

# Módulo Facebook Ads (copy)

## Modulo 1: Preparando a maquina - Onboarding

### Fechei com o cliente, e agora?

- **O que você precisa para anunciar no Facebook ads:**
  - **BM - Bussines Manager** - aonde você gerencia os seus ativos (e como se fosse o seu escritório);
  - **Conta de anúncios** - e aonde fica realmente as campanhas;
  - **Página no Facebook** - conectada o Instagram
  - **Forma de pagamento** - cartão ou boleto

### O que é opcional dependendo da sua estrutura:

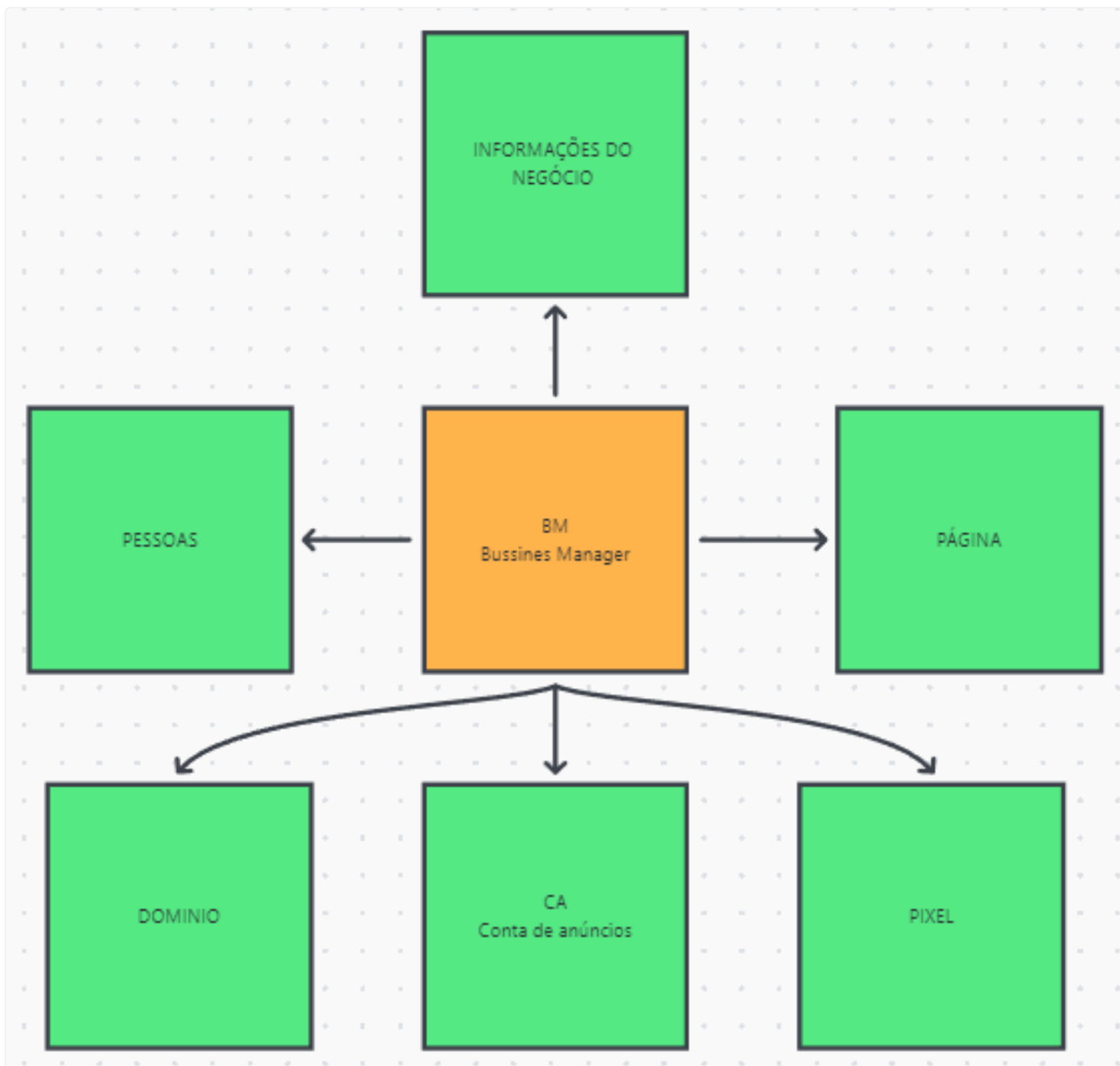
**Domínio verificado** - caso vá utilizar landing page

**Whatsapp conectado na página** (caso for utilizar campanhas de Whatsapp)

**Pixel** - caso vá utilizar landing page

### Criando sua BM:

como criar bm e ativos iniciais.



