



Agora você tem duas opções:

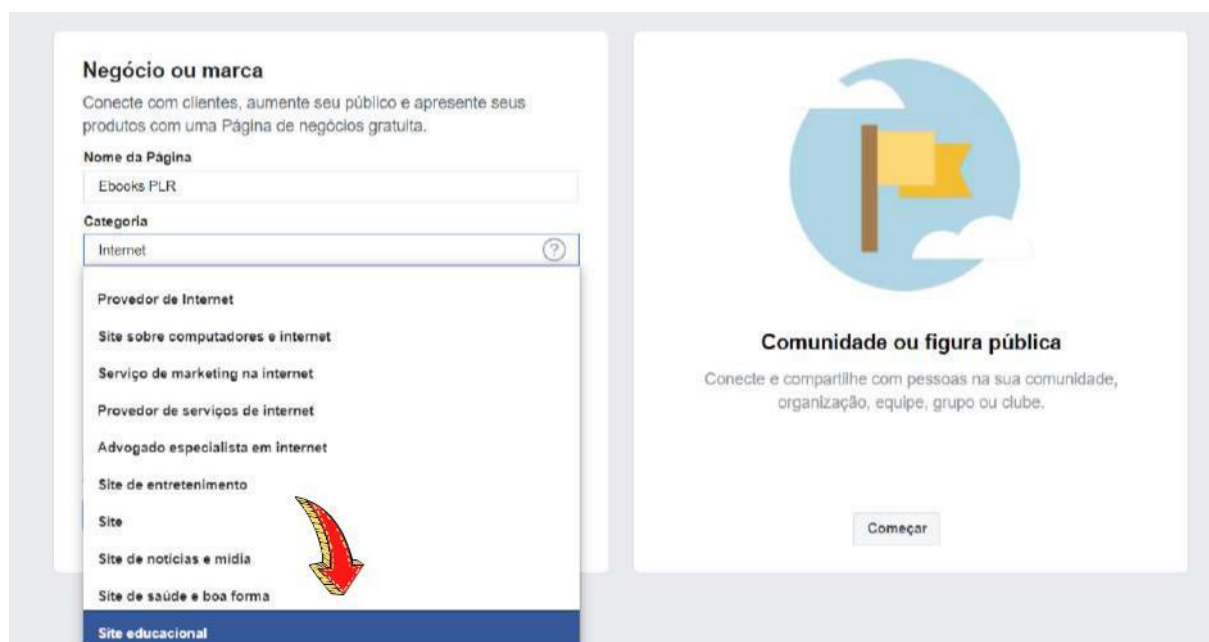
A primeira é criar uma página voltada definitivamente para negócios e com um caminho mais profissional.

A segunda é mais voltada para uma comunidade ou perfil de blogueiro, no final de tudo a aparência é basicamente a mesma.

Vamos clicar em "Negócio ou marca"



Agora você precisa definir um nome para sua página e também deverá escolher a categoria para que ela se destina. Nesse caso eu escolhi como nome Ebooks PLR. Como categoria eu escolhi "Site educacional".



O próximo passo é definir uma foto do perfil. Lembrando que você pode "Pular" essa etapa e concluir depois, caso não tenha sua imagem definida no momento.



Assim como na etapa anterior, você deverá escolher uma imagem de capa para sua página. Também é possível "Pular" essa etapa para concluir depois.



Pronto nossa página já foi criada e está pronta pra ser utilizada. Você deve configurar sua página de acordo com sua necessidade, então essa etapa é com você!



CAPÍTULO 03: CRIE UMA LOJA VIRTUAL NO FACEBOOK

Agora que temos uma página para o nosso negócio, é hora de vermos como fazer vendas através dela. Uma das maneiras de fazer vendas de forma orgânica na sua página é publicando conteúdos virais, como por exemplo um vídeo que esteja bem popularizado ou uma notícia que está em alta.

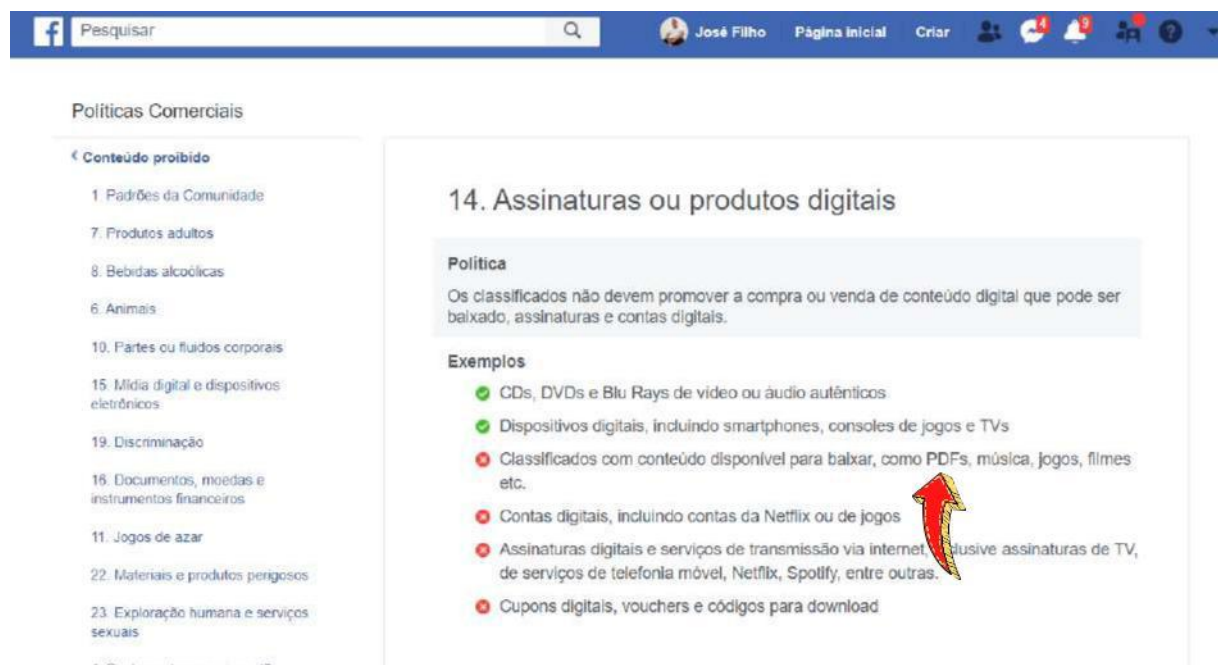
Você pode fazer isso incluindo um link para que a pessoa seja direcionada para o seu Whatsapp ou para uma outra página aonde possa ser feita a conversão dessa pessoa.

Uma outra forma de vender através de sua página é criando uma loja online dentro da estrutura que o Facebook disponibiliza para seus usuários.

Essa apesar de ser uma função já disponível à algum tempo, geralmente passa despercebida por muitas pessoas, por isso é pouco conhecida.

Antes de te mostrar como criar sua loja virtual no Facebook, devo te alertar que existem alguns tipos de produtos que não podem ser comercializados dentro de sua loja.

No meu caso eu não posso vender meus produtos digitais nessa loja, pois não estão de acordo com as "Políticas Comerciais" do Facebook. Eu vendo ebooks no formato de PDF e este é um dos itens que violam claramente as regras da plataforma.



Existem milhares de produtos que podem ser comercializados em sua loja. Atualmente vejo cada dia mais pessoas usando essa função do Facebook, isso mostra que criar uma loja virtual nessa plataforma está se tornando algo popular e lucrativo.

Infelizmente não posso comercializar meus produtos dentro dessa nova funcionalidade do Facebook, mas você com certeza pode fazer isso se estiver vendendo outros tipos de produtos.

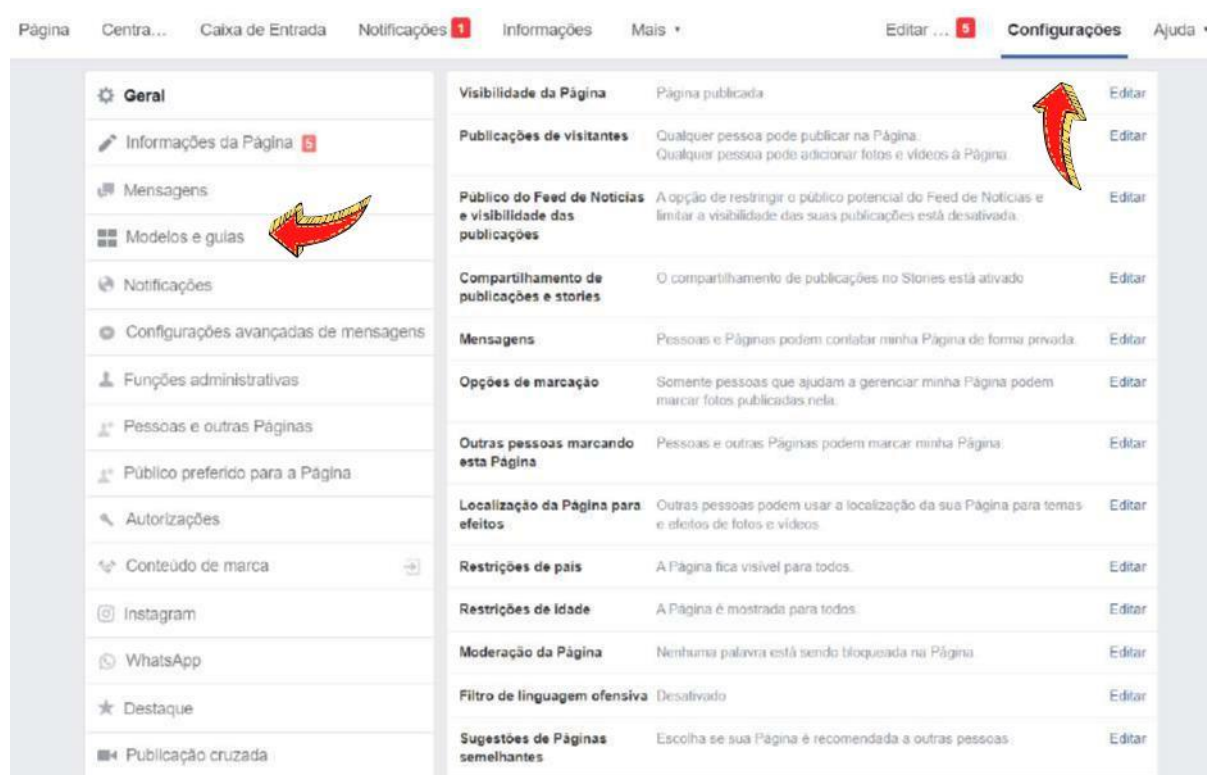
Sendo assim, estou criando esse passo a passo, apenas para te mostrar como criar sua loja no Facebook; talvez você deseje vender produtos diferentes e possa ser que seu nicho se enquadre dentro das regras comerciais dessa plataforma.

Como o exemplo abaixo.

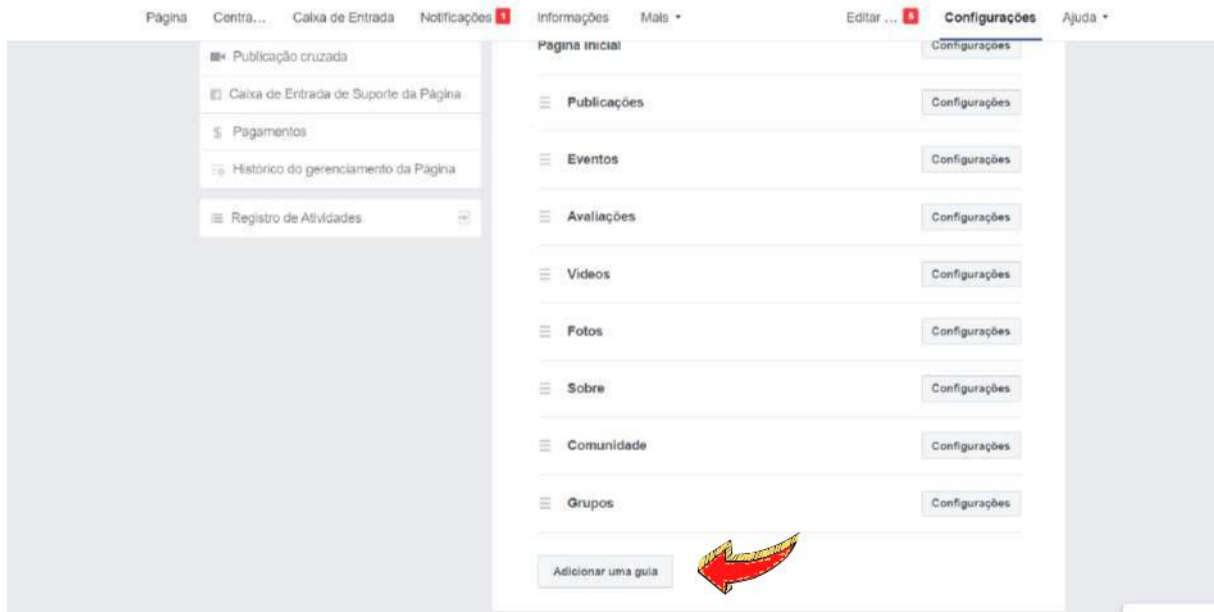


A seguir eu vou te mostrar exatamente como fazer a configuração de sua loja virtual, fazer isso é algo bem simples, basta seguir esse passo a passo.

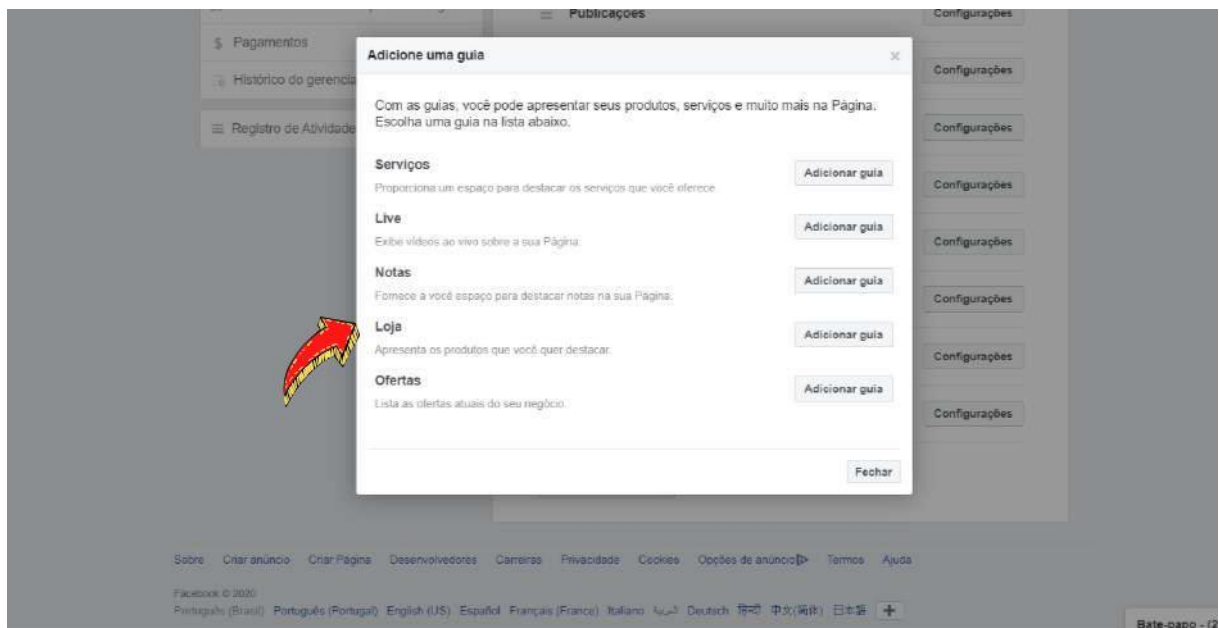
Para ativar a função de loja em sua página, acesse a aba “Configurações” e, em seguida, clique em “Modelos e Guias”.



