



Curso **SUBIDO** DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

MÓDULO - Google Tag Manager (GTM)

**Como instalar um evento ou uma
conversão por tempo de página**



SUMÁRIO



00'01''

Introdução

Cap. 1

Pág. 2

00'25''

Como instalar um evento ou uma conversão
por tempo de página

Cap. 2

Pág. 2

1

Introdução



00'01"

Neste material, **você aprende a instalar um evento ou uma conversão por tempo de página**. Então, se a pessoa ficou por 5 segundos na página, se ficou um minuto na página ou se ficou o tempo médio, você faz a configuração personalizada.

Continue a leitura!

2

Como instalar um evento ou uma conversão por tempo de página

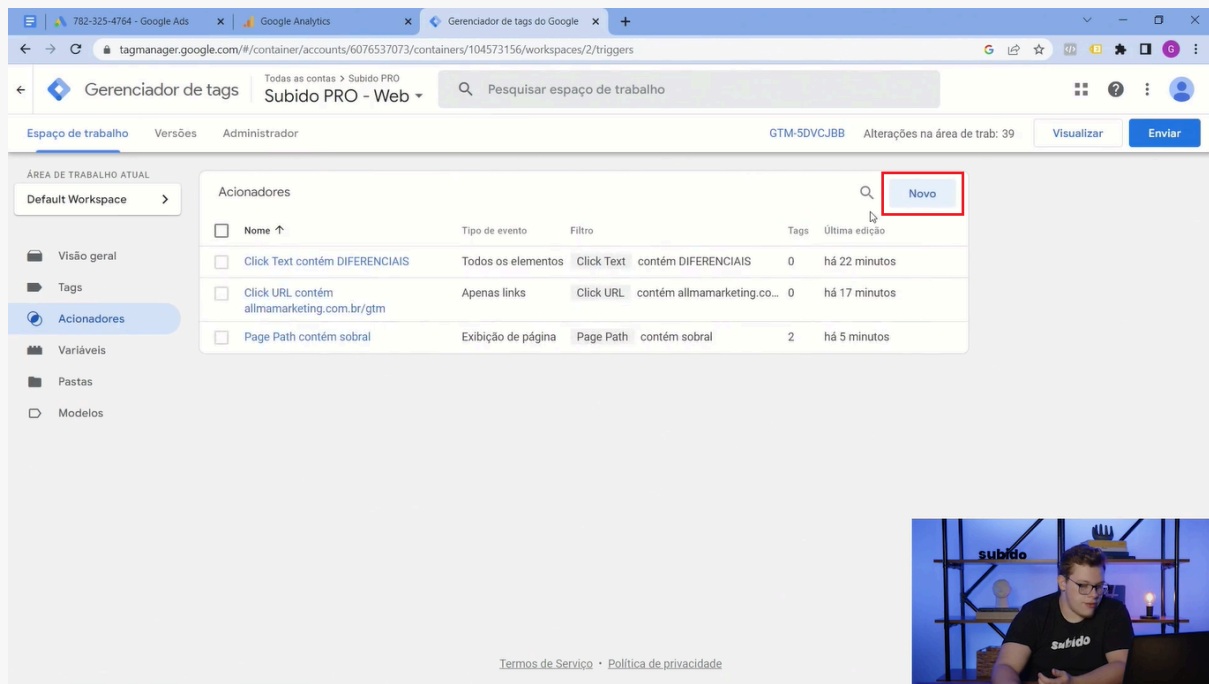


00'25"

