



ADS PARA METEÓRICOS CLÁSSICOS

Quadro resumo para a conferência das ações que devem ser realizadas antes e durante a captação dos Leads para o Meteórico.

CHECK LIST - VISÃO GERAL

1. ☐ **Prepare os 6 Públicos Mágicos**
2. ☐ **Defina a verba a partir do total de pessoas**
3. ☐ **Config. subdomínio p/ trackeamento da conversão**
4. ☐ **Configurar a conversão personalizada no Facebook**
5. ☐ **Criar os criativos para anúncios FB e Insta**
6. ☐ **Config. campanhas no gerenciador de anúncios**
7. ☐ **Faça os 3 TESTES (De Objetivo, Criativos e Links)**
8. ☐ **Iniciar veiculação das campanhas na data marcada**
9. ☐ **Deixar campanhas rodando por 12 horas**
10. ☐ **Analisar a taxa de cliques pelo Joinzap**
11. ☐ **Desligar campanhas ruins e escalar as boas**

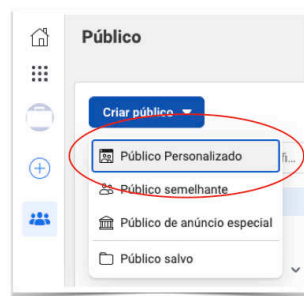
INSTRUÇÕES DO CHECK 1:

Preparar os 6 públicos mágicos

- I. Visitantes da página de vendas (180 dias)
- II. Lista de compradores (se o produto do lançamento for diferente dos já vendidos)
- III. Vídeo View maior ou igual a 50%
- IV. Seguidores do Instagram do especialista
- V. Enviaram direct para o Instagram do especialista
- VI. Fãs do Facebook

Tutorial

Onde criar os 6 públicos mágicos



INSTRUÇÕES DO CHECK 2:

Como definir a verba de Ads a partir do número total de pessoas nos públicos criados.

- A. Após criar os públicos, some o total de pessoas que compõe os 6 públicos mágicos.**
- B. Calcule R\$ 150 para atingir cada 1.000 pessoas.**
Esse calculo foi projetado para atingir pelo menos 3 vezes cada pessoa durante os dias da campanha do Meteórico Clássico (frequência = 3)
- C. Exemplo:**
Para um público total de 100.000 pessoas programe-se para investir R\$ 15.000,00

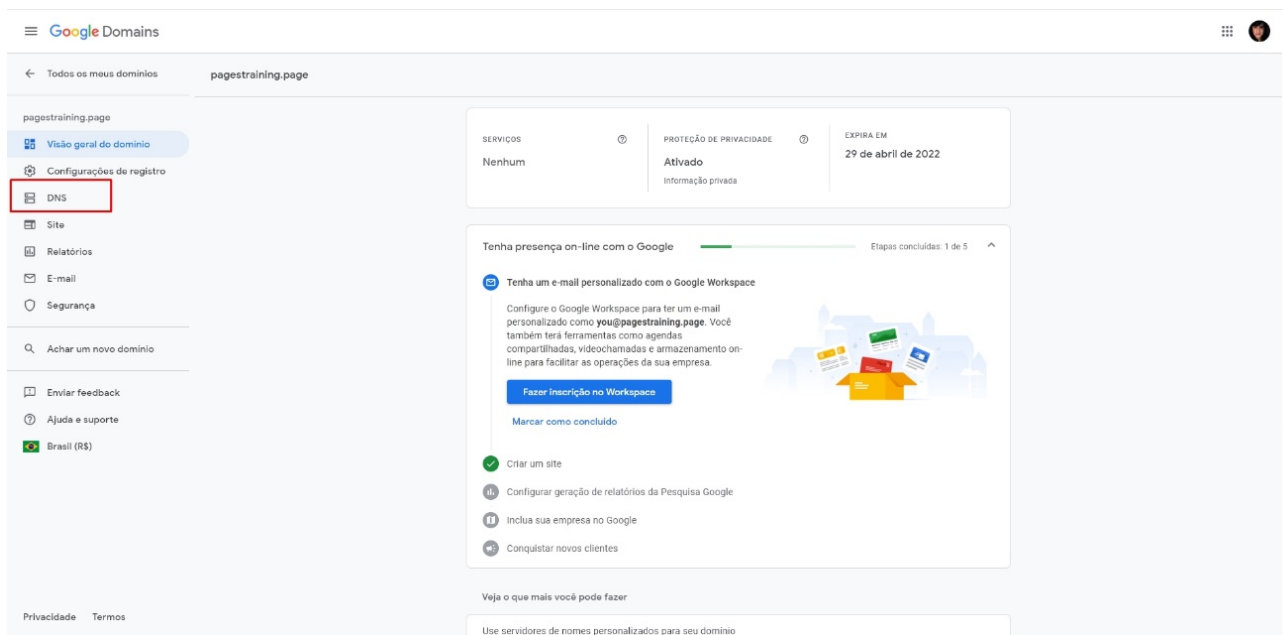
INSTRUÇÕES DO CHECK 3:

Como configurar subdomínio para monitorar o trackeamento das conversões (Facebook e Joinzap)

Passo 1. Caso tenha seu domínio configurado pelo Google Domains, faça Login no [Google Domains](#), caso não, basta replicar os passos no site/serviço onde está registrado o seu Domínio.

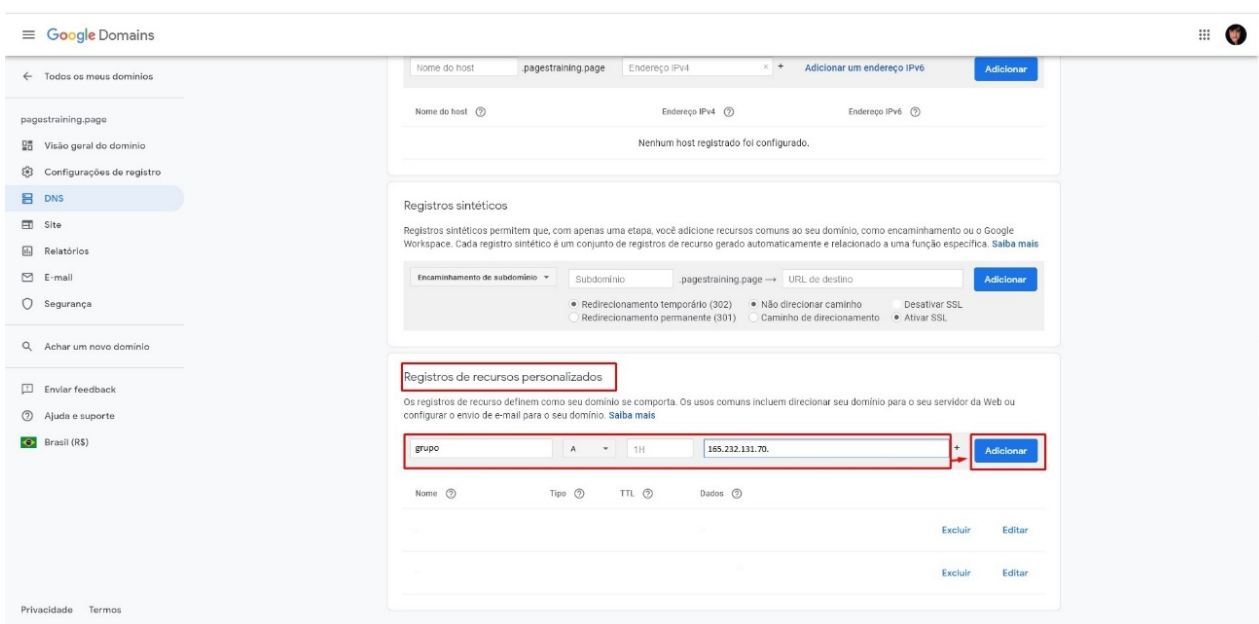
Para efeitos desse tutorial, iremos utilizar o Google como referência.

Passo 2. Clique na aba **"DNS"** do menu lateral esquerdo.



Passo 3. Role a tela até chegar na seção **"Registros de recursos personalizados"**.

Digite **grupo** no primeiro campo (onde se encontra um @ mais claro que aparenta já estar digitado mas não está), em **"endereço IPv4"** digite o IP **165.232.131.70**. e por fim, clique em **"Adicionar"**.



