

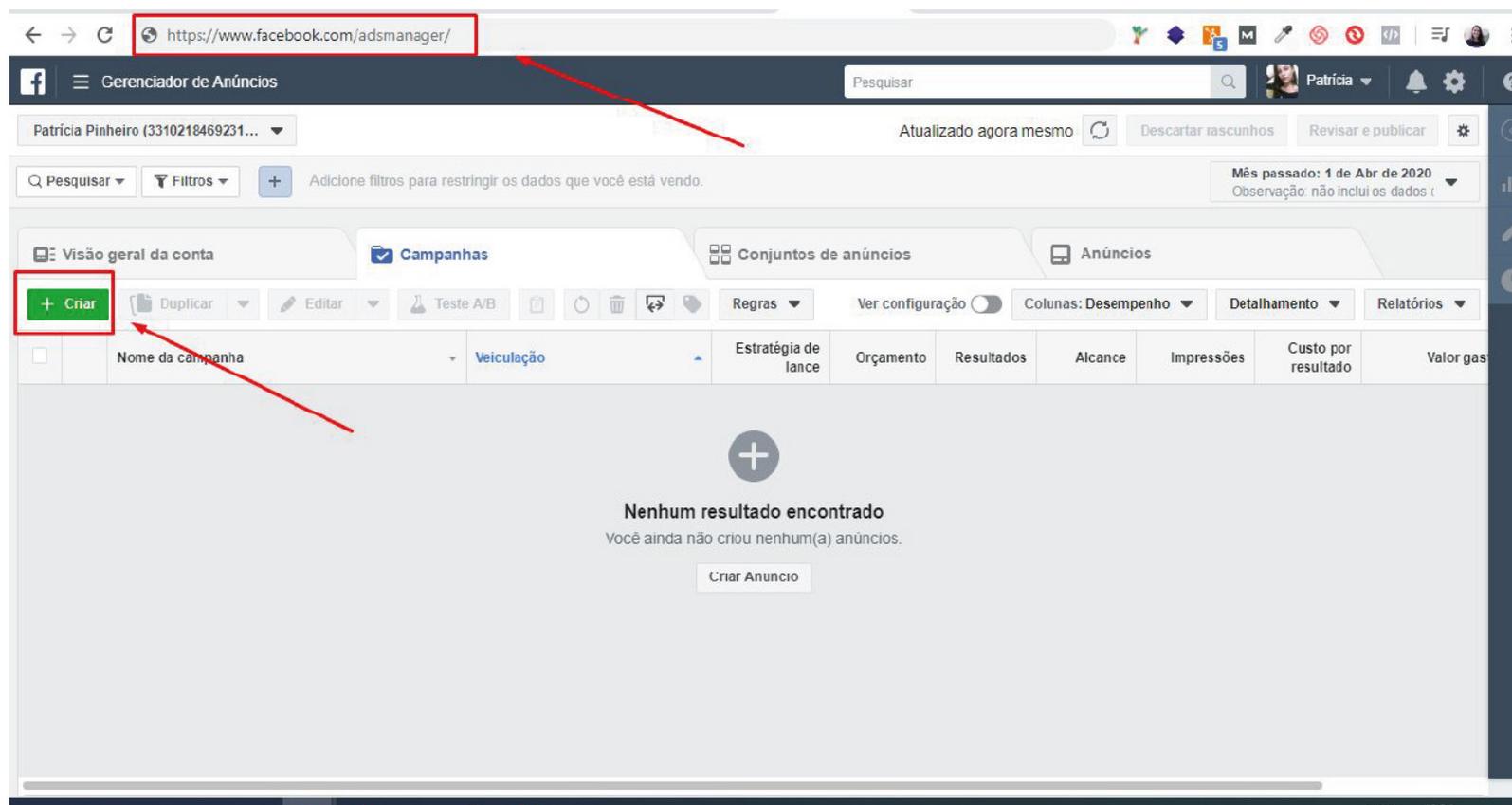


**CONFIGURANDO UMA  
CAMPANHA PARA GERAÇÃO DE  
CADASTROS NO FACEBOOK ADS**

# Atenção:

A ferramenta de anúncios do Facebook sofre constantes mudanças, por esse motivo, caso ao realizar seu anúncio alguma opção mostrada neste material não esteja condizente com sua ferramenta, entre em contato conosco pelo **chat da Rock Training** ou pelo email **help@rockcontent.com**

1. Acesse [facebook.com/adsmanager](https://www.facebook.com/adsmanager/) e clique em **+ Criar** para começar uma nova campanha.