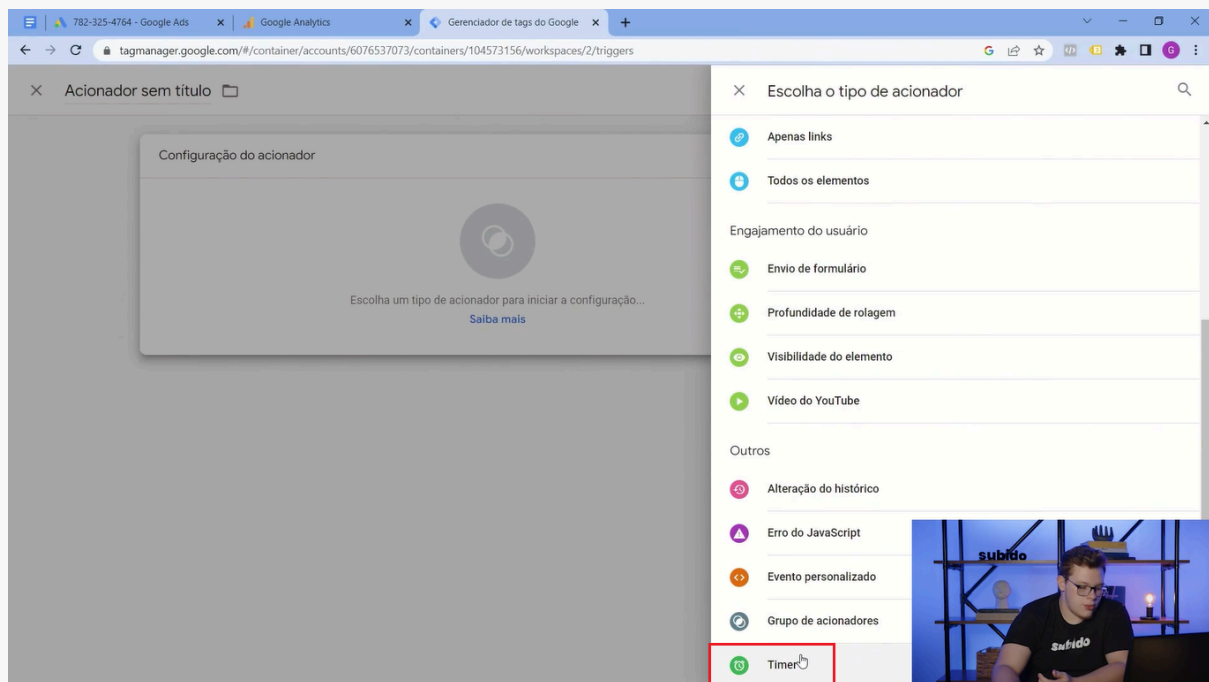
Esse é um tipo de acionador que **a gente não faz primeiro o debug porque ele não aparece naturalmente por lá**. Então, a gente cria o acionador do zero. É algo bem tranquilo de fazer, acompanhe a seguir.

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

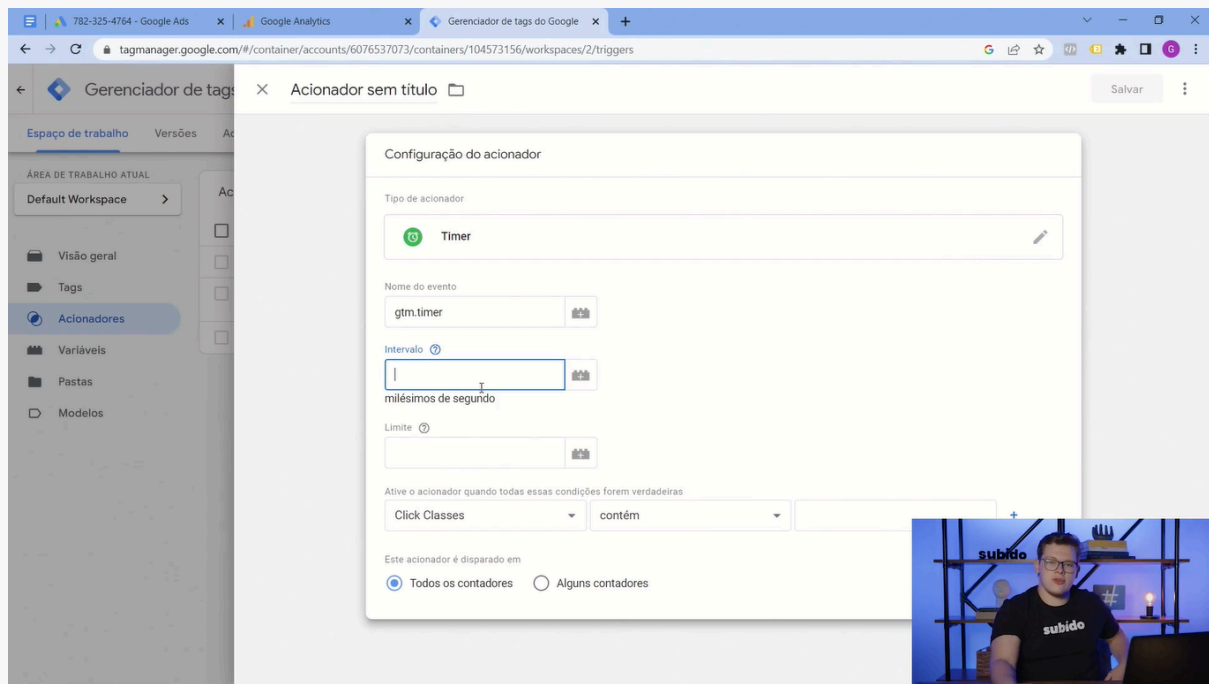
01. Em **“Acionadores”**, clique em **“Novo”**.