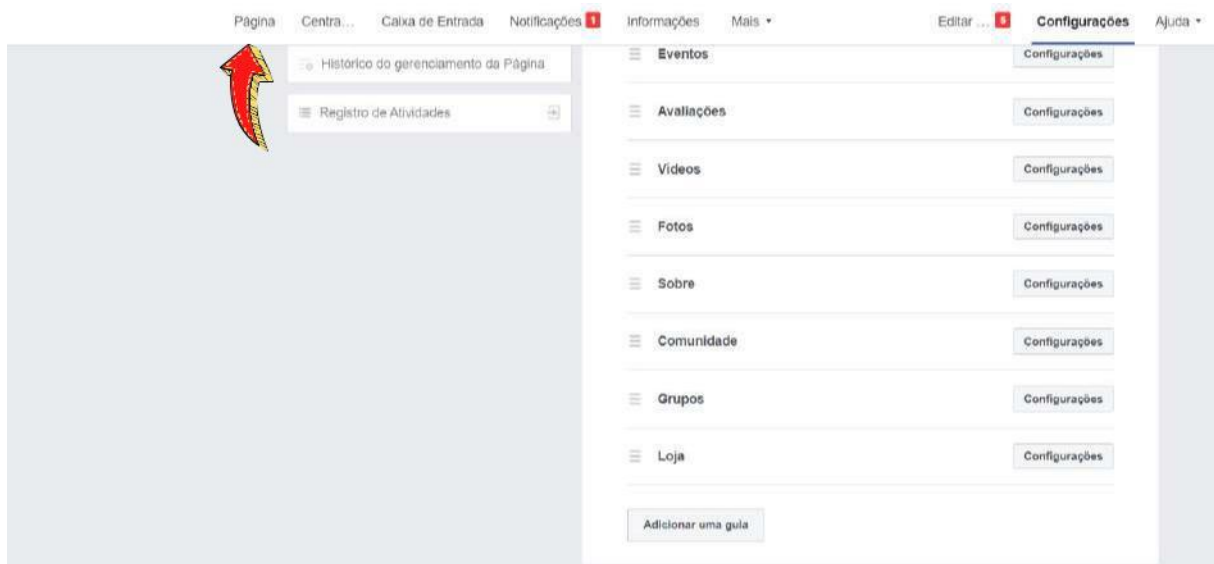
Agora clique no botão “Adicionar uma guia” no final da página.



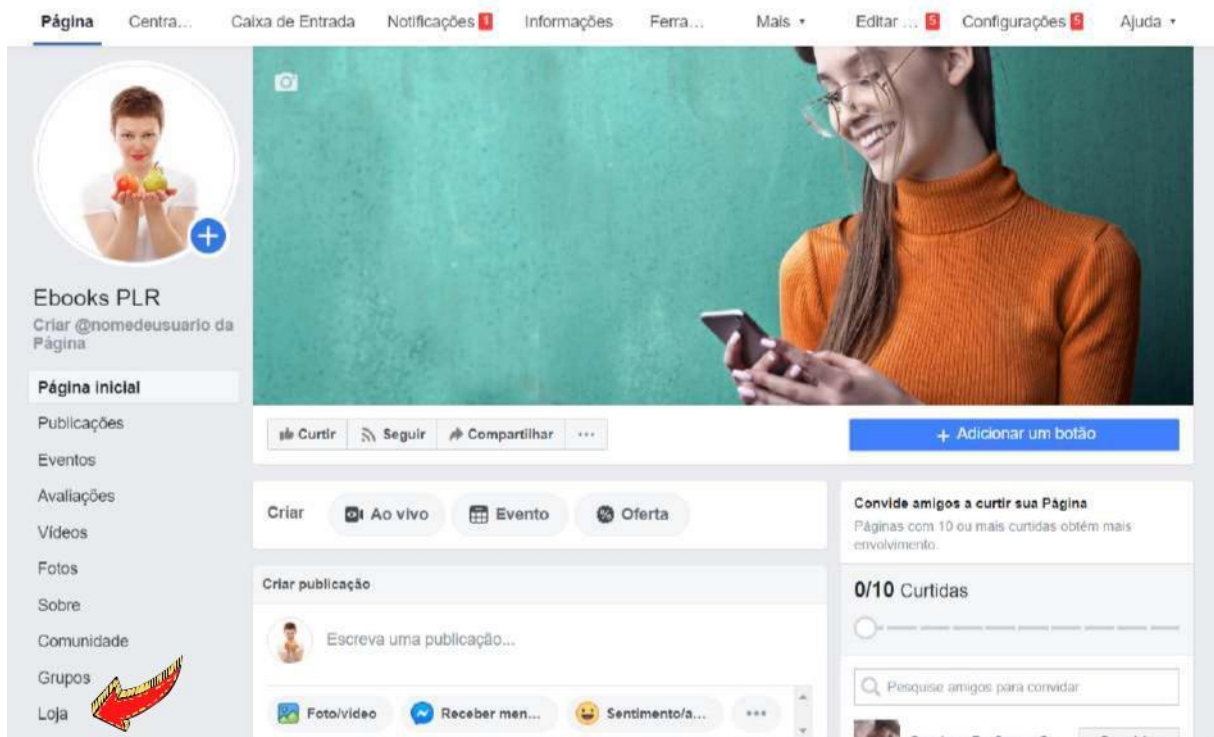
Agora selecione a opção “Loja”.



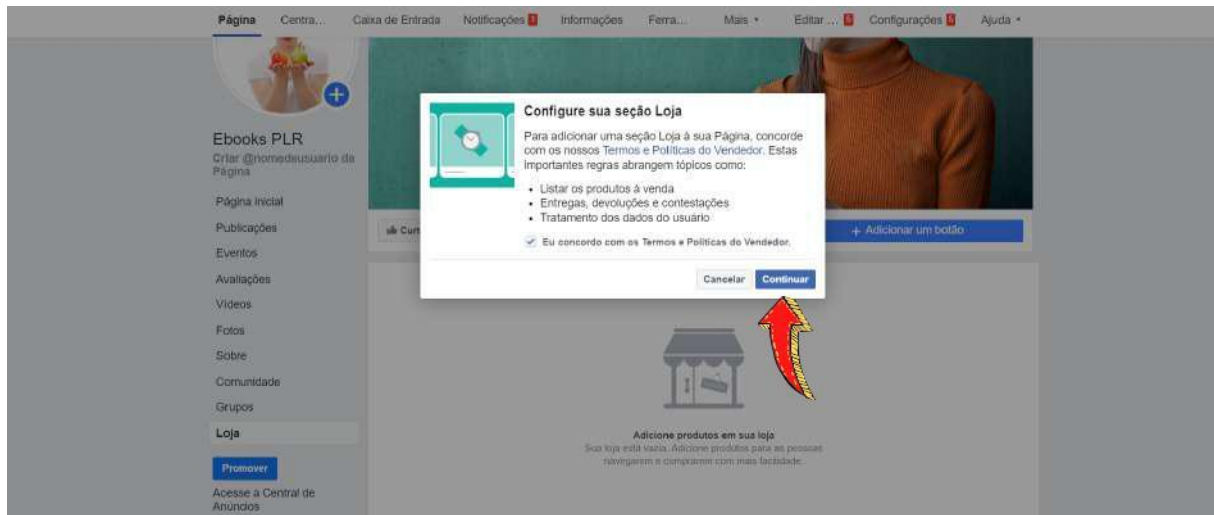
Pronto, a guia de de criação de loja foi adicionada ao seu painel, agora o próximo passo é voltar para a aba de "Página" para que possamos dar continuidade.



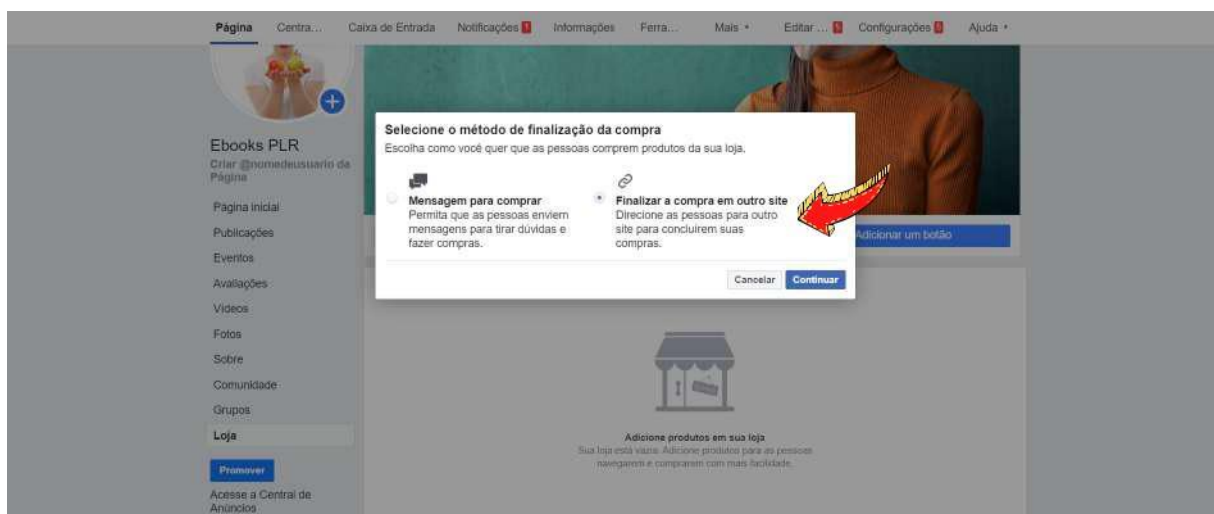
Atualize sua página e em seguida clique em “Loja”.



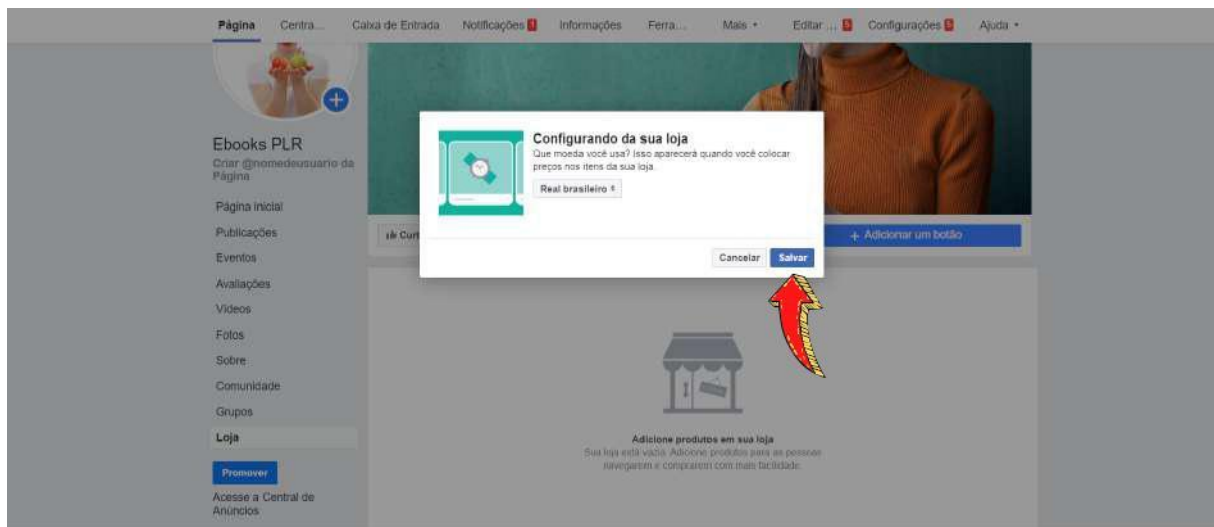
Nessa etapa você deve ler e aceitar os "Termos e Políticas do Vendedor" para não cometer erros ou ter problemas ao usar a plataforma. Depois clique em "Continuar"



Agora você deve escolher como os clientes irão finalizar a compra. Se será diretamente pelo Facebook ou em um site externo, no meu caso eu irei direcionar essas pessoas para o meu site. Feita sua escolha clique em "Continuar"



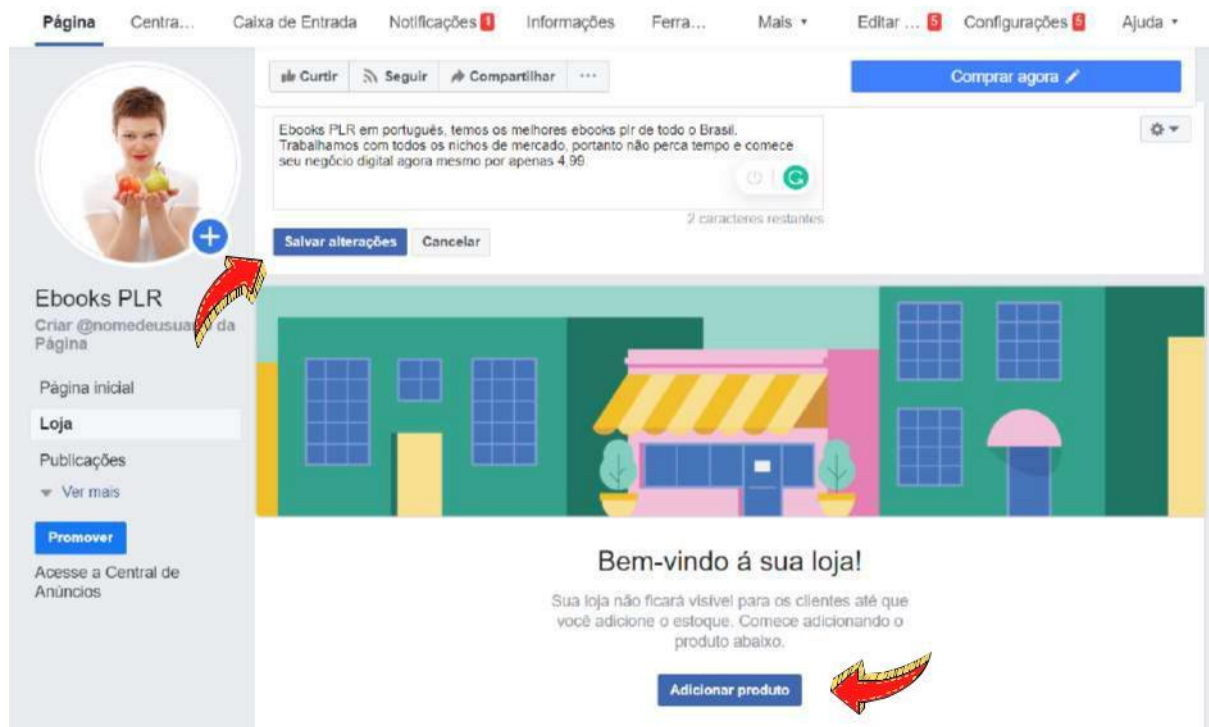
*Escolha em qual moeda os preços serão exibidos.
Por padrão já vem em Real brasileiro caso as configurações
do seu Facebook estejam para o Brasil, se esse for o caso
clique em "Salvar"*



*Pronto, sua loja foi criada com sucesso.
O próximo passo é criar uma descrição para sua loja.*



Eu coloquei a descrição do que seria os meus produtos na internet e nessa etapa é importante que você descreva sua loja da maneira correta para alcançar mais resultados. em seguida clique em "Salvar alterações"



Alterações salvas, agora clique em "Adicionar produto" para dar continuidade na criação de sua loja.

Na página que se abre, você deve inserir a imagem do seu produto, dar um nome pra ele, colocar o valor do produto e o site para que o cliente faça a finalização da compra desse item. No meu caso eu coloquei o endereço da página aonde este ebook está para a venda.

<https://plrprofissional.com/plr-instagram-clientes-vip/>

Caso você não tenha um site, você pode colocar o link da página de checkout do produto.

