## Conversion Leads: Adicionando Qualidade aos seus Anúncios de Cadastro

**GUIA DO DESENVOLVEDOR** 



## Seções

- I. Visão Geral
- II. Recuperando Leads
- III. Enviando Eventos de CRM
- IV. Configurando o Funil de Vendas
- V. Referência Adicional

## I. Visão Geral

## Lead Ads Quality (Conversion Leads) O Produto

Este é um produto de Deep-Funnel Optimization (DFO), isto é, ele otimiza para um evento **offline** de fim de funil.

Porém, ele requer campanhas **Lead Ads** (de Cadastro) – geração de leads **onsite** (FB ou IG)! Com base em um **funil** de vendas (simplificado) de 2-4 eventos (recomendamos 4 eventos distintos):

- · Você também pode ter eventos "negativos", se você assim desejar.
- · Após definir seu funil, não o altere, caso você já tenha começado a enviar eventos!
- Assegure-se que o estágio selecionado para otimização tem uma taxa de conversão em torno de ~3-40% geralmente, o penúltimo estágio é uma boa escolha.

## Lead Ads Quality (Conversion Leads) Sumário

Caso de uso: for clientes executando Lead Ads (Anúncios de Cadastro), que desejam otimizar para a qualidade do lead gerado, quando a conversão afim não ocorra online.

Janela de otimização: até 28 dias.

Origem do evento (em que canal o evento ocorre): CRM/Dados Offline.

Requer CAPI: Sim.

Qualidade do sinal: gerar ao menos 250 leads por mês,

e ao menos 120 eventos (no total) por mês.

Preenchimento: você pode preencher com dados de até 7 dias no passado.

#### I. VISÃO GERAL

## Os anúncios de cadastro permitem que as pessoas expressem interesse com um clique e que as empresas atinjam os objetivos

Crie formulários personalizados para dispositivos móveis com anúncios de cadastro Informe as pessoas sobre a sua empresa e escolha entre os mais variados recursos para criar um formulário personalizado que atenda às suas necessidades.

#### Otimize para os cadastros importantes para a sua empresa

Escolha se deseja que a Meta maximize o número de cadastros gerados ou otimize para cadastros com maior probabilidade de conversão.

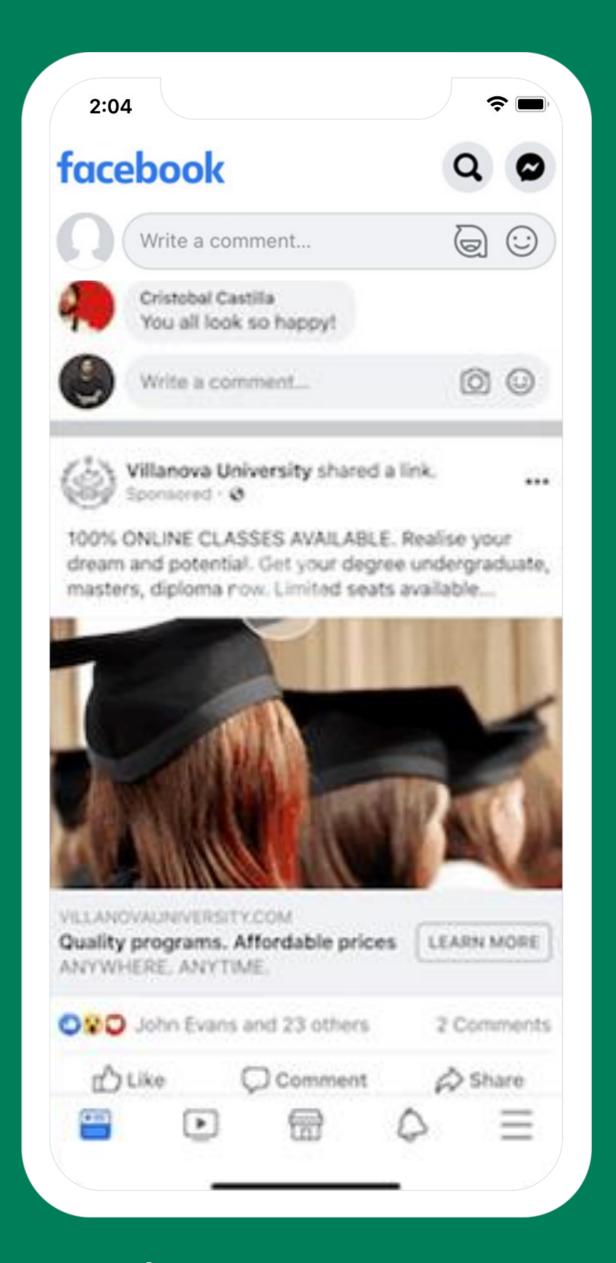
#### Integre-se perfeitamente ao seu fluxo de trabalho existente

Integre seu CRM para que os novos cadastros sejam enviados automaticamente a você.

20%

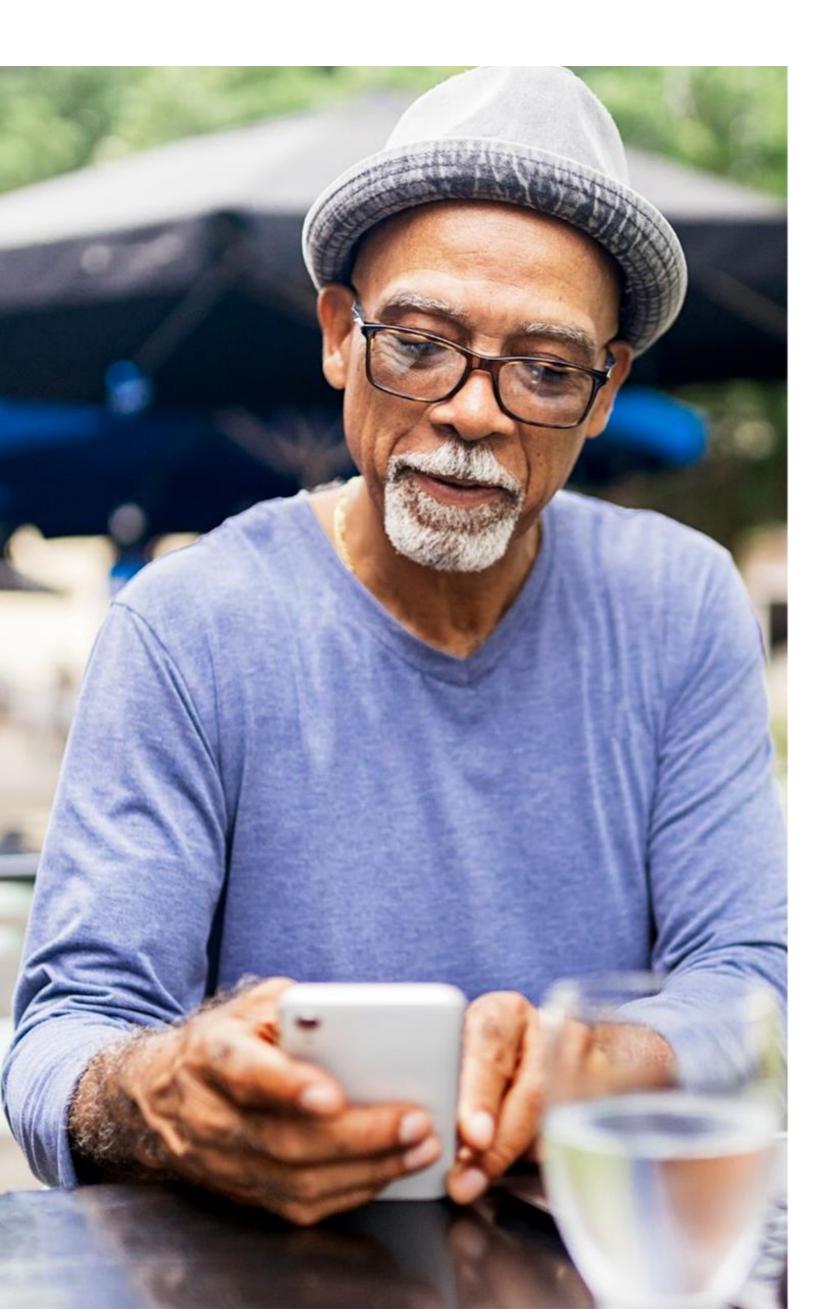
de aumento na taxa de conversão de cadastro em venda em média para os anúncios de cadastro estudados que usam a nova otimização de qualidade de cadastros de conversão com uma integração de CRM em comparação com a otimização existente\*

\*Resultados do teste CS-BQRT de back-end realizado em outubro de 2020 para 26 anunciantes integrados ao CRM de 9 verticais e 10 países; otimização existente otimiza o volume de leads; o aumento da qualidade baseia-se na otimização de uma única etapa entre a criação de um lead e a venda final. Assim, um aumento na taxa de conversão nem sempre pode significar um aumento na venda final.



ANÚNCIOS DE CADASTRO (FORMULÁRIOS INSTANTÂNEOS)

#### I. VISÃO GERAL



## Temos nos concentrado na melhoria da qualidade dos cadastros com cadastros de conversão

Em testes de backend conduzidos em outubro de 2020 para 26 anunciantes com CRM integrado em diferentes verticais e países, os anúncios de cadastro que usaram a meta de otimização de cadastros de conversão tiveram em média:

>20%

de aumento na taxa de conversão de cadastro em venda em comparação com a otimização existente Pesquisa em 18 anunciantes com CRM integrado em um estudo de teste A/B de front-end conduzido em outubro de 2020 sugeriu que a otimização da qualidade:

aumentou as taxas de conversão de cadastro em venda

80%

das vezes

reduziu o custo por cadastros qualificados

42%

das vezes

Observação: o aumento da qualidade baseia-se na otimização para um evento entre o momento em que um cadastro é criado no sistema de CRM do cliente e o momento em que uma venda final ocorre. Portanto, um aumento na taxa de conversão nem sempre significa um aumento nas vendas finais. Fontes: testes de backend CS-BQRT com 26 anunciantes com CRM integrado em várias regiões e verticais, com início em 05/10/2020 e término em 09/11/2020; Testes A/B de front-end com 18 anunciantes com CRM integrado em várias regiões e verticais, com início em 05/10/2020 e duração de três a cinco semanas.

## Lead Ads Quality (Conversion Leads) Implementação em Três Passos

- 1) Recuperando Leads precisamos do atributo "leadgen\_id" (lead id)
  - Antes, uma campanha de geração de Leads (Cadastros) com um ad set (conjunto de anúncios) otimizados para Leads (volume)
    - Não use a otimização "Conversion Leads" até que seu modelo esteja totalmente integrado!
- 2) Enviando Eventos de CRM precisamos de ao menos dois eventos diferentes/dia por uma semana
  - Via CAPI, usando o (recentemente criado) CRM Pixel
- 3) Configurando o Funil de Vendas para integrar o modelo do cliente com nossa plataforma
  - Depois, uma campanha de geração de **Leads** com um ad set otimizado para **Conversion Leads** pode ser criado.