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



03. Preencha os campos com as devidas informações.



O que quer dizer cada uma das coisas:

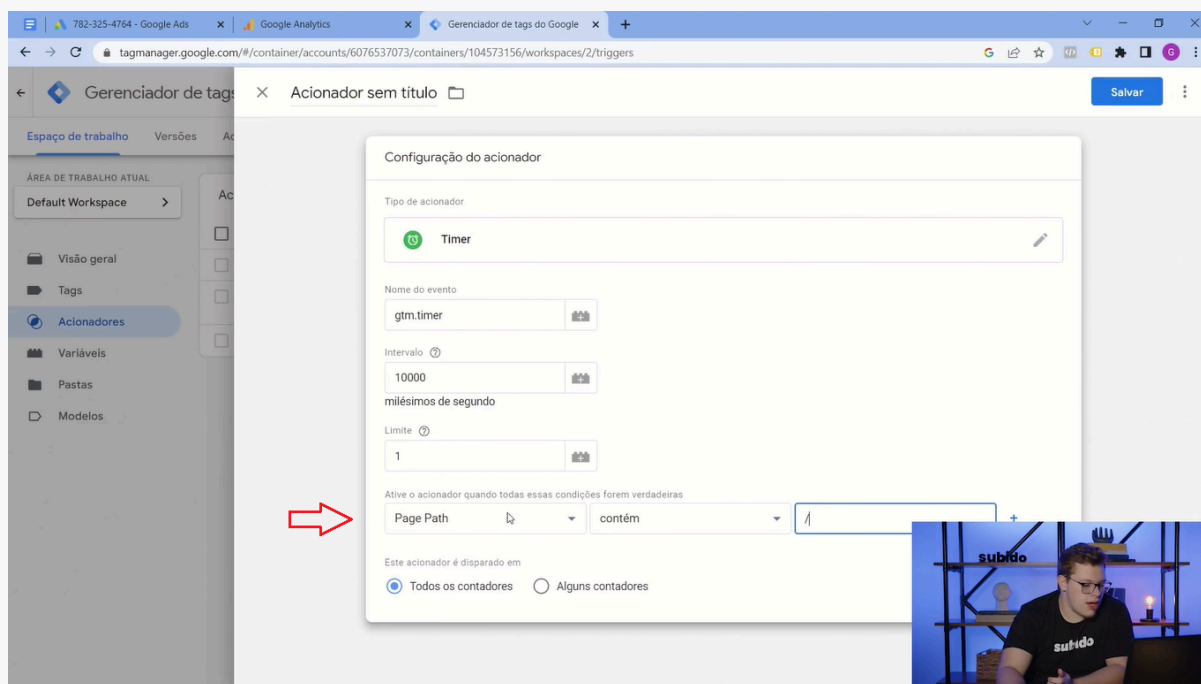
- **Intervalo em milésimos de segundos:** sempre pense que um segundo dura mil milésimos, então se você quer colocar 43s, você vai multiplicar pelo número de milésimos e inserir 43000.
- **Limite:** se eu colocar 1 milhão, vai ser disparado 1 milhão de vezes. Eu coloco o limite de uma vez só que é o que eu indico que vocês façam.
- **Variável:** ela precisa ser selecionada para que o acionador tenha que cumpri-la para disparar o tempo na minha página.