## 2. Selecione o objetivo **Geração de cadastros.**

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Campanha' (with 'Objetivo' selected), 'Conjunto de anúncios' (with 'Público', 'Posicionamentos', and 'Orçamento e programação' listed), and 'Anúncio' (with 'Formato', 'Mídia', and 'Criativo adicional' listed). The main area is titled 'Gerenciador de Anúncios' and includes a search bar and user profile 'Patrícia'. Below the navigation, there are options to 'Criar nova campanha' (selected) or 'Usar campanha existente'. A 'Mudar para criação rápida' button is visible. The central question is 'Qual é o seu objetivo de marketing?' with a link to 'Ajuda: Escolher um objetivo'. Below this is a grid of marketing objectives categorized into 'Reconhecimento', 'Consideração', and 'Conversão'. The 'Geração de cadastros' option under the 'Consideração' column is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it.

Reconhecimento	Consideração	Conversão
Reconhecimento da marca	Tráfego	Conversões
Alcance	Envolvimento	Vendas do catálogo
	Instalações do aplicativo	Tráfego para o estabelecimento
	Visualizações do vídeo	
	<b>Geração de cadastros</b>	
	Mensagens	

3. Crie um **nome** interno para o controle da campanha, deixe **desativadas** as opções de **teste A/B** e **otimização de orçamento** e clique em **continuar**.



## Geração de cadastros

Colete informações de cadastros de pessoas interessadas nos seus negócios.

**Nome da campanha** ⓘ

**🚩 Criar um teste A/B** ⓘ  DESATIVADO

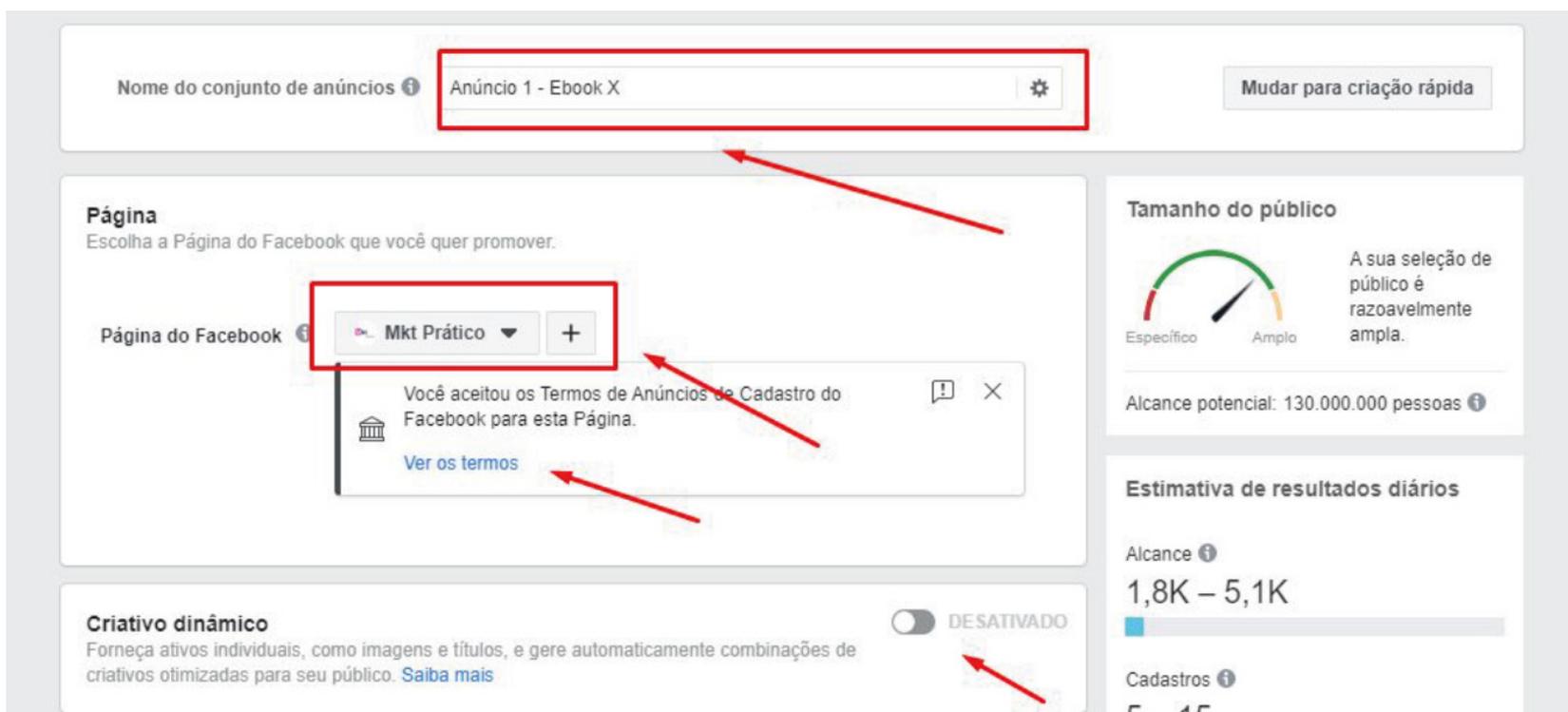
Use um teste A/B para testar seu criativo, posicionamento, público e estratégias de otimização de veiculação. [Saiba mais](#)

**Otimização do orçamento da campanha** ⓘ  DESATIVADO

Otimize o orçamento em todos os seus conjuntos de anúncios. [Saiba mais](#)

Continuar

4. Crie um **nome** interno para o conjunto de anúncios, selecione a página do facebook que irá promover a campanha.



**Leia e aceite os termos** de anúncios de cadastro do facebook e deixe **desativado** a opção **criativo dinâmico**.

5. Crie um **novo público** ou use um **público salvo** criado anteriormente. Lembre-se de incluir dados demográficos e de interesse para ter melhores resultados, mas sempre fique atento ao **tamanho do público**.

