

## CRIANDO CAMPANHAS NO FACEBOOK:

- 1) Ao criar campanhas no Facebook, sempre utilize o “Gerenciador de Anúncios” que possui um atalho na lateral esquerda do Facebook, não utilize o botão “Impulsionar” que fica nos posts.

The screenshot shows the Facebook interface. On the left sidebar, under 'Explorar', there is a link for 'Gerenciador de Anúncios' with a red arrow pointing to it. The main area displays a 'Criar publicação' box and a 'Bem-vindo ao Facebook' message. The right sidebar shows 'Stories' and 'Sua Página' with 685 likes.

- 2) Dentro do Gerenciador de Anúncios, há 4 abas: Visão Geral da Conta (resumo dos gastos, cadastros recebidos, duração da campanha,...), Campanhas, Conjunto de Anúncios e Anúncios. Para criar uma nova campanha, clique em “Criar” no botão verde.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar shows 'Gerenciador de Anúncios'. Below it, there are tabs for 'Visão geral da conta', 'Campanhas', 'Conjuntos de anúncios', and 'Anúncios'. A red arrow points to the '+ Criar' button. Below the tabs is a table with columns: Nome da campanha, Veiculação, Orçamento, Resultados, Alcance, Impressões, Custo por resultado, Valor gasto, and Término.

	Nome da campanha	Veiculação	Orçamento	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto	Término
<input type="checkbox"/>	Living Special	Inativo	Usando orç...	—	—	—	—	R\$ 0,00	23 de Fev 20
<input type="checkbox"/>	Verdant	Inativo	Usando orç...	—	—	—	—	R\$ 0,00	23 de Fev 20
<input type="checkbox"/>	Neo Life	Inativo	Usando orç...	—	—	—	—	R\$ 0,00	24 de Fev 20
<input type="checkbox"/>	Carioca Residencial	Inativo	Usando orç...	—	—	—	—	R\$ 0,00	24 de Fev 20
▶ Resultados de 4 campanhas Carregando...				1	1.259	1.372	R\$ 16,65	R\$ 16,65	

- 3) O primeiro passo é selecionar o objetivo da campanha. Neste exemplo, iremos selecionar a opção “Geração de Cadastros”, com foco em leads.

Qual é o seu objetivo de marketing? [Ajuda: Escolher um objetivo](#)

Reconhecimento	Consideração	Conversão
Reconhecimento da marca	Tráfego	Conversões
Alcance	Envolvimento	Vendas do catálogo
	Instalações do aplicativo	Visitas ao estabelecimento
	Visualizações do vídeo	
	Geração de cadastros	
	Mensagens	

- 4) Logo após, será necessário dar um nome à sua campanha, para facilitar o acompanhamento posterior.



## Geração de cadastros

Colete informações de cadastros de pessoas interessadas nos seus negócios.

Nome da campanha ⓘ

---

**Criar teste A/B** ⓘ  Use um teste A/B para testar seu criativo, posicionamento, público e estratégias de otimização de veiculação.

**Otimização do orçamento** ⓘ  Otimize o orçamento nos conjuntos de anúncios

[Continuar](#)

- 5) Na próxima tela, dê um nome para o Conjunto de Anúncios que está sendo criado, pois uma Campanha pode ter mais de um Grupo de Anúncios. Este passo serve para organizar sua conta.

**Criar novo conjunto de anúncios** ⓘ Crie vários novos conjuntos de anúncios ⓘ

Nome do conjunto de anúncios ⓘ CONJUNTO CAMPANHA TESTE ⓘ Mudar para criação rápida

**Página**  
Escolha a Página do Facebook que você quer promover.

Página do Facebook ⓘ Living RJ +

Os Termos de Serviço desta Página foram aceitos por Aloisio Living em 22 de Nov de 2017 11:36. ...  
[Ver os termos](#)

**Criativo dinâmico** DESATIVADO  
Forneça ativos individuais, como imagens e títulos, e gere automaticamente combinações de criativos otimizadas para seu público. [Saiba mais.](#)

**Tamanho do público**  
A sua seleção de público é razoavelmente ampla.

Específico Ampla

**Criar múltiplos conjuntos de anúncios em uma única etapa**  
Economize tempo adicionando variáveis para locais, direcionamento detalhado, faixas etárias e Públicos Personalizados para criar rapidamente vários conjuntos de anúncios de uma só vez.  
Criar múltiplos conjuntos de anúncios...