Então, vamos supor que você esteja rodando um negócio local e você tem a informação de que uma pessoa que passa, em média, 20 segundos na página é uma boa pessoa para você.

A partir disso, você pode criar, usar esse acionador, criar um público desse acionador e fazer um lookalike das pessoas que ficam 20 segundos na sua página.

Outra possibilidade é que você roda um produto perpétuo e quer pegar as pessoas que ficam, por exemplo, 10 segundos na sua página. O que eu indico para você?

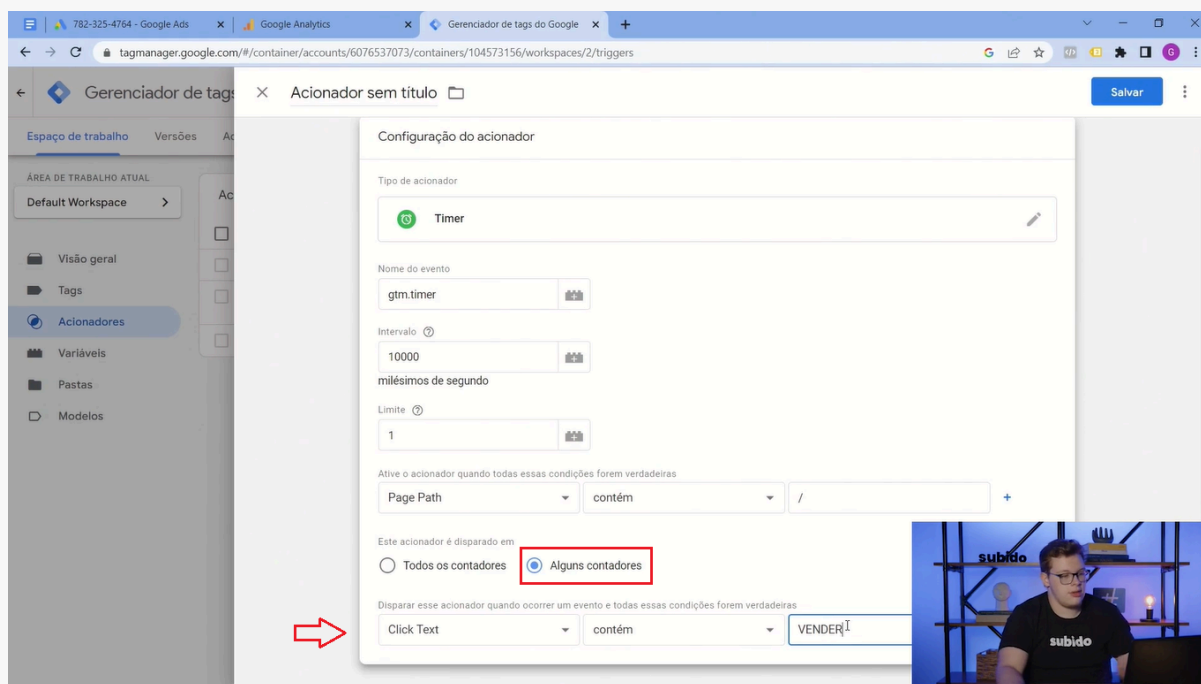
04. Você vai utilizar o **“Page Path”** e vai colocar só uma barrinha **“/”**.