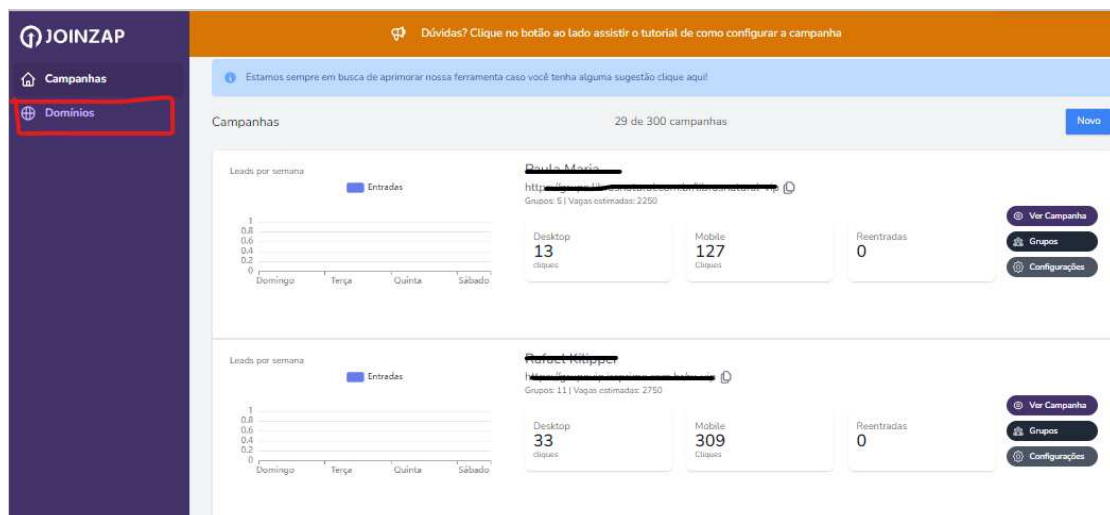
Passo 4. Após conseguir o endereço final do subdomínio você deve registrá-lo no Joinzap conforme instruções que seguem.

Lembrando, o endereço deve ficar : grupo.seudominio.com.br

CONFIGURAÇÕES A FAZER NO JOINZAP (REDIRECIONADOR)

Passo 5. Na sua conta do Joinzap, vá em Domínios, na coluna esquerda, e em seguida clique em Novo no canto superior direito.

Passo 6. Adicione o endereço do domínio/subdomínio sem o "HTTPS://", somente adicione o endereço "grupo.seudominio.com.br" (caso acuse que o DNS ainda não propagou, tente novamente em alguns minutos, se tudo foi feito corretamente na configuração de subdomínio, não deve levar mais do que 30min)



This screenshot shows the 'Domínios' section with the 'Novo' button highlighted. Below the button, there are input fields for 'NOME' and 'PÁGINA PRINCIPAL'.

This screenshot shows the 'Cadastrar Domínio' form. It includes input fields for 'Domínio', 'Página Principal', and 'Token do Facebook'. The 'Salvar' button is highlighted at the bottom left.

Passo 7. Após salvar o Domínio/Subdomínio, o próximo passo será configurar o ID do Pixel da BM do Facebook, que será usada na campanha.

Clique na campanha, e vá em **Integrações**, e selecione o campo **Facebook ADs**, colando a ID do Pixel no campo e clicando em Salvar – é necessário que a campanha no Joinzap, já tenha sido criada, para que o passo seguinte seja executado.

OBS.: todas as informações devem estar nesta BM, inclusive o Domínio principal, já validado junto ao Facebook, para que não haja atrasos, o processo para validação de um novo domínio pode passar de 72h.

The screenshot displays the JOINZAP user interface. On the left, a dark sidebar contains a menu with 'Integrações' highlighted. The main area has an orange header with a tutorial link. Below, the 'Integrações' section lists various tools. A red box highlights the 'ID do Pixel do Facebook' input field, which contains the text '502858617130266', and the 'SALVAR' button. Below this, the 'Próximas Integrações' section shows additional tool logos.

Passo 8. Após a integração com o Facebook ADs, mude o link em configurações, colocando seu domínio/subdomínio substituindo o nativo do Joinzap.

