



# Descomplica: Campanhas de Mídia

Apoio às OSCs  
Comunicação para o Desenvolvimento

CIDADE ESCOLA  
**APRENDIZ**



A publicação Descomplica: Campanhas de Mídia foi desenvolvida pela área de Comunicação para o Desenvolvimento da Cidade Escola Aprendiz, no âmbito da frente de apoio às Organizações da Sociedade Civil (OSCs).

Dedicada a fortalecer as OSCs em suas ações comunicacionais, esta frente atua na produção de conteúdos estratégicos e formativos, com o objetivo de qualificar e potencializar as iniciativas e campanhas realizadas pelas organizações parceiras.

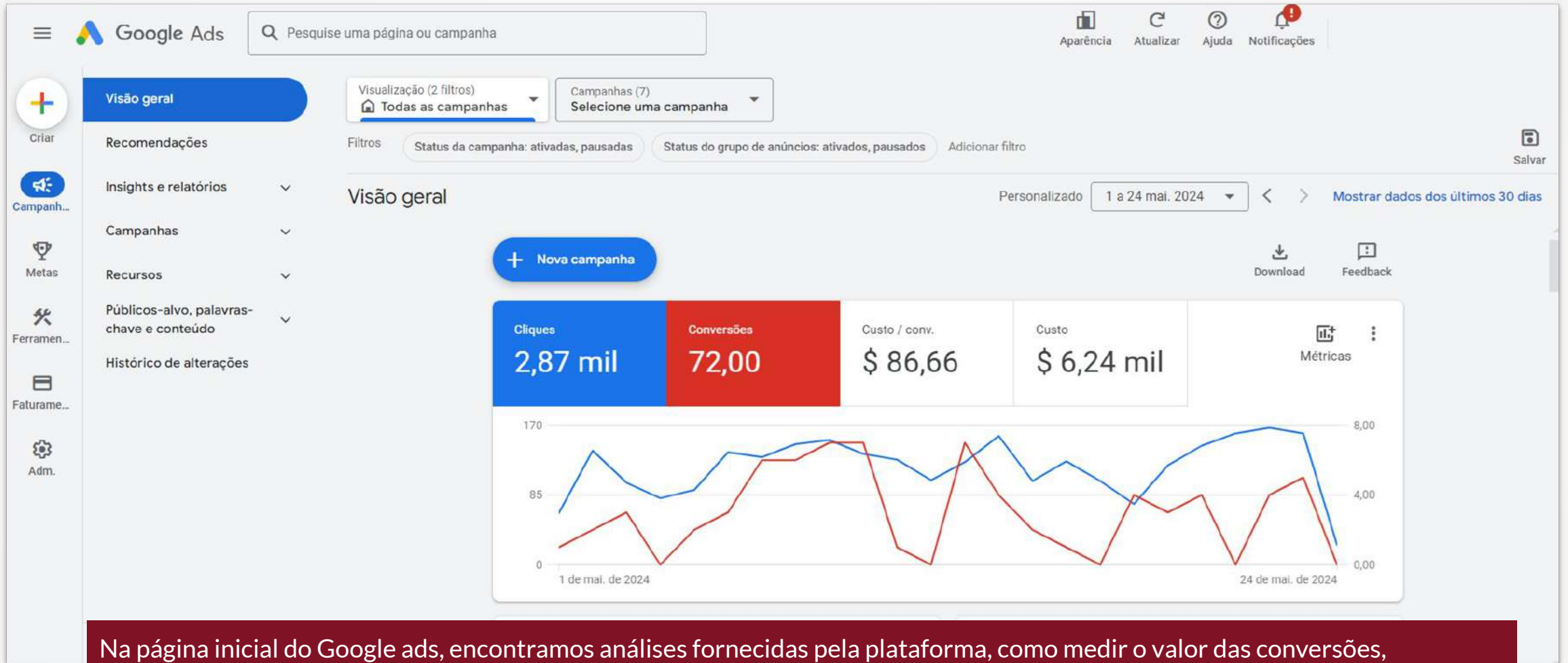
O material aqui apresentado busca descomplicar o uso de ferramentas de campanhas de mídia, oferecendo orientações práticas sobre Google Ads e Meta Ads, para auxiliar OSCs na ampliação do alcance e impacto de suas mensagens junto a públicos estratégicos.



# Descomplica

Google Ads

# Visão geral da conta



Na página inicial do Google ads, encontramos análises fornecidas pela plataforma, como medir o valor das conversões, pontuação de otimização da campanha, informações demográficas, entre outros.



# Planejador de palavras-chave

Google Ads

Pesquise uma página ou campanha

Planejador de palavras-chave

Planejamento

- Planejador de palavras-chave
- Planejador de performance
- Planejador de alcance
- Hub de publicidade para apps
- Biblioteca compartilhada
- Adequação do conteúdo
- Central de dados
- Solução de problemas
- Ações em massa
- Orçamentos e lances
- Dados da empresa

Plano

Status

Última modificação

Período da previsão

Plano	Status	Última modificação	Período da previsão
Início do plano às abr. 9, 2024, 4 PM, GMT-03:00	Rascunho	9 de abr. de 2024	1 a 31 mai. 2024 (Próximo mês)
Início do plano às abr. 9, 2024, 4 PM, GMT-03:00	Rascunho	9 de abr. de 2024	1 a 31 mai. 2024 (Próximo mês)
Início do plano às abr. 9, 2024, 4 PM, GMT-03:00	Rascunho	9 de abr. de 2024	1 a 31 mai. 2024 (Próximo mês)

1 - 3 de 3

Como usar o Planejador de palavras-chave

Anúncios de novos recursos

Temos a possibilidade de descobrir variações de palavras-chave que já queremos trabalhar, e ter a média do CPC dessa palavra e o volume de impressões.