6) Configure o público alvo da sua campanha ou selecione um público já configurado anteriormente.

## Público

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

**Criar novo** Usar um público salvo ▼

**Públicos Personalizados** ⓘ Adicione um Público Semelhante ou Personalizado criado anteriormente  
Excluir | Criar novo ▼

**Localização** ⓘ Todos nesta localização ▼

Brasil  
 Brasil  
Incluir ▼ | Digite para adicionar mais localizações | Procurar

[Adicionar localizações em massa](#)

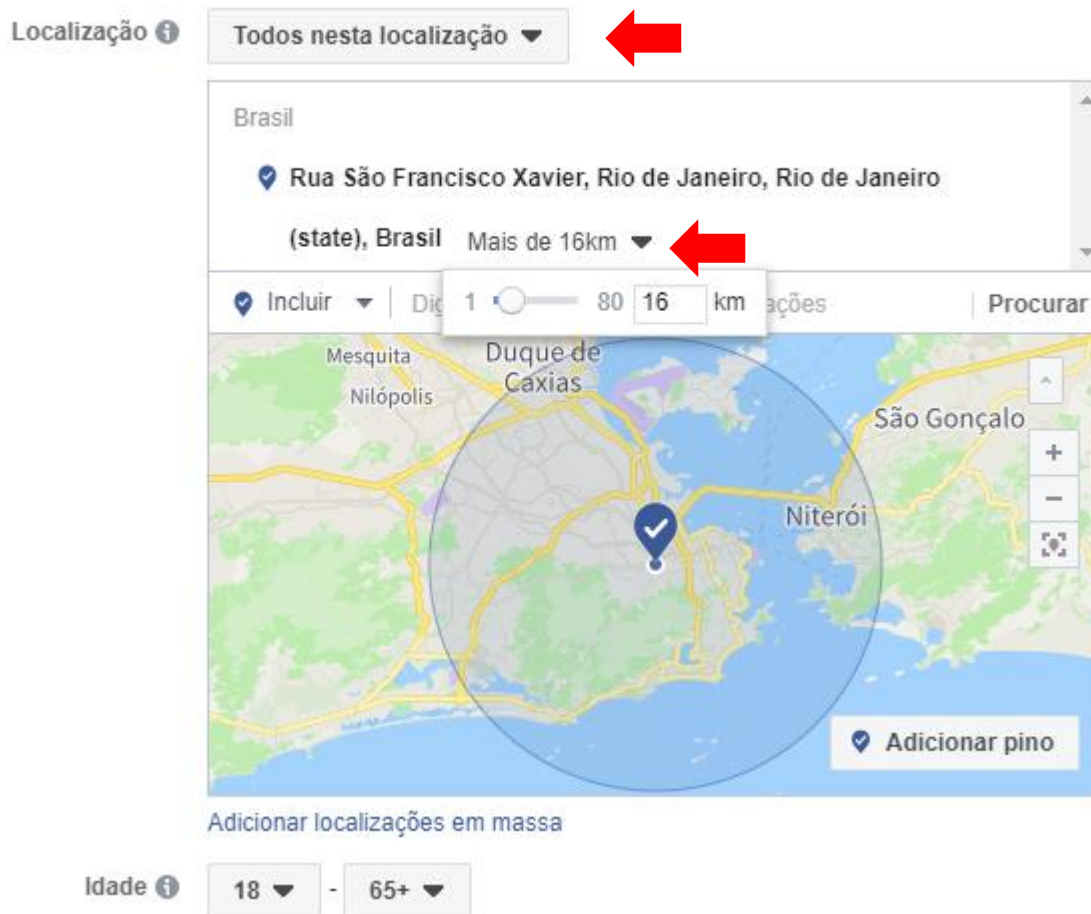
**Idade** ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

**Gênero** ⓘ Todos Homens Mulheres

**Idiomas** ⓘ Insira um idioma...

7) No Facebook, a melhor forma de encontrar clientes é selecionar a opção “Todos nesta localização”. Desta forma, o anúncio aparecerá tanto para quem mora no local selecionado, quanto para quem estiver de passagem.