Você também pode usar o Page Hostname e inserir o seu domínio, mas o mais tranquilo é usar o Page Path.

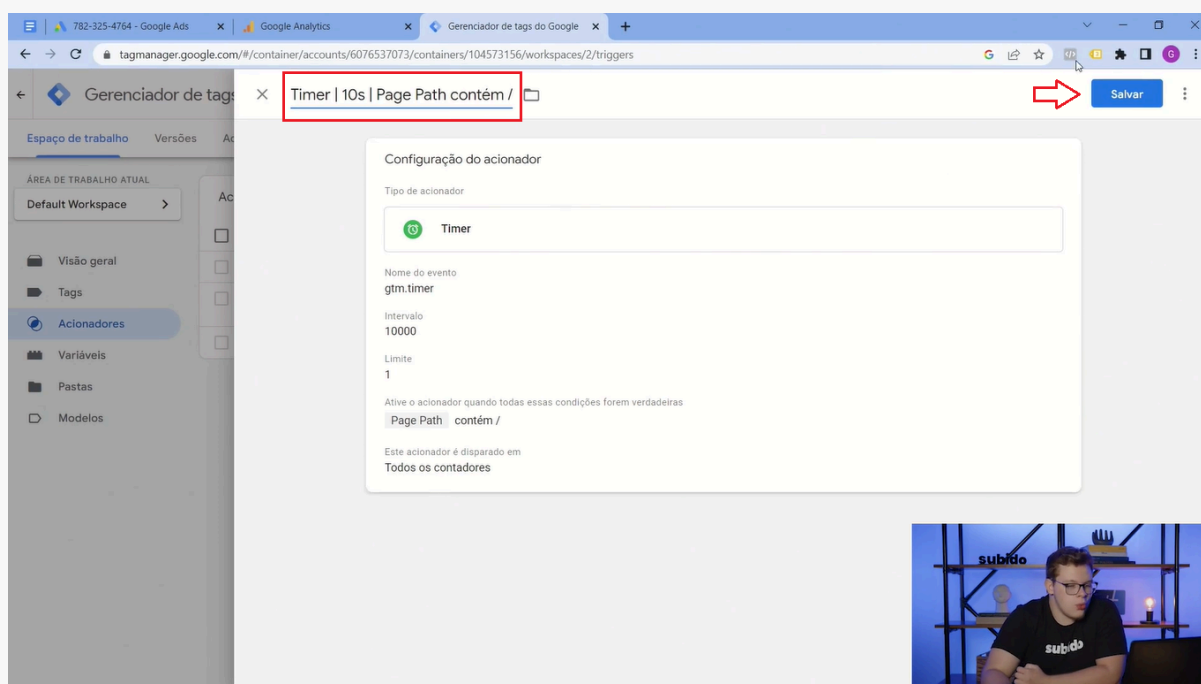
Com **“Page Path contém /”**, em todo o site que tiver uma barra (e todo site tem barra), ele vai disparar esse evento.

05. Caso você queira adicionar mais uma limitação, você seleciona a opção **“Alguns contadores”** e insere o que mais desejar.