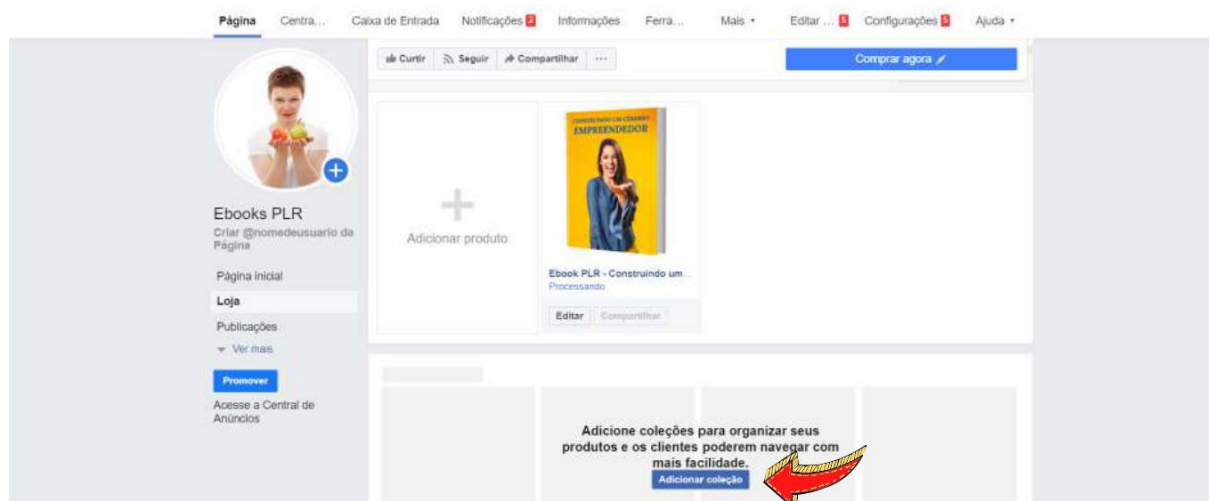
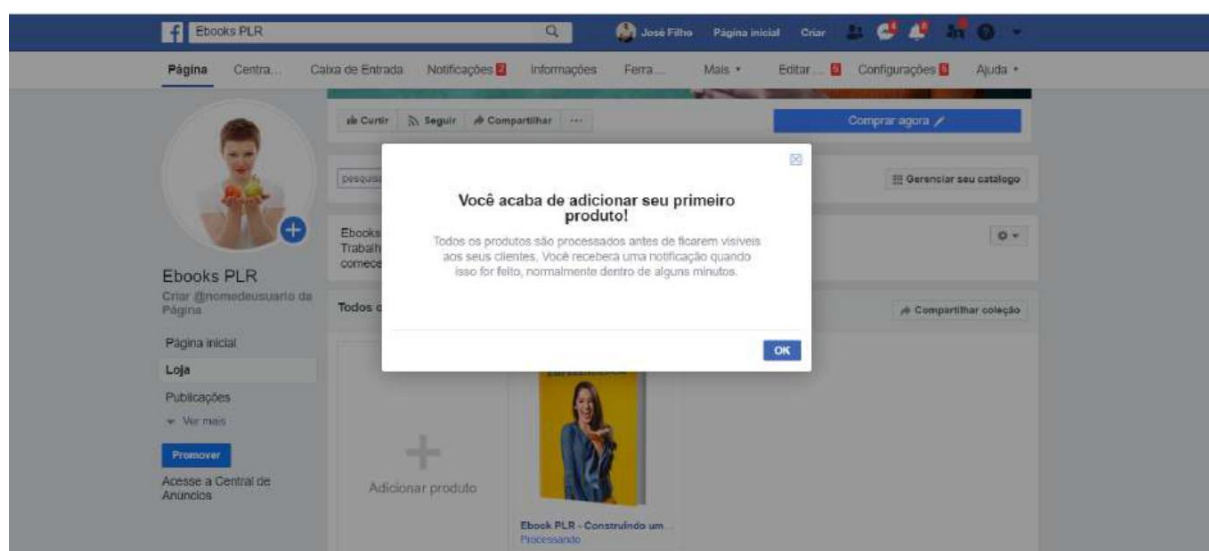
The image shows a Facebook interface with a modal window for adding a product. The modal is titled 'Ebooks PLR' and contains the following fields and options:

- Nome:** Ebook PLR - Construindo um cérebro empreendedor
- Preço:** R\$ 4,99
- Este produto está em promoção:** (toggle switch)
- Descrição:** Este é um ebook pir que te dar direitos de revendo e direitos de marca própria, isso significa que pode usar, vender ou doar como se você mesmo estivesse criando. Caso você tenha qualquer dúvida em relação a este produto estarei a disposição para te ajudar a resolver isso, basta me chamar no 11434444444.
- URL de finalização da compra:** <https://ebookplr-revenda.com/financas-e-desenvolvimento-pessoal>
- Compartilhar esse produto na sua Página:** (toggle switch, checked)
- Visibilidade:** Público
- Condição do produto:** Esta condição é usada para descrever a condição do produto. Seleção de condição: New

At the bottom of the modal are buttons for 'Cancelar' and 'Add Product'. A red arrow points to the 'Add Product' button. Another red arrow points to the 'URL de finalização da compra' field.

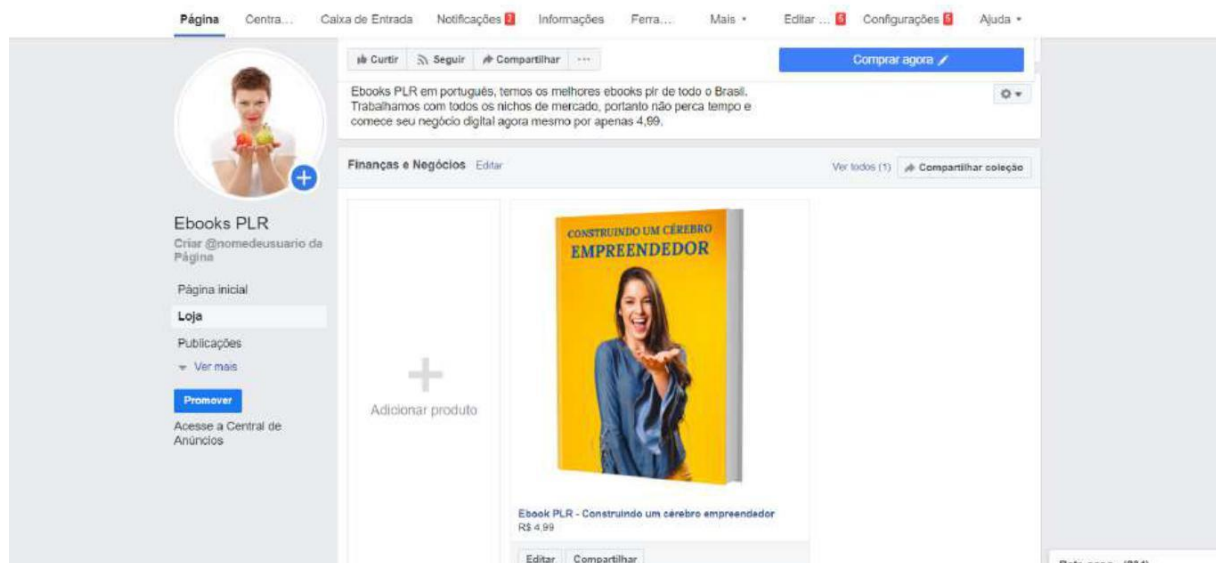
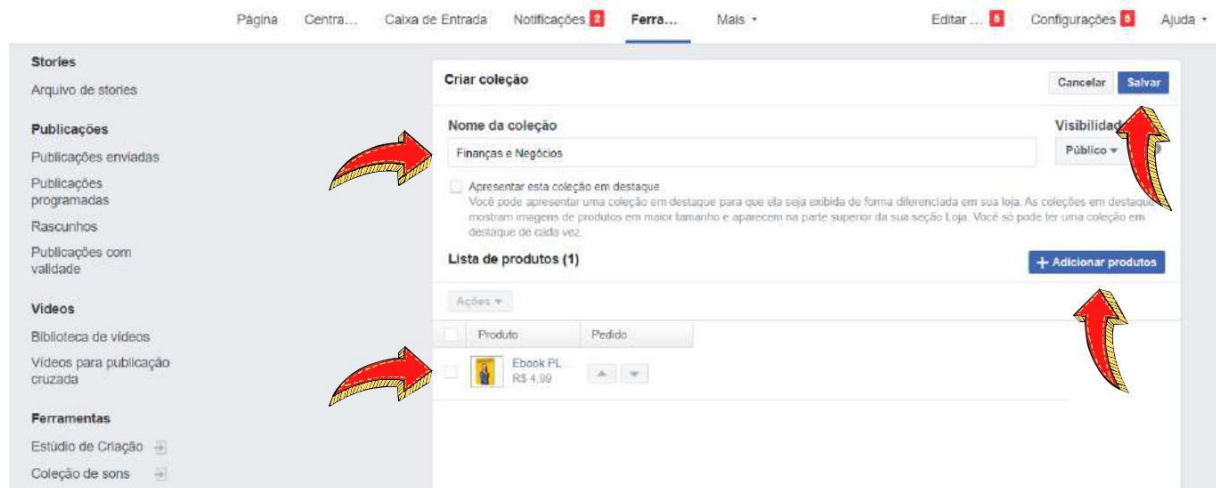
Após descrever seu produto e colocar o endereço para que seja feita a compra, clique em "Add Product" para concluir.

Meus parabéns, você acaba de adicionar seu primeiro produto; lembrando que todos os produtos são verificados pelo Facebook antes que fiquem disponíveis para o público. O meu produto será reprovado, pois como você já sabe, ele não está de acordo com a política comercial do Facebook.



Agora que seu produto foi publicado, você também pode adicionar coleções para que seus clientes encontrem seus produtos com mais facilidade. Clique em "Adicionar coleção".

Nessa etapa final, você deve escolher um nome para sua coleção, em seguida escolher o produto que deseja adicionar. Nesse caso só aparece um item, pois até o momento só publicamos um produto. Clique em "Adicionar produtos" e por fim clique em "Salvar".



Prontinho, finalizamos sua loja e adicionamos seu primeiro produto, agora é só continuar e fazer muitas vendas.

Uma outra coisa que eu não poderia deixar te falar, é que você consegue fazer a integração da sua loja virtual do Facebook com o Instagram, eu não estou falando somente de ter um perfil comercial no Instagram, estou te dizendo que você pode ter links clicáveis dentro do feed do seu perfil. Veja o Exemplo abaixo:



Esse é um exemplo de uma loja virtual no Facebook que foi integrada com o Instagram. Para fazer essa integração é muito simples; após alguns dias que sua loja tenha sido criada, o Facebook vai disponibilizar essa função pra você lá na sua página.

CAPÍTULO 04: PRIMEIROS PASSOS PARA ANÚNCIAR NO FACEBOOK ADS

Agora que você tem uma loja virtual no Facebook, é de extrema importância que você gere tráfego para ela, afinal ter uma página no Facebook com diversos produtos não significa que você faça vendas. Pra isso você precisa levar as pessoas até sua página.

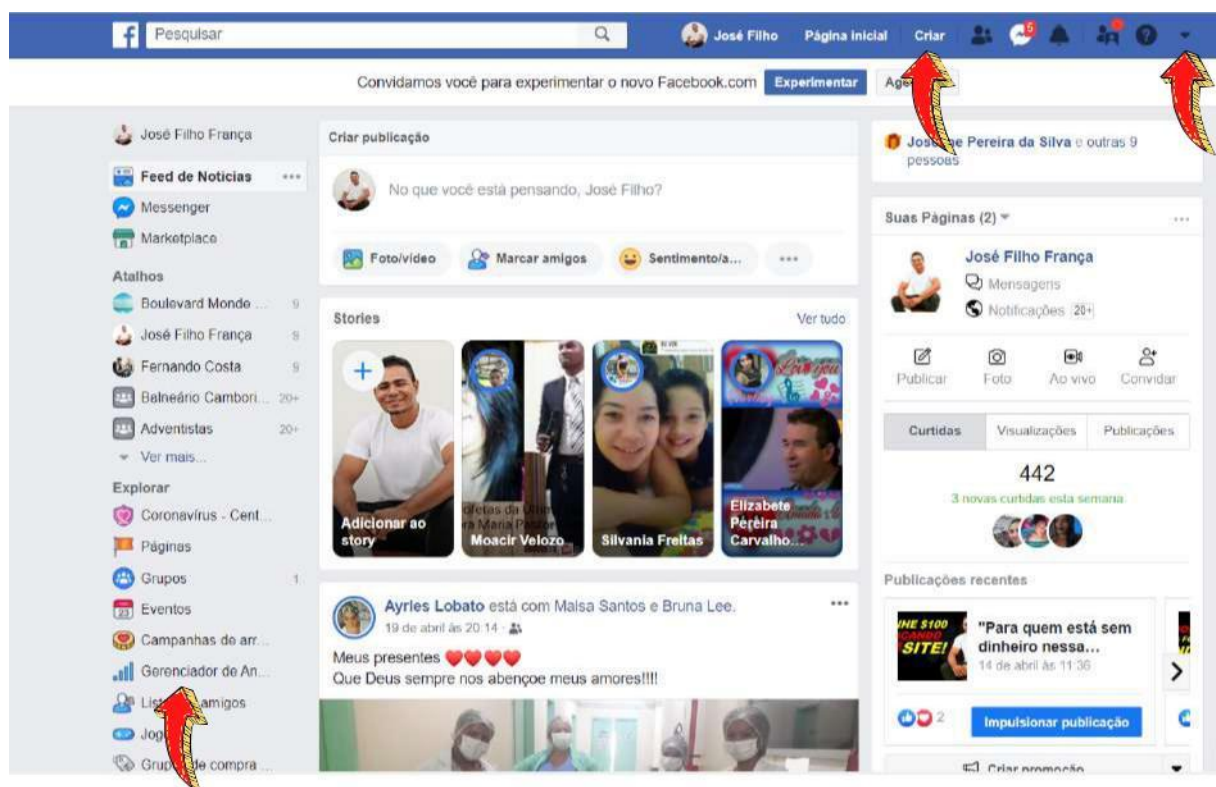
Existem duas formas de levar tráfego qualificado para sua página, a primeira e mais barata, é fazendo marketing de conteúdo, criando e publicando conteúdo de valor para as pessoas do seu nicho.

A segunda maneira e a que eu recomendo que você faça no início do seu negócio é através de campanhas no Facebook Ads. Essa é uma ferramenta de publicidade do Facebook que permite trazer o público até você ou sua loja.

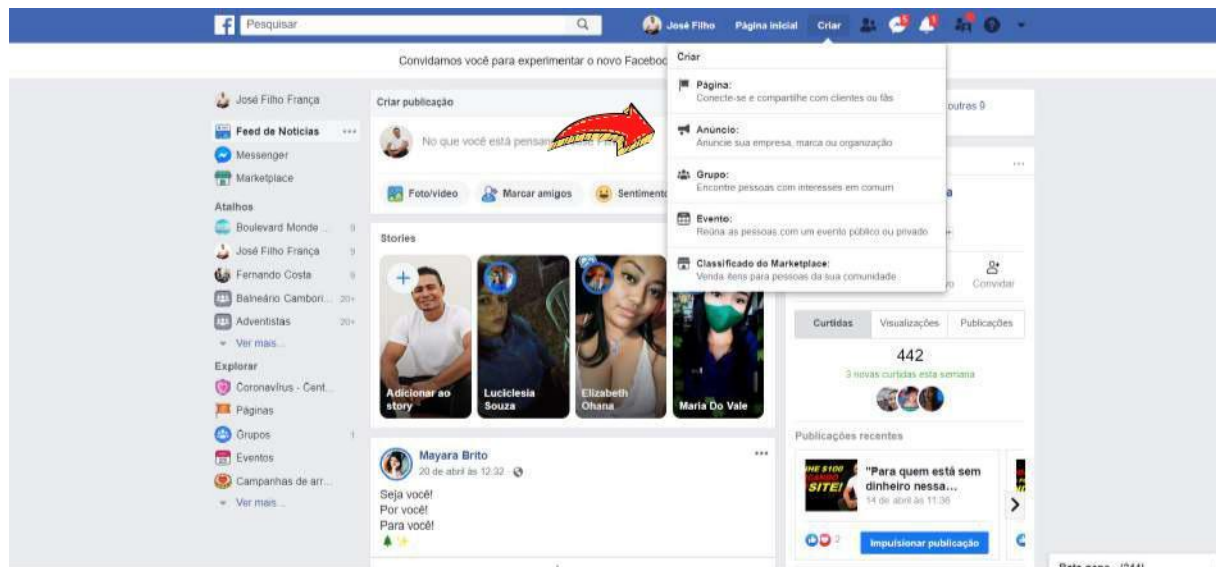
Lembrando que você tem que pagar para que isso aconteça.

Nas páginas seguintes eu vou te mostrar como criar sua primeira campanha no Facebook, para isso vamos usar a página que criamos como exemplo, espero que esse conteúdo te ajude a criar anúncios lucrativos e que você possa aplicar o que estou te ensinando aqui. Vamos começar então...