Uma outra dica, é selecionar as ruas próximas ao empreendimento, e ir cadastrando uma a uma. Selecionar o bairro também é uma boa opção. Não esqueça apenas de editar o tamanho do raio do mapa, para que não pegue pessoas fora da localização desejada e consequentemente fora do perfil de compra.



- 8) Em Direcionamento Detalhado, você pode incluir critérios para definir seu público (Ex.: Escolaridade, Estado Civil, Pessoas com interesse em bens de luxo...)  
Clicando em “Excluir Pessoas”, você poderá por exemplo, excluir corretores, pessoas que trabalham em empresas específicas ou qualquer outra característica que julgar estar fora do critério.



- 9) Veja o exemplo abaixo, onde selecionei a exclusão de pessoas que tenham como cargo “Corretor de Imóveis” e de pessoas que trabalham nas construtoras (no Facebook não tem os nomes das houses de vendas) e imobiliárias.

EXCLUIR pessoas que correspondam a pelo menos UM dos critérios a seguir

**i** X

Dados demográficos > Trabalho > Cargos

Corretor de Imóveis

---

Dados demográficos > Trabalho > Empregadores

Cyrela

Even Construtora e Incorporadora S.A.

Patrimóvel Consultoria de Imóveis S.A.

Adicione dados demográficos, interesses ou comportamentos | Procurar

Você pode excluir pessoas para ajudar a refinar seu público pretendido. Quando você escolher fazer exclusões, lembre-se de que nossas Políticas de Publicidade proíbem a discriminação injusta. [Saiba mais.](#)

10) Em “Conexões”, você pode selecionar mais regras de pessoas específicas. Por exemplo, podemos excluir nosso anúncio para pessoas que já tenham curtido a página. Dessa forma, o anúncio só aparecerá para novos prospects.

Nome do conjunto de anúncios **i**

CONJUNTO CAMPANHA TESTE



Você pode excluir pessoas para ajudar a refinar seu público pretendido. Quando você escolher fazer exclusões, lembre-se de que nossas Políticas de Publicidade proíbem a discriminação injusta. [Saiba mais.](#)

Expandir interesses quando isso puder aumentar cadastros por um custo mais baixo por cadastro. **i**

Conexões **i** Adicione um tipo de conexão ▼

**Páginas do Facebook**

- Pessoas que curtiram sua Página
- Amigos de pessoas que curtiram sua Página
- Excluir pessoas que curtiram sua Página

**Aplicativos**

- Pessoas que usaram seu aplicativo
- Amigos de pessoas que usaram seu aplicativo
- Excluir pessoas que usaram seu aplicativo

**Posicionamentos**  
Mostre seus anúncios para as pe

Posicionamentos automáticos

Use posicionamentos automáticos para mostrar mais anúncios a mais

11) Em “Posicionamentos”, escolheremos qual plataforma o anúncio será exibido (Facebook, Instagram ou ambos) e quais formatos aparecerão.

a. Para fins de relatórios, o ideal é separar os anúncios de Instagram dos anúncios de Facebook, pois caso contrário, eles aparecerão juntos e você não saberá qual mídia está melhor e dando mais resultado.

- b. Muito cuidado ao selecionar os tipos de mídia, pois cada um tem um formato diferente. Ex: O formato timeline do Instagram é quadrado, enquanto o formato Stories é vertical. Se você não criar formatos diferentes, eles ficarão distorcidos.