Temos a possibilidade de fazer previsões de entregas e o volume de pesquisas das palavras-chave que estamos trabalhando.

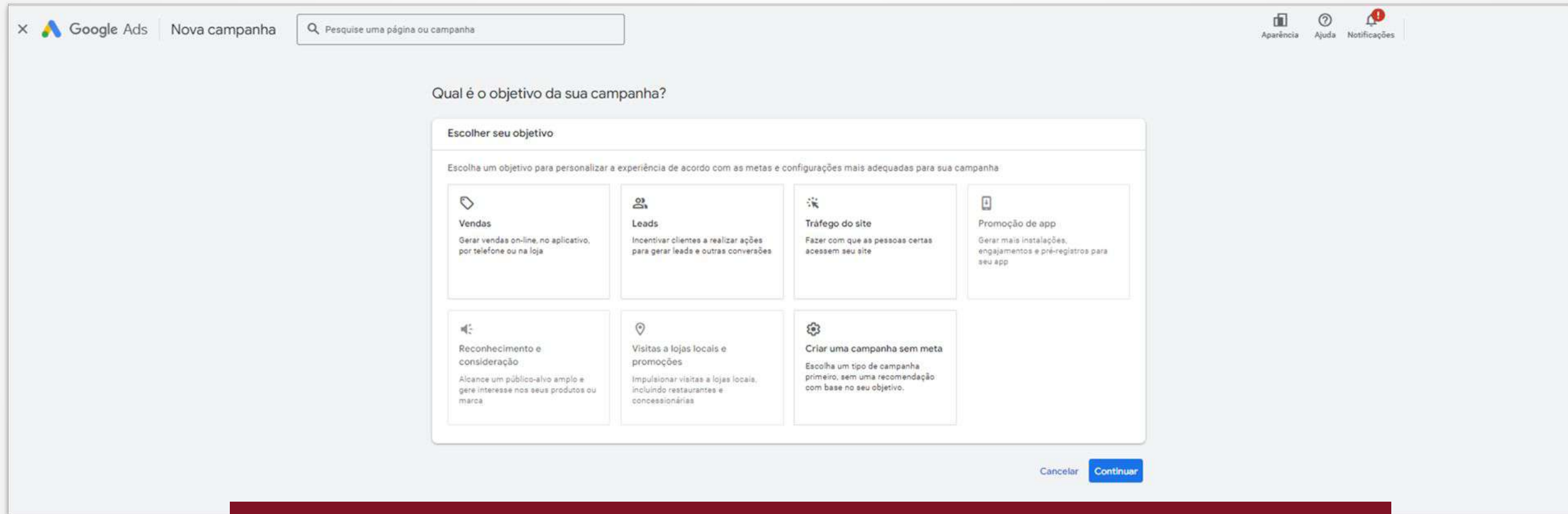
# Criação de campanhas

Google Ads interface showing the 'Campanhas' (Campaigns) section. The left sidebar contains navigation options: Criar, Campanhas, Metas, Ferramentas, Faturamento, and Adm. The main content area displays a table of campaigns with columns for Campaign, Budget, Status, Optimization Score, Campaign Type, Impressions, CTR, Cost, Bid Strategy, Clicks, Conversion Rate, Conversions, Average CPC, and Cost/Conversion.

Campanha	Orçamento	Status	Pontuação de otimização	Tipo de campanha	Impr.	CTR	Custo	Tipo de estratégia de lances	Cliques	Taxa de conv.	Conversões	CPC médio	Custo / conv.
Rascunho: teste Finalizar	US\$ 0,00/dia	Em andamento	-	Pesquisa				-					
[PES]_Institucional	US\$ 100,00/dia	Configuração de lance limitada	70,2%	Pesquisa	3.975	14,74%	US\$ 1.045,12	Maximizar cliques	586	0,00%	0,00	US\$ 1,78	US\$ 0,00
[PES]_Artigos	US\$ 100,00/dia	Qualificada	81,3%	Pesquisa	4.868	10,76%	US\$ 552,50	Maximizar conversões (CPA desejado)	524	0,38%	2,00	US\$ 1,05	US\$ 276,25
[PES]_Causas	US\$ 100,00/dia	Qualificada	79,4%	Pesquisa	1.539	10,07%	US\$ 820,93	Maximizar conversões (CPA desejado)	155	5,81%	9,00	US\$ 5,30	US\$ 91,21
[PES]_Seja Parceiro/Voluntário	US\$ 29,00/dia	Configuração de lance limitada	83,2%	Pesquisa	32	6,25%	US\$ 3,27	Maximizar cliques	2	0,00%	0,00	US\$ 1,64	US\$ 0,00
[PES]_Frentes	US\$ 100,00/dia	Pausada Todos os anúncios estão reprovados	-	Pesquisa	0	-	US\$ 0,00	Maximizar cliques	0	0,00%	0,00	-	US\$ 0,00
[PES]_Doação	US\$ 200,00/dia	Pausada	-	Pesquisa	0	-	US\$ 0,00	Maximizar cliques	0	0,00%	0,00	-	US\$ 0,00
[PES]_OSC	US\$ 200,00/dia	Pausada	-	Pesquisa	0	-	US\$ 0,00	Maximizar conversões (CPA desejado)	0	0,00%	0,00	-	US\$ 0,00
Total: todas as campanhas			-		10.414	12,17%	US\$ 2.421,83		1.267	0,87%	11,00	US\$ 1,91	US\$ 220,17
Total: conta	US\$ 329,00/dia		-		10.414	12,17%	US\$ 2.421,83		1.267	0,87%	11,00	US\$ 1,91	US\$ 220,17