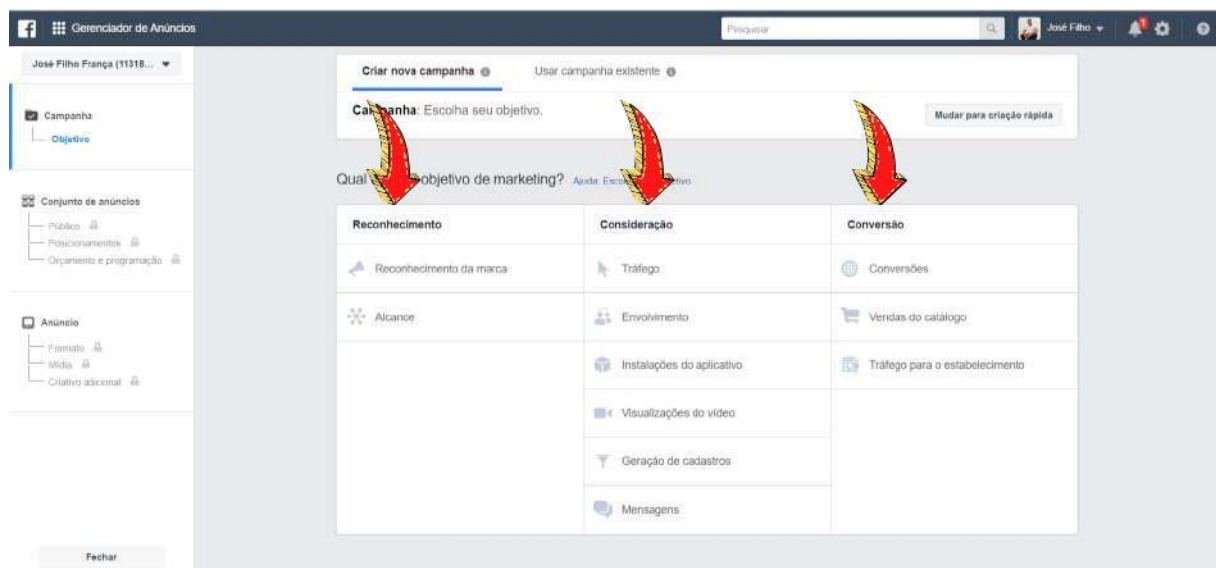
A primeira coisa que você deve fazer é acessar seu Facebook e em seguida procurar por "Gerenciador de anúncios". Como o Facebook é uma plataforma de anúncio, ele criou vários atalhos para que você encontre o gerenciador de anúncios mais rápido, só nessa página que você está vendo existe três maneiras de chegar na central de anúncios, veja os locais indicados com as setas.



Clicando em "Criar", vai se abrir essa aba aonde você pode clicar em "Anúncio" e fazer um anúncio rapidamente.



Essa página que se abriu é aonde você pode criar sua campanha ou usar uma campanha existente, caso você já tenha anunciado nesse gerenciador de anúncios.



Na página anterior existem três opções de marketing.

- A primeira é "Reconhecimento".

É aonde você pode aumentar o reconhecimento da sua marca, podendo alcançar pessoas com maior probabilidade de se interessar por ela.

- A segunda é "Consideração".

Nessa opção existem várias outras, na maioria delas o objetivo será fazer com que as pessoas tomem uma ação em relação ao seu anúncio, exemplo:

Tráfego.

Fazer com que as pessoas acessem o seu link de destino, como site, aplicativo ou uma conversa do Messenger.

Envolvimento.

Obter mais engajamento com a sua publicação, curtidas em sua Página, participações em eventos ou obtenções de oferta.

Geração de cadastros.

Aqui você pode gerar mais cadastros de vendas, como endereços de email, de pessoas interessadas na sua marca ou produto.

Na opção de Consideração existem outras formas de marketing como, instalações de aplicativos, visualizações no seu vídeo ou mensagens, aonde as pessoas podem te enviar mensagens no Messenger, no WhatsApp ou no Direct do Instagram. Enfim, você pode escolher qual dessas opções será melhor para o seu negócio.

- A terceira opção de marketing é "Conversão". Nessa opção você tem três caminhos de publicidade:

Conversão.

Gere ações valiosas no seu site, aplicativo ou no Messenger.

Vendas do catálogo.

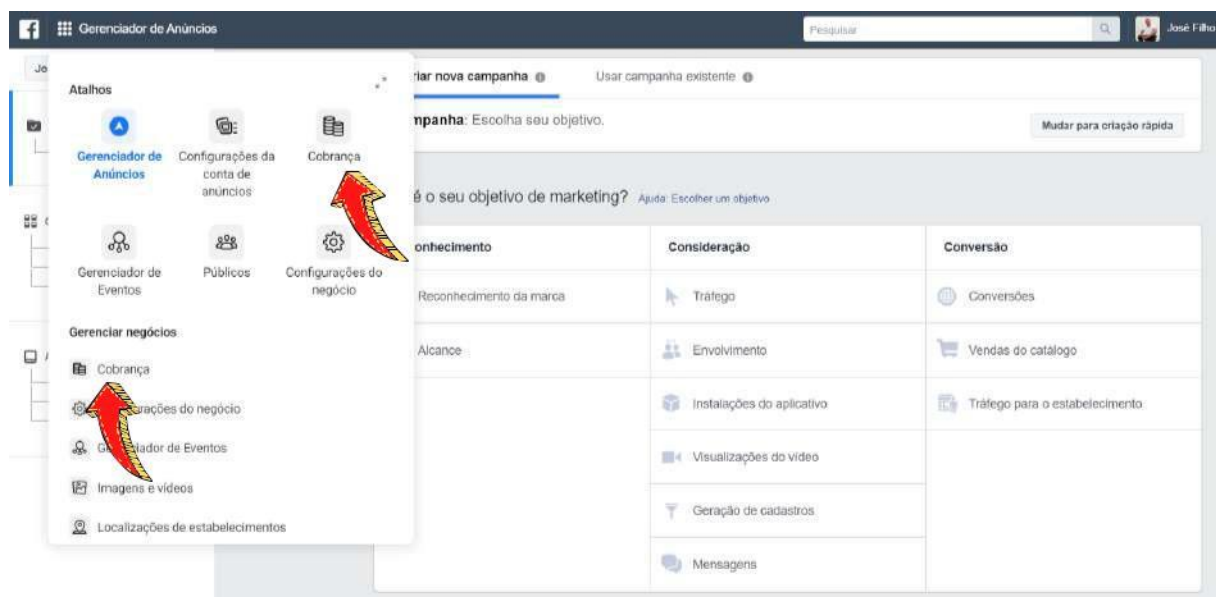
Crie anúncios que mostram automaticamente itens do seu catálogo com base no seu público alvo.

Tráfego para o estabelecimento.

Gere visitas à sua loja física mostrando anúncios para as pessoas nas imediações.

Antes que agente venha a fazer nossa primeira campanha, temos que colocar saldo na plataforma ou cadastrar um cartão de crédito para que seja feita a cobrança pela publicidade.

Para fazer isso você vai clicar no botão "Gerenciador de anúncios", em seguida vai clicar no ícone de "Cobrança". No exemplo abaixo este ícone aparece em dois locais, você pode clicar em qualquer um, ambos te direcionam para o mesmo local.



Ao clicar no ícone de cobrança vai se abrir essa página abaixo, aqui você pode ver que já foram cobrados alguns valores desse gerenciador de anúncios. Para adicionar saldo você precisa clicar em "Configurações de pagamento".

Conta: José Filho França Saldo pré-pago: R\$ 0,00 [Configurações de pagamento](#)

Transações	1 de Dez de 2019 - 23 de Abr de 20	Filtros	Pesquisar	Baixar todas as faturas	Pesquisar por	Transfência
Data de cobrança	Identificação da transação	Fatura	Forma de pagamento	Valor cobrado	Status do pagamento	
6 de Abr de 2020	2819715854809404-5548517		Saldo disponível	- R\$ 11,95	Pago	
5 de Abr de 2020	2765948256883124-5544306		Saldo disponível	- R\$ 20,23	Pago	
4 de Abr de 2020	2843731265741262-5541102		Saldo disponível	- R\$ 19,71	Pago	
3 de Abr de 2020	2773440472770374-5536890		Saldo disponível	- R\$ 20,03	Pago	
2 de Abr de 2020	2630395323742054-5533210		Saldo disponível	- R\$ 20,10	Pago	
1 de Abr de 2020	2529964487117971-5528898		Saldo disponível	- R\$ 8,41	Pago	
19 de Mar de 2020	2796792513489502-5490079		Pagamento manual	+ R\$ 100,00	Financiado	
6 de Fev de 2020	2734751839539239-5520446		Saldo disponível	- R\$ 3,93	Pago	
Totais	19 Transações					

Vai abrir essa página e aqui você vai clicar em "Adicionar fundos"

Resumo diário

23 de abril de 2020
O gasto diário é deduzido do seu saldo.

R\$ 0,00
Saldo disponível

Formas de pagamento [Adicionar fundos](#)

 Saldo pré-pago: R\$ 0,00

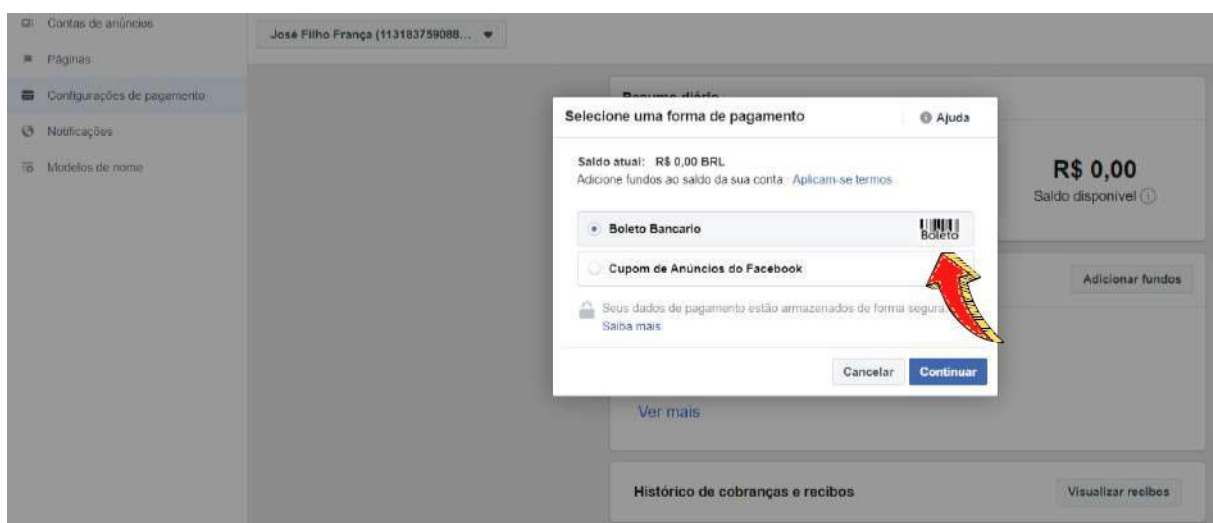
[Ver mais](#)

Histórico de cobranças e recibos [Visualizar recibos](#)

Precisa de ajuda? Fale conosco.

Agora você vai escolher qual a forma de pagamento que fica melhor pra você, uma coisa importante que você precisa saber é que, uma vez que escolher a forma de pagamento, ela não poderá ser alterada futuramente.

Portanto se escolher fazer seus pagamentos via boleto bancário, será assim que você fará os futuros pagamentos em seu gerenciador de anúncios.



Como você pode perceber o meu está definido para boleto bancário, na época eu não tinha cartão de crédito e essa foi a forma que consegui fazer meus primeiros anúncios.

Caso você decida trabalhar com boleto bancário, saiba que me atende super bem e consigo fazer meus anúncios sempre que preciso. Uma dica, deixe sempre um saldo em sua conta de anúncios, dessa maneira quando você precisar criar uma campanha com urgência, não vai ficar esperando o boleto compensar.

Agora você define o valor que deseja colocar como saldo e clica em "Conferir pagamento".

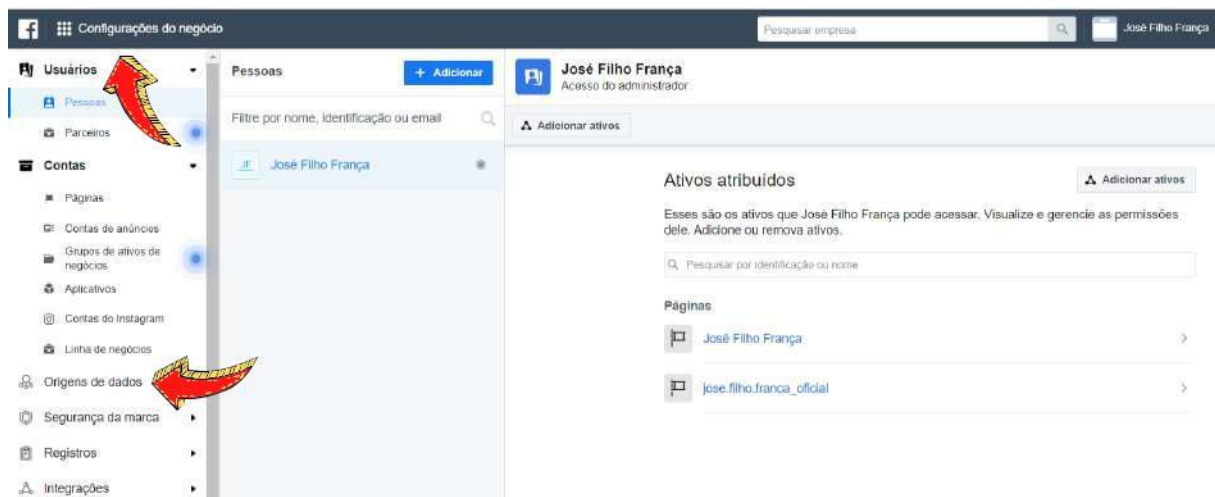


Aguarde alguns segundos enquanto o Facebook faz o processamento do seu pagamento, ele vai te encaminhar um boleto por email ou como download direto na sua área de trabalho. Sugiro que copie o número do boleto e pague por algum aplicativo de celular para ganhar tempo e ter mais comodidade. Agora clique em "Continuar".

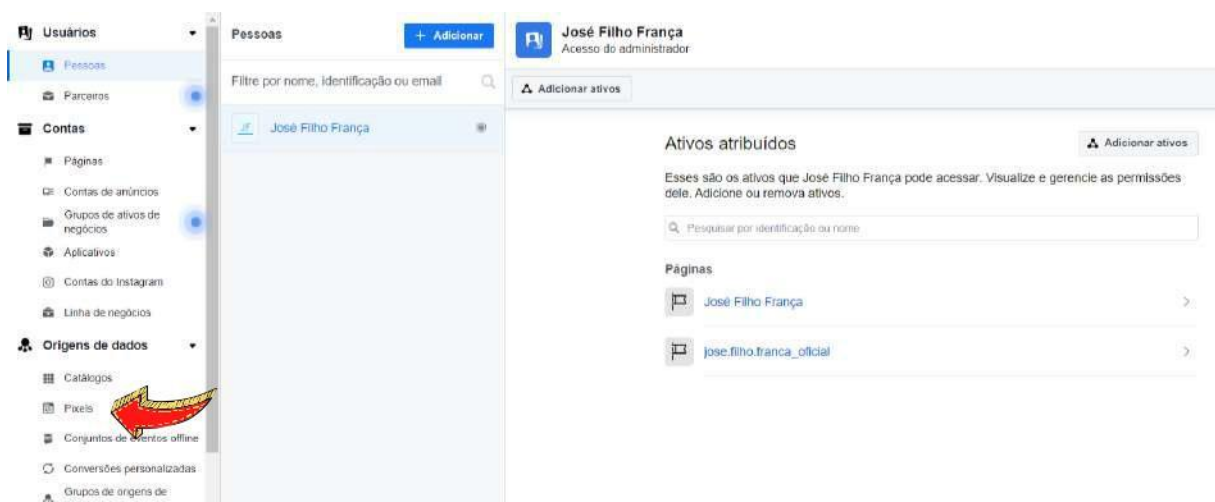


CAPÍTULO 05: CRIANDO E INSTALANDO O PIXEL DO FACEBOOK NO SEU SITE

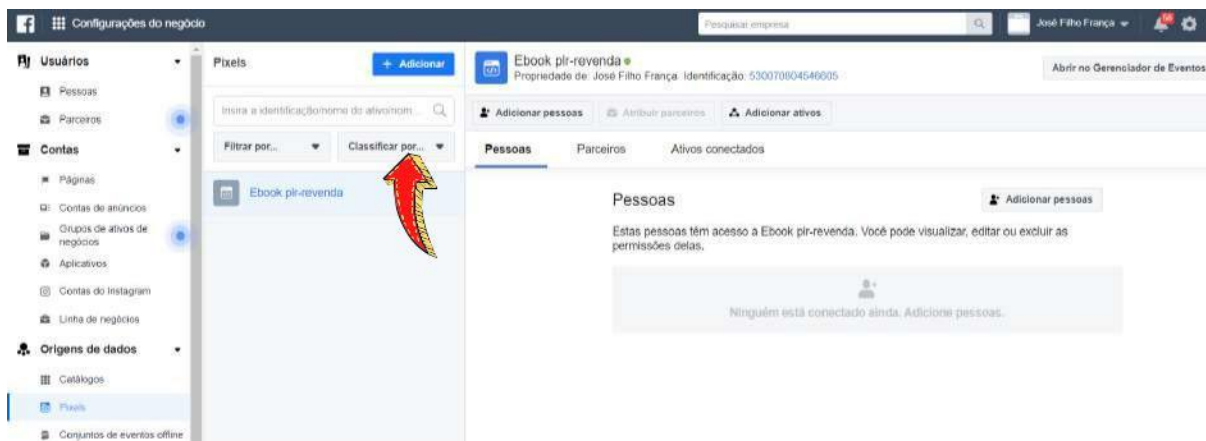
A primeira coisa que você vai fazer é acessar a aba de "Configurações do negócio" no seu gerenciador de anúncios. Em seguida clique em "Origens de dados".