## Posicionamentos

Mostre seus anúncios para as pessoas certas nos lugares certos.

**Posicionamentos automáticos (recomendado)**

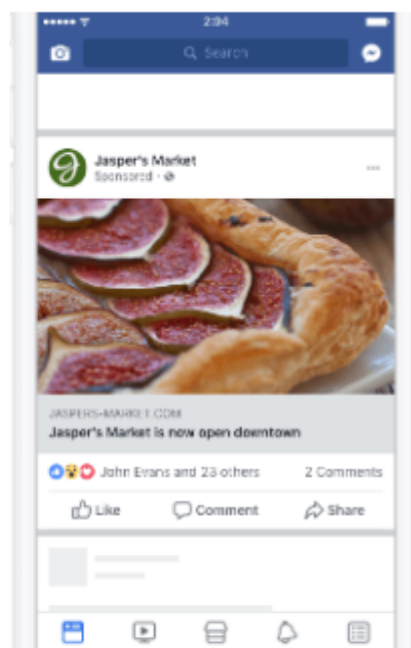
Use posicionamentos automáticos para maximizar seu orçamento e ajudar a mostrar seus anúncios a mais pessoas. O sistema de veiculação do Facebook alocará o orçamento do seu conjunto de anúncios em vários posicionamentos, considerando onde for mais provável ter um desempenho melhor. [Saiba mais.](#)

**Editar posicionamentos**

A remoção de posicionamentos pode reduzir o número de pessoas que você alcança e a probabilidade de você atingir suas metas. [Saiba mais.](#)

### Plataformas

▼   Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
Feeds	<input checked="" type="checkbox"/>
Instant Articles	<input checked="" type="checkbox"/>
Vídeos in-stream	
Coluna da direita	
Vídeos sugeridos	
Marketplace	<input checked="" type="checkbox"/>
Stories	<input checked="" type="checkbox"/>
▼   Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Feed	<input checked="" type="checkbox"/>
Stories	<input checked="" type="checkbox"/>
▼   Audience Network	
Native, Banner and Interstitial	
Vídeos in-stream	
Vídeos com incentivo	



[Visualizar requisito de mídia](#)

12) Em “Orçamento e Programação”, há a possibilidade de configurar um custo máximo por cadastro recebido. Porém essa configuração não é recomendada, pois os custos são muito variáveis.

- a. Em “Orçamento e Programação”, você poderá escolher entre “Orçamento Diário” ou “Orçamento Vitalício”.

Orçamento Diário – definição de gasto diário sem limite para gastos ao longo do tempo.

Orçamento Vitalício – definição de orçamento para um determinado tempo, com essa opção o gasto diário varia.

## Orçamento e programação

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

Otimização para veiculação de anúncio ⓘ

Cadastros - Veicularemos seus anúncios para as pessoas certas para ajudar você a obter o maior número de cadastros pelo menor custo.

Controles de custo (opcional) ⓘ

R\$ X.XX

custo médio por cadastro

O Facebook focará em obter o máximo cadastros e em gastar todo o seu orçamento. Se quiser controlar os custos, insira um valor.

[Mostrar mais controles](#)

Orçamento e programação ⓘ

Orçamento diário ▼

R\$ 20,00

R\$ 20,00 BRL

O 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.

Quando a cobrança será feita ⓘ Impressão

13) O próximo passo, é a configuração do anúncio. Onde será criada a peça que será veiculada. Dê um nome para o anúncio.


- a. Outro ponto importante é selecionar como os anúncios do Instagram serão veiculados, se utilizará uma conta de Instagram a ser vinculada ou utilizar a própria página do Facebook como anunciante.

Nome do anúncio ⓘ ANÚNCIO DE TESTE|  [Mudar para criação rápida](#)



---

**Identidade**  
Escolha como deseja que seu negócio seja representado no seu anúncio.

Página do Facebook  
Sua Página do Facebook ou conta do Instagram representa sua empresa em anúncios.

