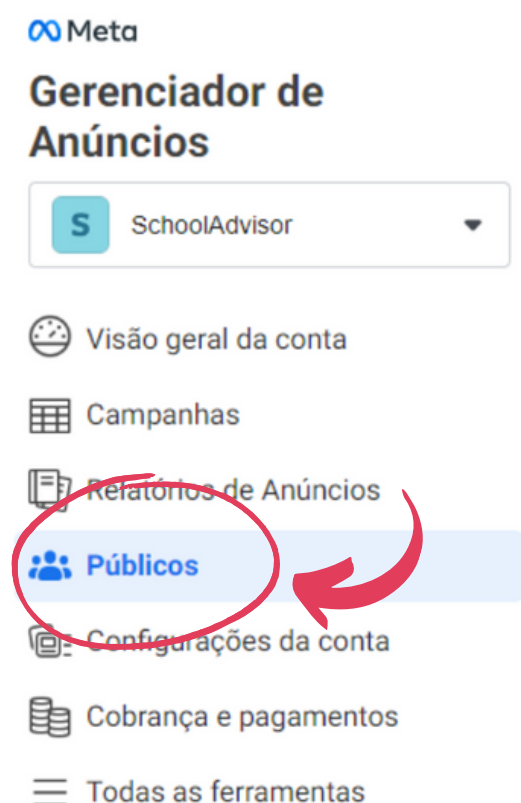


CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

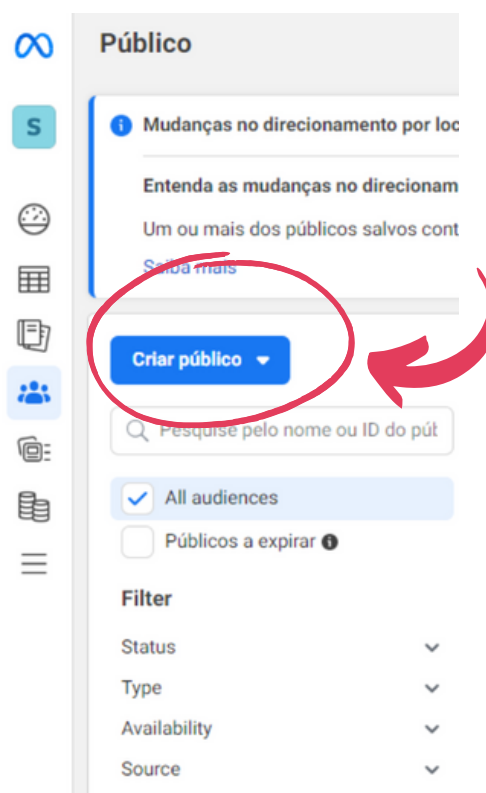
Como escola parceira da SchoolAdvisor, você tem acesso aos contatos (nome, e-mail e WhatsApp) das pessoas que estão buscando escolas na região da sua escola.

Mas você sabe como utilizar estas informações de forma estratégica? **Criando uma campanha no Meta (Facebook e Instagram)**! Aprenda neste tutorial como criar um público personalizado.