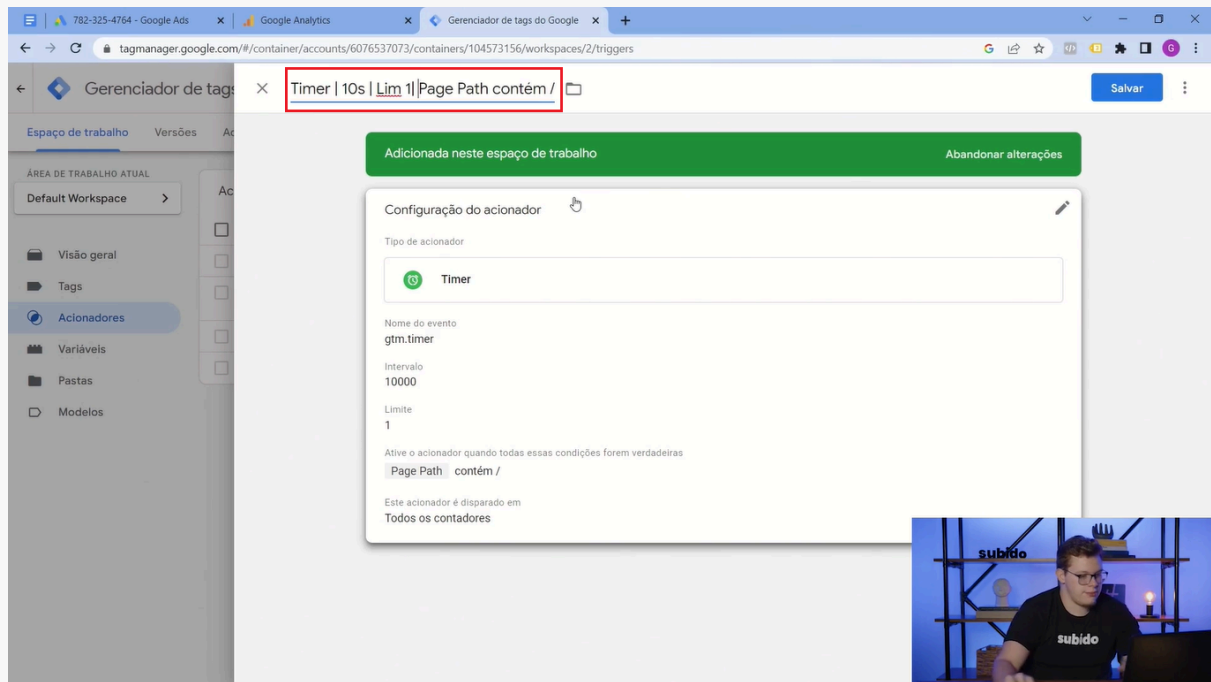
Tenha muito cuidado com isso e com as muitas somas de acionadores porque pode ser um problema, mas, a princípio, o processo é basicamente esse.

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



Eu não coloquei o limite porque eu nunca vi necessidade de aumentar o limite.

07. Caso você encontre essa necessidade, você pode adicionar o limite no nome.



Mas como não é uma informação necessária na nomenclatura, eu não coloco.

Depois de ter finalizado esse processo, a gente vai em Tags para selecionar a tag desejada. Apaga o acionador antigo e insere o novo acionador que foi criado.

08. Feito isso, a gente clica em **“Visualizar”**.

Google Tag Manager interface showing the 'Tags' tab. The 'Visualizar' button is highlighted with a red box. The table lists various tags including Google Analytics, Facebook Pixel, and Google Ads Remarketing.

Nome	Tipo	Acionadores de disparo	Última edição
GA4 G-LRQY1TNE22	Google Analytics: configuração do GA4	All Pages	há 2 horas
Lead FB 1730093700725991	Facebook Pixel	Timer 10s Lim 1 Page Path contém /	há segundos
Lead GG Of03CKbT85EYElqp1bUp	Acompanhamento de conversões do Google Ads	Timer 10s Lim 1 Page Path contém /	há segundos
Page View FB 1730093700725991	Facebook Pixel	All Pages	há 2 horas
Remarketing do Google Ads 11118400650	Remarketing do Google Ads	All Pages	há 2 horas
UA UA-260576307-1	Google Analytics: Universal Analytics	All Pages	há 2 horas
Vinculador de conversões	Vinculador de conversões	All Pages	há 2 horas

09. Depois, em **“Summary”**, veja se ele está sendo disparado.

Google Tag Assistant interface showing the 'Summary' tab. The 'Summary' tab is highlighted with a red box. The interface shows the output of the GTM container, including tags fired and tags not fired.