Clique no "+" para criar uma nova campanha

# Definição do objetivo da campanha



The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. At the top, there's a search bar with the text 'Pesquise uma página ou campanha'. Below this, the question 'Qual é o objetivo da sua campanha?' is displayed. A central panel titled 'Escolher seu objetivo' contains a list of seven options, each with an icon and a brief description. The options are: 'Vendas' (Sales), 'Leads' (Leads), 'Tráfego do site' (Website traffic), 'Promoção de app' (App promotion), 'Reconhecimento e consideração' (Brand awareness and consideration), 'Visitas a lojas locais e promoções' (Local store visits and promotions), and 'Criar uma campanha sem meta' (Create a goalless campaign). At the bottom right of the panel, there are 'Cancelar' and 'Continuar' buttons.

Qual é o objetivo da sua campanha?

**Escolher seu objetivo**

Escolha um objetivo para personalizar a experiência de acordo com as metas e configurações mais adequadas para sua campanha.

- Vendas**  
Gerar vendas on-line, no aplicativo, por telefone ou na loja
- Leads**  
Incentivar clientes a realizar ações para gerar leads e outras conversões
- Tráfego do site**  
Fazer com que as pessoas certas acessem seu site
- Promoção de app**  
Gerar mais instalações, engajamentos e pré-registros para seu app
- Reconhecimento e consideração**  
Alcance um público-alvo amplo e gere interesse nos seus produtos ou marca
- Visitas a lojas locais e promoções**  
Impulsionar visitas a lojas locais, incluindo restaurantes e concessionárias
- Criar uma campanha sem meta**  
Escolha um tipo de campanha primeiro, sem uma recomendação com base no seu objetivo.

Cancelar Continuar

Devido ao tipo de conta do Primeiro Serviço dentro do Google Ads (Google Ads Grants), foi feita uma atualização e atualmente conseguimos definir apenas 4 objetivos, que é o de vendas, leads, tráfego e uma campanha sem meta.

# Definição do tipo de campanha

## Selecione um tipo de campanha

Alguns tipos de campanhas não estão disponíveis para o Google Ad Grants. Escolha uma das opções abaixo. Se nenhuma estiver disponível para seleção, escolha outro objetivo. [Saiba mais sobre a criação de contas do Google Ad Grants.](#)



**Pesquisa**

Apareça no momento certo na Pesquisa Google para clientes com grande intenção.

Com a limitação do Google, a conta também está com restrição de formatos, sendo possível trabalhar somente com o formato de pesquisa (texto), para qualquer objetivo escolhido.



# Definição do tipo de campanha

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

**Lances**

Em qual métrica você quer focar?

Conversões

Definir um custo por ação desejado (opcional)

CPA desejado

US\$

**Definir um CPA desejado:** Gere mais conversões com um CPA semelhante definindo uma segmentação sem limites por orçamento [Aplicar](#)

Estratégias de lances alternativas, como portfólios, são disponibilizadas nas configurações depois que você cria sua campanha

**Aquisição do cliente**

Otimizar a campanha para aquisição de novos clientes

Por padrão, os lances da sua campanha são divididos igualmente entre os clientes novos e atuais. Mas você pode direcionar suas configurações de aquisição de clientes apenas para os novos. [Saiba mais](#)

Próxima

Nessa etapa da configuração, definimos a métrica que vamos acompanhar

Definimos também se queremos determinar um CPA desejado

# Definição do tipo de campanha

The image shows the 'Configurações da campanha' (Campaign Settings) page in Google Ads. The left sidebar contains navigation options: Pesquisa, Lances, Configurações da campanha (selected), Rede, Locais, Idiomas, Públicos-alvo, Palavras-chave de correspondência ampla, Recursos automáticos, Palavras-chave e anúncios, Orçamento, and Revisar. The main content area is titled 'Configurações da campanha' and includes a search bar and a description: 'Para alcançar as pessoas certas, defina as principais configurações da sua campanha'. Three panels are visible: 'Redes' (Networks), 'Locais' (Locations), and 'Idiomas' (Languages). The 'Redes' panel has two sections: 'Rede de pesquisa' (Search Network) and 'Rede de Display' (Display Network). The 'Locais' panel has a section 'Selecione locais para segmentar' (Select locations to target) with radio buttons for 'Todos os países/territórios' (selected), 'Brasil', and 'Inserir outro local'. The 'Idiomas' panel has a section 'Selecione os idiomas que seus clientes falam' (Select the languages your customers speak) with a search box and a button for 'Português'. A dark red box at the bottom left contains the text 'Definição das redes que os anúncios vão ser exibidos' (Definition of the networks where the ads will be displayed). Three arrows originate from this box: one points to the 'Redes' panel, one points to the 'Locais' panel, and one points to the 'Idiomas' panel.