## Lead Ads Quality (Conversion Leads) Pré-requisitos

Uma **Página** no FB

Um Formulário Instantâneo - somente "onsite" leads são suportados no momento

Um App no FB

Um novo CRM pixel – nós de fato recomendamos criar um novo pixel neste caso

## Lead Ads Quality (Conversion Leads) Ferramentas de Apoio

Acelerador (Código de exemplo de um Webhook e uma coleção do Postman)

https://github.com/fbsamples/lead-ads-webhook-sample

Formulários Instantâneos ("instant forms" de uma Página)

https://business.facebook.com/latest/instant\_forms/forms

Ferramenta de Teste de Lead Ads

https://developers.facebook.com/tools/lead-ads-testing

Eventos de Final de Funil (eventos de CRM):

https://developers.facebook.com/tools/lead\_ads\_down\_funnel\_events/?data\_source\_id=<pixel id>

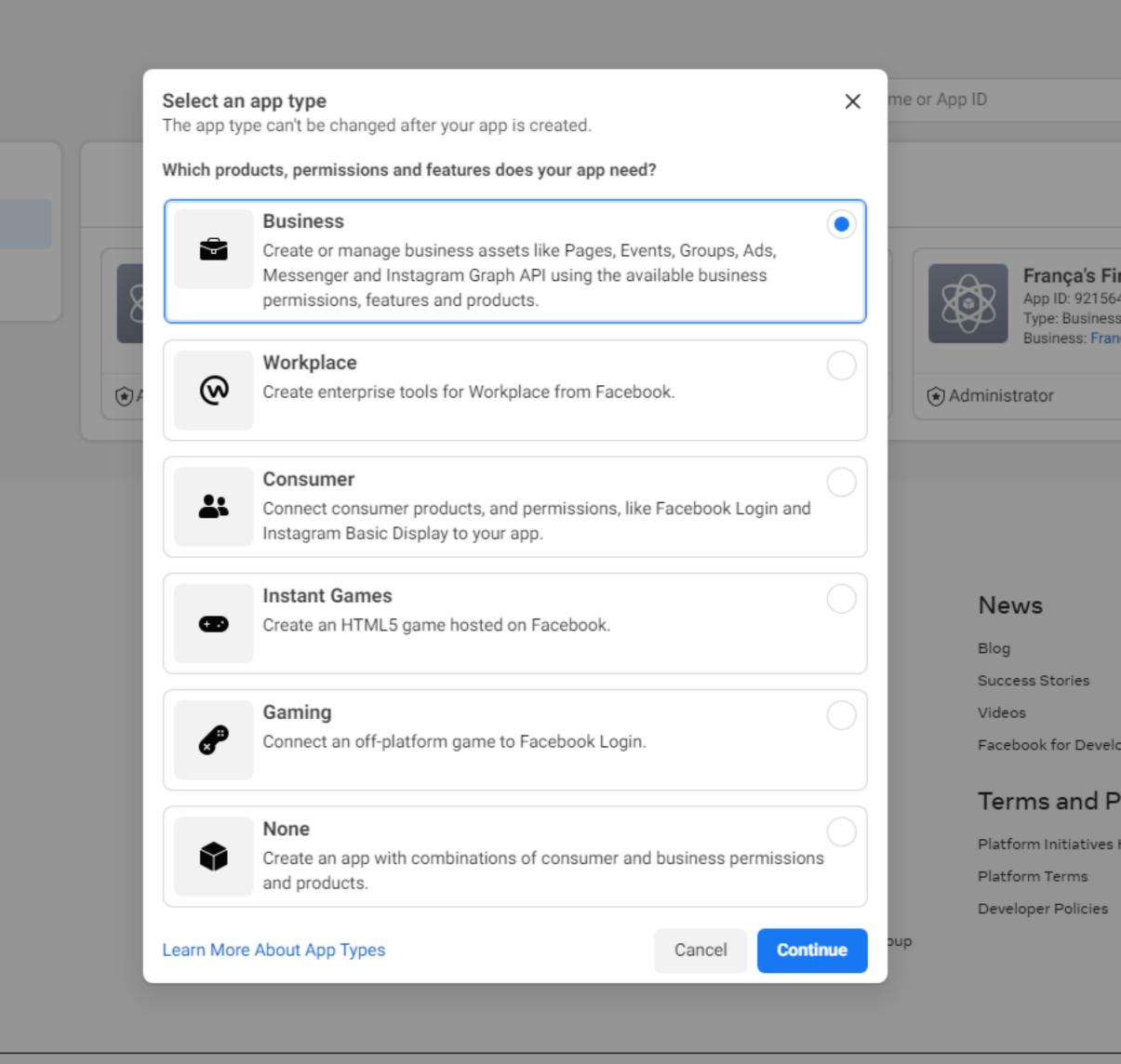
## II. Recuperando Leads

#### II. RECUPERANDO LEADS

## Criando uma Aplicação no FB

https://developers.facebook.com/apps/

- Settings, Basic
  - App Domains:
    - e.g., api. < seu-domínio-aqui >
  - Privacy Policy URL
  - [Add Platform]
    - Website
- Products, Add Product
  - Webhooks



About Create Ad Careers Privacy Policy Cookies

## Exemplo de um Recurso REST (Controller no exemplo do GitHub)

WebhooksController class herda de ControllerBase, anotada com [Route("api/[controller]")] [Produces("application/json")].

Defina o método GET (valida a subscription).

- public IActionResult VerificationRequest(
  - [FromQuery(Name = "hub.mode")] string mode = "",
  - [FromQuery(Name = "hub.challenge")] string challenge = "", // Inteiro que precisa ser devolvido.
  - [FromQuery(Name = "hub.verify\_token")] string verifyToken = "")

Defina o método POST (recebe a notificação de novos leads).

- public IActionResult YouGotANewLead([FromBody] JsonElement body)
  - var leadgen\_id = value.GetProperty("leadgen\_id");
  - string leadgen\_idString = System.Text.Json.JsonSerializer.Serialize(leadgen\_id);

## Criando uma Subscription – passo 1/2 (Assinatura do lado da App....)

Usando o Token de Acesso da Aplicação

POST https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{app id}}/subscriptions

- object page

- fields leadgen

- verify\_token <uma-frase-criativa-aqui>

callback\_url https://<my-endpoint>/api/webhooks

- E para confirmar...
  - GET https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{app id}}/subscriptions
  - (ou) https://developers.facebook.com/apps/<your-app-id>/webhooks/?business\_id=<seu-business-id>

## Criando uma Subscription – passo 2/2 (Assinatura do lado [de cada] **Página...**)

#### Permissões necessárias:

- [business\_mangement, pages\_show\_list], leads\_retrieval, manage\_pages
  - pages\_manage\_ads, pages\_manage\_cta, pages\_manage\_engagement,
     pages\_manage\_instant\_articles, pages\_manage\_metadata, pages\_manage\_posts

Com um Token de Acesso de Usuário de Sistema (vinculado a uma Facebook App), liste as páginas disponíveis (e tokens correlacionados)...

GET https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{system user id}}/accounts

Então, com um Token de Acesso de **Página**...

POST https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{page id}}/subscribed\_apps?subscribed\_fields=leadgen

Finalmente, para confirmar...

GET https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{page id}}/subscribed\_apps

#### II. RECUPERANDO LEADS

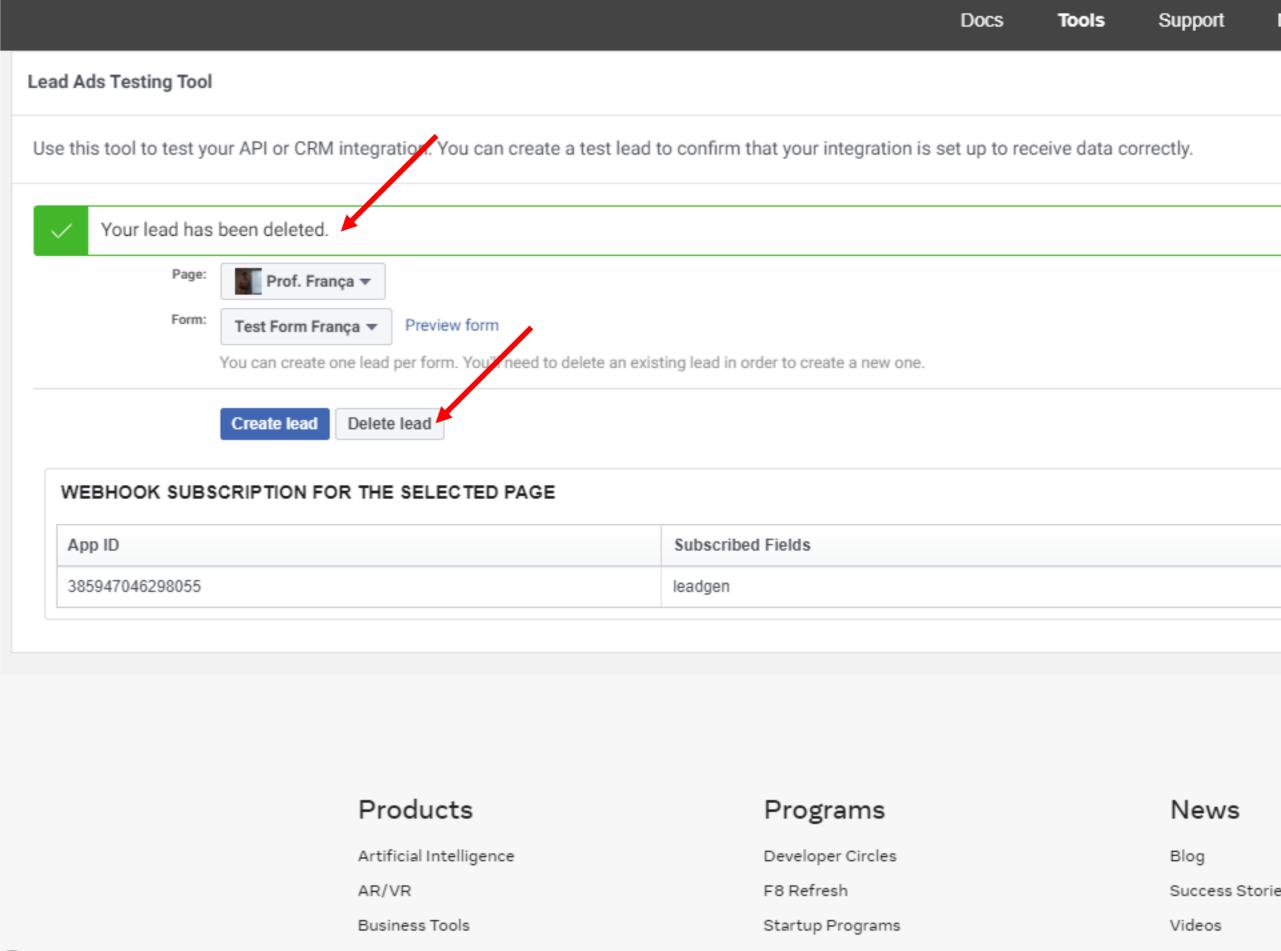
## Testando o Lead Ad (E o webhook...)

Ferramenta de Teste (apenas um lead de teste é permitido por vez)

- https://developers.facebook.com/tools/lead-ads-testing
  - Page
  - Form
  - Create lead

#### Recuperando o Lead

- GET https://graph.facebook.com/v{{api version}}/{{leadgen id}}
- (or) Bulk Read



Gaming Open Source Publishing Social Integrations Social Presence

ThreatExchange Support Developer Support Bugs Platform Status Facebook for Developers Community Group