Caso seu cliente **não anunciou anteriormente**, você vai precisar criar uma BM através do **perfil do cliente**.

Nesse momento, você vai precisar fazer uma call com ele de 30 minutos para orientar como fazer a criação da BM.

Use esse programa para acessar o computador do cliente: <https://anydesk.com/pt>

**Segue o passo a passo:**

- Criar BM - <https://business.facebook.com/overview>
- Criar Página;
- Conectar Whatsapp Bussines;
- Conectar página no conta de anúncios;
- Enviar acesso para seu email para acessar a BM.
- Criar conta de anúncios;
- Adicionar forma de pagamento;


Caso o cliente já tenha anunciando anteriormente, **basta pedir para ele te enviar o acesso da BM na função de administrador**, caso ele não saiba fazer isso, entre em uma call rapida de 10 minutos com ele para auxiliar o processo.

## Conhecendo o gerenciador de negócios por dentro:

Quais funcionalidades, como funciona, o que você tem que configurar. **(somente o que você vai operar no dia a dia)**

## Normas que você tem que seguir para anunciar sem problemas:


- Preencher todas as informações da BM;
- Fazer a configuração do domínio;
- Configurar a autenticação de 2 fatores.

 **Autenticação de dois fatores**

Como sua empresa tem necessidades de segurança maiores, todos com acesso devem usar a autenticação de dois fatores. Isso dificulta para outras pessoas obterem acesso à sua empresa e assumirem o controle dos seus ativos.


**0 de 8** pessoas precisam ativar a autenticação de dois fatores antes de acessarem esta empresa.

Analisar o acesso das pessoas

 **Administrador secundário adicionado**

Você tem pelo menos um outro administrador neste negócio que pode ajudar se você perder acesso à sua conta.

Adicionar

 **Trusted email settings**

Add more security to your Business Account by turning on trusted email

Caso você precise verificar o domínio, você vai precisar solicitar acesso aonde está hospedado o domínio do cliente para fazer o apontamento para a BM.

## Verificando o domínio do seu cliente:

- Primeiro você precisa pedir ao cliente acesso aonde ele comprou o domínio.
- Fazer a verificação com apontamento DNS.
- Utilizar esse site para verificar: <https://who.is/>

**Feito tudo isso, você agora tem uma BM configurada e pronta para rodar anúncios.**

**Modulo 2: Ligando a maquina** - Estruturando as primeiras campanhas

## Quais tipos de campanha existe e para que serve cada uma:

**OK**

**Na maioria dos casos, seu cliente não precisa mais do que 2 campanhas, não precisa complicar o processo.**

### **OBJETIVO, ONDE, META DE DESEMPENHO**

**Pensar no raciocínio lógico.**

Eu tenho o objetivo da campanha e a meta de desempenho dentro do conjunto de anúncios para o objetivo selecionado.

Exemplo: Criei uma campanha de Tráfego, aonde esse evento vai acontecer? E qual a meta de desempenho vou escolher.

## **Entendendo uma campanha por completo? **OK****

- Segmentação de público;
- Segmentação de localização;
- Definição de orçamento;

- Planejamento para campanha rodar em certas horas; ☐
- Posicionamentos;
- Texto principal, legenda, título [CTA];
- UTMS.

**Obs: adicionar na descrição da aula as utms conforme prometido:**

utm\_source={{site\_source\_name}}&utm\_medium={{placement}}&utm\_campaign={{[adset.name](#)e}}&utm\_content={{[ad.name](#)}}

## **Criando seu pixel e configurando: OK**

- Como criar pixel;
- Como instalar o Pixel na página do cliente via GTM;
- Como configurar os eventos de conversão do cliente;
- Adicionando o pixel em uma campanha;

## **Organização dentro do gerenciador de anúncios: OK**

- Nomenclaturas e porque a importância de utilizar;
- Biblioteca de mídia;

### **Para campanha:**

Ongoing - Cadastro - Captação de Leads

On-time - Cadastros - Teste de Criativos

### **Para conjuntos:**

18/50 - F/S - BR - INT - Hamburguer

18/50 - F/S - BR - LAL - 1% Cadastrados últimos 30D

18/50 - F/S - BR - COMP - Acessou página checkout

### **Para criativos:**

### **Feed:**

D1-v1-JUL23-F  
V1-v1-JUL23-F  
C1-v1-JUL23-F

D1-v1-JUL23-S  
V1-v1-JUL23-S  
C1-v1-JUL23-S

## Criação de Públicos salvos e Personalizados: **OK**

- Como criar públicos salvos;
- Como criar públicos personalizados;
- Como criar públicos de lookalike.