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Aparência Ajuda Notificações

## Configurações da campanha

Para alcançar as pessoas certas, defina as principais configurações da sua campanha

### Redes

**Rede de pesquisa**

Os anúncios podem ser exibidos ao lado dos resultados da Pesquisa Google e em outros sites do Google quando as pessoas pesquisam termos relevantes para suas palavras-chave.

Incluir parceiros de pesquisa do Google

**Rede de Display**

Uma maneira fácil de gerar mais conversões por custos semelhantes ou inferiores aos da Pesquisa com o orçamento não utilizado.

Incluir a Rede de Display do Google

### Locais

Selecione locais para segmentar

Todos os países/territórios

Brasil

Inserir outro local

Opções de local

### Idiomas

Selecione os idiomas que seus clientes falam.

Comece a digitar ou selecione um idioma.

Português

Definição das redes que os anúncios vão ser exibidos

# Definição do tipo de campanha

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Pesquisa

Lances

Configurações da campanha

- Rede
- Locais
- Idiomas
- Públicos-alvo**
- Palavras-chave de correspondência ampla
- Recursos automáticos

Palavras-chave e anúncios

Orçamento

Revisar

### Segmentos de público-alvo

Selecione segmentos de público-alvo para adicionar à sua campanha. Para criar segmentos dos seus dados, clique em **+ Novo segmento** na guia "Pesquisa".

Pesquisa	Procurar	Nenhum item selecionado	Remover tudo
	Tente "notícias e política"	Selecione um ou mais segmentos para acompanhar.	
Mostrar: Recentes e ideias			
<input type="checkbox"/>	Selecionar tudo (18)		
<input type="checkbox"/>	Notícias e política Com base no seu desempenho de cliques anterior		
<input type="checkbox"/>	Condicionamento físico e esportes Com base em anunciantes como você		
<input type="checkbox"/>	Condicionamento físico e esportes Com base em anunciantes como você		
<input type="checkbox"/>	Ensino		
<b>+ Novo segmento</b>			

Configuração de segmentação para essa campanha

- Segmentação  
Restringir o alcance da sua campanha aos segmentos selecionados, com a opção de ajustar os lances
- Observação (recomendado)  
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos segmentos selecionados

### Palavras-chave de correspondência ampla

As palavras-chave de correspondência ampla funcionam com o Lances inteligentes para ajudar você a alcançar suas metas de campanha. Usar essas palavras-chave em toda a sua campanha garante consistência e acesso a configurações adicionais, como restrições de marca. [Saiba mais sobre as palavras-chave de correspondência ampla](#)

- Ativada: usar as palavras-chave de correspondência ampla em toda a sua campanha
- Desativada: usar os tipos de correspondência de palavra-chave

Definição do público-alvo que queremos impactar nas campanhas

# Palavras-chave

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Aparência Ajuda Notificações

Pesquisa

- Lances
- Configurações da campanha
- Palavras-chave e anúncios**
  - Palavras-chave**
  - Anúncios
- Orçamento
- Revisar

## Palavras-chave e anúncios

Os grupos de anúncios ajudam a organizar seus anúncios por tema. Para melhores resultados, concentre todos os anúncios e palavras-chave em um produto ou serviço.

### Grupo de anúncios 1

#### Palavras-chave

**Receber sugestões de palavras-chave (opcional)**  
O Google Ads pode encontrar palavras-chave para você verificando uma página da Web ou o que está funcionando para produtos ou serviços semelhantes.

Insira um URL para buscar palavras-chave

Insira produtos ou serviços para anunciar

Receber sugestões de palavra-chave

**Inserir palavras-chave**  
Palavras-chave são palavras ou frases usadas para corresponder seus anúncios aos termos que as pessoas pesquisam

Digite ou cole as palavras-chave. Você pode separar cada uma por vírgula ou inserir uma por linha.

A configuração de palavras-chave de correspondência ampla está ativada para esta campanha. Todas as palavras-chave serão convertidas em correspondência ampla. [Saiba mais sobre as palavras-chave de correspondência ampla](#)

Definição das palavras-chave que iremos trabalhar no anúncios.

# Anúncios

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Pesquisa

Lances

Configurações da campanha

Palavras-chave e anúncios

Palavras-chave

**Anúncios**

Orçamento

Revisar

Adicione um URL final para ver as sugestões de títulos e descrição

Qualidade do anúncio Incompleto

- Adicione títulos - Ver ideias
- Inclua palavra-chave bastante usadas - Ver ideias
- Personalize os títulos - Ver ideias
- Personalize as descrições - Ver ideias

Visualizar Destacar anúncio

URL final

Isso será usado para sugerir títulos e descrições

Caminho de exibição

www.example.com

/ /

0 / 15 0 / 15

Tr Títulos 0/15 Ver ideias

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Título

Obrigatório 0 / 30

Patrocinado

www.example.com/

Título 1 - Título 2

Descrição 1. Descrição 2. Programas: Alunos de Tênis, Preparação Física, Educação e Esporte, Tênis e Mobilidade Social, Esporte e Inclusão Social.

