

# CONFIGURAR CAMPANHAS DE FACEBOOK

Ao utilizar a publicidade do Facebook, é possível chegar a públicos que ficam expostos ao seu negócio, segmentados por localização, idade, interesses e mais, fazendo-lhes chegar a sua publicidade. Ao seguir os passos abaixo, será convidado a participar na criação de uma campanha de anúncios do Facebook.

- Criar uma conta de Facebook Business
- Pré-lançamento: Determinar os objetivos da campanha (reconhecimento de marca, conversões, cliques/visualizações). Garantir que os objetivos são Específicos, Mensuráveis, Alcançáveis, Relevantes e delimitados no Tempo. Definir o grupo alvo e como chegar a potenciais clientes. Determinar o orçamento para a campanha.
- Abrir o gestor de anúncios do Facebook (<https://www.facebook.com/ads/manager/creation>)
- Escolher o objectivo da campanha no menu.
- Personalizar o público-alvo com base em idade, género, linguagem, interesses, estado civil, etc.
- Personalizar o público através de uma lista de clientes, tráfego num website ou actividades numa aplicação (mais detalhes: <https://www.facebook.com/business/help/341425252616329>)

# CONFIGURAR CAMPANHAS DE FACEBOOK

- Escolher quanto gastar nos anúncios e definir o máximo em função do custo diário ou da duração total do anúncio.
- Determinar como pagar (Impressões ou Custo por Clique).
- Escolher quando o anúncio deve ser visualizado no menu de calendarização do anúncio (horas específicas ou dias). Tornar o anúncio visível apenas quando o grupo alvo estiver no Facebook. Personalizar a maneira como o anúncio é demonstrado (imagens, cabeçalho, texto, etc). Especificar a colocação do anúncio (feed de notícias do computador, feed de notícias do telemóvel, coluna da direita ou Audience Network (apps móveis parceiras do Facebook)).
- Quando terminado, proceder com a encomenda. Rever e editar a encomenda antes de a publicar.
- Gestão de Campanha - Examinar as medidas mais importantes para avaliar os resultados do anúncio (desempenho, interações, vídeos, website, aplicações, eventos, cliques, definições, desempenho do orçamento).
- Garantir a rotatividade dos anúncios frequentemente de modo a evitar tédio (ritmo de rotação 3-5 dias).
- Ajustar a campanha de anúncios se ainda não atingiu os padrões desejados.