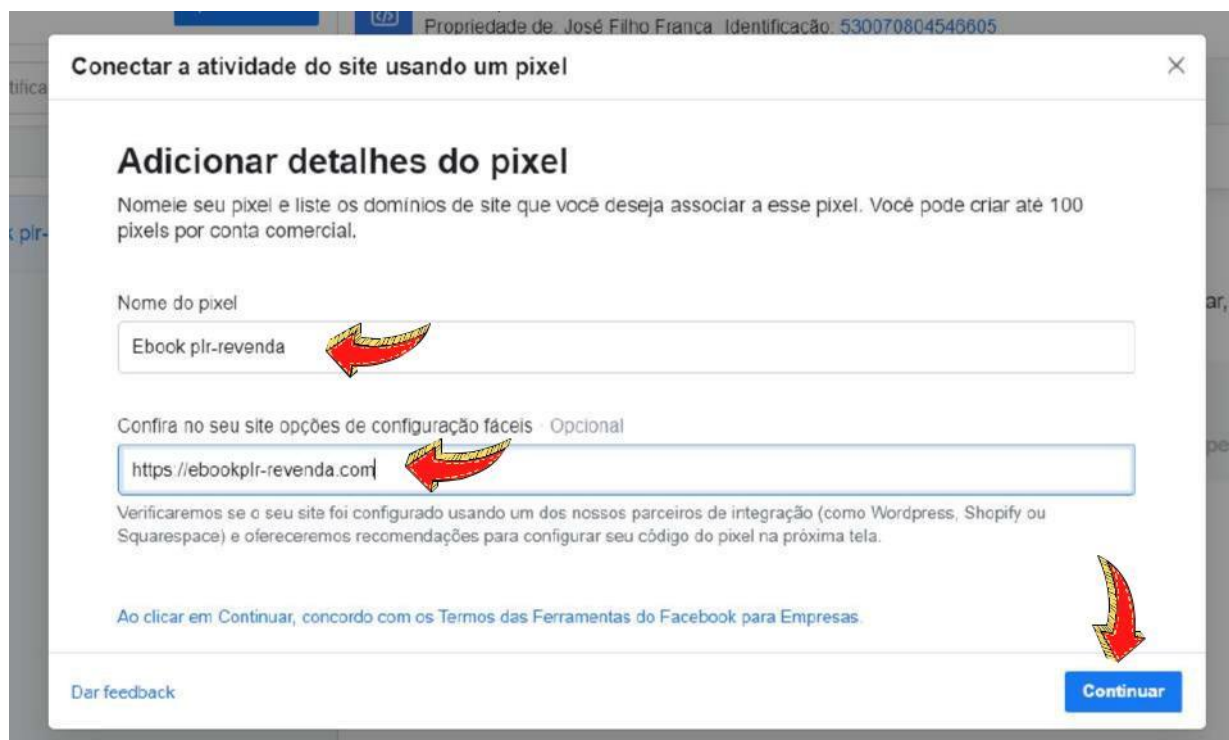
Agora clique em "Pixels".



Agora clique em "Adicionar" para adicionar um novo pixel ou para criar um pixel do absoluto zero.



Em seguida dê um nome para o seu pixel, você também pode colocar a Url do seu site se desejar; depois clique em "Continuar".



Aqui você pode escolher como instalar seu pixel no seu site ou sua página, geralmente eu escolho a opção "Instalar o código manualmente por conta própria".

Eu acho essa forma mais rápida e prática, portanto recomendo que escolha essa opção.

Instalar seu código de pixel



Para usar o Pixel do Facebook, você precisa primeiro instalar o código do pixel no seu site. Esse código envia informações sobre a visita ao site de volta para o Facebook, para que você possa mensurar as ações dos clientes e criar uma publicidade mais inteligente.

Escolha uma opção para instalar o código do pixel. Você pode alterar essa opção mais tarde.



Usar uma integração ou gerenciador de tags

Atualmente, o pixel do Facebook pode ser integrado com BigCommerce, Gerenciador de tags do Google, Magento, Segment, Shopify, Squarespace, Wix, WooCommerce e muito mais. Saiba mais sobre integrações de plataformas.



Instalar o código manualmente por conta própria

Orientaremos você nas etapas de instalação do código do pixel.



Enviar as instruções por email para um desenvolvedor

Envie as instruções de instalação para um desenvolvedor instalar o código do pixel para você.

Agora vai aparecer esse código estranho aqui pra você; basicamente o que você precisa fazer é copiar esse código e instalar no seu site. Se você clicar em cima desse código ele já vai ser copiado automaticamente, faça isso então.

Instalar pixel

1

Instalar o código de base

2

Adicionar código do evento

O pixel é um trecho de código JavaScript adicionado à seção de cabeçalho do seu site. O pixel tem duas partes, o código de base e o código do evento.

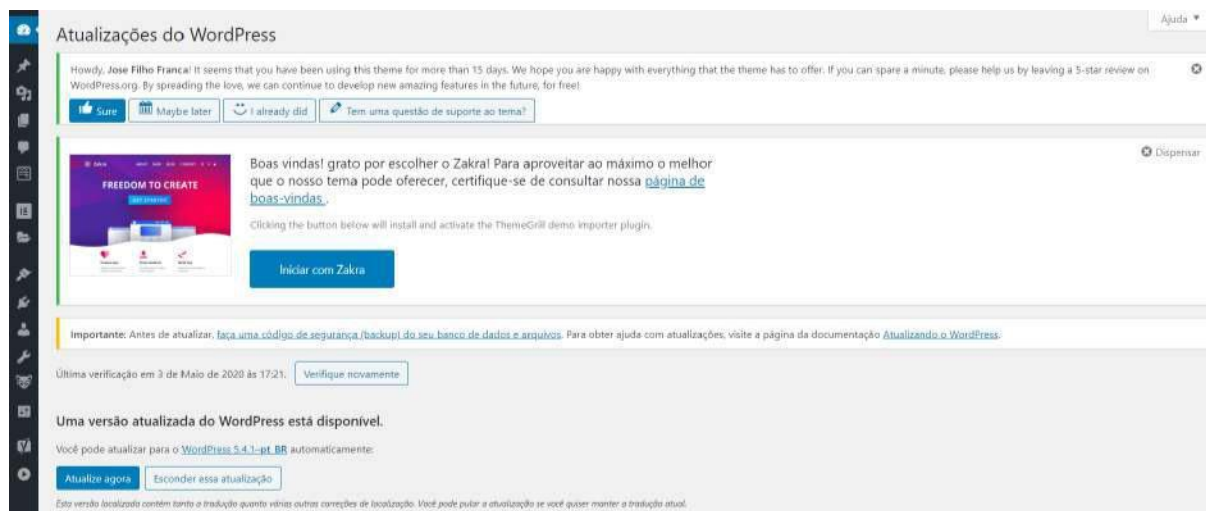
1 Instalar código de base no site

Copie e cole o código do pixel na parte inferior da **seção de cabeçalho** do seu site, logo acima de **</head>** tag. Instale o código de base em todas as páginas do seu site.

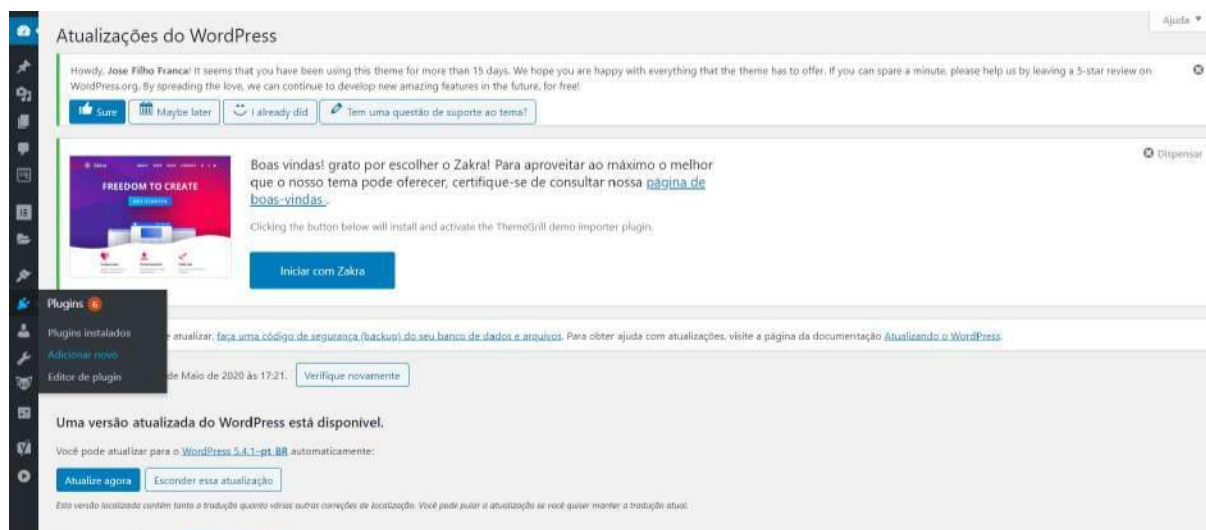
[Saiba mais](#)

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '517304899174346');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

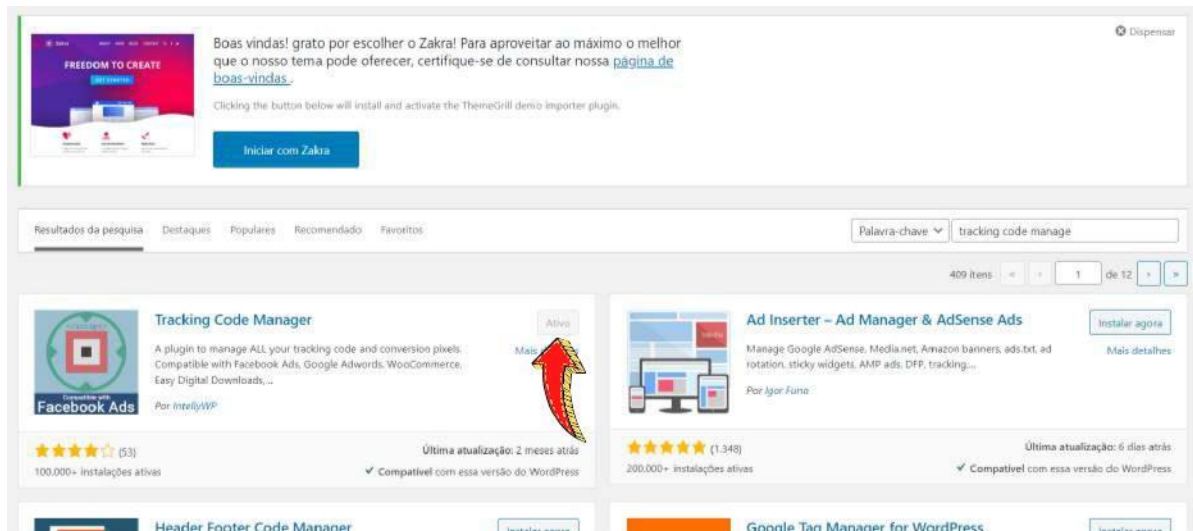

O próximo passo é acessar o painel de configurações do seu site ou página.



Em seguida clique em "Plugins" e depois em "Adicionar novo"



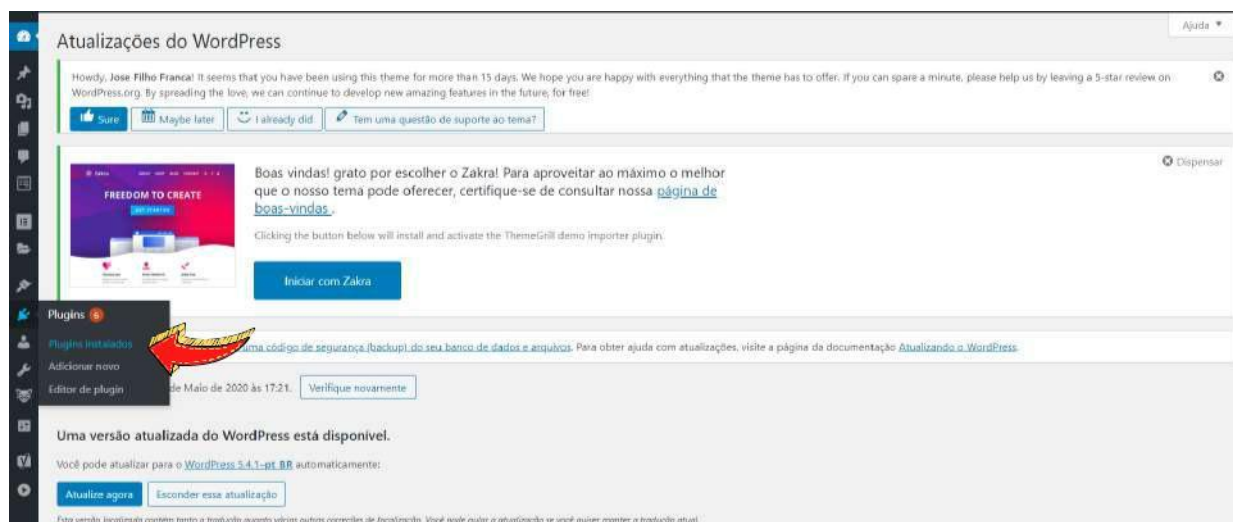
*Pesquise pelo plugin "Tracking Code Manager".
Em seguida clique em "Instalar", depois disso clique em
"Ativar", no meu aqui ele já aparece ativo, pois já está
instalado.*



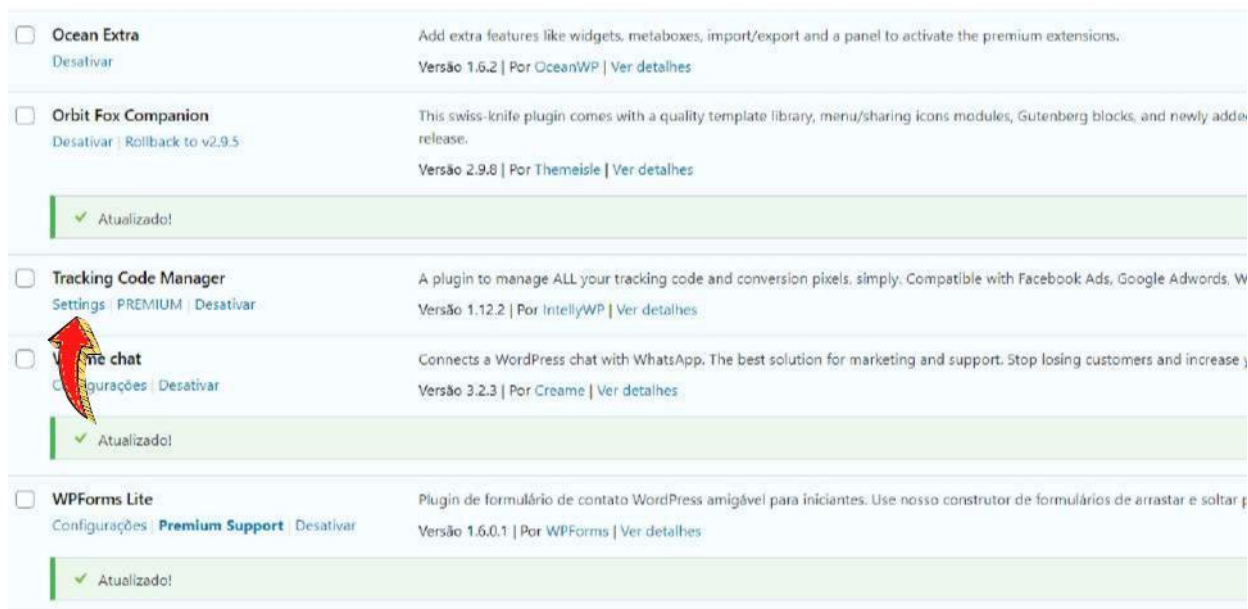
Esse plugin é uma mão na roda, com ele você não precisa se preocupar se colocou seu código no local correto, ele faz isso por você e faz com que você economize tempo.