Vencemos um Set Não fique fora do Jogo

Esta visualização mostra versões de anúncios montados com seus recursos. Nem todas as combinações são exibidas. Os recursos podem ser exibidos em qualquer ordem, então, precisam fazer sentido tanto separadamente quanto em diferentes combinações. Além disso, não podem violar nossas políticas nem a legislação local. Alguns formatos podem ser reduzidos. É possível definir que textos específicos não deixem de ser exibidos. [Saiba mais](#)

Definição dos títulos e descrições que serão exibidos nos anúncios.



# Palavras - chave

The screenshot shows the 'Orçamento' (Budget) step in the Google Ads campaign setup process. The left sidebar contains navigation options: Pesquisa, Lances, Configurações da campanha, Palavras-chave e anúncios, Orçamento (selected), and Revisar. The main content area is titled 'Orçamento' and includes the instruction 'Selecione o valor médio que você quer gastar por dia'. A form field is labeled 'Defina seu orçamento diário médio para esta campanha' and contains the text 'US\$'. To the right of the form, a note states: 'Você não pagará mais do que o valor do seu orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias do mês. O gasto poderá ser menor do que o orçamento diário em alguns dias e, em outros, até duas vezes maior.' with a link to 'Saiba mais'. A 'Próxima' button is located at the bottom right of the form area.

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Aparência Ajuda Notificações

## Orçamento

Selecione o valor médio que você quer gastar por dia

Defina seu orçamento diário médio para esta campanha

US\$

Você não pagará mais do que o valor do seu orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias do mês. O gasto poderá ser menor do que o orçamento diário em alguns dias e, em outros, até duas vezes maior. [Saiba mais](#)

Próxima

Definição do orçamento diário da campanha.

# Revisão de campanha

Google Ads Nova campanha

Pesquise uma página ou campanha

Aparência Ajuda Notificações

## Sua campanha está quase pronta para ser publicada

**Problemas**  
Corrija esses problemas para veicular sua campanha

- Criar um anúncio:** Para a publicidade ser veiculada, ela precisa ser incluída no seu grupo de anúncios [Ver](#)
- Adicionar palavras-chave:** Para mostrar a publicidade, adicione palavras-chave ao seu grupo de anúncios [Ver](#)
- Adicionar um orçamento:** Para publicar sua campanha, insira um orçamento [Ver](#)
- Lances:** Insira um valor [Ver](#)

**Recomendações**  
Aplique essas recomendações para otimizar a performance da campanha [<](#) [1 / 2](#) [>](#)

- Definir um CPA desejado:** Gere mais conversões com um CPA semelhante definindo uma segmentação sem limites por orçamento [Ver](#) [Aplicar](#)

**Visão geral**

Nome da campanha	Sales-Search-10
Tipo de campanha	Pesquisa
Objetivo	Vendas
Meta	Contatos, Compras, Inscrições, Enviar formulários de lead

**Lances**

Lances	Maximizar conversões
--------	----------------------

Revisar a campanha antes de subir.



# Descomplica

Meta Ads

# Etapas de configuração de campanha

1

## **Acesse o Gerenciador de Anúncios:**

Faça login na sua conta do Meta e vá para o Gerenciador de Anúncios. Você pode encontrá-lo no menu suspenso no canto superior direito da sua página.

2

## **Crie uma nova campanha:**

No Gerenciador de Anúncios, clique em "Criar" para começar uma nova campanha.

3

## **Escolha o objetivo da campanha:**

Meta oferece uma variedade de objetivos de campanha, como aumentar o reconhecimento da marca, gerar tráfego para o seu site, aumentar as conversões, etc. Selecione o objetivo que melhor atenda às suas necessidades.

4

## **Defina o público-alvo:**

Você pode segmentar seu público com base em características demográficas, interesses, comportamentos e conexões. Isso ajuda a garantir que seus anúncios sejam exibidos para as pessoas certas.

# Etapas de configuração de campanha

5

## Defina o orçamento e o agendamento:

Determine quanto deseja gastar em sua campanha e o período de tempo durante o qual deseja que seus anúncios sejam veiculados.

6

## Crie o conjunto de anúncios:

Dentro da sua campanha, você criará conjuntos de anúncios, onde poderá definir detalhes como o tipo de anúncio, o posicionamento (onde os anúncios serão exibidos), o formato do anúncio, etc.

7

## Crie o anúncio:

Agora é hora de criar o próprio anúncio. Você pode escolher entre diferentes formatos de anúncio, como imagens, vídeos, carrosséis, entre outros. Certifique-se de que seu anúncio seja atraente e relevante para o seu público-alvo.

8

## Analise e publique:

Antes de publicar sua campanha, revise todas as configurações para garantir que estejam corretas. Depois de revisar, clique em "Publicar" para lançar sua campanha.