The screenshot displays the Facebook Ads audience creation interface. On the left, under the heading "Público", there are two buttons: "Criar novo público" and "Usar público salvo", both highlighted with red boxes. Below these, the audience name is "Rock training". The location is set to "Brasil: Belo Horizonte Minas Gerais" and the age range is "23 a 33". An "Editar" button is visible at the bottom of this section.

On the right, a sidebar titled "Tamanho do público" shows a thermometer gauge with the needle in the green zone, indicating a balanced audience size. Text next to it says "Seu público foi definido." Below the gauge, the "Alcance potencial" is listed as "830.000 pessoas". Underneath, the "Estimativa de resultados diários" section shows "Alcance" of "1,8K – 5,3K" and "Cadastros" of "3 – 14". Red arrows point from these metrics back to the main interface. A disclaimer at the bottom states: "A precisão das estimativas é baseada em fatores como dados de campanha anteriores, o orçamento inserido e dados de mercado. Os números são fornecidos para dar a você uma ideia de desempenho do seu".

O ideal é que o **termômetro esteja no verde**, demonstrando que seu público não está nem muito amplo nem muito específico.

6. Selecione **posicionamentos manuais** para escolher os locais que seu anúncio será divulgado.

**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](#)

**Posicionamentos manuais**  
Escolha manualmente os lugares para mostrar seu anúncio. Quanto mais posicionamentos você selecionar, mais oportunidades terá para alcançar seu público-alvo e atingir suas metas comerciais. [Saiba mais](#)

**Dispositivos**  
Todos os dispositivos

**Plataformas**

Facebook  Instagram

Audience Network  Messenger

**Personalização de ativos** ⓘ  
8/8 posicionamentos que aceitam a personalização de ativos

**Posicionamentos**

(Na opção geração de cadastro **só é possível escolher posicionamentos no Facebook e Instagram**).

7. Defina seu orçamento escolhendo entre **diário ou vitalício** preenchendo o **valor a ser investido** e escolha as **datas de início e término** de veiculação da campanha.

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

Otimização para veiculação de anúncio **Cadastros**

Controle de custo (opcional) **R\$ X.XX** custo médio por cadastro  
O Facebook buscará usar todo o seu orçamento e obter o máximo de cadastros usando a estratégia de lance de custo mais baixo. Se você quiser definir um controle de custo, insira um valor.  
[Mostrar estratégias de lance adicionais](#)

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

**Início** 11/5/2020 15:31  
**Término** 11/6/2020 15:31  
(Horário de São Paulo)

Seus anúncios serão veiculados por **31 dias**. Você não gastará mais de

8. Na etapa da criação dos anúncios do conjunto, dê um **nome para o anúncio**, verifique se **a página do Facebook está correta**, e se for realizar veiculação no Instagram se a **conta já está vinculada**.

The screenshot displays the 'Identity' section of the Facebook Ads creation interface. At the top, there is a text input field for the ad name, containing '- Geração de cadastros Ebook X', which is highlighted with a red rectangular box. To the right of this field is a gear icon for settings and a button labeled 'Mudar para criação rápida'. Below the ad name field, the 'Identity' section is titled 'Escolha como deseja que seu negócio seja representado no seu anúncio.' It includes a 'Página do Facebook' section with a dropdown menu currently set to 'Mkt Prático'. Below that is the 'Conta do Instagram' section, which is noted as being connected to the selected Facebook page. A dropdown menu for the Instagram account is set to 'trainingrock' and is also highlighted with a red rectangular box. Red arrows point from the text in the first paragraph to these specific elements: one arrow points to the ad name field, another to the 'Mkt Prático' dropdown, and a third to the 'trainingrock' dropdown.

9. Defina o **formato do anúncio** conforme o planejamento. Só é possível escolher entre carrossel e imagem/vídeo.

**Formato**  
Escolha a estrutura do seu anúncio.

  
**Carrossel**  
2 ou mais imagens ou vídeos roláveis

  
**Imagem ou vídeo único**  
Uma única imagem ou vídeo, ou uma apresentação multimídia com várias imagens

**10.** Inclua a mídia escolhida de acordo com o formato. Para editar a imagem clique em **editar imagem** e depois **alterar imagem**. Fique atento às melhores práticas descritas no canto direito.