PASSO 1 - No Gerenciador de anúncios, clique em PÚBLICOS

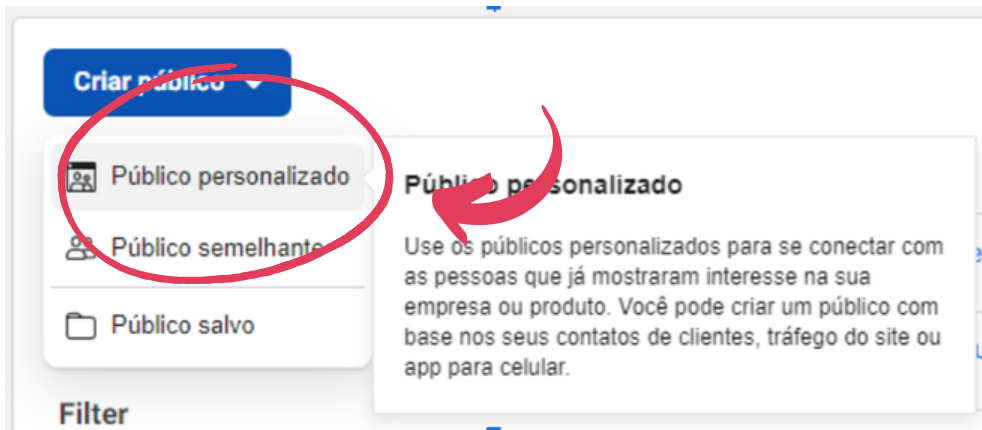


PASSO 2 - Clique em CRIAR PÚBLICO

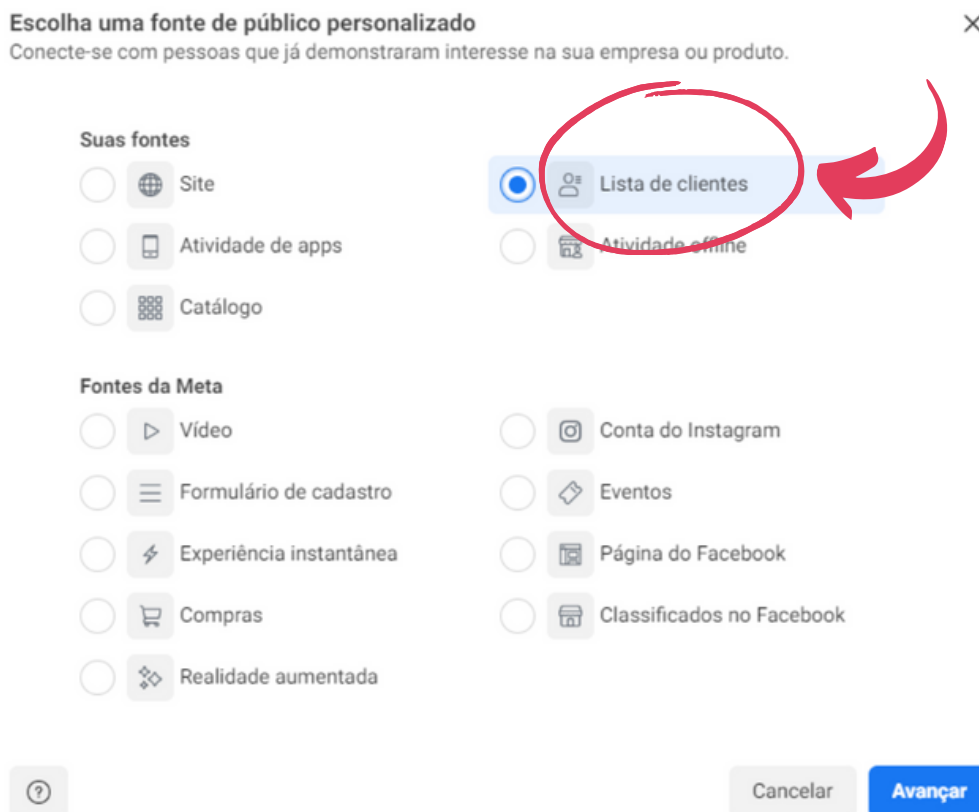


CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

PASSO 3 - Selecione PÚBLICO PERSONALIZADO

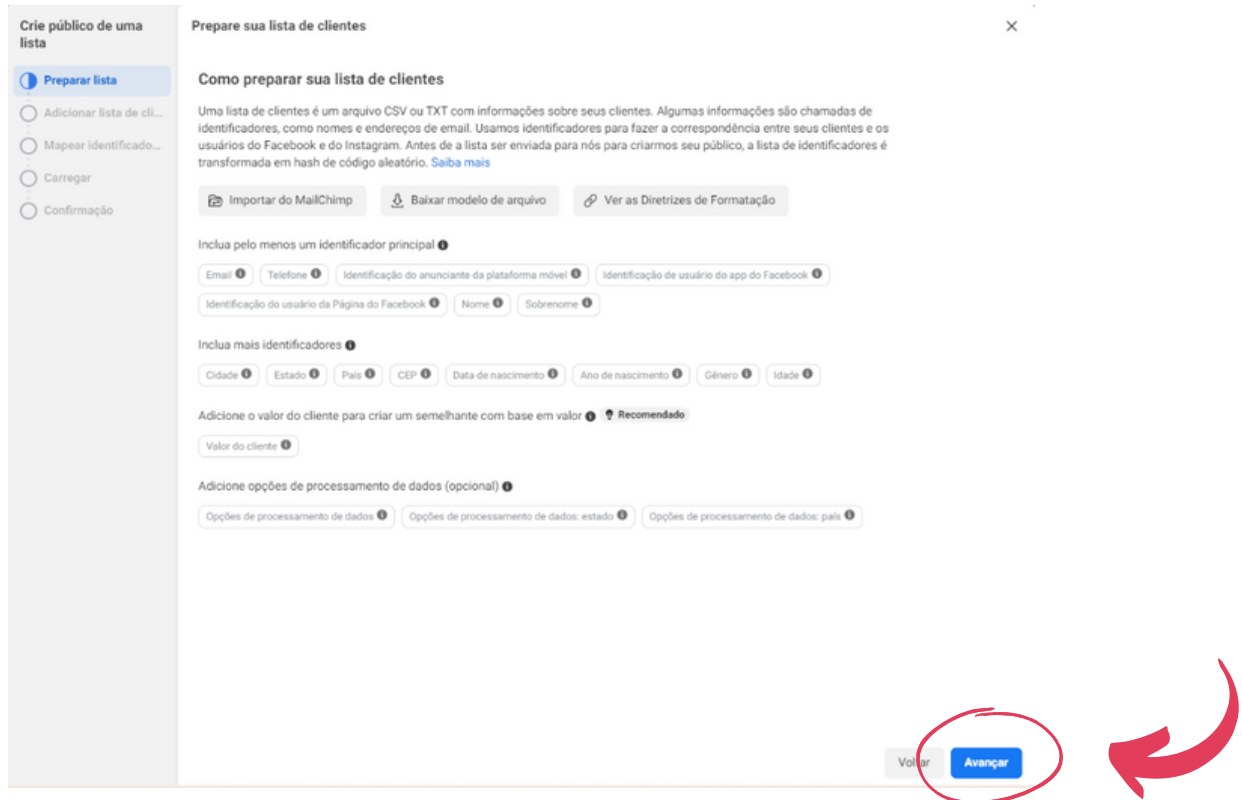


PASSO 4 - Selecione a fonte que entender que melhor define o público. Recomendamos que escolha LISTA DE CLIENTES e clique em AVANÇAR



CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