Output of GTM-5DVCJBB

Tags Fired

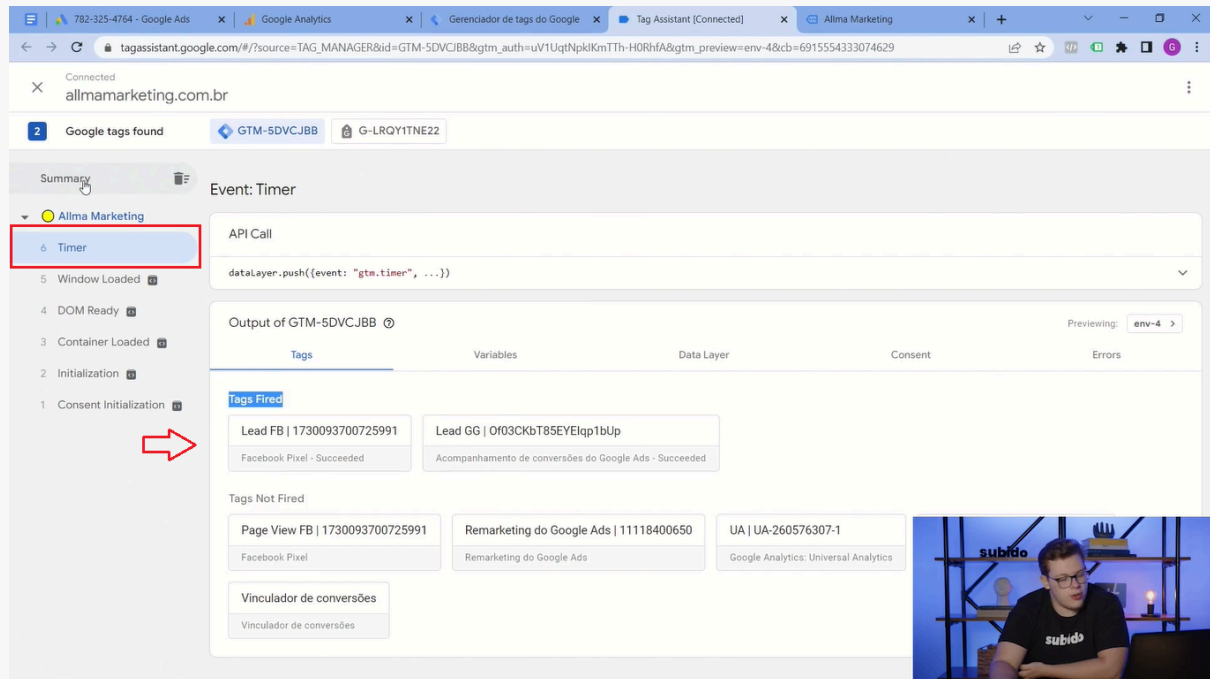
- Page View FB | 1730093700725991 (Facebook Pixel - Fired 1 time(s))
- Remarketing do Google Ads | 11118400650 (Remarketing do Google Ads - Fired 1 time(s))
- UA | UA-260576307-1 (Google Analytics: Universal Analytics - Fired 1 time(s))
- GA4 | G-LRQY1TNE22 (Google Analytics: configuração do GA4 - Fired 1 time(s))
- Vinculador de conversões (Vinculador de conversões - Fired 1 time(s))

Tags Not Fired

- Lead FB | 1730093700725991 (Facebook Pixel)
- Lead GG | Of03CKbT85EYElqp1bUp (Acompanhamento de conversões do Google Ads)

Mas tem uma questão. Embora ele tenha disparado, ele não atualizou no resumo. Isso pode acontecer porque geralmente o GTM pode bugar e mostrar as tags como não disparadas (**“Tags not fired”**).

10. Mas se a gente clicar em **“Timer”**, a gente encontra elas como disparadas.



Então, se isso acontecer com você, antes de pensar que a configuração não deu certo, clique no evento e, em seguida, volte para o resumo para ver se não foi apenas um bug.

Fechou?

Neste material, você aprendeu como instalar um evento ou uma conversão por tempo de página. Aplicando o que você aprendeu aqui, seus resultados serão surpreendentes. Continue sua jornada de estudos.

Tamo junto!