**Mídia**  
Escolha uma imagem ou vídeo ou crie um novo vídeo ou apresentação multimídia usando um modelo. Veja as [especificações da imagem](#) e as [especificações do vídeo](#) recomendadas.

[Limpar imagens](#)

**Anúncio 1** + Adicionar imagem

---

8 posicionamentos estão usando esta imagem ⓘ



untitled  
1000 × 482

**Editar imagem** ▼

Alterar imagem

Cortar imagem

Você pode alterar a aparência do seu anúncio em diferentes posicionamentos. [Saiba mais](#)

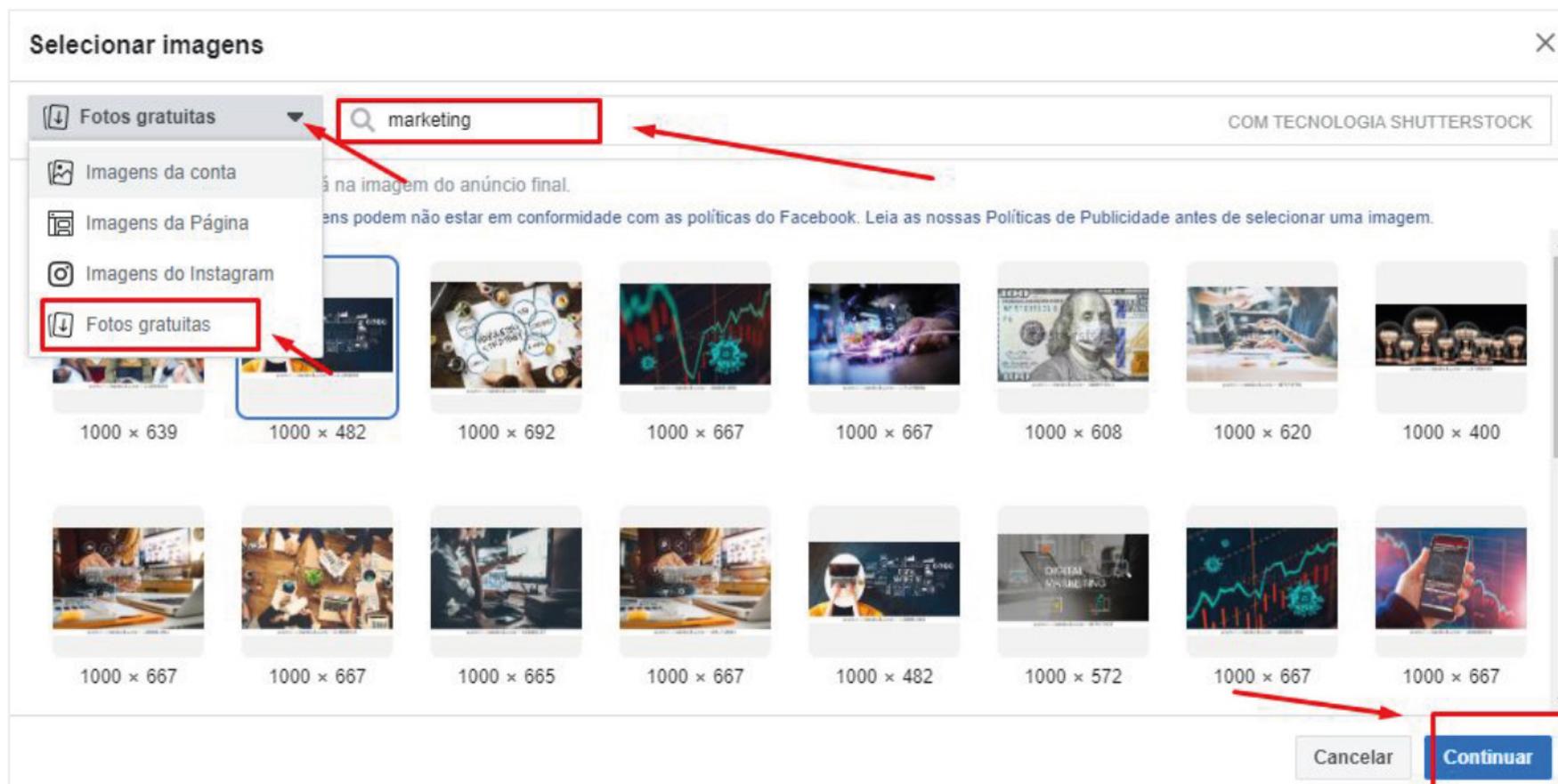
Editar posicionamento

🖼️ Selecione um posicionamento para personalizar

**Melhores práticas para imagens**

- Carregue a **imagem com a resolução mais alta disponível** (mínimo de 500 pixels, sem resolução máxima).
- Tipo de arquivo recomendado: **.jpg ou .png**
- Taxas de proporção recomendadas:
  - **Quadrado (1:1)** para posicionamentos de vídeo in-stream e do Feed
  - **Tela cheia vertical (9:16)** para posicionamentos de stories
- Para maximizar a veiculação do anúncio, use uma imagem que contenha **pouco ou nenhum texto sobreposto**. [Saiba mais](#)

**11.** Uma dica é usar o próprio **banco de imagens do Facebook**. Para isso, clique em **fotos gratuitas** e faça uma busca pelo tema desejado.