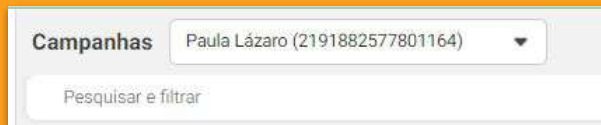
9

**Monitore o desempenho:** Após a publicação, monitore regularmente o desempenho da sua campanha por meio do Gerenciador de Anúncios. Isso permitirá que você faça ajustes conforme necessário para otimizar o desempenho da sua campanha.

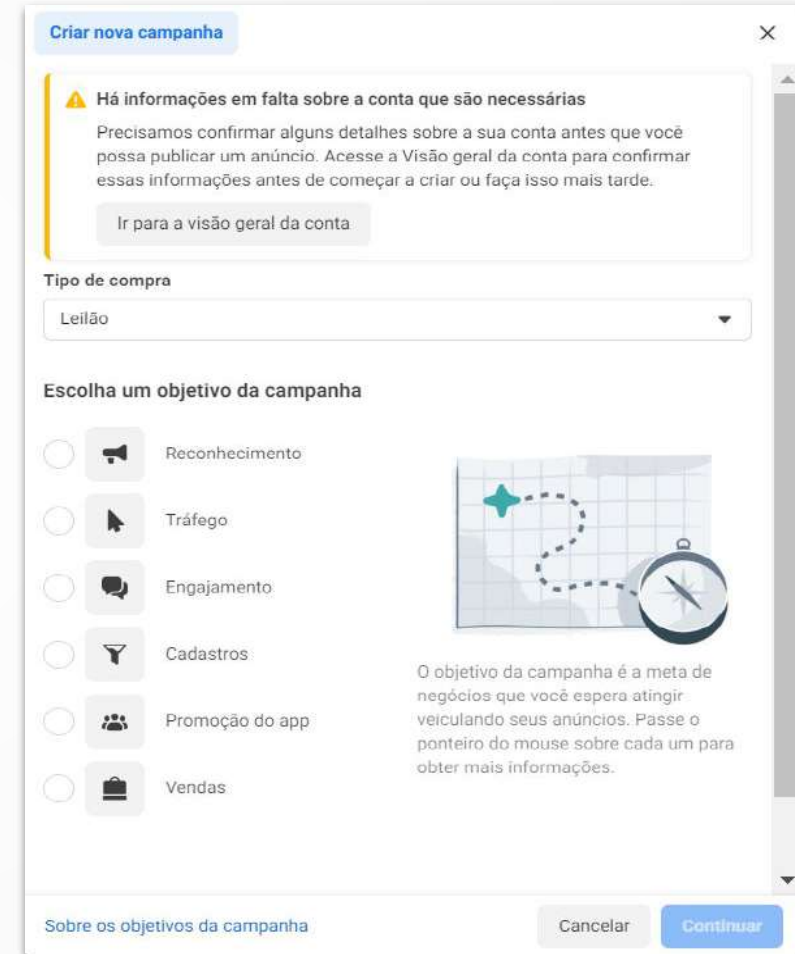


# 1. Criação de campanha

- **Selecione o perfil de campanha**



- **Clique em criar campanha**



# Objetivo da campanha | Leilão

Escolha seu objetivo de acordo com a estratégia de campanha

## Reconhecimento

Mostre os anúncios para quem tem maior probabilidade de se lembrar deles.

## Tráfego

Direcione as pessoas para um destino, como um site, app ou evento do Meta.

## Engajamento

Aumente o número de mensagens, compras por mensagens, visualizações de vídeos, engajamentos com publicações, curtidas na página ou participações em eventos.

## Cadastros

Consiga cadastros para seu negócio ou marca.

## Promoção do app

Encontre novas pessoas para instalar seu app e continuar usando-o.

## Vendas

Encontre pessoas com maior probabilidade de comprar seu produto ou serviço.

# Objetivo da campanha | Reserva

## Reconhecimento

Mostre os anúncios para quem tem maior probabilidade de se lembrar deles.

## Engajamento

Aumente o número de mensagens, compras por mensagens, visualizações de vídeos, engajamentos com publicações, curtidas na Página ou participações em eventos.

Só será possível mediante investimento antecipado, por tipo de compra por CPM.

# 1. Configuração da campanha

**Nome da campanha**  
Nova campanha de Reconhecimento [Criar modelo](#)

**Categorias de anúncio especial**  
Declare se seus anúncios são relacionados a crédito, emprego ou moradia, ou temas sociais, eleições ou política. Os requisitos variam de país para país. [Saiba mais](#)

**Categorias**  
Selecione as categorias que melhor descrevam o que esta campanha anunciará.  
Nenhuma categoria declarada

**Detalhes da campanha**

**Tipo de compra**  
Leilão

**Objetivo da campanha** ⓘ  
Reconhecimento  
[Menos](#) ▶

**Limite de gastos da campanha** ⓘ  
Nenhum adicionado

**Teste A/B** [Criar teste A/B](#)

Para ajudar a melhorar o desempenho do anúncio, teste as versões com imagens, textos, públicos ou posicionamentos diferentes. Para maior precisão, cada uma será mostrada para grupos separados do seu público.