## Planejando o gasto do seu orçamento:

- 80% da verba voltada para campanhas principais e 20% voltadas para testes, **inicialmente, tudo vai ser teste.**
- Como fazer um plano de mídia eficiente;
- Utilizar planilha para se orientar:

## Estruturas de campanhas iniciais: **OK**

Estrutura padrão que utilizo para os clientes em onboarding:

- Exploração de criativos;
- Exploração de públicos;
- Escala.
- Teste contínuo de criativos.

## Qual métrica você vai olhar quando começar suas campanhas?

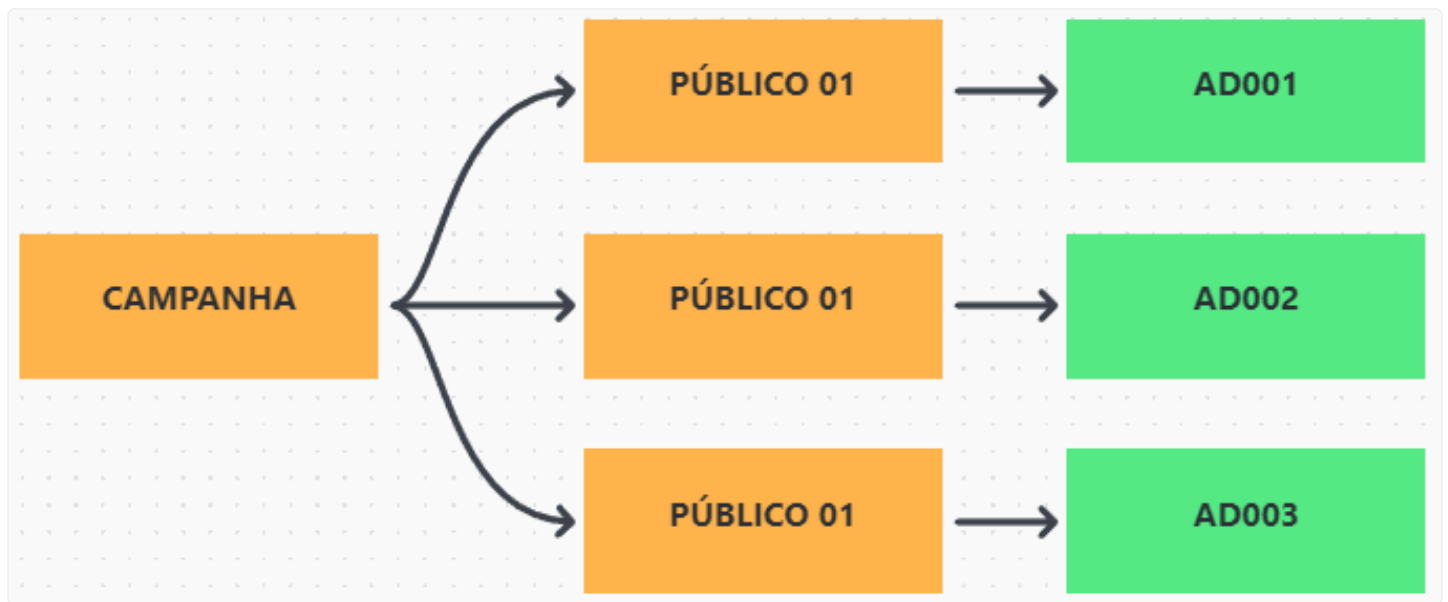
- Resultado;
- Custo por resultado;
- Investimento;

