



**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.  **Analizar 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 ( freqüência = 3 )

**C. Exemplo:**

Para um público total de 100.000 pessoas programe-se para investir R\$ 15.000,00

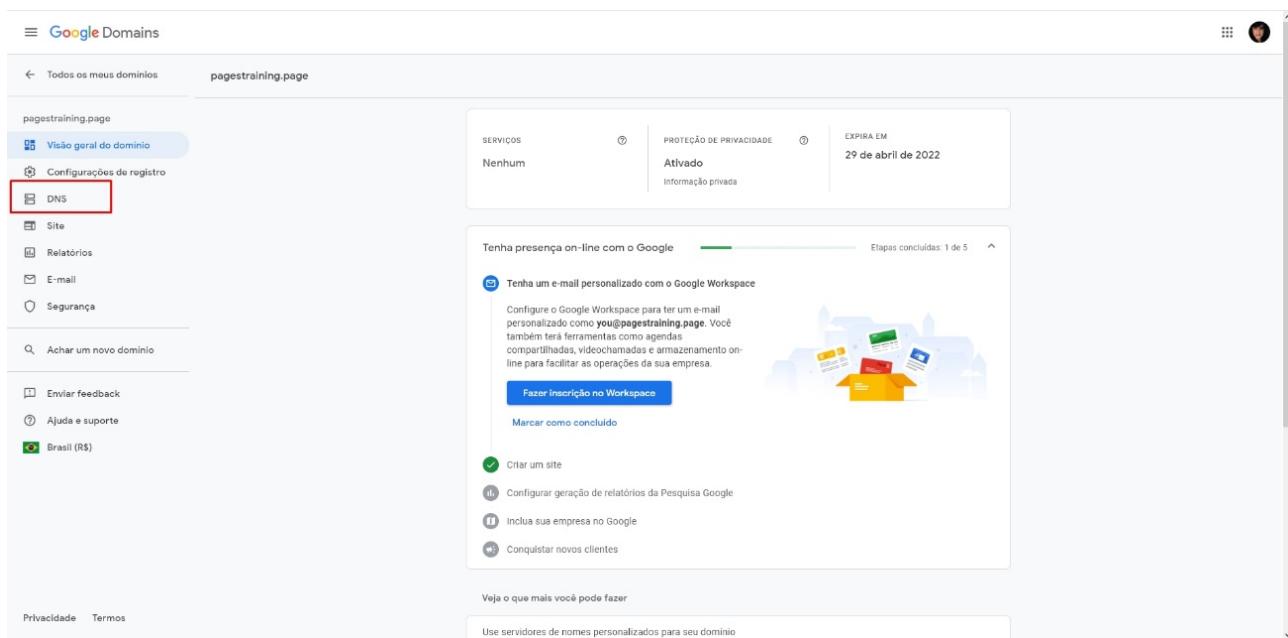
## INSTRUÇÕES DO CHECK 3:

**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.

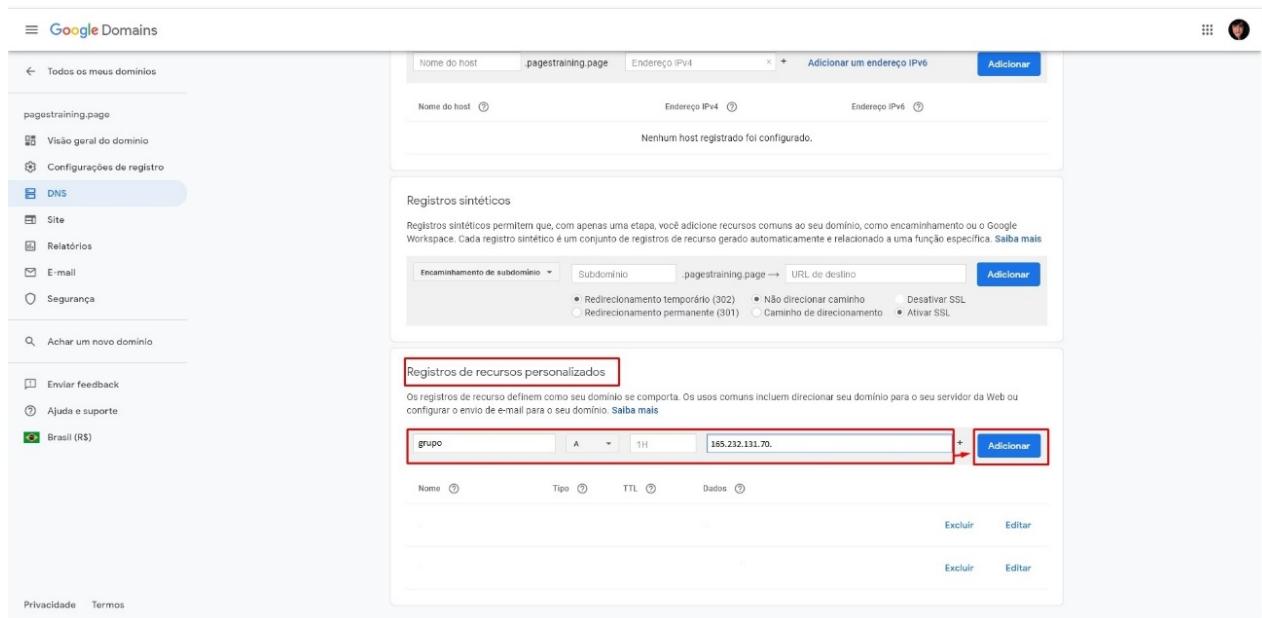
**Passo 2.** Clique na aba “DNS” do menu lateral esquerdo.



The screenshot shows the Google Domains interface for the domain 'pagestraining.page'. The left sidebar has a red box around the 'DNS' tab. The main area shows general domain information like services (Nenhum), privacy protection (Ativado), and expiration date (29 de abril de 2022). A large box highlights the 'Tenha presença on-line com o Google' section, which includes options to create a website, configure Google Analytics reports, add a company to Google, and attract new clients. At the bottom, there's a note about using custom name servers and a link to learn more.

**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**”.



The screenshot shows the 'Registros de recursos personalizados' (Custom Resource Records) section. A red box highlights the 'Nome' field where 'grupo' is typed. The 'Tipo' dropdown is set to 'A', 'TTL' is '1H', and the 'Dados' field contains '165.232.131.70'. The 'Adicionar' button is also highlighted with a red box.