Sitemap

Facebook for [ Terms an Platform Initia Platform Term

Developer Poli

About Create Ad Careers Privacy Policy Cookie

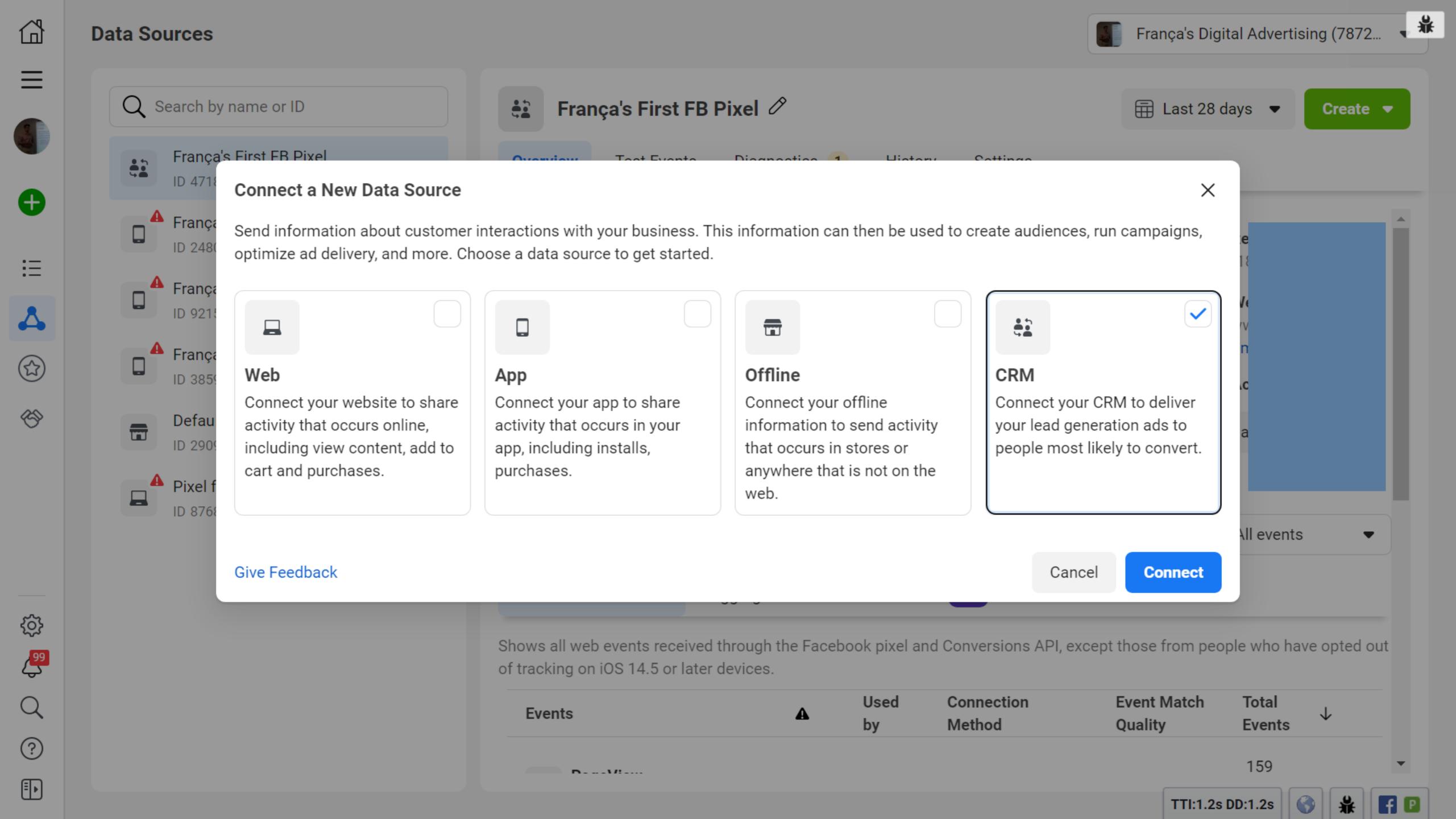
### III. Enviando Eventos de CRM

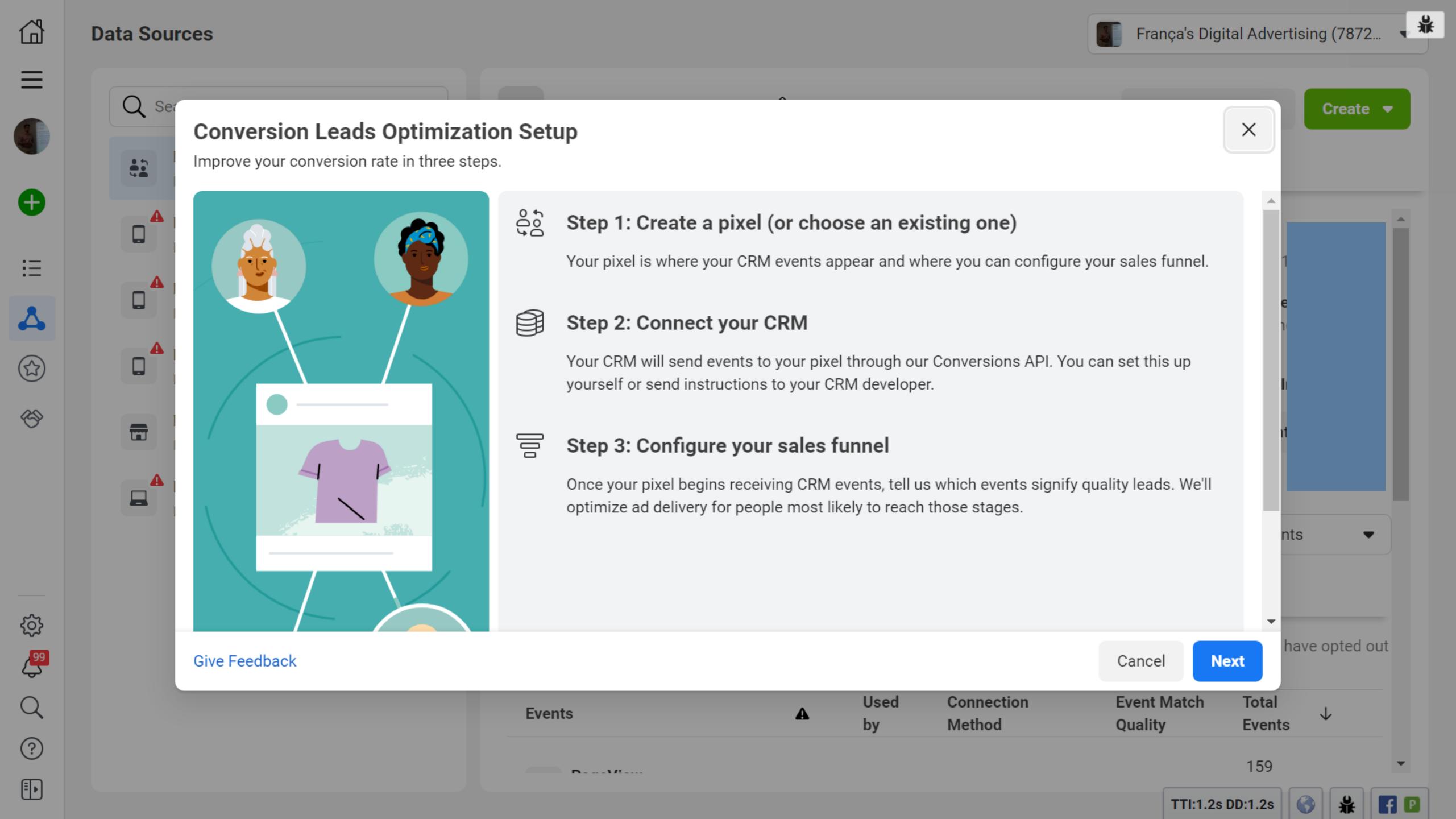
### Especificando o Pixel (id)

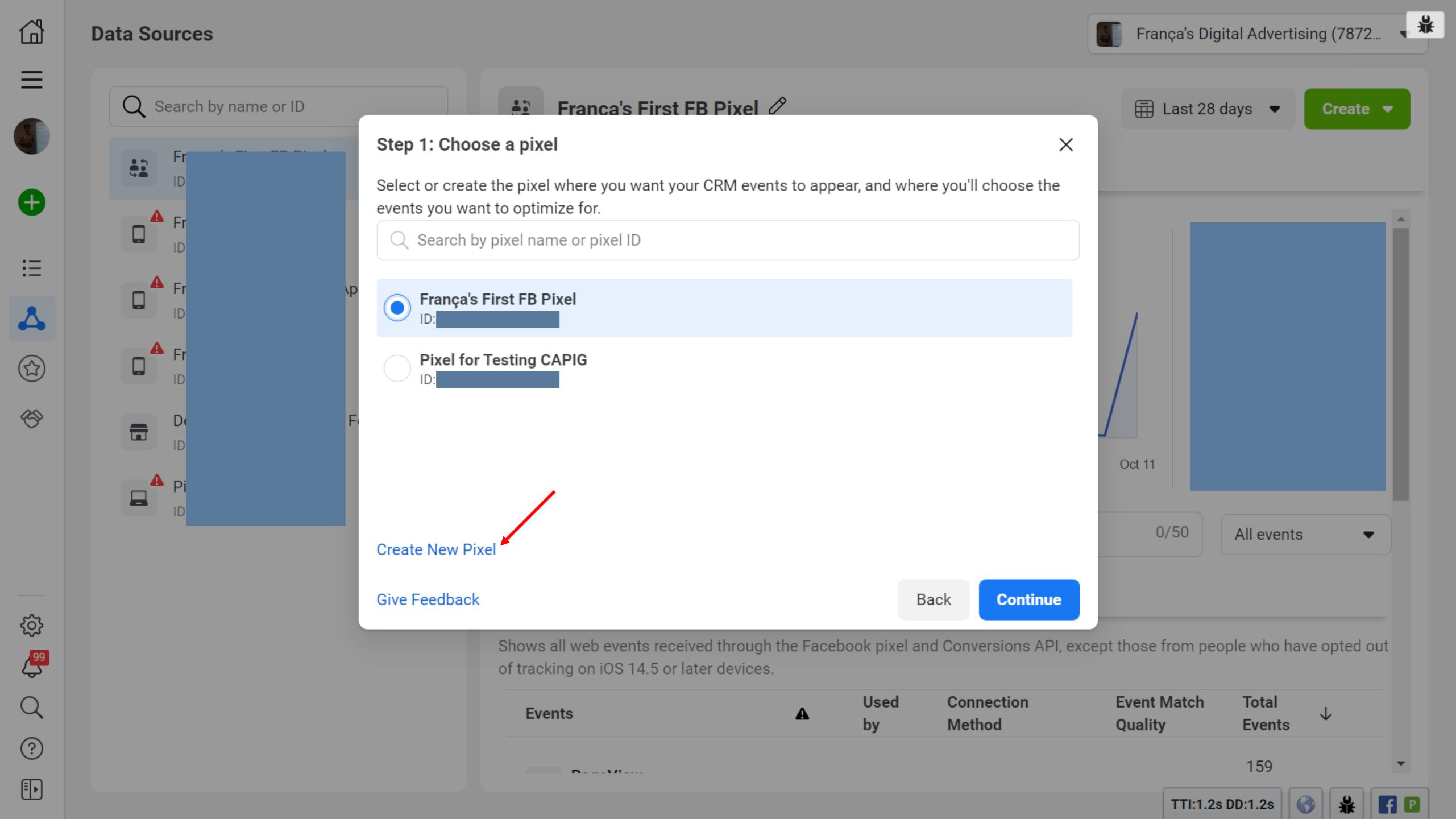
Na verdade você não precisa de um "Web Pixel" instalado em uma Página...

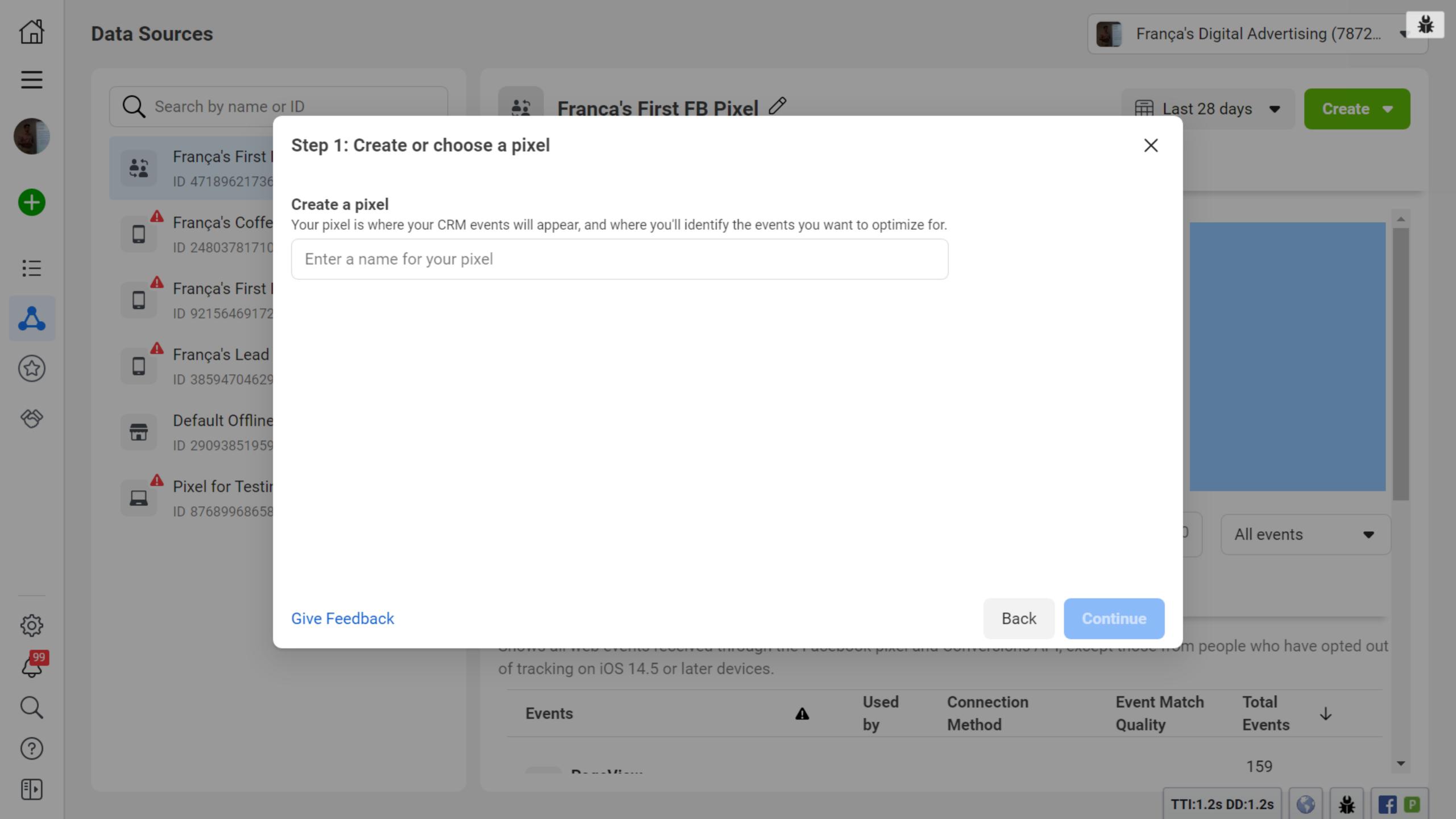
Nós de fato recomendamos criar um pixel em separado para esta integração de CRM.