⚠ Depois de publicar a campanha, você acessará a configuração do teste A/B para terminar de criá-lo.

**Orçamento de Campanha Advantage** + [Desativado](#)

O Orçamento de Campanha Advantage distribuirá seu orçamento entre os conjuntos de anúncios veiculados atualmente para obter mais resultados, dependendo das suas escolhas de meta de desempenho e da estratégia de lance. Você pode controlar os gastos de cada conjunto de anúncios. [Saiba mais](#)

- **Nome da campanha**

Inserir o nome da campanha: recomendamos uma padronização chamada taxonomia.

- **Categoria de anúncio especial**

Declare se seus anúncios são relacionados a crédito, emprego ou moradia, ou temas sociais, eleições ou política. (tema sensível)  
É possível não descrever no momento de configuração de campanha.

- **Detalhes da campanha**

Validar a configuração

- **Teste A/B**

É possível setar o teste A/B. Para ajudar a melhorar o desempenho do anúncio, teste as versões com imagens, textos, públicos ou posicionamentos diferentes.



# Conjunto de Anúncios



## 2. Conjunto de anúncios

- **Nome do conjunto de anúncios**

Inserir o nome do conjunto de anúncios. recomendamos uma padronização chamada taxonomia.

- **Meta de desempenho**

Escolha o desempenho que pretende atingir com seus anúncios:

1. Mostrar ao maior número de pessoas
2. Mostrar os anúncios para as pessoas o maior número de vezes: frequência
3. Mostrar os anúncios para as pessoas que possuem maior probabilidade de lembrar do anúncio.

- **Escolha a página**

A página precisa estar configurada no gerenciador de anúncios.

- **Configuração de lance e frequência**

É possível setar o lance para não ultrapassar o valor (pode impactar na entrega da campanha) e até mesmo o número de vezes que uma única pessoa verá seus anúncios.

- **Orçamento e programação**

Insira o investimento diário ou total, período de veiculação, e seu público segmentado: localização, idade, gênero, interesses, comportamentos e setar posicionamento (se irá veicular somente no Facebook, Instagram, stories, feed, etc...)

Dentro da segmentação escolhida é possível observar o tamanho do público que poderá alcançar.

The image shows a screenshot of the Facebook Ads campaign configuration interface. It is divided into several sections, each with a green checkmark icon indicating it is active or selected.

- Nome do conjunto de anúncios:** A text input field containing "Novo conjunto de anúncios de Reconhecimento" and a "Criar modelo" button.
- Reconhecimento:** A section header.
- Meta de desempenho:** A dropdown menu currently set to "Maximize o alcance dos anúncios".
- Página do Facebook:** A dropdown menu showing "Associação Cidade Escola Aprendiz" with a plus sign button to add more pages.
- Controle de lance - Opcional:** A text input field for bid amount, currently showing "R\$ X.XX" and "BRL".
- Menos:** A link to expand or collapse the section.
- Limite de frequência:** A dropdown menu set to "Padrão - 1 impressão a cada 7 dias".
- Quando a cobrança será feita:** A dropdown menu set to "Impressão".
- Tipo de veiculação:** A dropdown menu set to "Padrão".
- Criativo dinâmico:** A toggle switch currently set to "Desativado".

Below the "Criativo dinâmico" section, there is a descriptive text: "Forneça elementos criativos, como imagens e títulos, e geraremos automaticamente combinações otimizadas para seu público. As variações podem incluir diferentes formatos, modelos ou áudios com base em um ou mais elementos. Saiba mais".

## 2. Conjunto de anúncios

### Pontos de atenção sobre a segmentação

É possível deixar a segmentação salva ou utilizar públicos estratégicos para futuras campanhas:

- Vá em públicos (canto direito superior)
- Escolha o público a ser criado
- Ao configurar a campanha no conjunto de anúncios poderá selecionar o público configurado anteriormente.

#### Alcance as [contas da Central de Contas](#) que interessam a você

Crie e salve públicos para alcançar as [contas da Central de Contas](#) que interessam à sua empresa. Saiba mais

##### Públicos personalizados

Conecte-se com as [contas da Central de Contas](#) que já mostraram interesse em sua empresa ou produto usando os públicos personalizados. Você pode criar um público com os seus contatos de clientes, tráfego do site ou app para celular.

[Criar um público personalizado](#)

##### Públicos semelhantes

Alcance novas [contas da Central de Contas](#) parecidas com os públicos que já são do seu interesse. Você pode criar um público semelhante com base nas pessoas que curtiram sua Página, pixels de conversão, seus cadastros na [Central de Cadastros](#) ou qualquer um dos seus públicos personalizados existentes.

[Criar um público semelhante](#)

##### Público salvo

Salve as opções de direcionamento mais frequentes para fácil reutilização. Escolha seus dados demográficos, interesses e comportamentos, e salve-os para reutilização em anúncios futuros.

[Criar um público salvo](#)



# Anúncios

# 3. Anúncios

- **Nome do anúncio**

Inserir do anúncio. Recomendamos uma padronização chamada taxonomia.

- **Página selecionada**

Certifique-se que a página selecionada no conjunto de anúncios ainda permanece.