Agora que seu plugin já foi instalado, é hora de configura-lo para que o pixel do Facebook comece a trabalhar a captação de dados e informações do seu site.

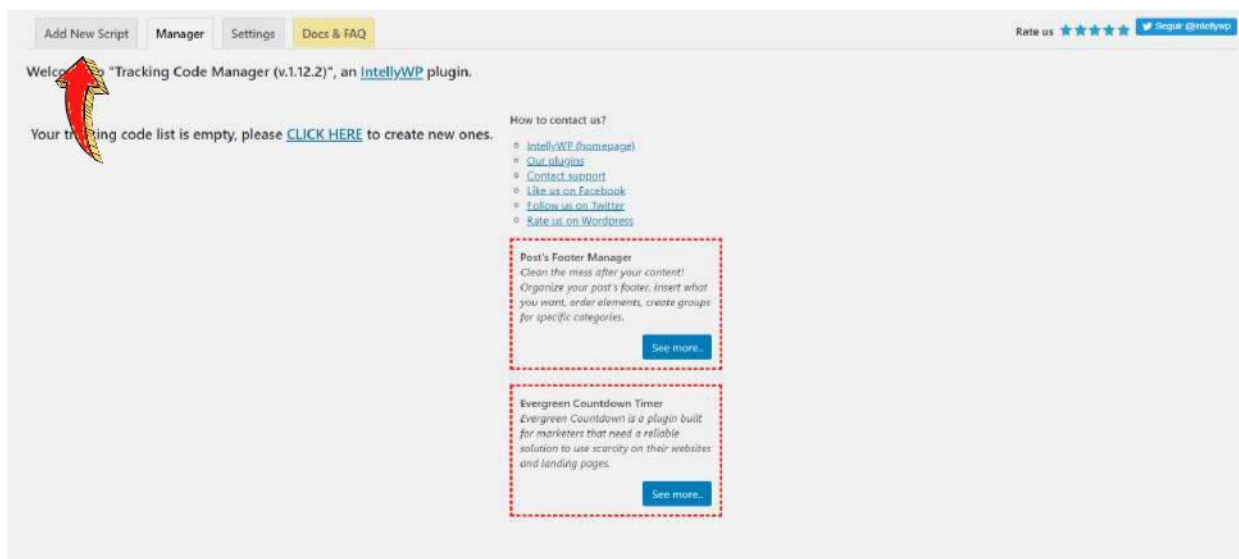
Agora volta lá em "Plugins" e clica em "Plugins instalados".



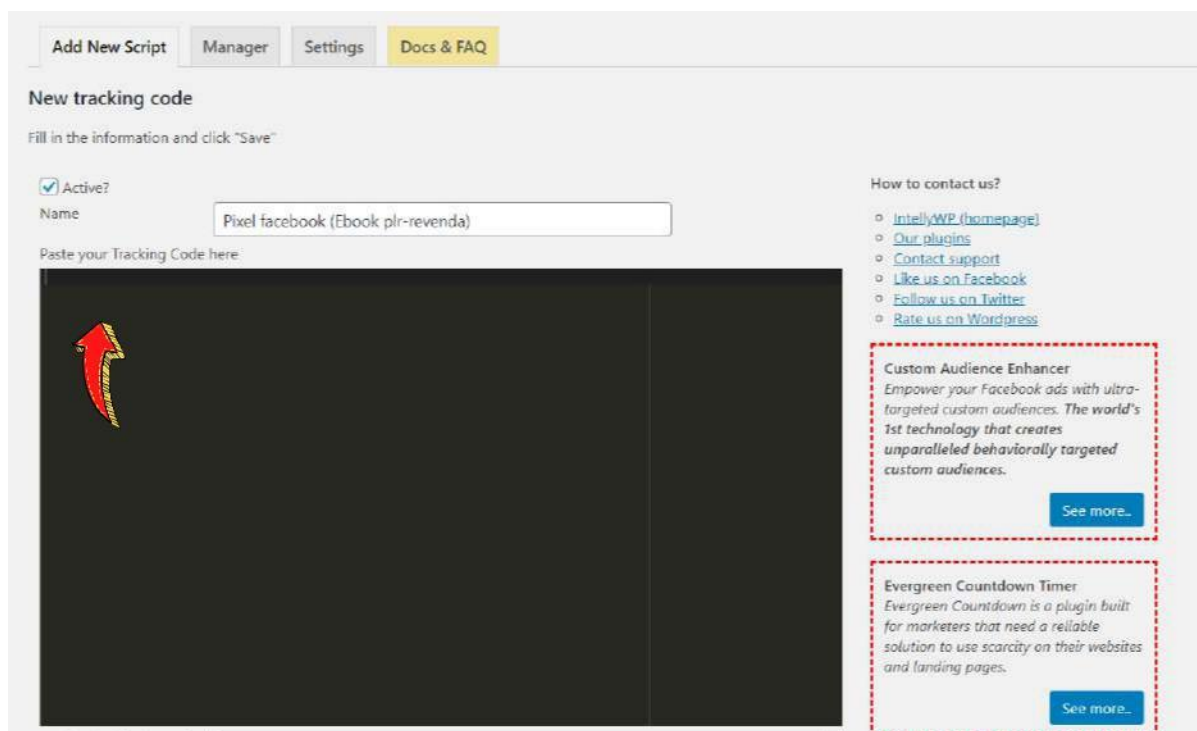
Procure o plugin que acabamos de instalar "Tracking Code Manager", depois clique em "Settings" para configurar seu pixel do Facebook.



Para instalar seu pixel clique em "Add New Script" ou Adicionar novo Script.



Depois que você clicar em adicionar novo script, vai se abrir esse quadro preto abaixo, nele você vai colar o código do pixel do seu Facebook.



Depois que colar o código do pixel no quadro, ele vai ficar do jeito que está a imagem abaixo. Dê um nome para o seu pixel, no meu caso eu coloquei "Pixel facebook (Ebook plr-revenda)"

Adicionar novas

configurações do

Gerenciador de

scripts

Documentos e perguntas frequentes

Novo código de rastreamento

Preencha as informações e clique em "Salvar"

☒ Ativo?

Nome

Cole seu código de acompanhamento aqui

! - Código de pixel do Facebook ->

```

<script>
! função ( f, b, e, v, n, t, s )
{ if ( f . fbq ) return ; n = f . fbq = function ( ) { n . callMethod ?
n . callMethod . apply ( n , argumentos ) : n . fila . push ( argumentos ) } ;
se ( ! f . _fbq ) f . _fbq = n ; n . push = n ; n . carregado = ! 0 ; n . version = '2.0' ;
n . fila = [ ] ; t = b . createElement ( e ) ; t . async = ! 0 ;
t . src = v ; s = b . getElementsByTagName ( e ) [ 0 ] ;
s . parentNode . insertBefore ( t , s ) ( janela , documento , 'script' ,
'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js' );
fbq ( 'init' , '530070804546605' ) ;
fbq ( 'track' , 'PageView' ) ;
}
</script>
<noscript> <img height = "1" width = "1" style = "display: none"
src = "https://www.facebook.com/tr?id=530070804546605&ev=PageView&noscript=1"
/> </noscript>
! - Finalizar código de pixel do Facebook ->

```

Como entrar em contato conosco?

- IntellyWP (página inicial)
- Nossos plugins
- Entre em contato com o suporte
- Curta-nos no Facebook
- Siga-nos no Twitter
- Classifique-nos no Wordpress

Apurador de público personalizado

Capacite seus anúncios do Facebook com públicos personalizados ultra-segmentados. A primeira tecnologia do mundo que cria públicos-alvo personalizados incomparáveis e direcionados ao comportamento.

[Ver mais..](#)

Barra de boas-vindas

Aumente o envolvimento e gere ofertas específicas para os visitantes provenientes de uma fonte de tráfego específica. Como visto em BetaList e ProductHunt.

[Ver mais..](#)

Posição dentro do código

codigo

Mostrar apenas no dispositivo

Ver mais..

Onde você deseja adicionar este código?

☒ Rastreamento de código padrão no seu Wordpress

☐ Acompanhe a conversão no seu comércio eletrônico **NOVO**

Em qual página você deseja inserir esse código?

☐ Em todo o site (páginas, posts e arquivos)

☒ Em páginas ou postagens específicas

Incluir o código de acompanhamento em quais páginas?

☐ Incluir postagens "post"

☒ Incluir postagens "página"

[Todos]

CURSOS INDICADOS

FINANÇAS E DESENVOLVIMENTO PESSOAL

INICIO

MARKETING DIGITAL

OUTROS

RELACIONAMENTOS

os recursos impressionantes

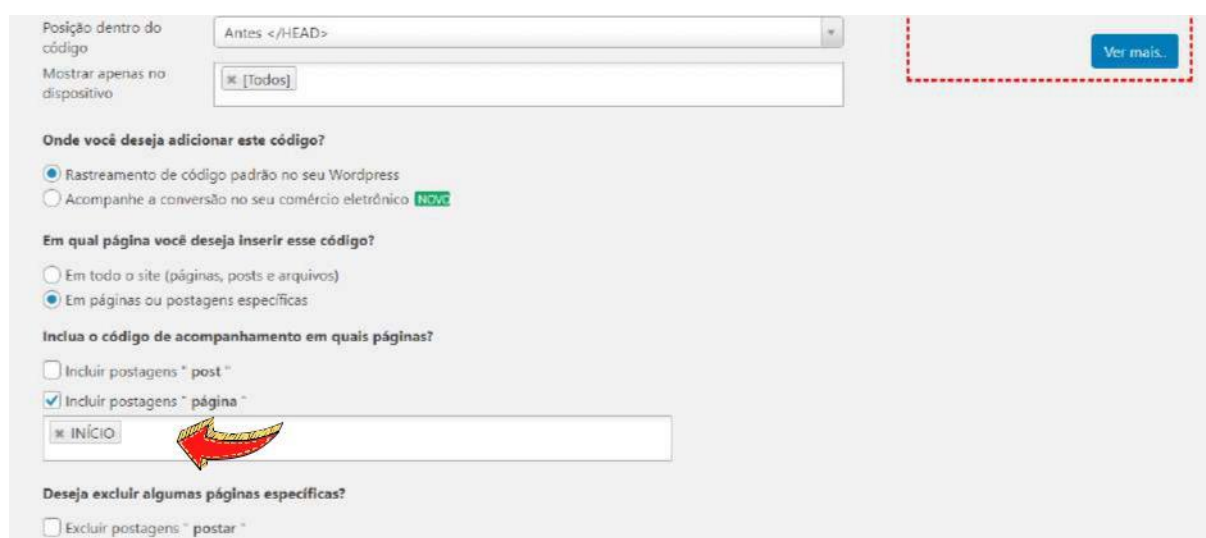
o do Facebook)

☒ Incluir código em categorias ou tags específicas

[Verifique todos os recursos premium agora..](#)

Na imagem anterior, tem algumas configurações que você pode fazer, como se o seu pixel vai ser instalado em todo o site ou em apenas uma página específica.

No meu caso eu instalei o pixel somente na página de "Início" como mostra a imagem abaixo.

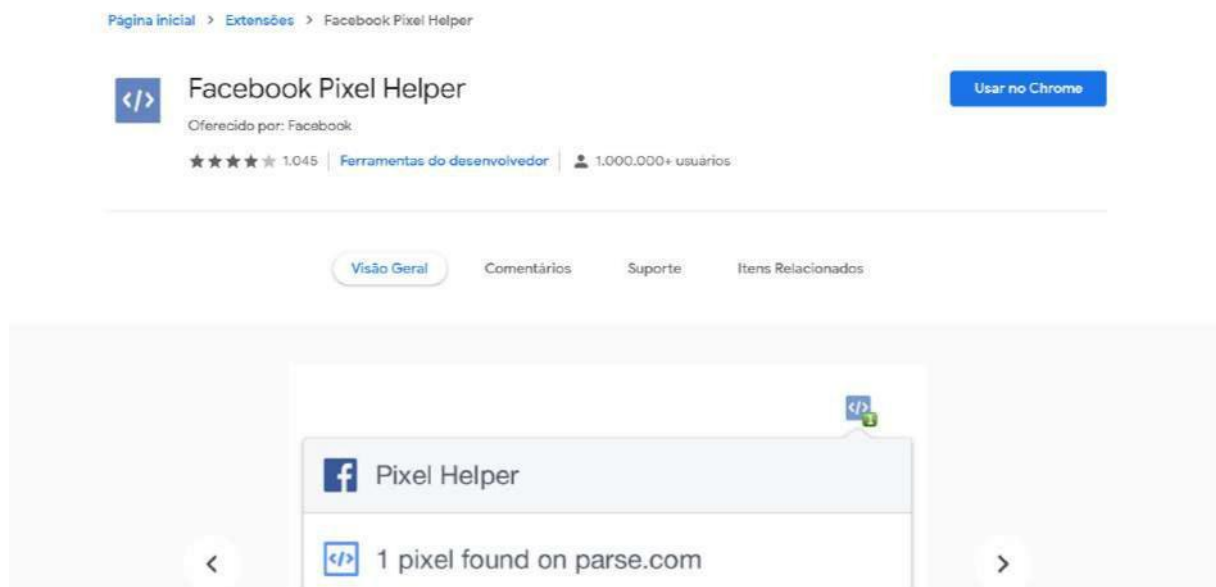


Depois disso clique em "Salvar" para que o seu pixel comece a rastrear os dados do seu site e identifique quem acessou sua página.

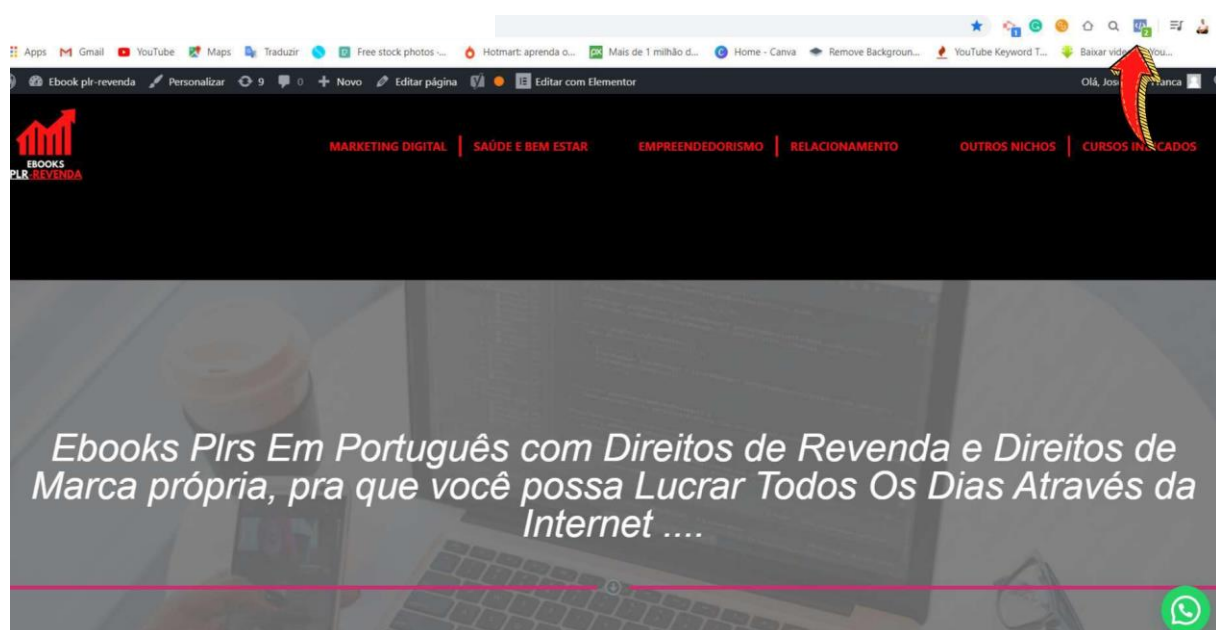
Para você saber se seu pixel foi instalado de maneira correta e está funcionando normalmente, eu recomendo que você instale um programa do Facebook em seu navegador. Esse programa se chama "Facebook Pixel Helper" Segue o link abaixo:

<https://chrome.google.com/webstore/detail/facebook-pixel-helper/fdgfkebogiimcoedlicjlajpkdmockpc>

Esse programa é capaz de identificar se o pixel está fazendo sua função corretamente.