Um token de usuário de sistema precisa ser gerado.









#### Generate an Access Token

An access token gives you access to the Conversions API. Each time you make an API call, you'll be required to use your access token.

Generate your access token and then copy it from below. For your security, Facebook won't save your access token. If you forget your access token, you can create a new one. Learn More

**Generate Access Token** 

Last creation: Oct 11, 2021, 11:13 AM by Marcelo França

#### Sending CRM events through the Conversions API

Once you have an access token, choose which CRM events you want to send, build your payload, and make requests. Your payload will include information about the events and parameters you send.

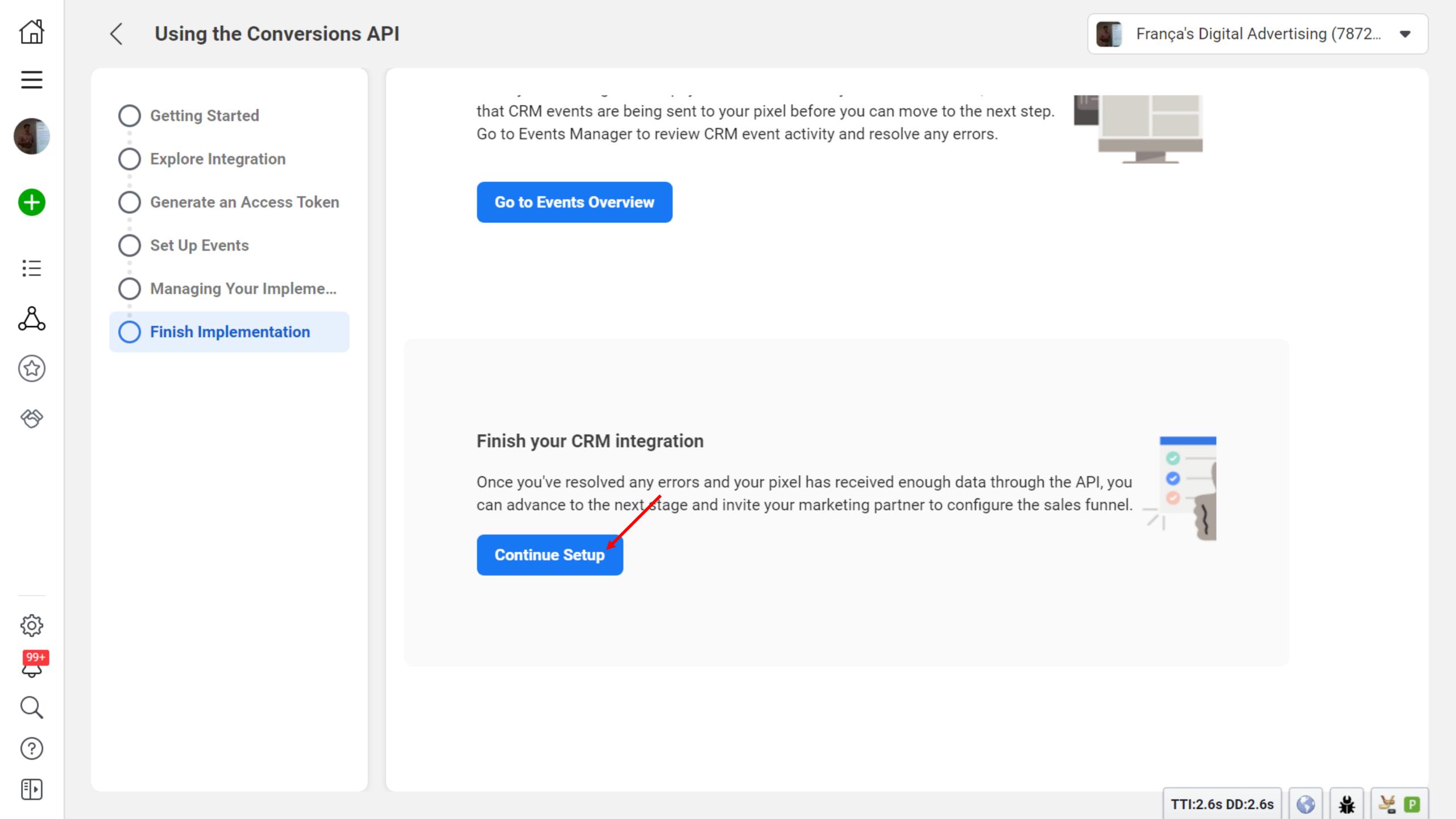
#### Make a POST Request

To send new CRM events, make a POST request to this API's /events edge from this path: https://graph.facebook.com/{API\_VERSION}/{PIXEL\_ID}/events?access\_token={TOKEN}.









### Enviando Eventos (offline)

Uma Postman Collection está disponível no repositório FB Samples (GitHub).

O "nome" do evento (customizado) pode ser "qualquer coisa" – ele NÃO é um evento padrão.

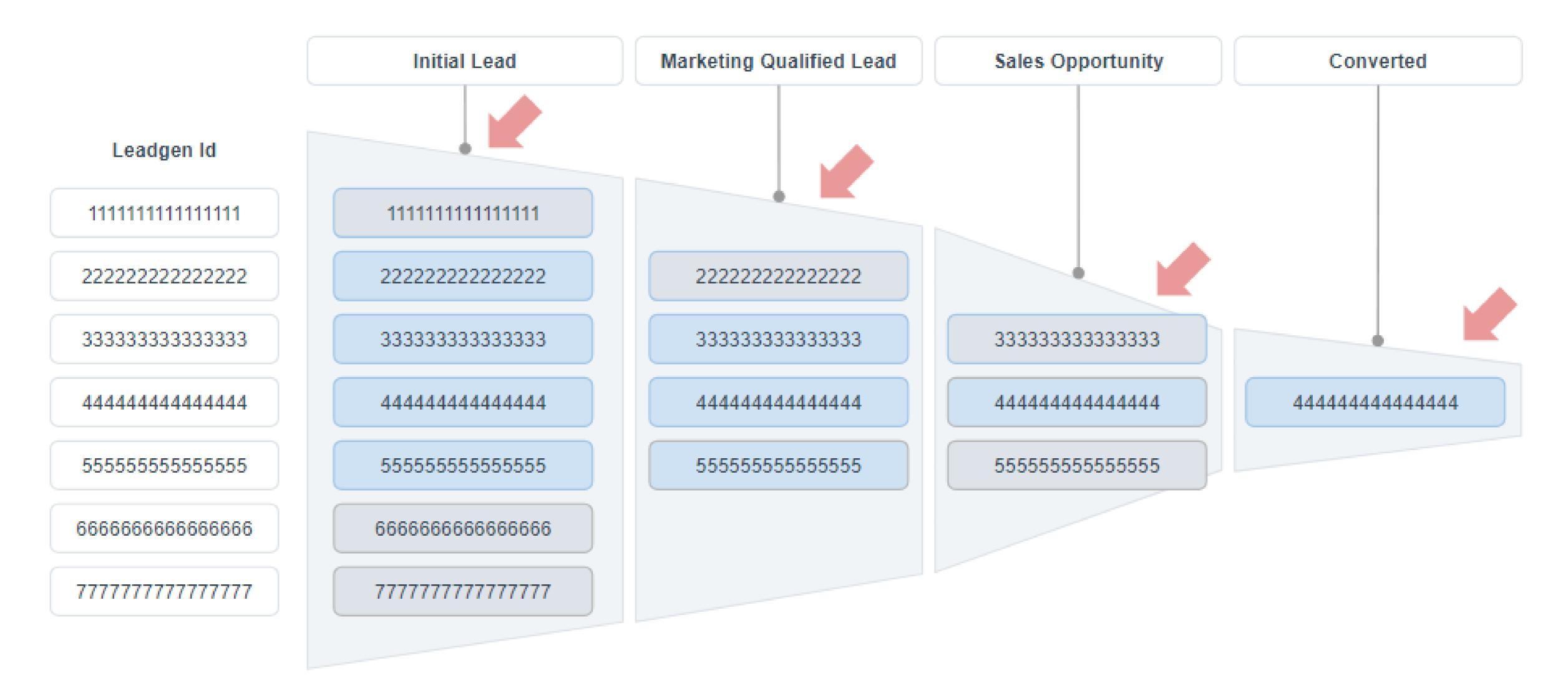
Atente para o fato de que eventos, porém, ainda podem ser descartados por questões de privacidade.

Nós recomendamos aos clientes que salvem o "fbtrace\_id" em seus sistemas.

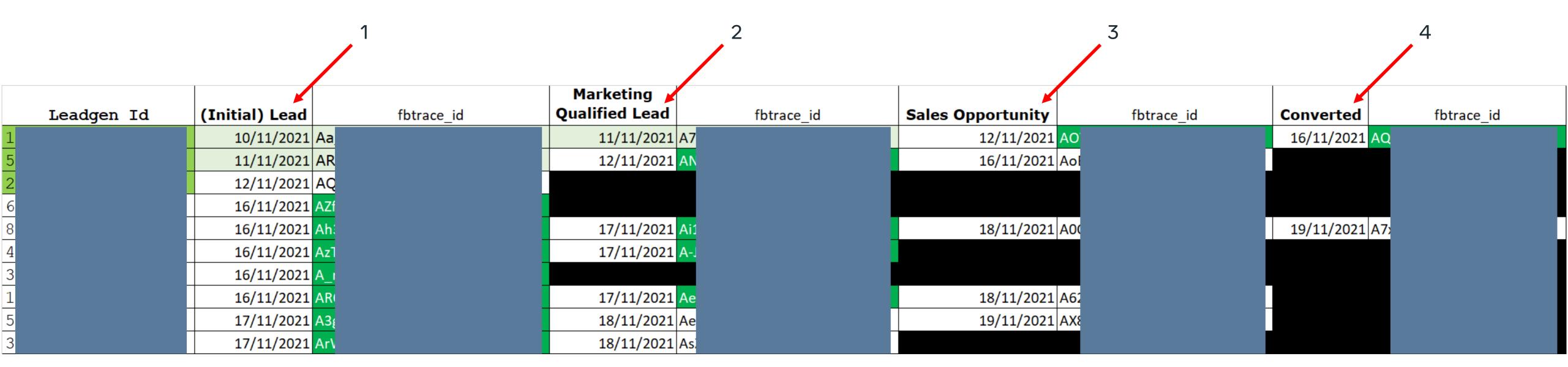
Dois eventos são o mínimo, mas nós recomendamos quatro.

· Você pode desejar otimizar para o penúltimo (neste caso, o terceiro) depois...