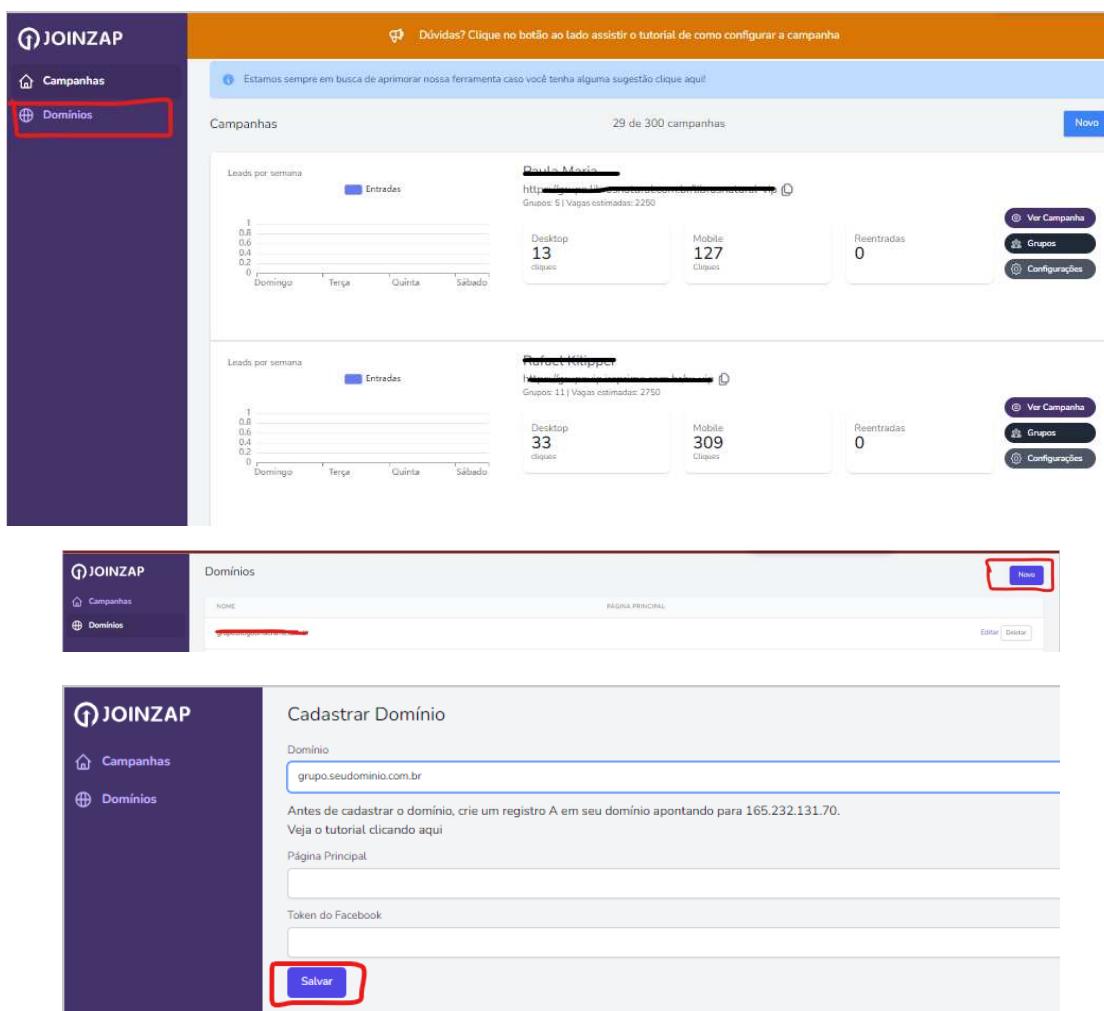
**Passo 4.** Após conseguir o endereço final do subdomínio você deve registrá-lo no Joinzap conforme instruções que seguem.

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)



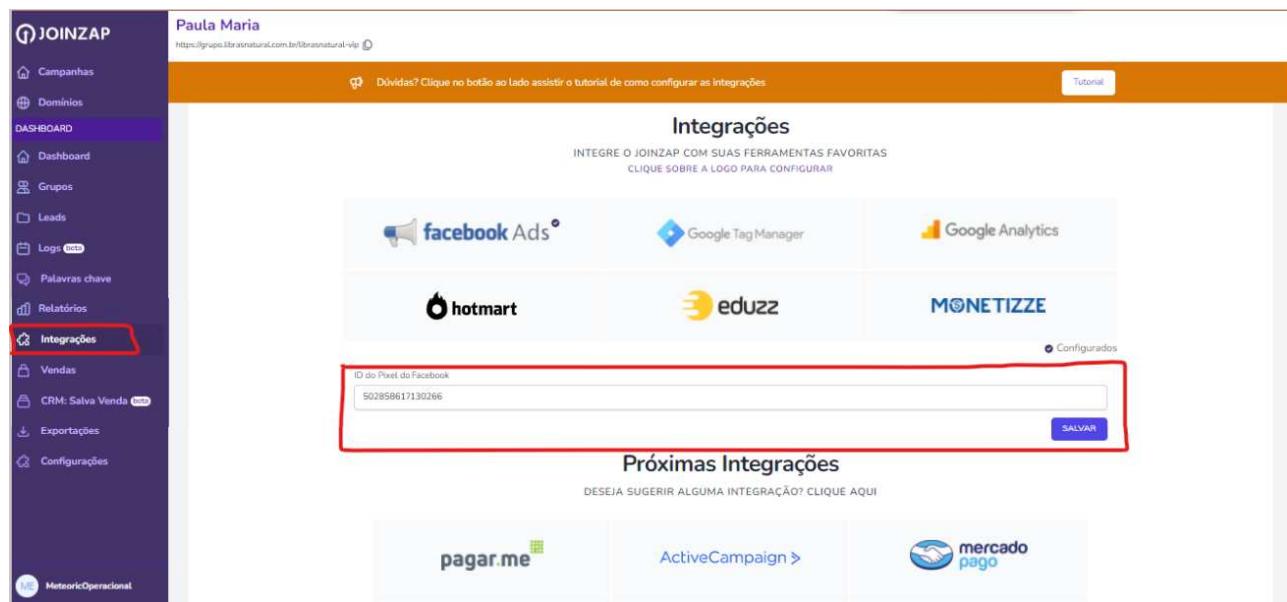
The screenshots illustrate the steps to add a new domain in Joinzap:

- Screenshot 1:** Shows the main dashboard with the "Campanhas" and "Domínios" menu items. The "Domínios" item is highlighted with a red box. On the right, there are two campaign cards: "Paulo Marçal" and "Carolina Lopes".
- Screenshot 2:** Shows the "Domínios" section with a "Novo" button highlighted with a red box. It lists the domain "grupo.seudominio.com.br" which has been registered.
- Screenshot 3:** Shows the "Cadastrar Domínio" (Add Domain) form. The "Dominio" field contains "grupo.seudominio.com.br". The "Salvar" (Save) button at the bottom is highlighted with a red box.

**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.

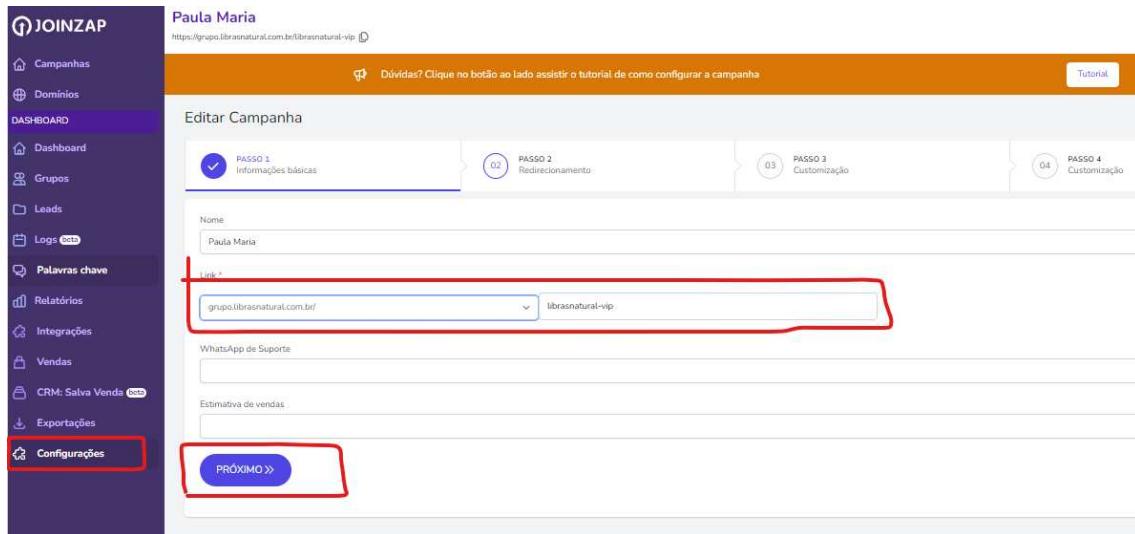


The screenshot shows the Joinzap interface. On the left, there's a sidebar with various menu items like 'Campanhas', 'Domínios', 'Dashboard', 'Grupos', 'Leads', 'Logs', 'Palavras chave', 'Relatórios', and 'Integrações'. The 'Integrações' item is highlighted with a red box. The main content area is titled 'Integrações' and includes sections for 'facebook Ads', 'Google Tag Manager', 'Google Analytics', 'hotmart', 'eduuzz', and 'MONETIZZE'. Below