Depois que ele for instalado no seu navegador, as páginas que estiverem com seu pixel vai mostrar o ícone do pixel como a imagem abaixo.

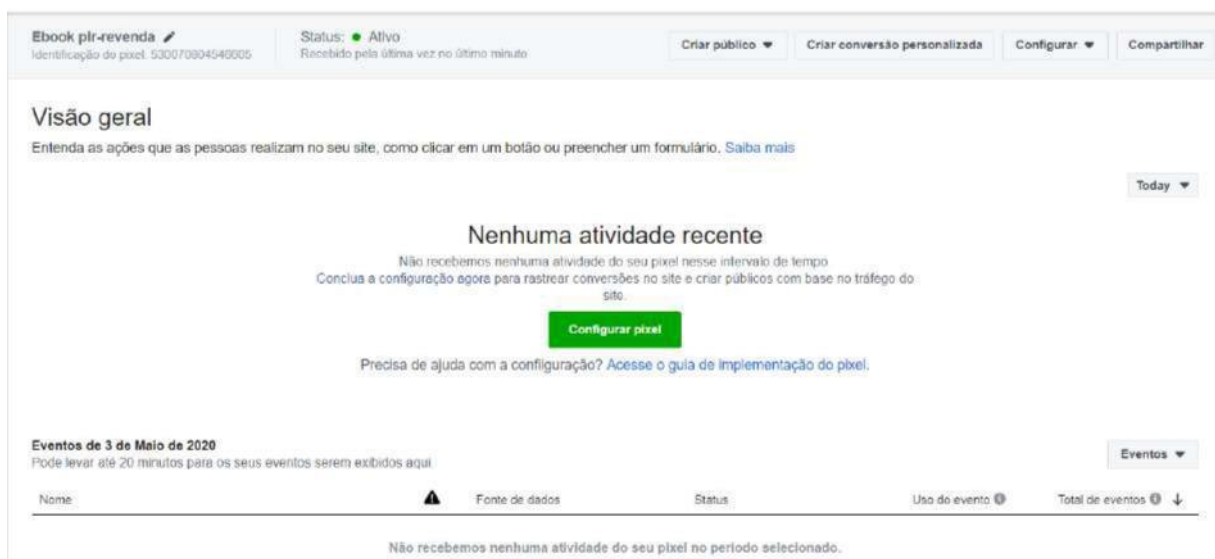


Vou ampliar a imagem anterior para que você consiga ver o pixel do facebook, que foi instalado com sucesso e está fazendo sua função.

Você pode reparar que tenho dois pixels ativo nesta página, um que eu já tinha instalado e outro que acabei de instalar com você nesse tutorial.



O nosso pixel também já está ativo lá no Facebook e cumprindo sua função como mostra a imagem abaixo. Espero que tenha conseguido criar e instalar seu pixel aí também.



CAPÍTULO 06: CRIANDO A PRIMEIRA CAMPANHA NO FACEBOOK ADS

Suponhamos que você já possui saldo em sua conta de anúncios do Facebook, agora é o momento de criarmos sua primeira campanha para que possa fazer vendas.

Uma das coisas que acho fundamental que você saiba, é que anunciar não significa que você vai fazer vendas.

Para que as vendas ocorram de fato, existem diversos fatores que fazem com que isso aconteça, dentre eles estão:

- Seu produto; se o seu produto não for atraente para o seu público e não vai se vender facilmente.*
- Página de vendas; essa talvez seja a principal razão para gerar muitas vendas, isso por que se você possui uma página de vendas que quebre as objeções do seu avatar, essa então será uma página de vendas que lhe dará muitos resultados.*
- Oferta; além de possuir um produto atraente e que resolva os problemas do seu público e uma página de vendas que tire todas as dúvidas dele, você também tem que criar uma oferta irresistível, carregada de gatilhos mentais e várias chamadas à ação. Esses são apenas alguns exemplos do fatores que levam as pessoas a comprarem seus produtos.*

Vamos começar então...

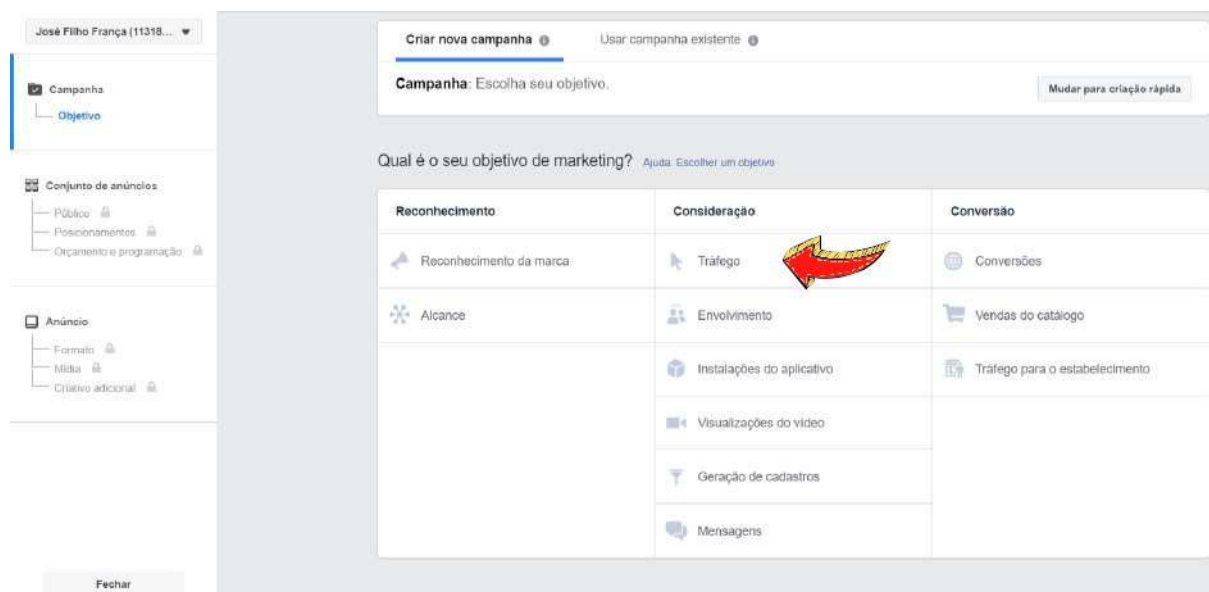
Na lateral esquerda dessa página, você vai ver que existem os passos que você tem que percorrer para colocar seu anúncio no ar.

- O primeiro é definir seu objetivo de "Campanha", essa etapa é uma das mais importantes, pois é aqui que você diz para o Facebook o que você quer que ele faça.

Vamos escolher "Tráfego"

- Depois vem o "Conjunto de anúncios", aonde você pode definir seu público, o posicionamento do seu anúncio e seu orçamento para rodar a campanha.

- Por último você deve escolher o formato do seu anúncio e inserir uma mídia para que ele faça sentido e seja aprovado.



Já que temos nosso objetivo de campanha definido, agora é o momento de dar um nome para nossa campanha, eu coloquei aqui como "Teste para tutorial".

Campanha

Objetivo

Conjunto de anúncios

- Tráfego
- Criativo dinâmico
- Oferta
- Público
- Posicionamentos
- Orçamento e programação

Anúncio

- Identidade
- Formato
- Mídia
- Texto e links
- Idiomas
- Rastreamento

Fechar

Tráfego

Envie mais pessoas para um destino, como um site, aplicativo ou conversa do Messenger. [Saiba mais](#)

Nome da campanha [Criar modelo de nome](#)

Teste para tutorial

☒ Criar um teste A/B [?] ☐ DESATIVADO

Use um teste A/B para testar seu criativo, posicionamento, público e estratégias de otimização de veiculação. [Saiba mais](#)

☒ Otimização do orçamento da campanha [?] ☐ DESATIVADO

Otimize o orçamento em todos os seus conjuntos de anúncios. [Saiba mais](#)

Continuar

Nessa etapa você pode definir se deseja "Criar um teste A/B". Essa opção é útil quando você quer testar uma variável, de maneira conveniente, ao criar uma nova campanha de anúncios.

Você também pode fazer a "Otimização do orçamento da campanha" (CBO) como é mais conhecida, faz o uso mais eficiente de seus gastos com orçamento para obter os melhores resultados.

Além disso, ela garante que o custo desses resultados estejam alinhados à sua estratégia de lances.

A CBO usa o orçamento da campanha e a estratégia de lances (que pode ser, por exemplo, o menor custo por ação (CPA) ou o maior retorno sobre o gasto com anúncios (ROAS)), para encontrar as melhores oportunidades ativas dos resultados em seus conjuntos de anúncios de maneira automática e contínua.

Depois de ver isso e clicar em "Continuar". Vai se abrir essa página, aqui você deve escolher o "Nome do do conjunto de anúncios", eu definir o meu aqui como "Tutorial 01".

Nome do conjunto de anúncios [Criar modelo de nome](#) [Mudar para criação rápida](#)

Tutorial 01

Tráfego
Escolha onde deseja gerar tráfego. Você inserirá mais detalhes sobre o destino mais tarde.

☒ Site [Saiba mais](#)

☐ Aplicativo [Saiba mais](#)

☐ Messenger [Saiba mais](#)

☐ WhatsApp [Saiba mais](#)

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

Oferta [Saiba mais](#) ☐ DESATIVADO
Crie uma oferta que as pessoas possam salvar e sobre as quais possam receber lembretes para aumentar as conversões. Saiba mais: [Saiba mais](#)

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

Tamanho do público
A sua seleção de público é razoavelmente ampla.
Alcance potencial: 140 000 000 pessoas [Saiba mais](#)

Estimativa de resultados diários
Alcance [Saiba mais](#)
6,2K – 18K

Cliques no link [Saiba mais](#)
57 – 166

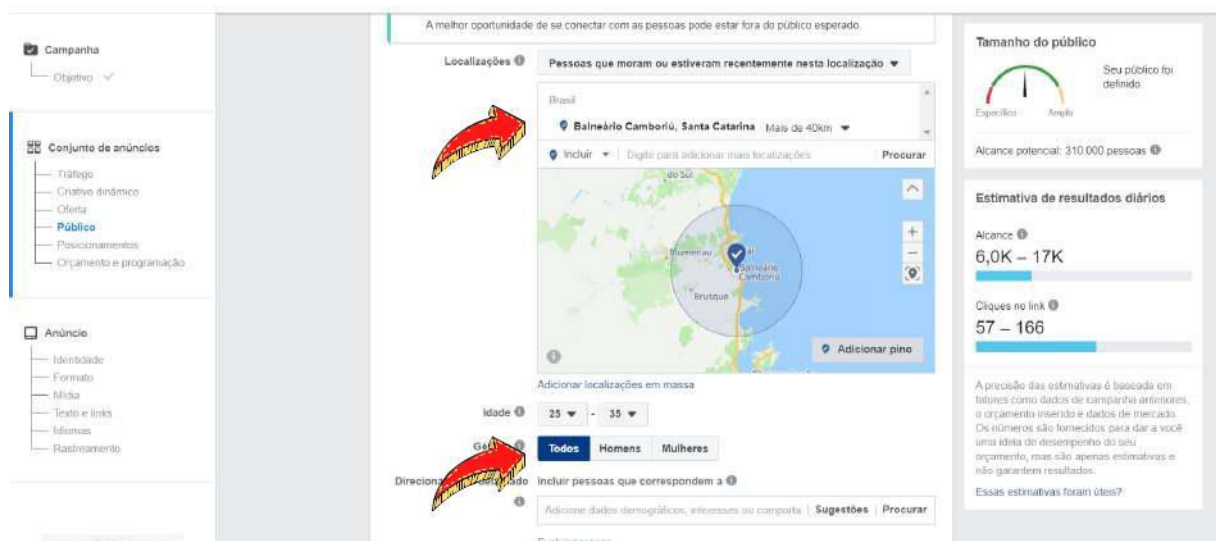
A precisão das estimativas é baseada em fatores, como dados de campanha anteriores, o orçamento inserido e dados de mercado. Os números são fornecidos para dar a você uma ideia de desempenho do seu orçamento, mas são apenas estimativas e não garantem resultados.
Essas estimativas foram úteis?

Você tem que escolher também para que tipo de destino deseja mandar tráfego, as opções são: Site, Aplicativo, Messenger e Whatsapp. Nesse exemplo eu quero que as pessoas sejam direcionadas para o meu site.

Descendo um pouco mais na página, você vai poder definir seu público, usar um público já existente ou criar um público semelhante. Aqui vamos criar um público novo para auxiliar você nesse pequeno processo de criação.

Para criar nosso público você precisa editar manualmente as opções, como "Localizações, Idade e Gênero". Vamos começar com localização.

Nesse exemplo eu vou especificar meu público somente para minha cidade, Balneário Camboriú-SC; mas só lembrando que quanto mais específico for seu público maior é a dificuldade do Facebook para encontrar as pessoas que possam se interessar na sua oferta. Isso também pode implicar no custo por resultados.

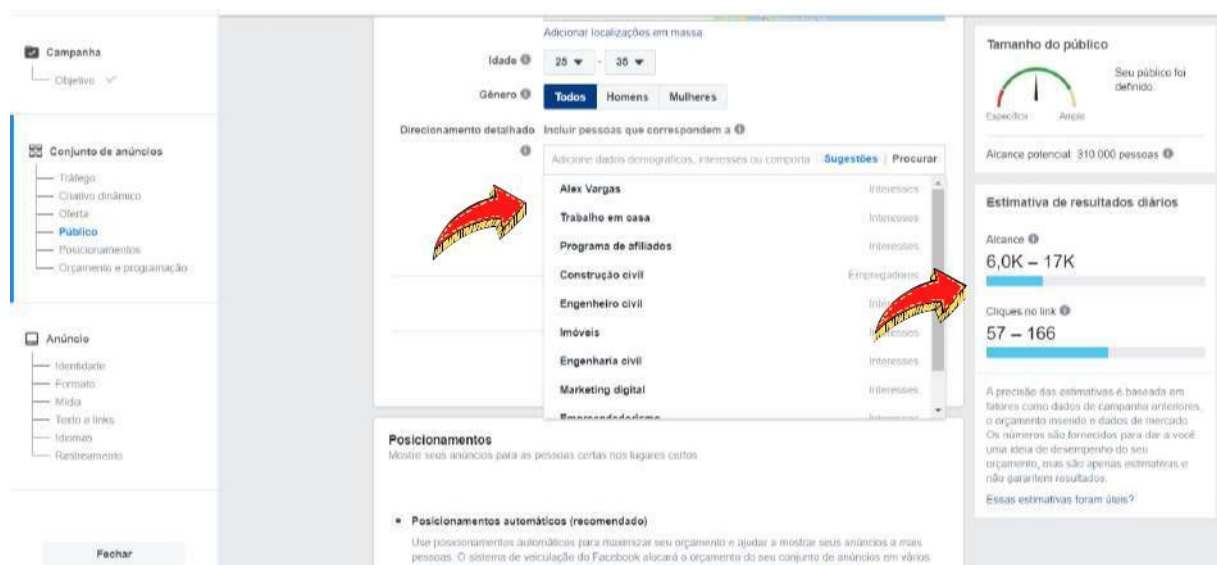


Localização definida, agora é o momento de definir o gênero e idade de seu avatar. Eu deixei com a idade entre 25 e 35 anos, pois se mostrou mais eficaz na minhas campanhas anteriores.

Quanto ao gênero eu deixei para todos, pois não é interessante pra mim restringir o Facebook nesse sentido, eu quero que ele encontre pessoas com mais probabilidade de se tornar meus clientes entre todas as pessoas, seja homem ou mulher.

Nessa parte de "Direcionamento detalhado" é onde você pode definir seu público incluindo ou excluindo dados demográficos, interesses e comportamentos.