## Exemplo de um Funil de 4 Estágios

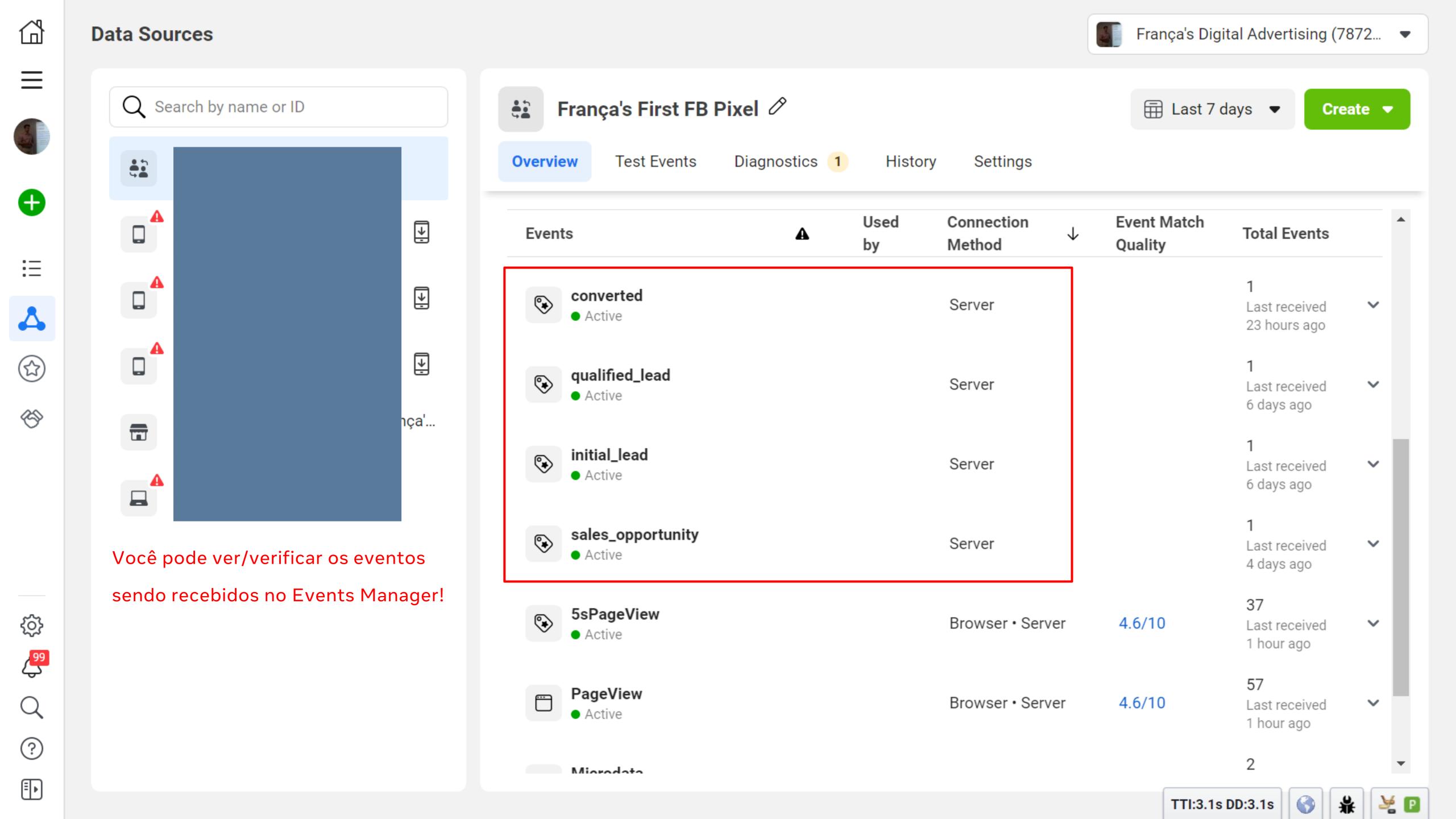


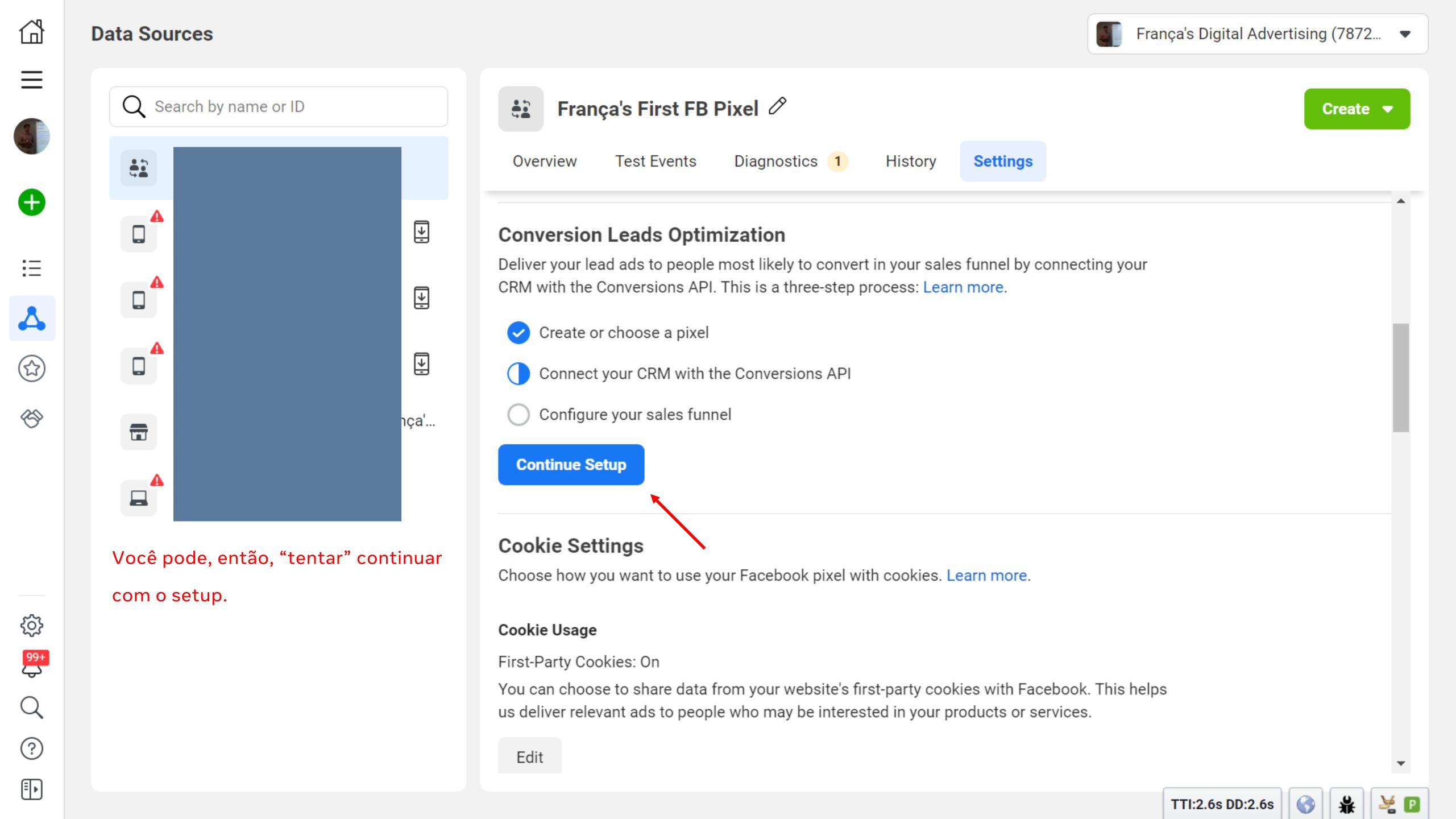
### Exemplo de Eventos

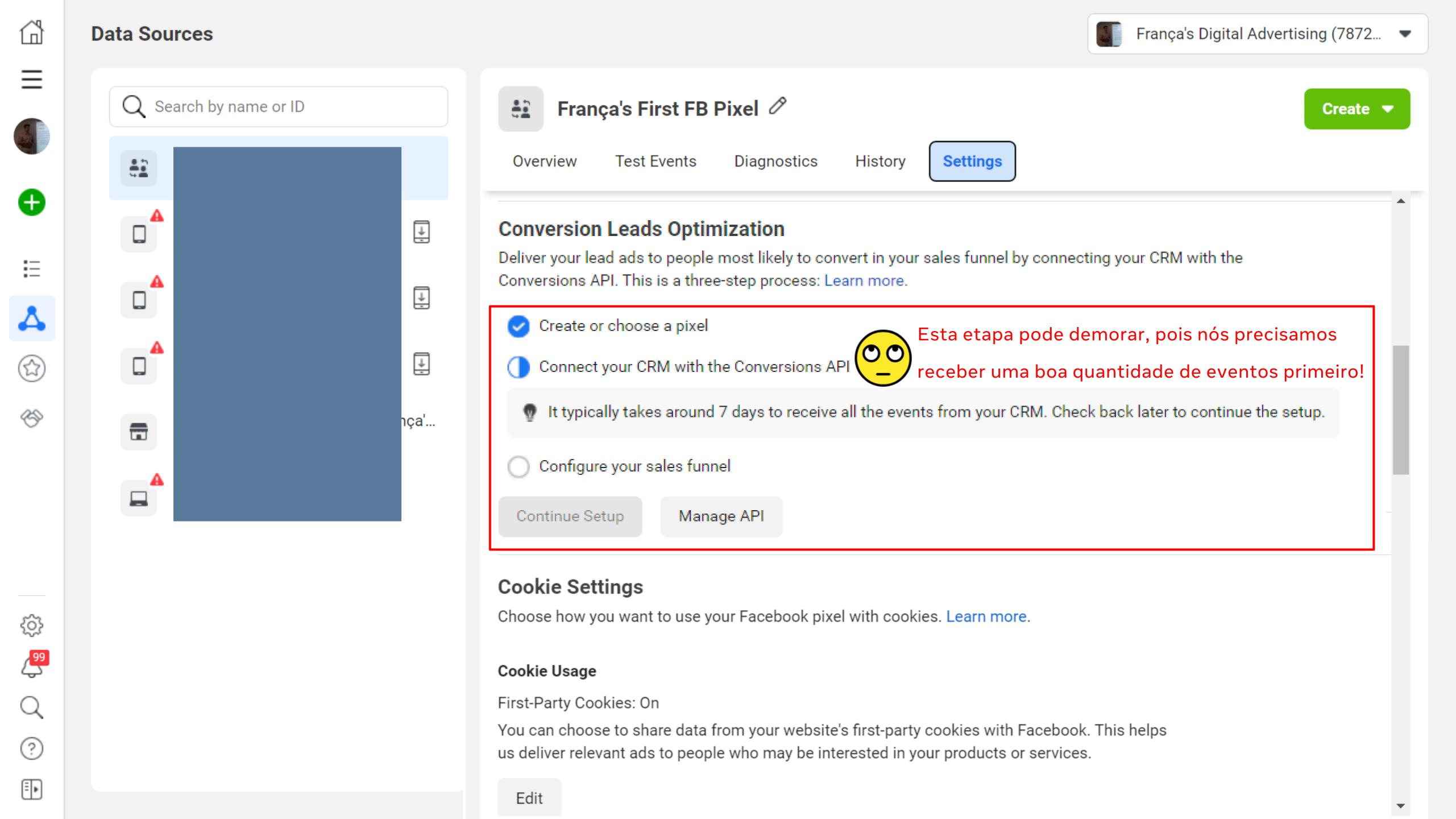


### Exemplo de um Funil Detectado









Deliver your lead ads to people most likely to convert in your sales funnel by connect CRM with the Conversions API. This is a three-step process: Learn more.

- Create or choose a pixel
- Connect your CRM with the Conversions API
- Novamente, certifique-se de que esteja enviando o mínimo requerido **regularmente**.

  Configure your sales funnel Também verifique a ferramenta de apoio Down Funnel Events para mais informações!