- **Você vai buscar o melhor CPL atrelado a QUALIDADE;**

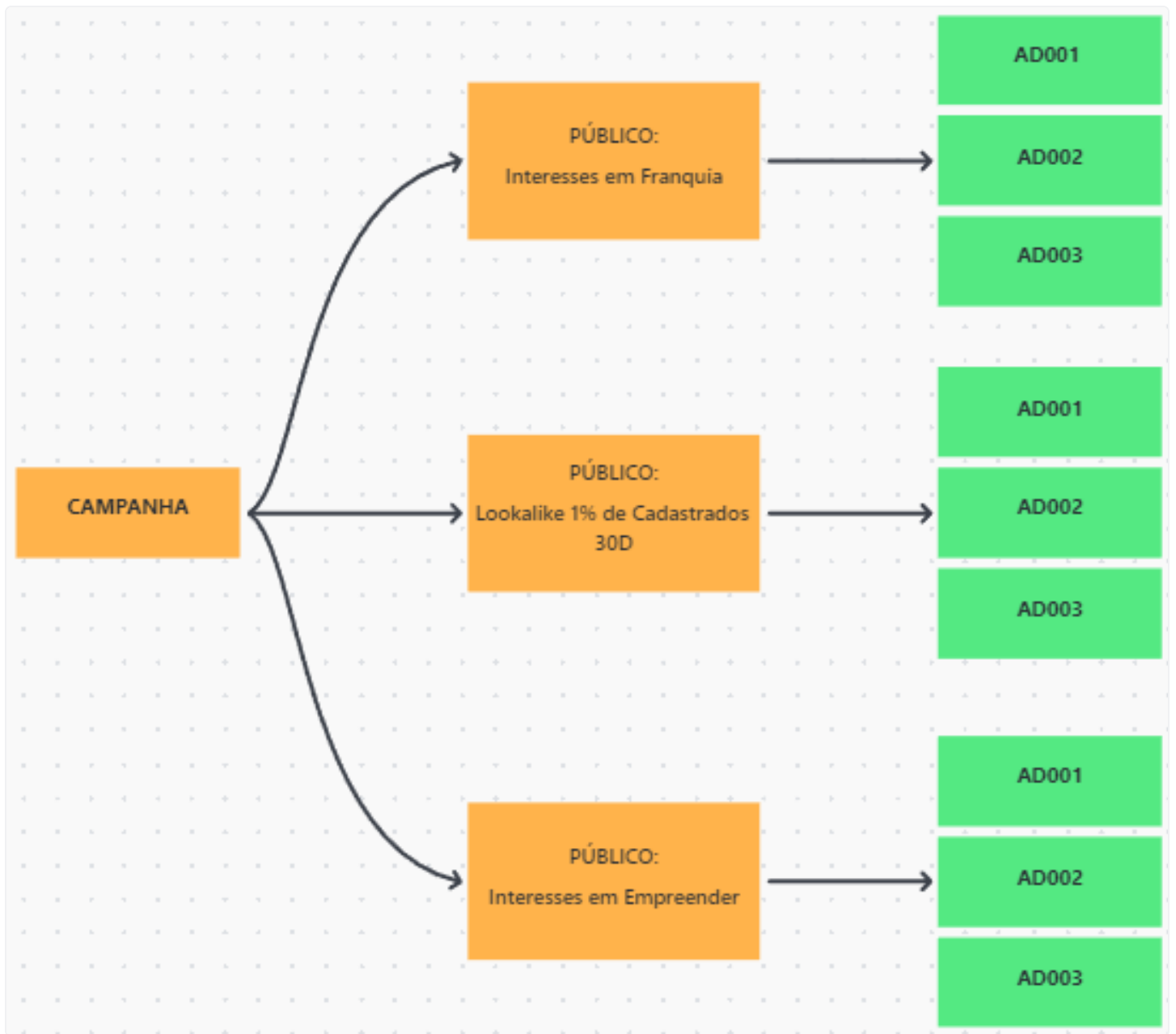
### Estrutura de teste A/B/C:

- Começar com baixo investimento e identificar os melhores criativos;
- Garante que o Facebook gaste isoladamente em cada criativo, facilita na análise.
- **Você pode utilizar regras automatizadas e reduzir o seu trabalho.**