these, there's a form for 'ID do Pixel do Facebook' with the value '502858617130266' entered. A blue 'SALVAR' button is at the bottom right of the form. At the very bottom, there's a section for 'Próximas Integrações' with links to 'pagar.me', 'ActiveCampaign', and 'mercado pago'.

**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:

21 de Jan de 2021 a 15 de Fev de 2021 **Criar**

**Criar anúncio**  
Crie campanhas de conversões que usam as suas informações de pixel para gerar mais ações do cliente.

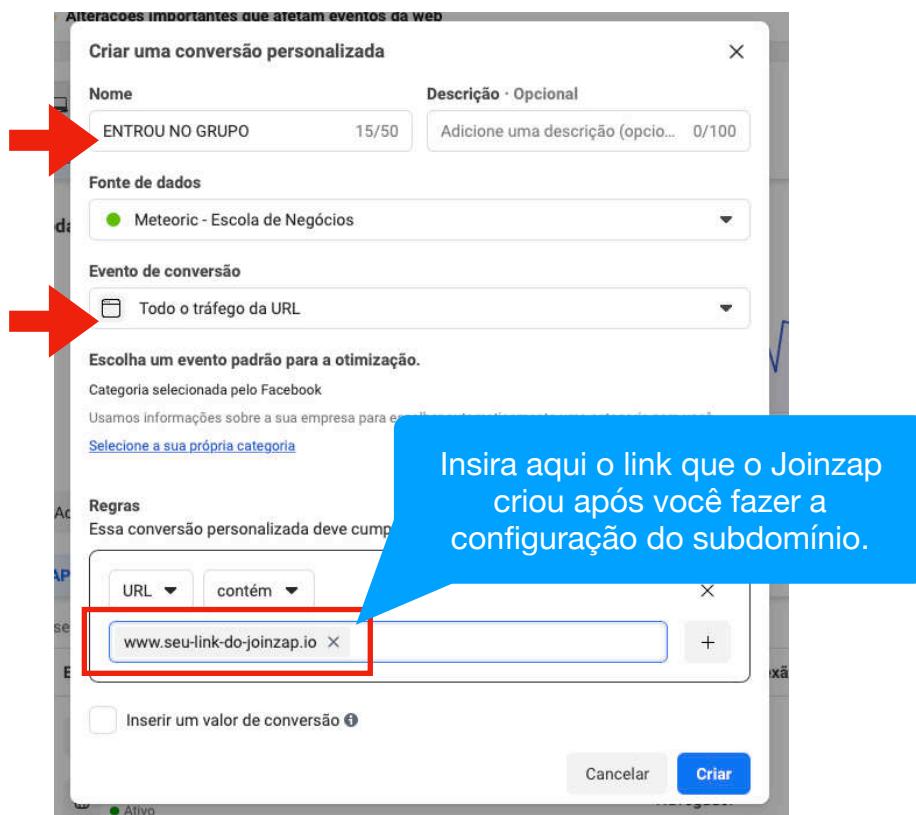
**Criar Público Personalizado**  
Alcance pessoas que já engajaram com a sua marca ou encontre novas pessoas que provavelmente são seus melhores clientes usando suas informações de pixel.

**Criar público semelhante**  
Alcance novas pessoas com probabilidade de ter interesse na sua empresa por que elas são semelhantes aos seus melhores clientes existentes, usando suas informações de pixel.

**Criar conversão personalizada**  
Mensure mais ações do cliente específicas e veicule anúncios otimizando sua veiculação e alcance para elas.

Pesquisar por evento 0/50 Todos os even...