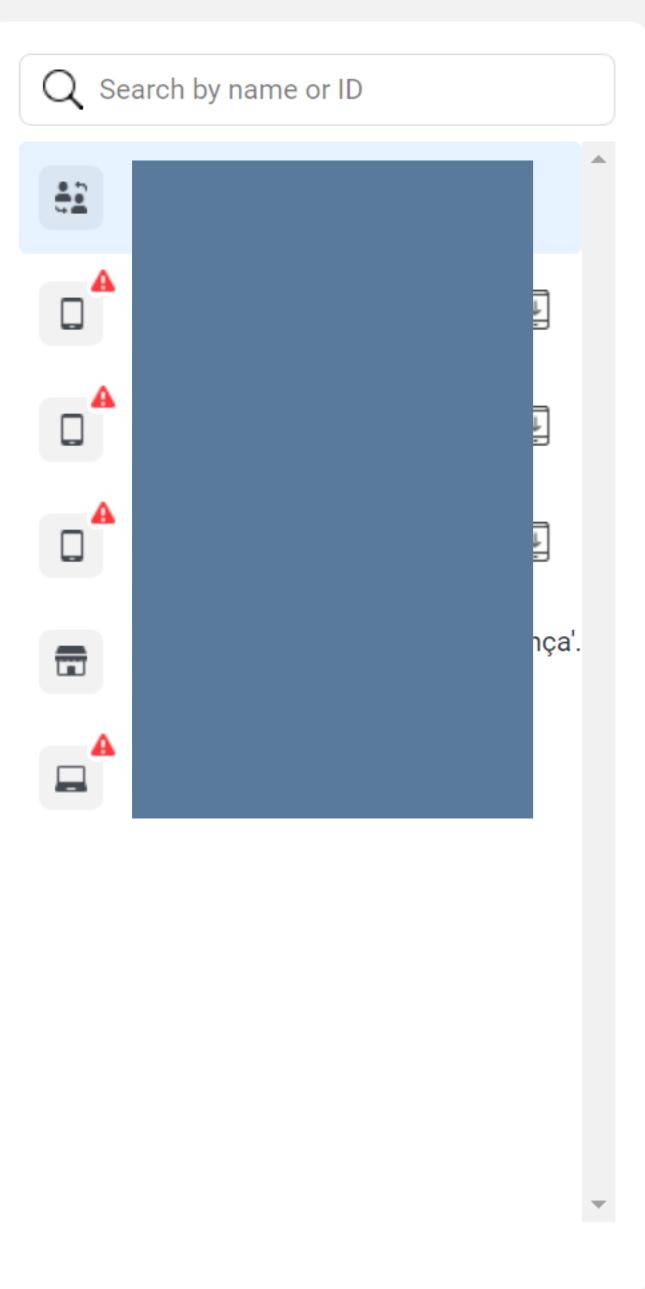
Continue Setup

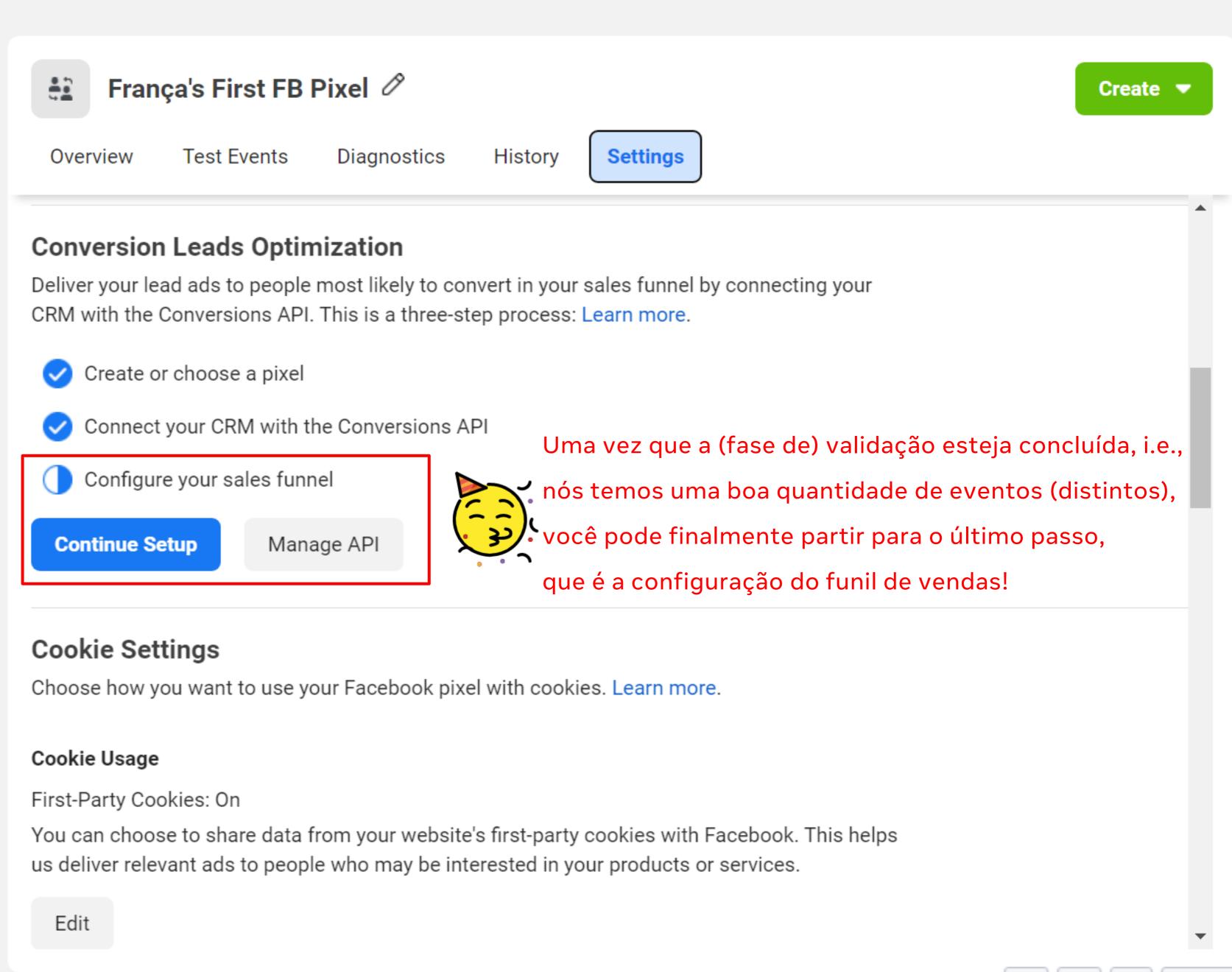
Manage API

Your CRM integration is pending additional activity or may have errors to resolve. Check your pixel.

# Data Sources Search b

₽



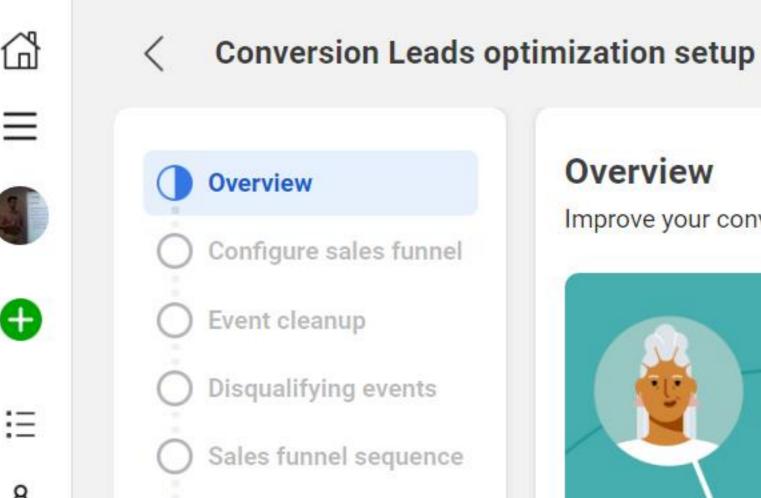




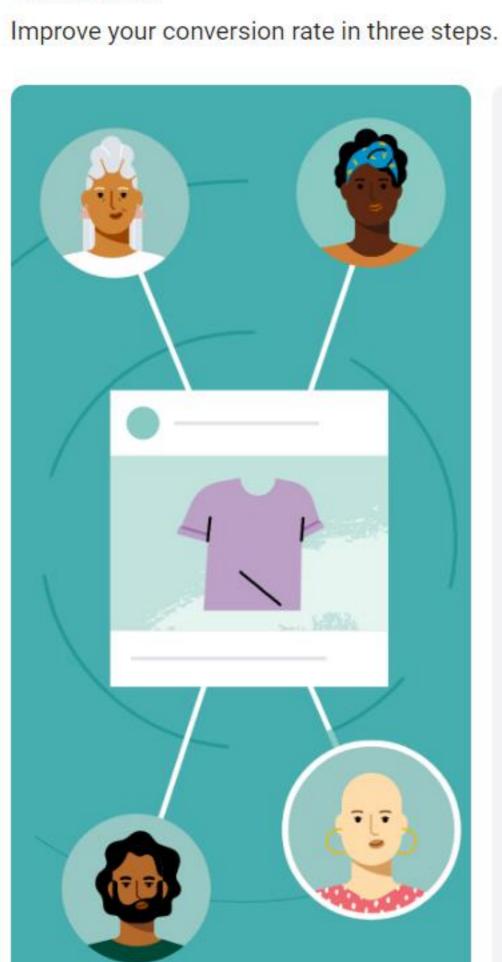




## IV. Configurando o Funil de Vendas



Optimization target





Your pixel is where your CRM events appear and where you can configure your sales funnel.

#### Step 2: Connect your CRM

Your CRM will send events to your pixel through our Conversions API. You can set this up yourself or send instructions to your CRM developer.

#### Step 3: Configure your sales funnel

Once your pixel begins receiving CRM events, tell us which events signify quality leads. We'll optimize ad delivery for people most likely to reach those stages.