**12.** Crie seu anúncio definindo o **Texto Principal, título** (opcional), **descrição** (opcional), **link a ser exibido** (opcional) e o **botão de CTA** que fizer mais sentido para seu anúncio.

**Texto e links**  
Configure o texto e os links para seu anúncio. Saiba mais

**Texto principal** ⓘ  
Baixe gratuitamente nosso ebook: GUIA COMPLETO PARA ANÚNCIOS NO FACEBOOK ADS!

**Título (opcional)** ⓘ  
EBOOK: GUIA COMPLETO PARA FACEBOOK ADS

**Descrição (opcional)** ⓘ  
Inclua detalhes adicionais

**Exibir link (opcional)** ⓘ  
mktoratico.com

**Chamada para ação** ⓘ  
Baixar ▾

Personalizações dos stories  
 Edite as cores de plano de fundo dos Stories ⓘ

Feed de Notícias do celular

Editar

Mkt Prático Patrocinado

Baixe gratuitamente nosso ebook: GUIA COMPLETO PARA ANÚNCIOS NO FACEBOOK ADS!

MKTPRATICO.COM  
EBOOK: GUIA COMPLETO PARA FACEBOOK ADS

BAIXAR

Curtir Comentar

A marca d'água não aparecerá na imagem do anúncio final.

No canto direito você pode acompanhar a prévia do seu anúncio conforme for realizando modificações.

**13.** Crie o formulário que será vinculado a este anúncio clicando na opção **novo formulário** ou selecionando um formulário já criado anteriormente.

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

Duplicar + Novo formulário

	Form Name	Created Date
<input type="radio"/>	Landing Page	11 de Maio ...
<input checked="" type="radio"/>	Levantada de Mão	6 de Maio d...

**Mais volume - Prévia do formulário**

**Informações de contato** ⓘ

"Usaremos seus dados de contato para enviar cotações online. Também compartilharemos seus dados com parceiros confiáveis que podem entrar em contato para oferecer opções de financiamento."

Nome completo  
Insira sua resposta.

Email  
Insira sua resposta.

Cidade

**14.** Primeiramente **dê um nome para o novo formulário** e selecione o tipo. A sugestão é utilizar **mais volume**, eliminando possíveis barreiras de preenchimento.

**Criar formulário**

NOME DO FORMULÁRIO ✎

Salvar Concluir

Conteúdo Configurações

**Tipo de formulário**

Personalize seu formulário dependendo da meta da sua campanha de geração de cadastros. As opções que você selecionar poderão afetar o volume de envios e o custo por cadastro. [Saiba mais](#)

Opções

- Mais volume**  
Use um formulário que seja rápido para preencher e enviar em um dispositivo móvel.
- Maior intenção**  
Adicione uma etapa de verificação para que as pessoas tenham uma chance de confirmar as informações delas.

Apresentação (opcional)

Perguntas

**Mais volume - Prévia do formulário**

Mkt Prático

Texto da descrição

**15.** Clique em configurações e selecione o **idioma padrão da região** que o anúncio será veiculado e deixe a opção **aberto** para compartilhamento.

**Criar formulário**

NOME DO FORMULÁRIO ✎ Salvar Concluir

Conteúdo **Configurações**

**Configuração do formulário**

Escolha um idioma do formulário **Português (Brasil)**

Compartilhamento  **Restrito** – Somente as pessoas para as quais o seu anúncio foi veiculado diretamente poderão enviar esse formulário.

**Aberto** – Seu anúncio pode ser compartilhado, e qualquer pessoa pode enviar esse formulário.

**Identificações de campo**

**Parâmetros de rastreamento**

Mais volume - Prévia do formulário

Informações de contato ⓘ

Email  
Insira sua resposta.

Nome completo  
Insira sua resposta.

Avançar

**16.** Novamente em conteúdo, a opção **apresentação** é opcional, pode **desativá-la** clicando no botão abaixo ou preencher os dados solicitados se desejar.

**Criar formulário**

NOME DO FORMULÁRIO ✎ Salvar Concluir

**Conteúdo** Configurações

Tipo de formulário

**Apresentação (opcional)**

Título  60

Imagem  Usar a imagem do seu anúncio  
A imagem do seu anúncio aparecerá com seu cartão de contexto

Usar imagem carregada  
Tamanho de imagem recomendado: 1.200 x 628 pixels

Layout

Perguntas

Mais volume - Prévia do formulário

Email

Nome completo

**17.** Defina as perguntas do seu formulário de acordo com o material oferecido. Assista a trilha **Funil de Vendas** para te ajudar a entender as melhores perguntas para se colocar conforme etapa do funil.