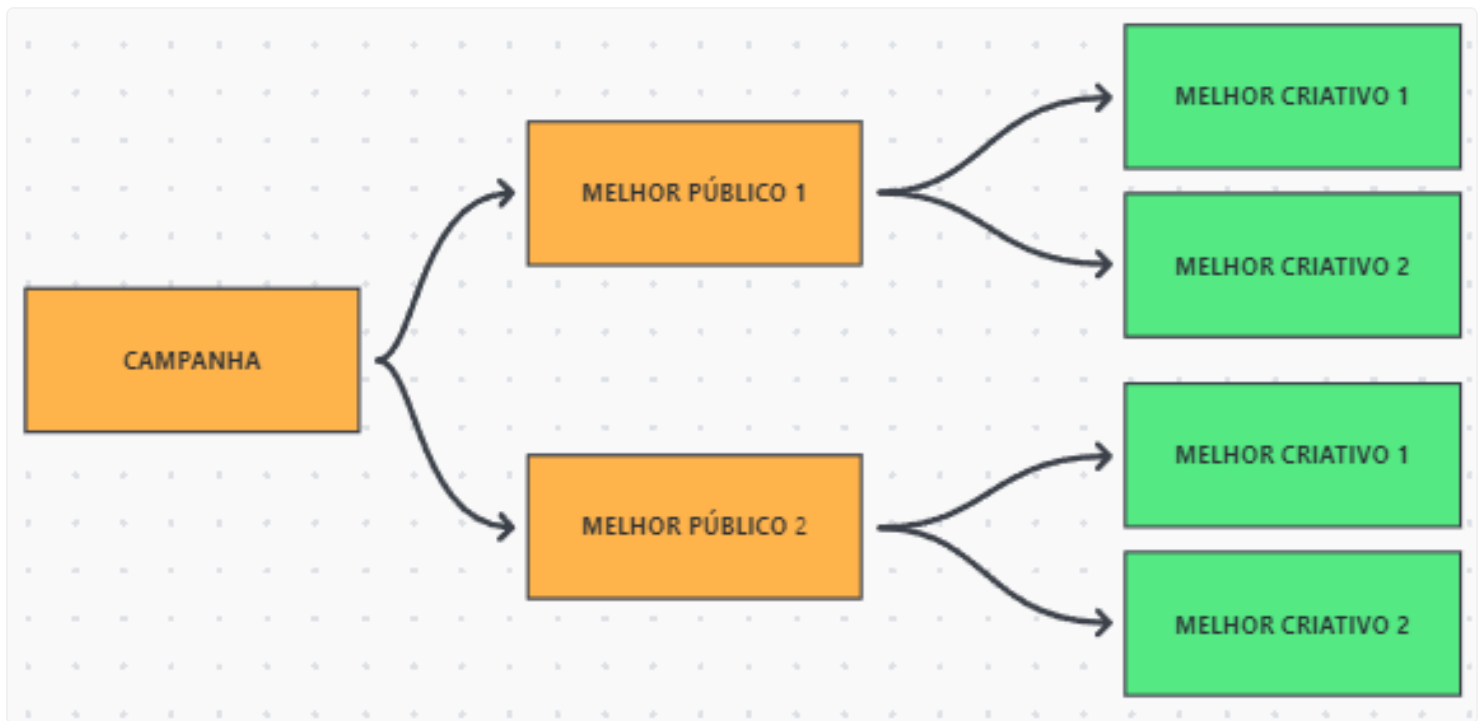
*Igor, por que não utilizar mais de 1 criativo por conjunto de anúncio?*



**Validou os criativos, parte para testes de públicos:**



Validou os públicos, pega tudo de bom e melhor e joga em uma campanha com maior investimento.



Igor, ok, validei meus criativos, validei meus públicos, e agora? Como eu continuo fazendo meus testes?

Duplica sua melhor campanha, coloca 20% do orçamento para ela e testa 3 criativos por vez por público e **ÚTILIZA AS REGRAS PARA O FACEBOOK OTIMIZAR PARA VOCÊ.**

## Utilizando campanhas de Cadastro com Landing Page: **OK**

- Como fazer integração da landing page com o Pabbly para jogar os leads para uma planilha.

## Utilizando campanhas de Lead Nativo: **OK**

- Como fazer um formulário de lead nativo eficiente;
- Como fazer integração da landing page com o Pabbly para jogar os leads para uma planilha.

---

## Como ter criativos melhores?

---

Você não precisa sair criando 1 milhão de criativos, você pode fazer pequenos testes para melhorar um criativo vencedor mais ainda.

**LEGENDA**

**ANÚNCIO**

**TÍTULO**

Lucas Félix  
Patrocinado

Se alguma vez você já se sentiu inseguro ao prospectar um novo cliente, ficou perdido em como conduzir uma reunião ou até ...Ver mais

**Mapa**  
DOS 15 MIL

**Aula para Gestores de Tráfego:**  
R\$ 15 mil em 45 dias com marketing digital, começando do zero.  
Sem precisar investir em anúncios para conseguir clientes.

escola.rugido.co  
Dia 26 de Julho, ao vivo às 16h. Saiba mais