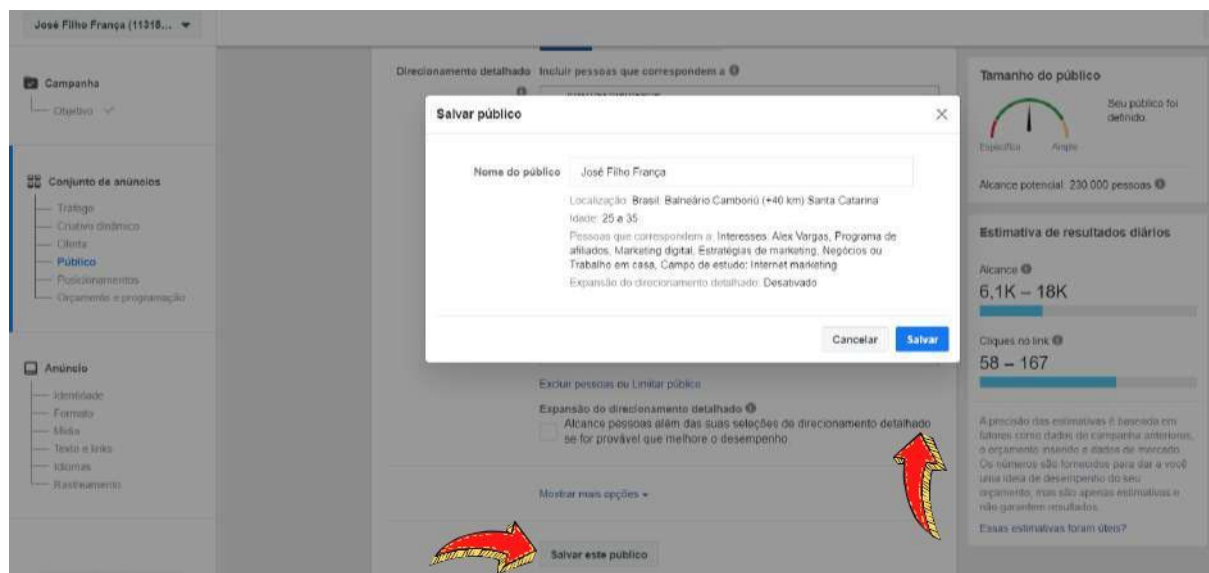
Essa é uma etapa muito importante na criação do seu anúncio, portanto faça um planejamento sobre qual seria o seu público ideal, dessa maneira você tem muito mais chances de obter os resultados desejados.



No exemplo acima você pode notar que o Facebook nos fornece várias "Sugestões" de direcionamento, baseado em dados demográficos, interesses e comportamentos.

Basicamente o que você precisa fazer é escolher quais opções se assemelham aos tipos de interesses que deseja colocar em sua campanha, você pode diversificar e ter vários dados nessa etapa. A medida que aumenta os interesses, também aumenta o tamanho do seu público.

Após definir seu público baseado em dados demográficos, interesses e comportamentos; você deve clicar em "Salvar este público", depois disso vai abrir essa aba que está logo abaixo, nela clique em "Salvar" para seguirmos.



Na parte de "Orçamento e programação", você precisa definir a "Otimização para veiculação de anúncio", por padrão eu deixei "Cliques no link", mas você pode alterar para aquilo que mais se assemelha ao seu negócio.



Também programei meu orçamento para 20 reais por dia, como mostra a imagem abaixo. Em seguida clique em "Continuar"

Orçamento e programação
Defina quanto você gostaria de gastar e quando gostaria que seus anúncios fossem exibidos.

Optimização para veiculação de anúncio: **Clique no link**

Controle de custo (opcional): R\$ 20.00 custo médio por clique no link.
O Facebook buscará usar todo o seu orçamento e obter o máximo de cliques no link usando a estratégia de lance de custo mais baixo. Se você quiser definir um controle de custo, insira um valor.
[Mostrar estratégias de lance adicionais](#)

Orçamento e programação: **Orçamento diário** 20
R\$ 20.00 por dia

☐ Valor real gasto diariamente pode variar.
☒ Veicular meu conjunto de anúncios continuamente a partir de hoje.
☐ Definir uma data de início e de término

Você não gastará mais do que R\$ 140,00 por semana.

[Mostrar mais opções](#)

Tamanho do público
Seu público foi definido.
Alcance potencial: 230 000 pessoas

Estimativa de resultados diários
Alcance: 6,1K – 18K
Cliques no link: 58 – 167

A precisão das estimativas é baseada em fatores como dados de campanha anteriores, o orçamento inserido e dados de mercado. Os números são fornecidos para dar a você uma ideia de desempenho do seu orçamento, mas são apenas estimativas e não garantem resultados.
Essas estimativas foram úteis?

Na nova guia que se abriu você deve escolher que tipo de formato terá seu anúncio. Existem três opções:

- Carrossel; duas ou mais imagens ou vídeos roláveis.
- Imagem ou vídeo único; como o próprio nome diz é uma imagem única ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens.
- Coleção; é um grupo de itens que serão abertos em uma experiência móvel em tela cheia.

Formato
Escolha a estrutura do seu anúncio.

☒ **Dynamic Form and Creative**
When you use a Dynamic Form, deliver the format, text and media most likely to resonate with the person viewing your ad. [Veja o que é](#)

Carrossel
2 ou mais imagens ou vídeos roláveis

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

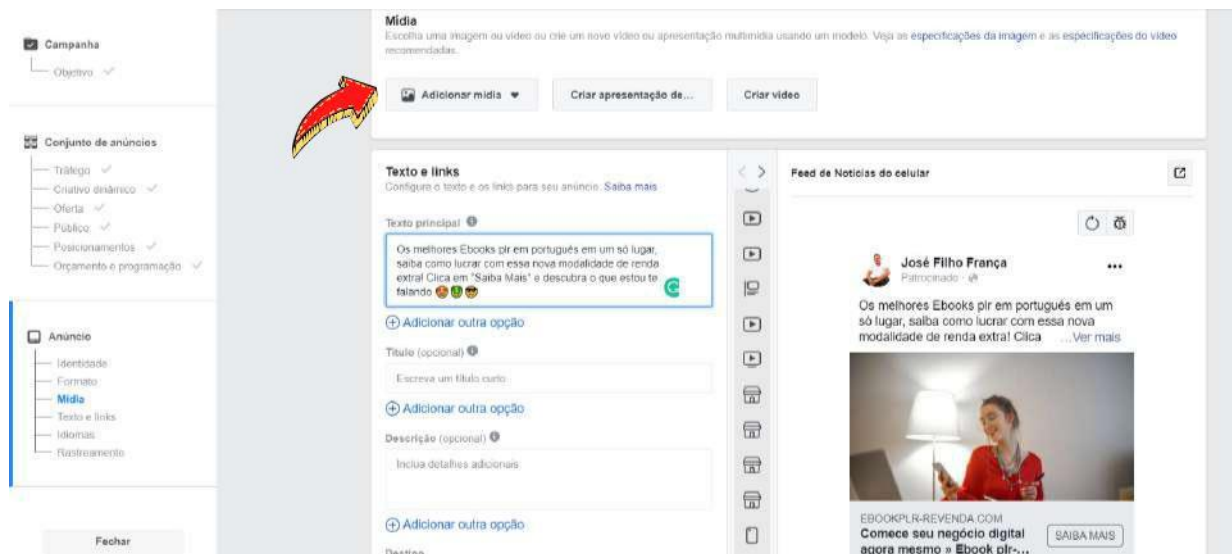
Coleção
Grupo de itens que são abertos em uma experiência móvel em tela cheia

Um pouco abaixo na página você deve escolher o "Texto principal" e colocar a "Url do site", os demais campos são opcionais.

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. On the left, there are navigation panels for 'Campanha' (Campaign) and 'Anúncio' (Ad). The 'Campanha' panel shows 'Objetivo' (Objective) and 'Conjunto de anúncios' (Ad Set) with various options like 'Tráfego' (Traffic), 'Criativo dinâmico' (Dynamic Creative), 'Oferta' (Offer), 'Público' (Audience), 'Posicionamentos' (Placements), and 'Orçamento e programação' (Budget and Scheduling). The 'Anúncio' panel shows 'Identidade' (Identity), 'Formato' (Format), 'Mídia' (Media), 'Texto e links' (Text and Links), 'Idiomas' (Languages), and 'Rastreamento' (Tracking). The main area is titled 'Mídia' (Media) and 'Texto e links' (Text and Links). The 'Texto e links' section is divided into 'Texto principal' (Main Text) and 'Destino' (Destination). The 'Texto principal' field contains the text: 'Os melhores Ebooks pir em português em um só lugar, saiba como lucrar com essa nova modalidade de renda extra! Clique em "Saiba Mais" e descubra o que estou te falando 🤖🤖🤖'. The 'Destino' section has a 'URL do site' field with the value 'https://ebookplr-revenda.com'. Red arrows point to the 'Texto principal' and 'URL do site' fields. The right side of the interface shows a preview of the ad as it will appear in a mobile feed, with the same text and a video thumbnail.

Você também pode alterar a "Chamada para ação", além de "Saiba mais" existem outras que você pode usar, como: Ouvir agora, Solicitar agora, Reservar agora, Fale conosco, Baixar, Obter oferta, Obter cotação, Obter horários das sessões, Solicitar hora marcada, Ver cardápio, Comprar agora, Cadastre-se, Assinar e Assistir mais.

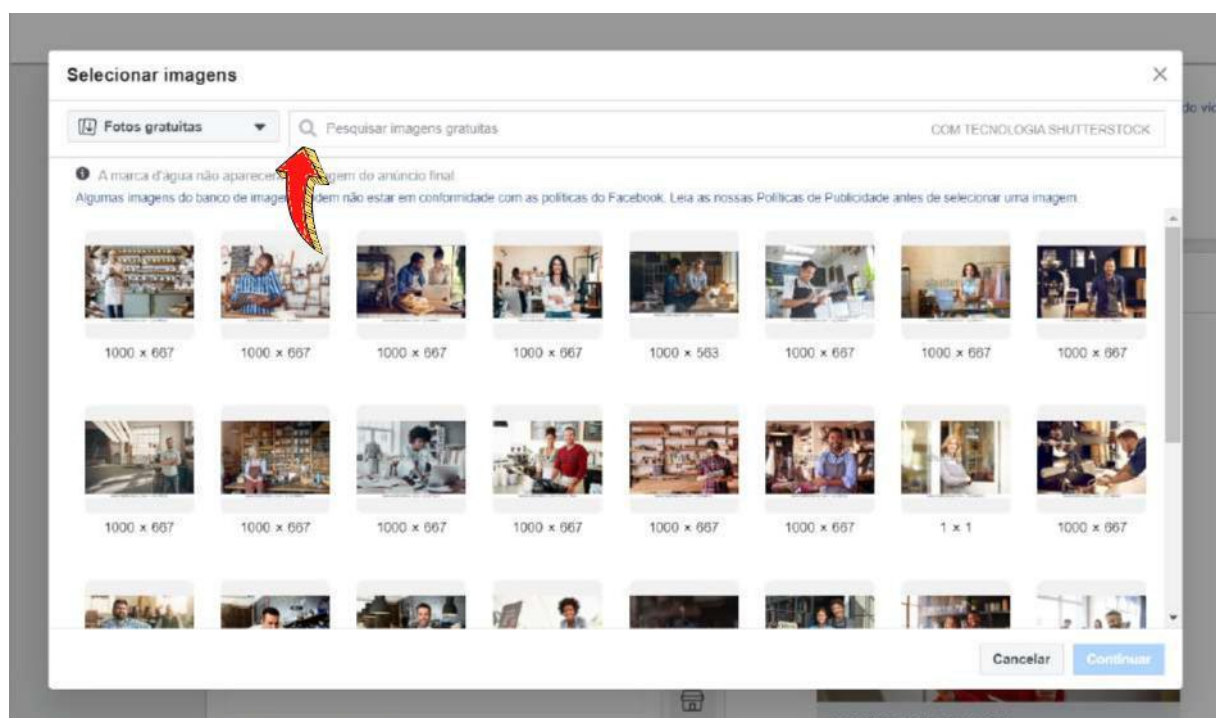
Uma outra coisa que você pode fazer é alterar a mídia do anúncio, você pode carregar uma do seu dispositivo ou simplesmente usar o banco de imagens gratuitas do Facebook, na maioria dos meus anúncios eu uso esse banco de imagens. Para acessa-lo você deve clicar em "Adicionar mídia".



Depois que você seguir esses três pequenos passos, vai se abrir essa página abaixo aonde você pode escolher a melhor imagem para usar na sua publicidade.

Todas as imagens aqui são de alta qualidade e dos mais variados nichos, em resumo eu poderia dizer que você com certeza vai encontrar a imagem perfeita para o seu anúncio.

A princípio, elas estão com a marca d'água, mas assim que você a define com imagem do seu anúncio a marca d'água desaparece. Essa é uma das coisas que acho muito legal no Facebook, ele te ajuda em todas as etapas, até mesmo nas imagens. Para achar a imagem certa para você, basta pesquisar no campo de busca.



Eu não usei nenhuma dessas imagens, pois já tinha a mídia pronta, que é a imagem que aparece no anúncio abaixo. Após finalizar todas as etapas que te mostrei nesse capítulo, clique em "Publicar" para que seu anúncio seja finalizado.

Depois disso você deve aguardar algumas horas para que o Facebook comece a rodar seu anúncio, lembrando que esse período é para que o Facebook analise se seu anúncio está dentro das diretrizes da plataforma e segue as políticas de privacidade da mesma.

Trabalhar com tráfego pago no Facebook é uma tarefa fácil, porém você tem que se dedicar a aprender e fazer muitos testes. Talvez uma das melhores dicas que eu vou te passar aqui é que você necessariamente precisa ler e entender as políticas de privacidade do Facebook, dessa forma você vai evitar bloqueios e não terá problemas com a plataforma.

Na página seguinte você verá a imagem do nosso anúncio já publicado e rodando da maneira que eu pretendia que estivesse. Esse foi apenas um exemplo de anúncio no Facebook, você pode criar muitos outros e melhorar a cada publicação.

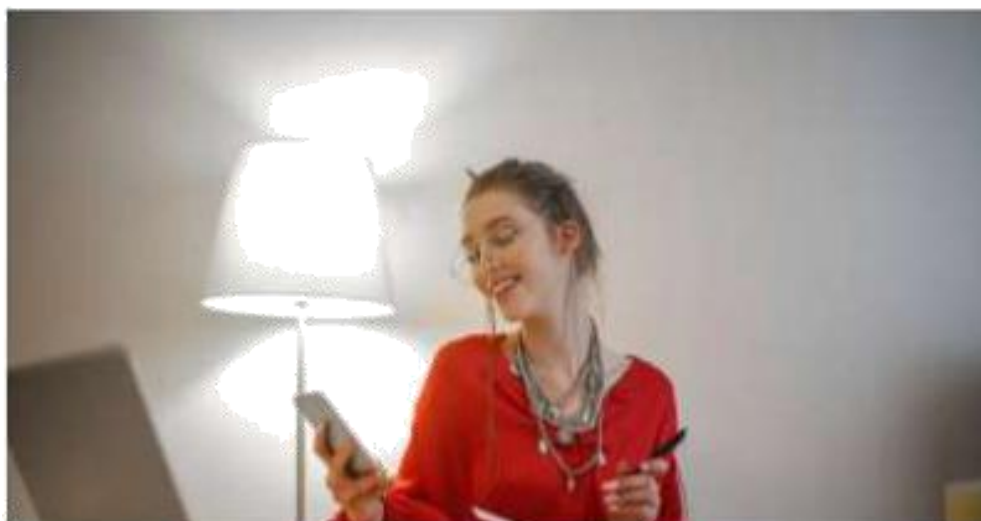


José

Patrocinado ·



Os melhores Ebooks plr em português em um só lugar, saiba como lucrar com essa nova modalidade de renda extra! Clica [...Ver mais](#)



EBOOKPLR

**Comece seu negócio digital
agora mesmo » Ebook plr-...**

SAIBA MAIS

Se você chegou até aqui e leu todos os capítulos, meus parabéns, a maioria das pessoas que adquiriram este ebook não vão aplicar nem 20% do que ensinei aqui, mas se você por acaso for do tipo que gosta de aplicar aquilo que aprende, pode ter certeza que vai fazer uma grande mudança em sua vida!

Depois desse conteúdo existem duas possibilidades pra você,...

Se preparar para criar inúmeras campanhas de sucesso no Facebook, podendo faturar muita grana ou não praticar nenhuma das coisas que te ensinei ao longo desse livro e fazer de conta que nada aconteceu em seus pensamentos; Lembre-se:

Tudo depende de VOCÊ !!!!

APRENDA TODOS OS DETALHES E AS **TÉCNICAS** **AVANÇADAS** DE UNHAS ENCAPSULADAS



NAIL ADVANCED - JAMILE SANTOS

Veja como nosso curso vai te ajudar...



Adquirindo hoje o seu curso você vai ter total acesso a + de **60 VÍDEO AULAS COMPLETAS + 3 BÔNUS**

ESPECIAIS contendo todos os detalhes passo a passo para dominar técnicas avançadas em Nail Art Encapsuladas e em Esmaltação em Gel. Todo o ensinamento é transmitido de maneira simples e prática, com aulas que vão direto ao ponto.



[Para saber mais, CLICK AQUI](#)