The screenshot displays a form configuration interface. On the left, under the 'Perguntas' (Questions) section, there are two red boxes: one around the '+ Adicionar pergunta' (Add question) button and another around the '+ Adicionar categoria' (Add category) button. Below these, there is a section for 'Preencher informações automaticamente' (Automatically fill information) with a text input field 'Inserir uma mensagem' (Insert a message) highlighted in red. A red arrow points from this text box to the 'Ver exemplos' (View examples) link. Below this, there are two categories of questions: 'Pergunta Email' (Email question) and 'Pergunta Nome completo' (Full name question), each with a 'Contact Fields' or 'User Information' button. On the right, a preview of the form titled 'Mais volume - Prévia do formulário' (More volume - Form preview) shows a form with two input fields for 'Email' and 'Nome completo', both with the placeholder text 'Insira sua resposta.' (Enter your response.). A blue 'Avançar' (Next) button is at the bottom of the preview. At the very bottom of the interface, there is a progress indicator 'Preencher automaticamente as p... 1 de 3' (Automatically fill the p... 1 of 3).

Adicione também uma mensagem informando o que será feito com esses dados. (Clique em **ver exemplos** para ter ideias do que incluir).

**18.** Cole o **link das políticas de privacidade** da sua empresa (este campo é obrigatório) caso você ainda não tenha políticas de privacidade no seu site, será necessário que crie. Depois modifique o texto que irá aparecer no anúncio.

**Conteúdo** | Configurações

- Tipo de formulário
- Apresentação (opcional) 🔴
- Perguntas
- Política de Privacidade** ⬆️

Como você coletará as informações do cliente, é necessário incluir um link para a política de privacidade da sua empresa. Seu link aparecerá no aviso legal padrão de privacidade do Facebook.

Texto do link  46

URL do link

**Aviso legal personalizado**

Você pode adicionar avisos como adesões e avisos legais ao aviso legal padrão de privacidade do Facebook.

Adicionar aviso legal personalizado

- Tela de agradecimento

**Mais volume - Prévia do formulário**



**Política de Privacidade**

Ao clicar em Enviar, você concorda em enviar suas informações para a Página Mkt Prático, que concorda em usá-las de acordo com sua respectiva política de privacidade. O Facebook também usará essas informações de acordo com as nossas Políticas de Dados, inclusive para preencher formulários automaticamente para anúncios. [Visualizar Política de Dados do Facebook](#), [Políticas de Privacidade](#)

Enviar

Política de Privacidade 2 de 3

**19.** Na tela de agradecimento coloque um **título** e uma **descrição**, selecione o **CTA** de acordo com o anúncio, **modifique o texto deste CTA** e **inclua o link de destino** para onde o usuário será levado após o preenchimento do formulário.

The image shows a configuration interface for a form's thank-you screen. On the left, the 'Conteúdo' tab is active, showing the 'Tela de agradecimento' section. The configuration fields are:

- Título:** Pronto! (53 characters)
- Descrição:** Agora basta clicar no botão abaixo para fazer o download do nosso ebook!
- Tipo de botão:** Baixar
- Texto do botão:** FAZER DOWNLOAD DO EBOOK (37 characters)
- Link do site:** {184/files/e19e7532-6938-4f51-b9eb-748f52fd1a01}Ebook\_ChatBot.pdf

On the right, the 'Mais volume - Previa do formulario' preview shows the form's appearance. It features a header image of a person using a laptop, a 'Mkt Prático' logo, and a white box with the text 'Pronto!' and 'Agora basta clicar no botão abaixo para fazer o download do nosso ebook!'. Below this is a blue button labeled 'FAZER DOWNLOAD DO EBOOK'. Red arrows point from the configuration fields to the corresponding elements in the preview.

## ATENÇÃO:

Caso esteja divulgando um Ebook, inclua aqui o **link do arquivo** e **não da landing page!**

20. Agora basta clicar em **salvar** e depois em **concluir** para usar este formulário.

The screenshot shows the 'Criar formulário' (Create form) interface. At the top, there is a header with the title 'Criar formulário' and a close button. Below the header, there is a text input field labeled 'NOME DO FORMULÁRIO' and a status message: 'Todas as alterações no rascunho foram salvas'. To the right of the status message, there are two buttons: 'Salvar' and 'Concluir'. Both buttons are highlighted with red boxes, and red arrows point to them from above. Below the header, there is a sidebar with two tabs: 'Conteúdo' and 'Configurações'. Under 'Configurações', there are three radio button options: 'Configuração do formulário', 'Identificações de campo', and 'Parâmetros de rastreamento'. To the right of the sidebar, there is a preview area titled 'Mais volume - Prévia do formulário'. The preview shows a person using a laptop with a 'Mkt Prático' logo and the text 'Pronto! Agora basta clicar no botão abaixo para fazer o download do nosso ebook!'.