Give Feedback

Cancel





















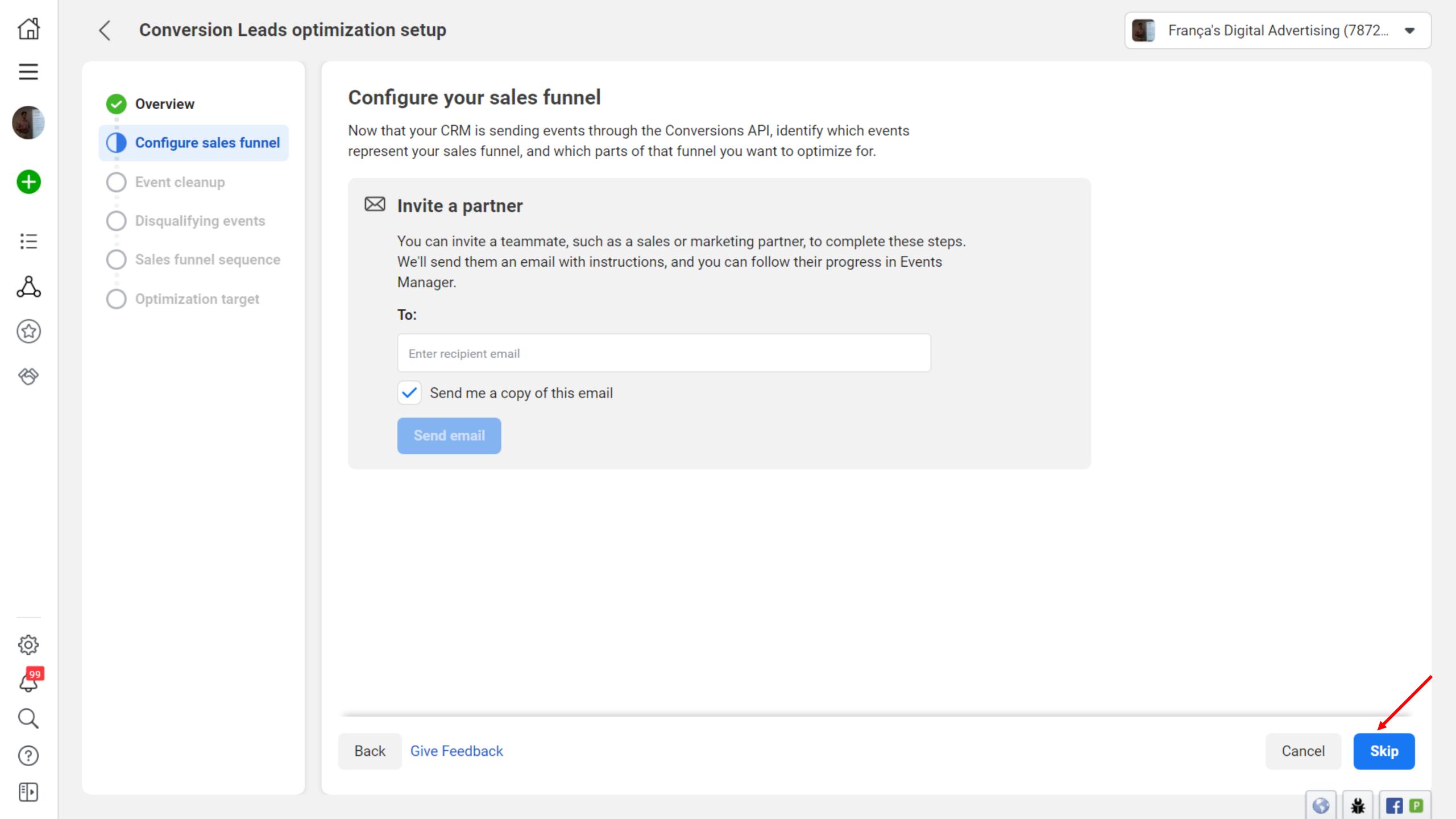


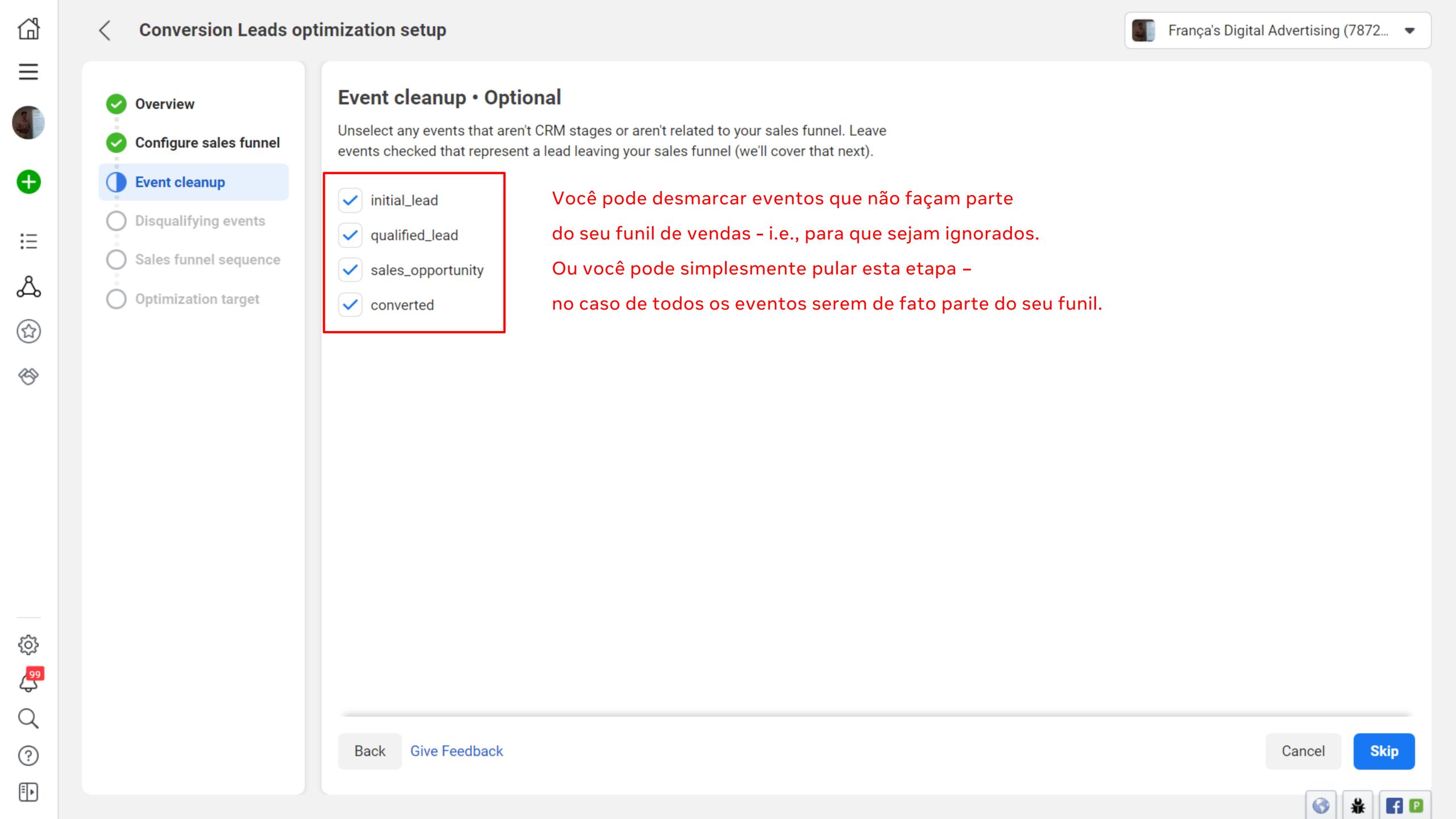


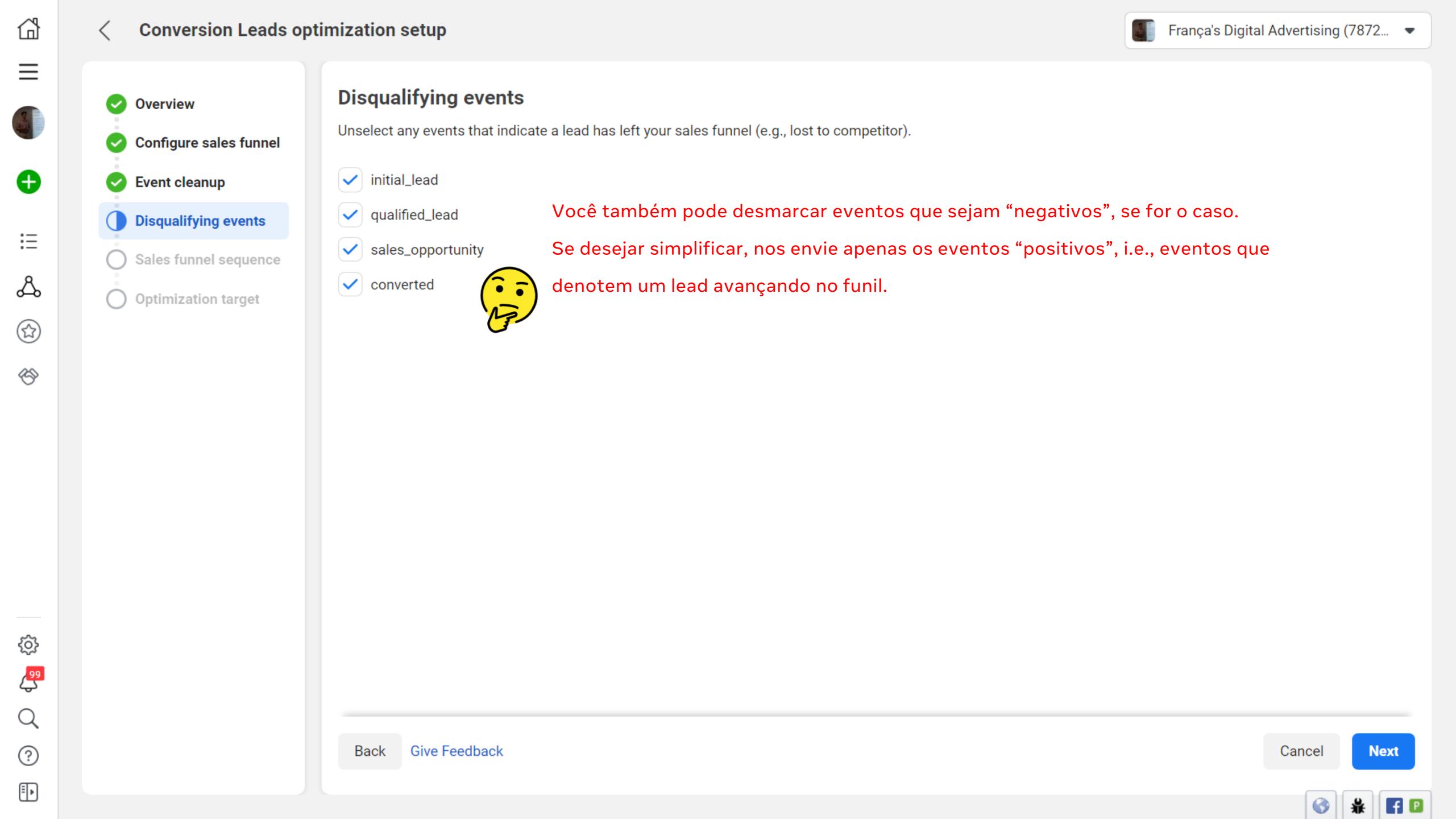


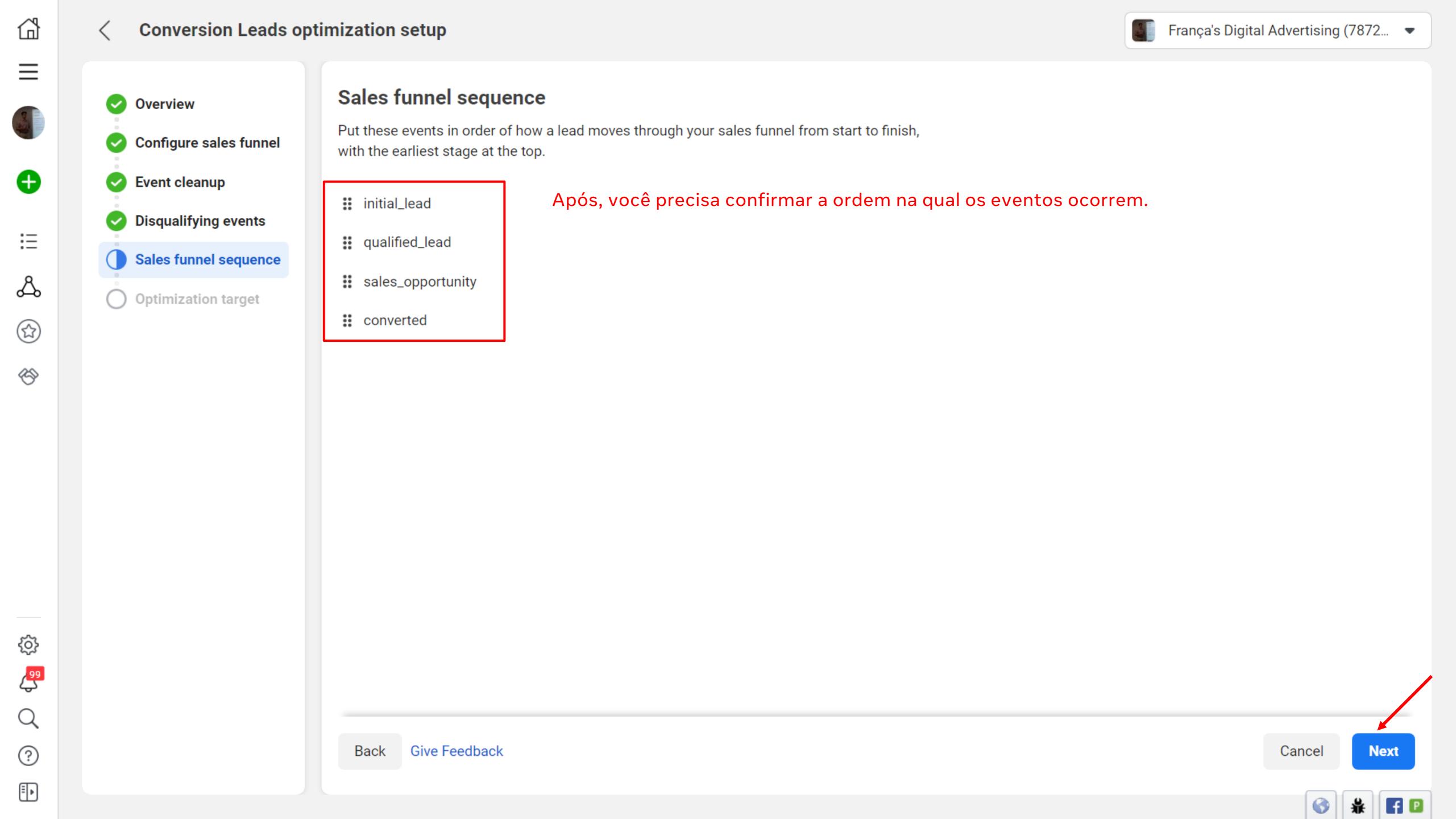


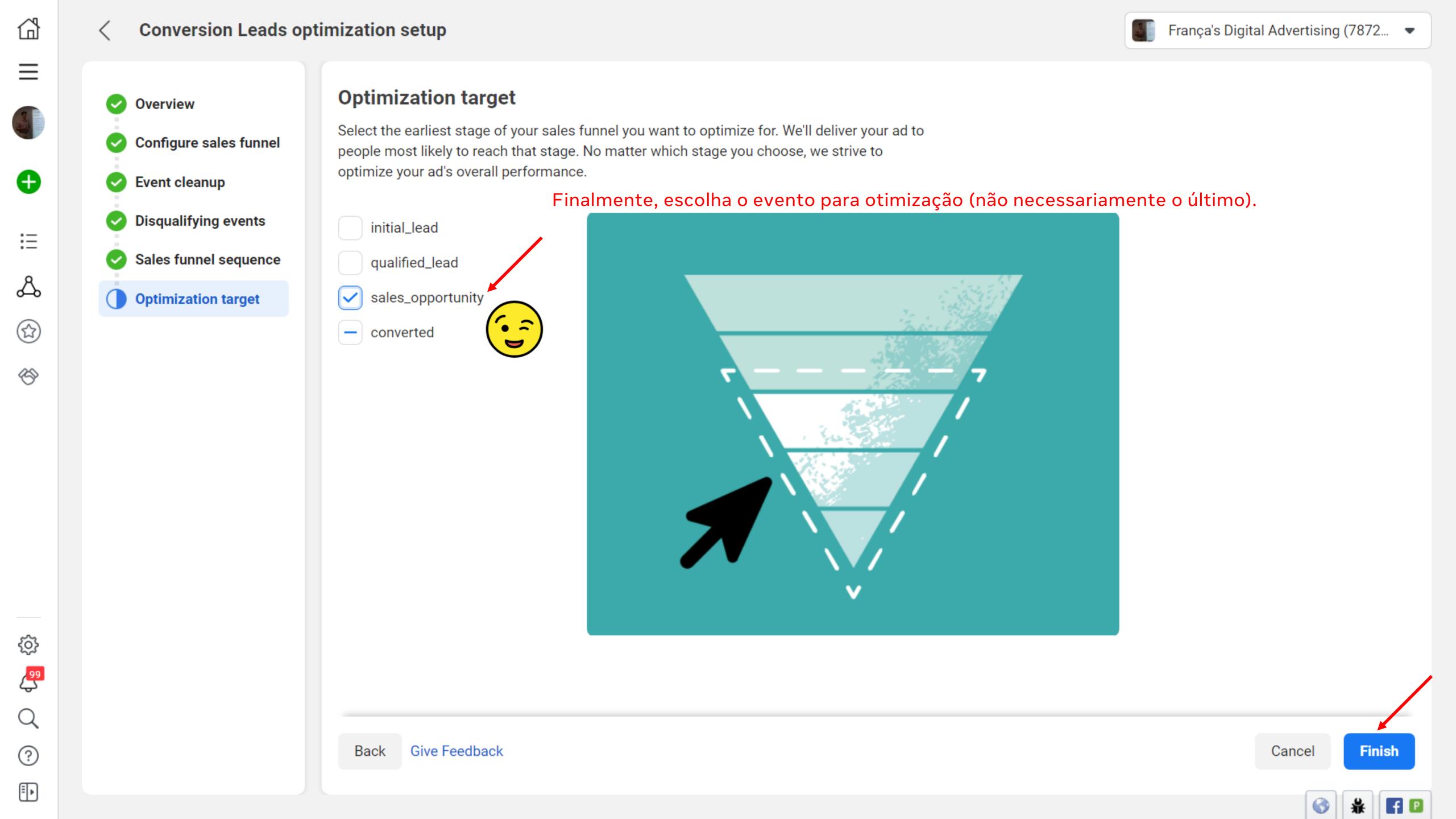








































Configure sales funnel

Event cleanup

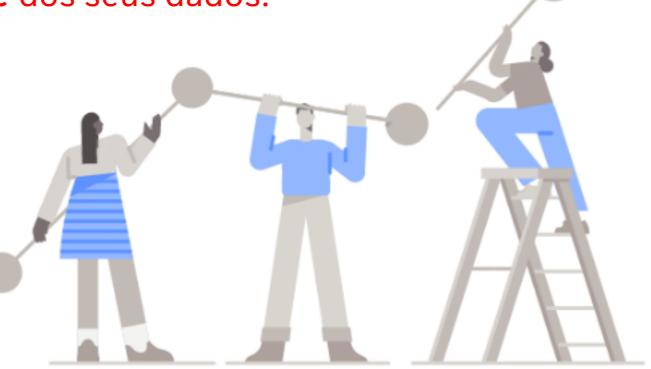
Disqualifying events

Sales funnel sequence

**Optimization target** 

A partir deste momento, garanta que você continue nos enviando todos os eventos, enquanto esperamos pelo seu modelo estar totalmente integrado em nossos sistemas - esta fase pode durar mais que um mês,

dependendo da quantidade e qualidade dos seus dados.



#### You configured your sales funnel.

You've successfully integrated your API and configured your sales funnel. The conversion leads optimization will now attempt to deliver your ads to people most likely to convert based on your sales funnel activity, which you can monitor in Events Manager.

**Continue to Events Manager** 

#### Go to Ads Manager

Por exemplo, se normalmente demora 14 dias para um lead ser convertido, então nós precisaríamos de **no mínimo** essa mesma quantidade de dias de dados válidos sendo carregados. Uma vez que sua integração esteja completa, e tenha passado da análise de funil, existe um período de treinamento de 30+ dias antes da sua integração ser adicionada ao modelo em produção.

Back Give Feedback







Produtos

Programas

Documentos

Mais

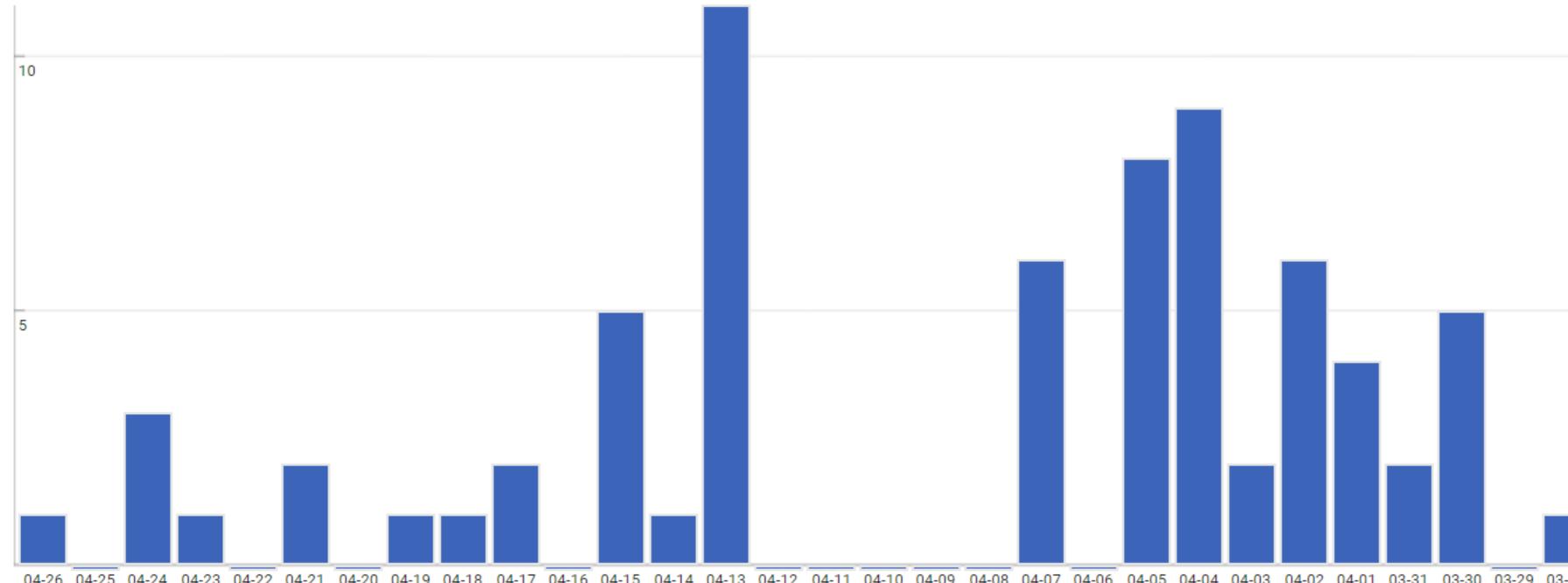
Meus aplicativos

#### Anúncios de cadastro: ferramenta de teste de eventos de funil descendente

Selecione uma fonte de dados ▼ Enviar Você pode verificar o progresso utilizando a seguinte URL:

https://developers.facebook.com/tools/lead\_ads\_down\_funnel\_events/?data\_source\_id=<CRM-Pixel-Id>

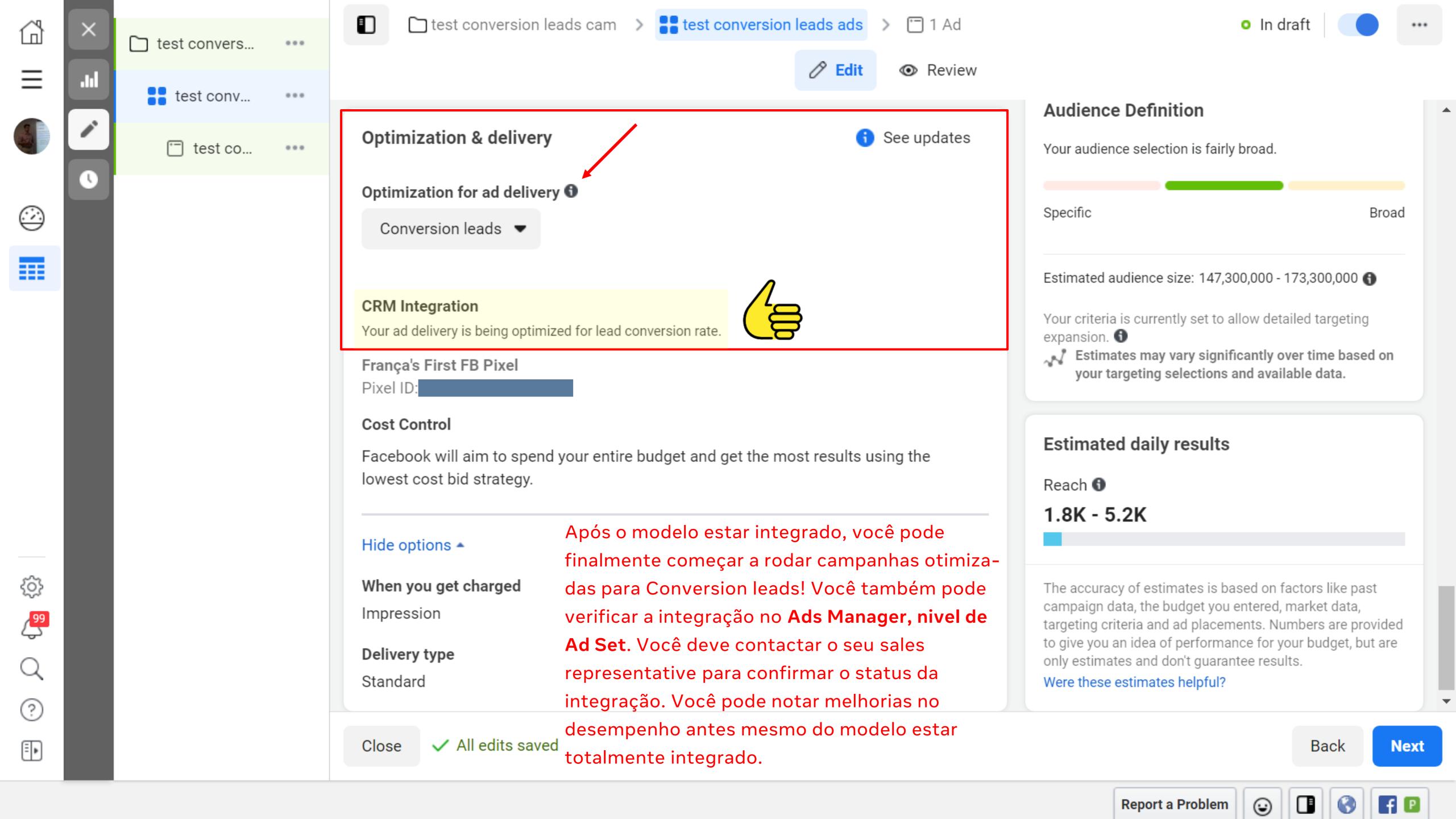
## Anúncios de cadastro: linha do tempo de eventos de funil descendente Events



#### Eventos de amostra

Horário do evento	Tempo de carregamento do	ev <b>ଚିଉର୍ଲୀ</b> e do evento de cadastro	Estágio do ciclo de vida	Contém identifiicação de cada	aBard	O número de eventos de cadastros enviados nos últimos dias é muito baixo!	s	
2022-04-28 07:02:28	2022-04-28 07:27:32	In-house CRM	crm_initial_lead	Yes	{"lea	d_event_source":"In-house CRM","event_source":"crm"}	7	





### V. Referência Adicional

## Links Úteis

#### CREATING A (NON-EXPIRING) CAPI SYSTEM USER ACCESS TOKEN

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/get-started/#access-token

#### WEBHOOKS (FOR AUTOMATICALLY RETRIEVING LEADS)

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/guides/lead-ads/retrieving#webhooks

#### (FORMS API) TO CREATE FORMS AND LEAD ADS

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/guides/lead-ads/create/

## (mais) Links Úteis

#### **CRM INTEGRATION**

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/guides/crm-integration

#### **TROUBLESHOOTING**

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/support#debug

#### CRM INTEGRATION: DIRECT INTEGRATION END-TO-END WALKTHROUGH

https://go.facebookinc.com/rs/267-PVB-941/images/CRM\_Intergration\_Guide.pdf

#### LEAD ADS QUALITY CRM INTEGRATION: END-TO-END WALKTHROUGH (REV. JANUARY 2022)

https://www.facebook.com/gms\_hub/share/crm-integration-direct-integration-end-to-end-walkthrough.pdf