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



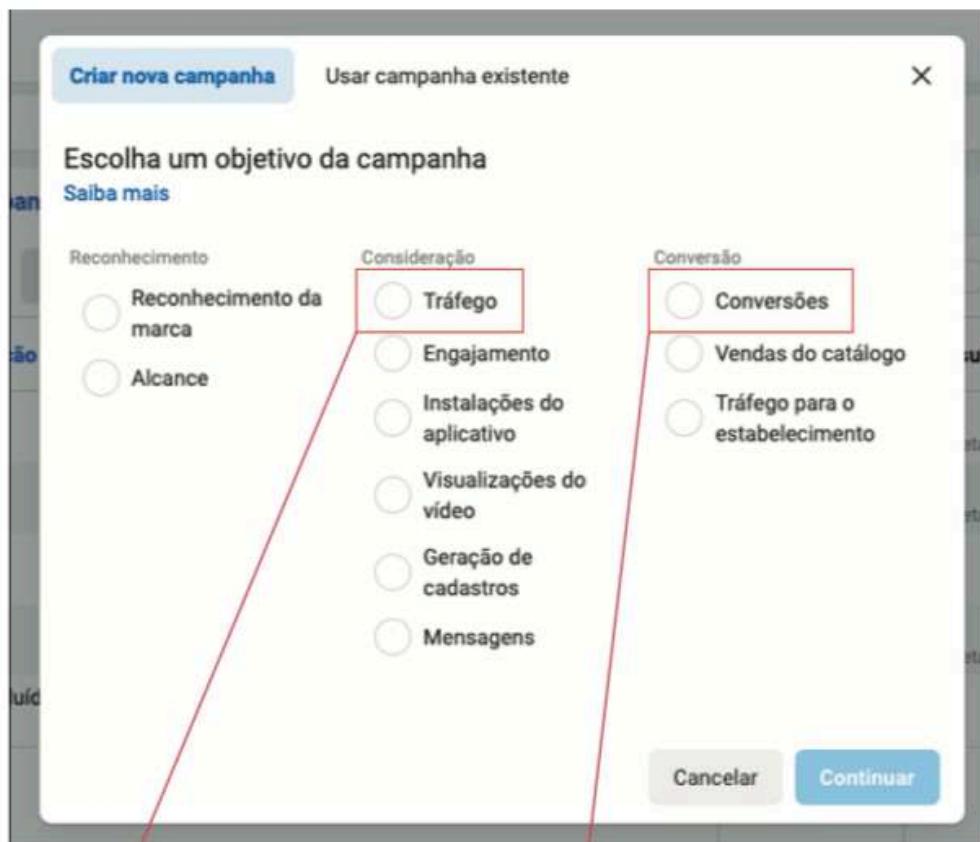
### Passo 4: Personalize o relatório de modo que a conversão personalizada apareça

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) Tráfego**

**B) Conversão**

#### Dicas:

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

## INSTRUÇÕES DO CHECK 11:

### 1. PERSONALIZAR OS RELATÓRIOS

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  
Clique  
Reconhecimento

**Conversões**

Eventos padrão  
Conversões personalizadas

**Configurações**

Identificações e nomes de campanha  
Status e datas  
Meta, orçamento e programação  
Direcionamento  
Criativo do anúncio  
Rastreamento

**Teste A/B**

**Otimização**

**Criar métrica personalizada**

**1 COLUNA**

**CONVERSÕES**

**Métricas a incluir**

	Total	Único	Valor	Custo	Custo Único
ENTROU NO GRUPO DA BLACKFRIDAY METEÓRICO	415				

**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**

**Cancelar** **Aplicar**

Salvar como predefinição

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 orçamento...	849 Cliques no link	415	42.000	89.589	R\$ 3,39 Por clique na link	R\$ 2.879,35
[CONVERSÃO] BLACKFRIDAY METEÓRICO	Usando orçamento...	874 ENTROU NO GRUPO...	874	37.160	107.998	R\$ 7,03 Por ENTRADA 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**