**21. Se tiver um pixel** instalado **ative o rastreamento** para analisar futuramente o comportamento de quem interagiu com este formulário, e de preferência **utilize os Parâmetros de URL** para realizar um melhor acompanhamento no **Google Analytics** deste anúncio. Para finalizar clique em **Confirmar**.

**Rastreamento**

Rastreamento de conversão ⓘ

Pixel do Facebook ⓘ

● Pixel Blog Training  
Identificação: 2647185045303276

Eventos do aplicativo ⓘ

Eventos offline ⓘ

Parâmetros de URL (opcional) ⓘ

formulario\_facebook\_cadastro

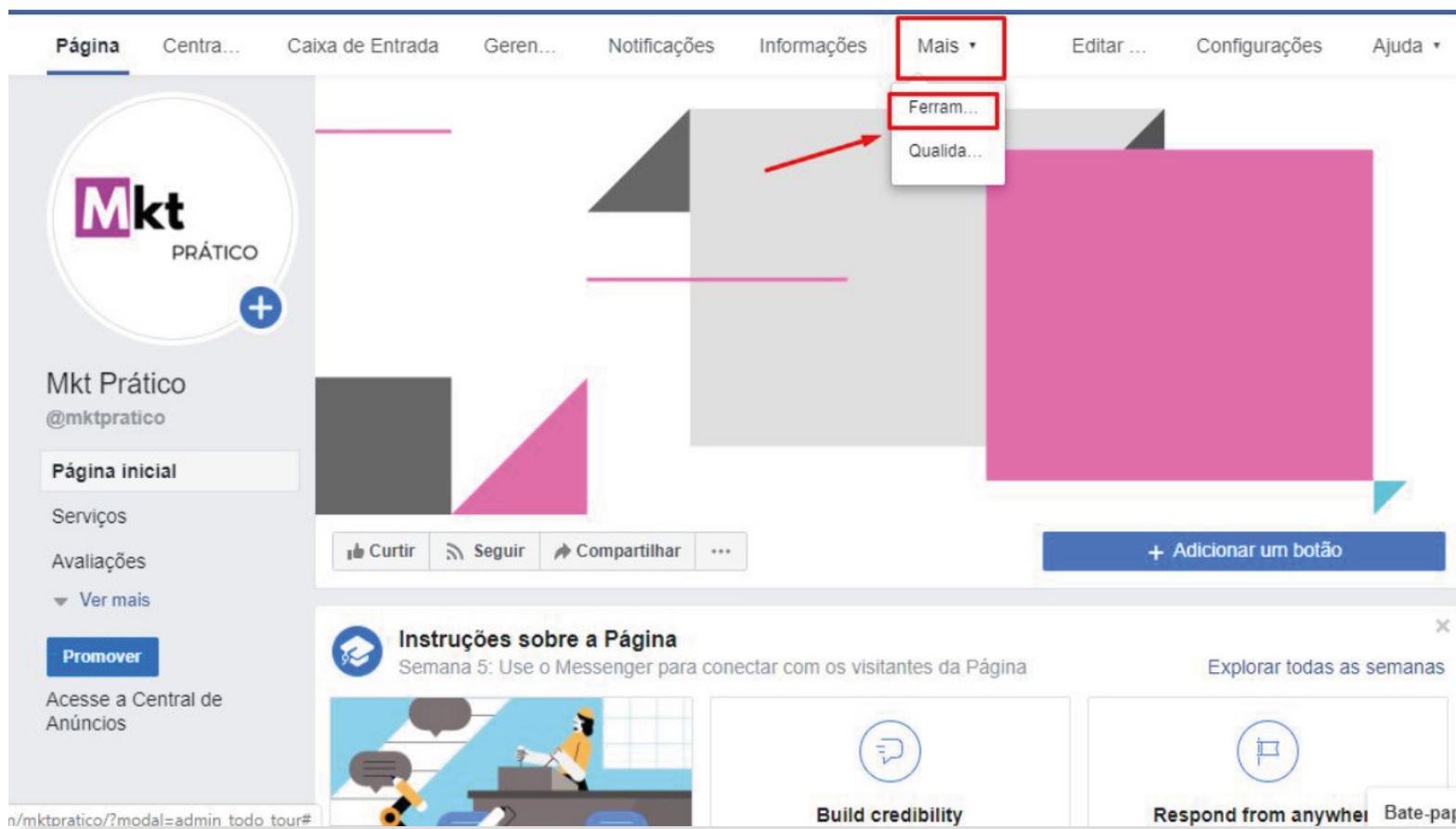
[Criar um parâmetro de URL](#)

Ao clicar em "Confirmar", você concorda com os [Termos de Serviço do Facebook](#), incluindo sua obrigação de cumprir com os [Termos para Criação de Anúncios com Autoatendimento](#), os

**22.** Você verá uma tela como esta para acompanhar os cadastros do seu anúncio, e pode escolher entre fazer o **download em CSV** dos novos leads ou **Integrar ao seu CRM** caso esteja disponível.