- **Criação do anúncio**

É possível selecionar o anúncio de acordo com seu objetivos:

1. Criar anúncio (*dark post*)
2. Usar publicação existente
3. Usar o modelo da central de criativos (aqui só será possível se houver criação de modelos de criativos anteriores).

- **Adicionar Mídia**

1. Insira foto ou vídeo, texto principal, título, descrição
2. (importante: diferente do orgânico, é necessário seguir as especificações da plataforma e o número de caracteres estabelecido. Não seguir as regras da plataforma, seu anúncio poderá ser pausado ou reduzir o alcance.
3. Insira *call to action*: insira o *call to action* que ressalte seu objetivo de campanha. Testar anúncios com *call to action* podem melhorar o desempenho de campanha.

- **Inclua URL de destino**

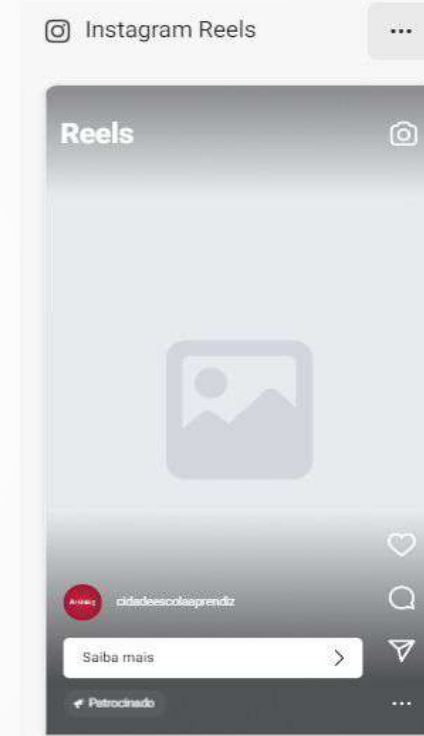
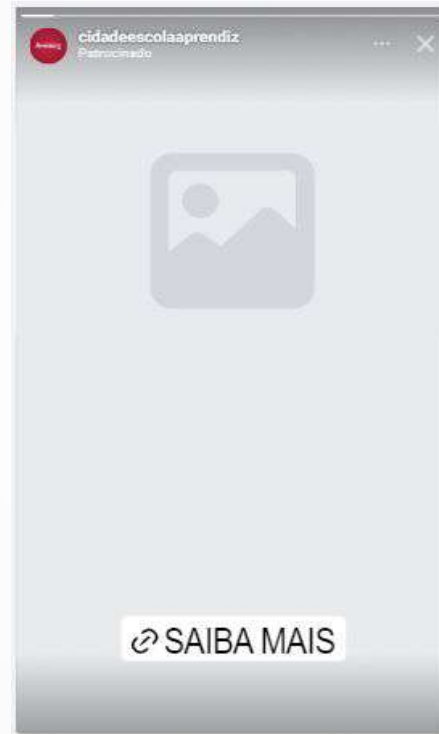
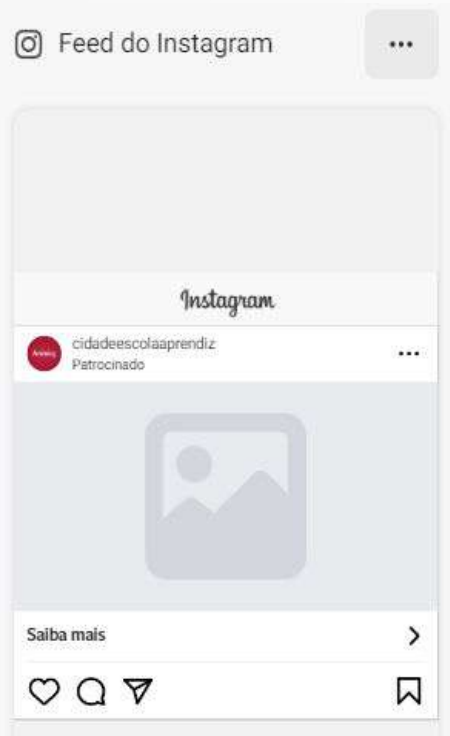
Recomendamos utilizar a Url parametrizada (padrão de mercado) para que possa identificar seus resultados no GA e criar relatórios personalizados.

- **Rastreamento**

No caso de campanhas de vendas ou leads, é obrigatório a implementação do pixel do Facebook na página do anunciante.

# 3. Anúncios

- Após a configuração do anúncio será possível visualizar de como seu anúncio ficará ao ser publicado.



- Após a validação de todas as informações, clicar em publicar.
- Posteriormente vá na página principal do gerenciador, confira e publique definitivamente sua campanha.

Descartar rascunhos

Conferir e publicar (3)



# Pontos de Atenção



# Pontos de atenção



- **Teste A/B**  
Recomendamos diversificar criativos, mensagens e *call to action* para entender o melhor desempenho
- **Objetivo de campanha**  
Utilizar o objetivo de campanha que estrategicamente irá trazer resultados de campanha
- **Url parametrizada**  
Utilizar a url parametrizada para melhor entendimento dos dados na plataforma e no Google Analytics

CIDADE ESCOLA  
**APRENDIZ**