**API de Conversões**

Não é uma solução definitiva, porém é uma implementação simples em que você não perde nada fazendo, então já é algo a se ganhar (pois pode e vai ajudar futuramente):

* Ele mostrou a solução para sites Wordpress, mas disse que há documentações no facebook (central de ajuda) que auxiliam a fazer esse tipo de configuração em outros;
* Ela **resolve** a falta de cookies no navegador;
* **Não resolve** a questão do IOS 14, que é o usuário falando que não quer compartilhar os dados, não importa se é por navegador ou servidor;
* A informação de tráfego que vem pela API de Conversão (CAP) tem **mais informações** do que o tráfego que vem pelo pixel “tradicional”.

**Como tem sido nos últimos anos:**

* **2020** - Foram anunciadas as questões dos provedores de dispositivos móveis exigirem que o usuário tenha a opção ou não de ser "rastreado";
* **2021** - Desenvolvedores de aplicativos são obrigados a pedir permissão para os usuários para rastreá-los (janelinha de permissão para o usuário aceitar/recusar);
* **2022** - A maioria dos navegadores passarão a ser incompatíveis com os cookies, precisando então da configuração da API de Conversões para continuar tendo informações de tráfego.

**Processo atual**:

* Usuário informa a página que quer acessar pelo navegador;
* Ocorre a comunicação com o servidor (wordpress) que devolve a página + códigos de configurações;
* O navegador mostra a página e executa os códigos (cookies, pixels);
* Quando esses códigos são executados, eles se comunicam com o Facebook (fazendo ali a conversão).

Diagrama, Esquemático

Descrição gerada automaticamente

**O que acontece se**:

* O usuário está utilizando adblockers;
* O navegador está bloqueando os cookies/pixels (como hoje o Safari já bloqueia, mas em 2022 serão outros);
* Leis de privacidade e proteção de dados (LGPD) impedindo os cookies;
* IOS 14;
  + Em todas essas situações o navegador do usuário **não vai executar** os códigos (pixels).

**Processo novo**:

* O facebook disponibiliza a API de conversões para ser aplicada no SERVIDOR, onde nós (desenvolvedores) temos o controle e temos os dados do usuário (pois ele se cadastrou no site);
* O usuário pode escolher compartilhar ou não os dados com "terceiros", que seria o caso do pixel do facebook etc., mas conosco (se ele se cadastrou no site) ele está compartilhando!
  + Ou seja, temos os dados dele no servidor. Então, ele está aceitando que você tenha essas informações (é claro, a página tem que informar que os dados serão utilizados, como serão utilizados etc.)
* Usuário informa a página que quer acessar pelo navegador;
* Ocorre a comunicação com o servidor (wordpress) que devolve a página + códigos de configurações;
  + Se o usuário **ACEITAR** o compartilhamento de informações com terceiros, o que vai funcionar é o atual PIXEL (ele não vai ser jogado fora, será utilizado ao mesmo tempo com a API de conversões);
  + Se o usuário **NEGAR** o compartilhamento de informações com terceiros, aí será utilizado o processo de API de conversões para registrar esse tráfego e fazer a ponte entre o servidor e o facebook.
* O navegador mostra a página e executa os códigos (cookies, pixels)

Diagrama

Descrição gerada automaticamente

**Exemplificação no Vídeo**

A partir do minuto 31:20 ele começa a demonstrar a **configuração** na prática.

* Pelo google tag manager (gerenciador de eventos - eventos de teste - testar eventos do navegador):
  + Ele desativa o pixel do facebook e mostra como que o "registro" de uma abertura do site passa a não ser registrada, que é o que vai acontecer em 2022 (onde não será mais permitido que o NAVEGADOR transmita essa informação para o pixel do facebook)
  + Ele mostra como instalar o plugin do **wordpress** que vai fazer essa função de gerencial o pixel pelo servidor + gerenciar o pixel pelo navegador **(ao mesmo tempo!)**. Então no Wordpress:
    - Plugins > Adicionar Novo > Pesquisou pelo nome "PixelYourSite" > Clicou em "Instalar Agora" no "PixelYourSite - Your Smart PIXEL (TAG) Manager"
* Com o plugin instalado, ele vai aparecer no menu lateral esquerdo
  + Colocar o mouse sobre ele e ir em "Dashboard";
  + Na parte de “Your Facebook Pixel”, clicar em “Click for Settings”;
  + Informar o seu **atual Pixel ID** no campo “Facebook Pixel ID”;
  + Dar um “Enable” na Conversion API e Advanced Matching;
  + É preciso preencher o API Conversion Token, e para conseguir esse token é necessário:
    - Voltar lá no gerenciador de eventos do google tag manager > clicar sobre o seu pixel atual > aba de “Configurações” > scrollar até chegar em “API de Conversões” > Clicar em “Gerar Token de Acesso” > Copiar o número exibido e informar lá nos settings que estávamos mexendo anteriormente.
  + Agora é necessário preencher o “test\_event\_code”, para podermos verificar se essa nova configuração está funcionando. Para obter esse código é preciso:
    - Voltar lá no gerenciador de eventos do google tag manager > clicar sobre o seu pixel atual > aba “Eventos de Teste” > Na parte “Testar eventos do servidor” vai ter um código > Copiar e informar lá nos settings que estávamos mexendo anteriormente.
  + Depois disso é só scrollar a parte dos “Settings” até o final e clicar em “Save Settings”.

A partir do minuto 40:50 ele começa a demonstrar o **funcionamento** na prática.

* Pelo google tag manager (gerenciador de eventos - eventos de teste - testar eventos do navegador):
  + Ele roda novamente o procedimento de abrir o site, e são registrados dois eventos:
    - O pixel “normal” que existe hoje e é feito pelo **navegador**;
    - A API de Conversão (CAP) que foi configurada no **servidor**.
      * Ele mostrou também que o próprio evento, para não armazenar dados duplicados, ele detecta quando já foi feito um ou outro e mantém apenas um.

Aplicativo

Descrição gerada automaticamente com confiança média

A partir do minuto 42:37 ele começa a demonstrar o funcionamento de **eventos customizados** pelo próprio plugin do “PixelYourSite” (que vão rodar tanto pelo pixel do navegador quanto pelo CAP do servidor!):

* Estando lá na dashboard do “PixelYourSite”, clicar na aba “Events”;
* Configurar o evento normalmente como é feito em outras ferramentas, informando os parâmetros de URL, qual evento será disparado, esse tipo de coisa;
* Marcar “Enable on Facebook”;
* Salvar o evento.

Mais para o final do vídeo ele mostra o que acontece se o usuário estiver **utilizando adblockers** na prática (ou quando o usuário se negar a compartilhar informações com terceiros, mas ainda assim **aceitar os termos do seu site em relação aos dados**).

* Quando o evento é disparado, ele registra apenas o tráfego em relação ao SERVIDOR (onde foi configurada a API de Conversões).
  + O pixel “tradicional” é **barrado**.