**23.** Para acessar os cadastros diretamente pela sua página clique na **opção mais** e selecione **ferramentas de publicação**.



24. Procure no menu esquerdo a opção **Formulários de Anúncios de cadastro** e clique em **Biblioteca de formulários**.

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, the navigation bar includes the Facebook logo, the page name 'Mkt Prático', a search bar, and user information for 'Patrícia'. Below this, a secondary navigation bar contains options like 'Página', 'Centra...', 'Caixa de Entrada', 'Geren...', 'Ferra...', and 'Mais'. A dropdown menu is open under 'Ferra...', showing 'Ferramentas de publicação'. On the left sidebar, the menu is organized into sections: 'Biblioteca de vídeos', 'Ferramentas', 'Conteúdo de marca', and 'Suas publicações'. The 'Formulários de anúncios de cadastro' option is highlighted with a red box, and a red arrow points to it. Below it, 'Biblioteca de formulários' is also highlighted with a red box and a red arrow. The main content area shows a table of ad campaigns with columns for 'Pessoas alcançadas' and 'Engajamentos com a public'.

	Pessoas alcançadas	Engajamentos com a public		
	0	0	9 de abril de 2020 13:39	Público
	1	0	9 de abril de 2020 13:39	Público
	1	0	9 de abril de 2020 13:39	Público
Mkt Prático atualizou a foto da capa dele.	1	0	9 de abril de 2020 13:38	Público

**25.** Procure pelo formulário criado no anúncio e clique na opção **download** para ter acesso aos cadastros em formato de planilha.

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. At the top, the user is logged in as 'Patricia' and is on the 'Página inicial' (Home) page. The navigation bar includes 'Página', 'Centra...', 'Caixa de Entrada', 'Geren...', 'Ferramentas de publicação', and 'Mais'. The 'Ferramentas de publicação' menu is highlighted with a red box and a red arrow. Below this, there is an information box about CRM integration. The main content area is titled 'Biblioteca de formulários' (Form Library) and contains a table of forms. The table has columns for 'Nome', 'Status', 'Criado', 'Número de ...', 'Compart...', 'Cadastros', and 'Impulsionar'. One form is listed with the name 'NOME DO FORMULÁRIO Prévia', status 'Ativo', and creation date '11 de Maio d...'. The 'Download' button in the 'Cadastros' column is highlighted with a red box and a red arrow.

Nome	Status	Criado	Número de ...	Compart...	Cadastros	Impulsionar
<input type="checkbox"/> NOME DO FORMULÁRIO Prévia	Ativo	11 de Maio d... Patricia...	0 0 expirados	Aberto	Download	Impulsionar

**26.** Você pode também **buscar pelo seu CRM** e caso possua a integração, realizar os passos propostos pelo Facebook.

**Configuração dos cadastros**

Configure um CRM para fazer com que seus cadastros sejam enviados instantaneamente. Sem um CRM, você precisará baixar um arquivo CSV regularmente para ver novos cadastros. [Saiba mais.](#)

Conecte-se a um CRM agora para começar a ver seus leads em tempo real.

HubSpot - [Conectar do site](#) ⓘ

Para se conectar a este CRM, clique em Conectar no site e siga as etapas no site do CRM. Adicione o formulário de lead que você está usando neste anúncio ao CRM, para que ele possa coletar novos leads desse formulário.

Veja mais integrations.

**Conectar a um CRM**

Você precisa de uma conta de CRM para conectar seu anúncio a um CRM. Acesse a [CRM integrations page](#) para ver as opções disponíveis.

anúncios de cadastro. Se não estiver usando um CRM, acesse [cadastros](#) ou acesse a [Help Center](#).

> **Etapa 1: Encontre seu CRM**

▼ **Etapa 2: Conecte ao seu CRM**

Com base no CRM que procurou, você receberá uma das opções a seguir:

**Conectar do site:** Você precisa configurar a conexão com o seu CRM. Clique no link [Connect From CRM Website](#) e siga as orientações no site do seu CRM para concluir a integração.

**Conectar:** Você pode configurar sua conexão do CRM por meio do Facebook usando um serviço chamado Zapier. Clique no botão [Connect](#) para configurar a integração.

**27.** Para saber o desempenho da sua campanha e quantos cadastros foram gerados, acesse [facebook.com/adsmanager](https://facebook.com/adsmanager) e na aba resultados saberá quantos cadastros foram gerados até o momento da campanha.

Nome da campanha	Estratégia de lance	Orçamento	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto
Geração de cadastros	Usando a estr...	Usando orç...	Cadastro n...	—	—	Por cadastr...	R\$ 0,00
Resultados de 1 campanha				Pessoas	Total	—	R\$ 0,00 Total gasto

 **rock** university  
training