O resultado deve ficar parecido com o EX.:

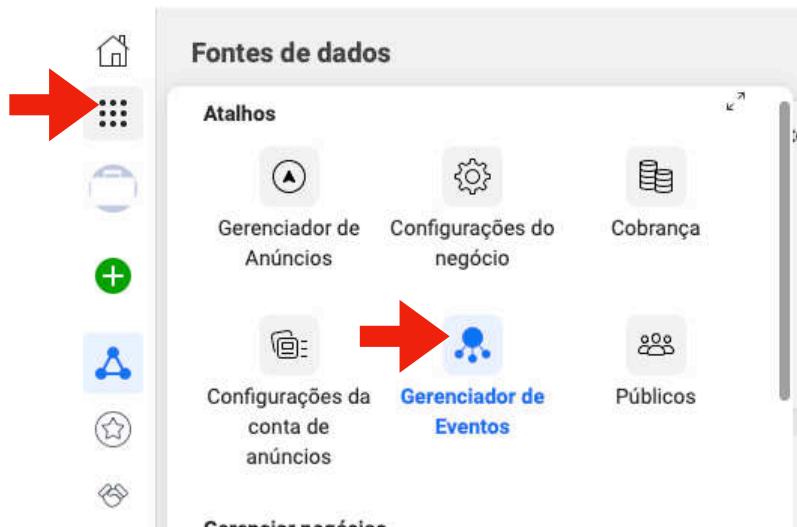
grupo.seudominio.com.br/grupo-vip

5. Clique em próximo até salvar as configurações, tudo está em seu devido lugar e Vamo Pra Cima!

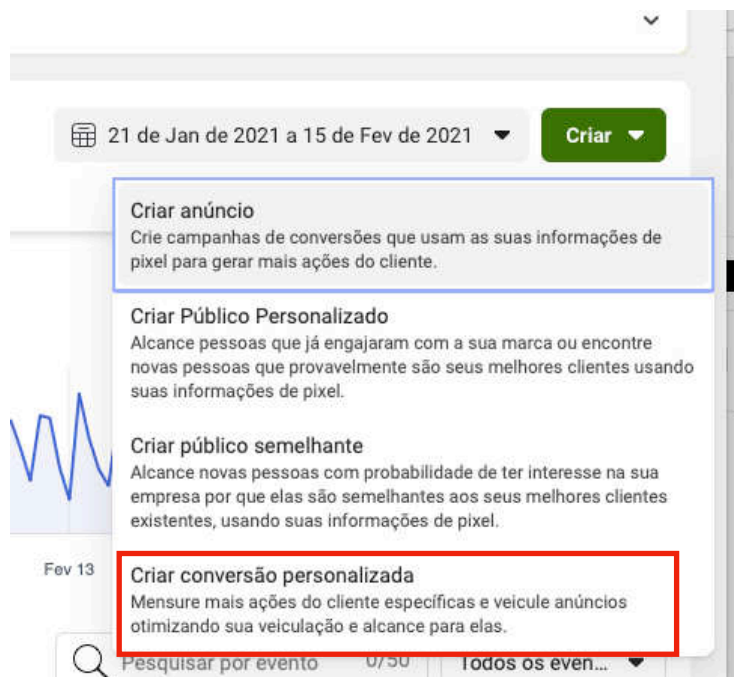
INSTRUÇÕES DO CHECK 4:

Como configurar a conversão personalizada no Facebook

Passo 1:



Passo 2:



Passo 3: Crie a conversão personalizada que apontará quando o lead passar pelo redirect, consequentemente terá tido acesso ao grupo do Whatsapp

Ações importantes que afetam eventos da web

Criar uma conversão personalizada

Nome: 15/50

Descrição - Opcional: 0/100

Fonte de dados:

Evento de conversão:

Escolha um evento padrão para a otimização.

Categoria selecionada pelo Facebook

Usamos informações sobre a sua empresa para exibir anúncios mais relevantes.

[Selecione a sua própria categoria](#)

Regras

Essa conversão personalizada deve cumprir:

URL contém

☐ Inserir um valor de conversão

Cancelar Criar

Insira aqui o link que o Joinzap criou após você fazer a configuração do subdomínio.

Passo 4: Personalize o relatório de modo que a conversão personalizada apareça

Campanhas

Conjuntos de anúncios

Anúncios

Regras

Ver configuração

Veiculação ↑

Estratégia de lance

Em vários dispositivos

Conversões offline

Direcionamento e criativo

Lances e otimização

Engajamento com a mensagem

Campanha de Empilhamento em Grupos

STARTER

Personalização NOVA

Personalização FBCLASS

Personalizado

Personalizar colunas...