 Living RJ ▼

Conta do Instagram ⓘ  
A Página selecionada não tem uma conta do Instagram conectada. Seu anúncio usará o nome da Página e a foto do perfil. Gerencie as conexões nas [Page settings](#).

 Usar a Página selecionada ▼ OU  Adicionar uma conta











14) Em “Formato”, temos 4 possibilidades. Hoje em dia os formatos de vídeo convertem mais que foto, portanto a sugestão é utilizar os formatos “Vídeo Único” ou “Apresentação Multimídia”, na qual o Facebook faz um passo a passo para criar um vídeo a partir de fotos selecionadas.

#### Formato

Escolha a aparência do seu anúncio.

<input checked="" type="radio"/>  <b>Carrossel</b> Crie um anúncio com 2 ou mais imagens ou vídeos roláveis	<input type="radio"/>  <b>Imagem única</b> Crie até 6 anúncios com uma imagem cada sem custo adicional	<input type="radio"/>  <b>Vídeo único</b> Crie um anúncio com um vídeo ou transforme imagens em um vídeo	<input type="radio"/>  <b>Apresentação multimídia</b> Crie um anúncio de vídeo em loop com até 10 imagens
---	--	---	---


15) Independente do formato selecionado, você deve escolher um texto descritivo para o anúncio, escolher um título que aparece no final da peça, uma breve descrição desse título e o texto do botão.




<b>Texto</b> Insira o texto do seu anúncio. Saiba mais.	<b>Prévia do anúncio</b> 1 de 1 anúncio < > 
Texto ESTE É UM TEXTO DE DESCRIÇÃO DO ANÚNCIO	Feed de Notícias móvel 1 de 7 < >
<input type="checkbox"/> Edite as cores de plano de fundo dos Stories 	 <b>Living RJ</b> Patrocinado - 
Exibir link (opcional)  Insira o link como você quer que as pessoas o vejam em seu anúncio	ESTE É UM TEXTO DE DESCRIÇÃO DO ANÚNCIO
Título  TÍTULO DO ANÚNCIO	
Descrição do link no Feed de Notícias  DESCRIÇÃO DESTAQUE	<b>TÍTULO DO ANÚNCIO</b> DESCRIÇÃO DESTAQUE <input type="button" value="CADASTRE-SE"/>
Chamada para ação  983646269# 	Curtir Comentar



16) Logo após, é necessário selecionar o formulário que será utilizado para captar os contatos. Caso não tenha um, você pode criar um novo, clicando no botão.

**Formulário instantâneo** ⓘ  
Escolha um formulário para usar no seu anúncio.

De  + Novo formulário

	Form Name	Created Date
<input checked="" type="radio"/>	 Novo Form Turma	12 de Jan d...
<input type="radio"/>	 Formulário de Cadastro	15 de Dez d...
<input type="radio"/>	 Form de Cadastros	22 de Nov d...

**Mais volume - Prévia do formulário**

Facebook | Instagram

← Inscreva-se fornecendo seus dados abaixo.

Nome:  
Insira sua resposta.

Email:  
Insira sua resposta.

Telefone:  
Insira sua resposta.

Ao clicar em Enviar, você concorda em enviar as suas informações para Living RJ, que concorda em usá-las de acordo com suas políticas de

17) A principal dica na hora de criar um novo formulário é desmarcar as opções que vem prontas (Email e Nome), e Adicionar pergunta personalizada. Dessa forma, o formulário forçará o prospect a digitar seus dados. Se isso não for feito, o formulário virá previamente preenchido.

- Outro ponto importante é que o Facebook não está mais permitindo colocar campo solicitando “Whatsapp”, pois há um novo formato específico para isso.

**Perguntas** | ^

Você pode personalizar o título no topo das perguntas. (opcional) ⓘ

Título

Qual informação você gostaria de solicitar?


**Informações do usuário** ⓘ

Email  Full name

[Mostrar mais opções](#)

**Perguntas personalizadas (opcional)**

Solicitar informações adicionais com perguntas de formulário personalizadas.

 [+ Adicionar pergunta personalizada](#)