Comparar atribuições

Definir como padrão

Redefinir larguras das colunas

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

Mensagens

Mídia

Cliques

Reconhecimento

Conversões

Eventos padrão

Conversões personalizadas

Configurações

Identificações e nomes de

Status e datas

Meta, orçamento e program

Direcionamento

Criativo do anúncio

Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Salvar como predefinição

22 COLUNAS SELECIONADAS

Nome da campanha

Veiculação

Nome do conjunto de anúncios

Estratégia de lance

Orçamento

Edição significativa mais recente

Configuração de atribuição

Resultados

ENTROU NO GRUPO DA BLACKFRIDAY METEÓRICO

[PDP] [CLICOU ENTRAR NO GRUPO]

Alcance

JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

Cancelar Aplicar

AS INSTRUÇÕES DOS CHECKS 5 E 6 ESTÃO CONTIDAS NAS AULAS.

INSTRUÇÕES DO CHECK 7:

Como configurar os 3 TESTES (De Objetivo, Criativos e Links)

1º TESTE DE OBJETIVO!

A interface de configuração de campanha no Facebook Ads, com o título "Escolha um objetivo da campanha". No topo, há duas opções: "Criar nova campanha" (destacada em azul) e "Usar campanha existente". Abaixo, há um link "Saiba mais". Os objetivos são organizados em três colunas: "Reconhecimento", "Consideração" e "Conversão". Na coluna "Consideração", o objetivo "Tráfego" está selecionado e destacado com um retângulo vermelho. Na coluna "Conversão", o objetivo "Conversões" também está selecionado e destacado com um retângulo vermelho. Linhas vermelhas apontam desses retângulos para as legendas "A) Tráfego" e "B) Conversão" localizadas abaixo da interface. No canto inferior direito, há botões "Cancelar" e "Continuar".

Reconhecimento	Consideração	Conversão
<input type="radio"/> Reconhecimento da marca	<input checked="" type="radio"/> Tráfego	<input checked="" type="radio"/> Conversões
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Engajamento	<input type="radio"/> Vendas do catálogo
	<input type="radio"/> Instalações do aplicativo	<input type="radio"/> Tráfego para o estabelecimento
	<input type="radio"/> Visualizações do vídeo	
	<input type="radio"/> Geração de cadastros	
	<input type="radio"/> Mensagens	

A) Tráfego

B) Conversão

Dicas:

- Duplica e use os mesmos criativos nos dois objetivos.
- Para mensurar os resultados do objetivo tráfego, use o evento de conversão.

INSTRUÇÕES DO CHECK 11:

Configure o relatório do seu gerenciador de anúncios incluindo a coluna com a conversão personalizada que você criou.

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

Publicação na Página

Mensagens

Mídia

Cliques

Reconhecimento

Conversões

Eventos padrão

Conversões personalizadas

Configurações

Identificações e nomes de

Status e datas

Meta, orçamento e program

Direcionamento

Criativo do anúncio

Rastreamento

Teste A/B

Otimização

ENTROU NO GRUPO

Criar métrica personalizada

22 COLUNAS SELECIONADAS

Nome da campanha

Veiculação

Nome do conjunto de anúncios

Estratégia de lance

Orçamento

Edição significativa mais recente

Configuração de atribuição

Resultados

ENTROU NO GRUPO DA BLACKFRIDAY METEÓRICO

[PDP] (CLICOU ENTRAR NO GRUPO)

Alcance

JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

Salvar como predefinição

Cancelar Aplicar

Analise as suas campanhas e compare os resultados dos objetivos conversão e tráfego.

Analise essa coluna para medir a conversão de leads.

Nome da campanha	Orçamento	Resultados	ENTROU NO GRUPO DA BLACKFRIDAY METEÓRICO	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto
[TRÁFEGO] BLACKFRIDAY METEÓRICO	Usando orçame...	849 Clique no link	415	42.000	89.589	R\$ 3,39 Por clique no link	R\$ 2.879,35
[CONVERSÃO] BLACKFRIDAY METEÓRICO	Usando orçame...	874 ENTROU NO GRUPO...	874	37.160	107.998	R\$ 7,03 Por ENTROU NO GRUPO...	R\$ 6.140,36

Após analisar a taxa de Cliques X Leads, mantenha o fluxo com maior conversão e desligue o outro!



Desligar campanhas ruins e escalar as boas