PASSO 5 - Clique em AVANÇAR (Caso prefira fazer a inclusão usando um arquivo formato .csv, baixe o arquivo modelo, cadastre as informações no formato solicitado e siga as orientações para fazer upload do arquivo)



PASSO 6 - Acesse o dashboard da escola e faça download dos contatos da tabela "Informações das pessoas que solicitaram dados de outras escolas na região"

Informações das pessoas que solicitaram dados de outras escolas na região

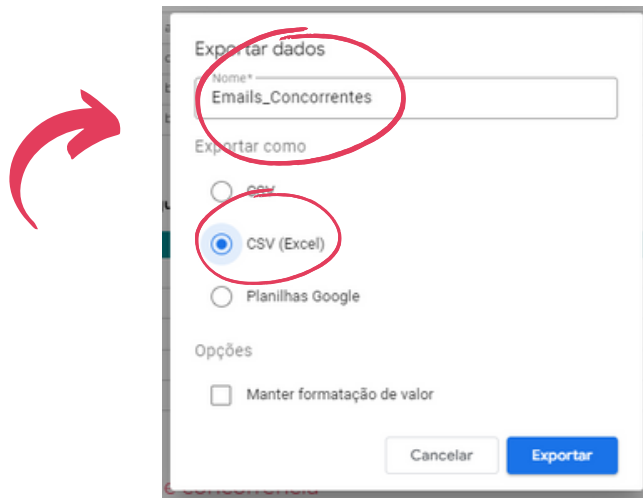
nome 1 2 ^	E-mail	Telefone
------------	--------	----------



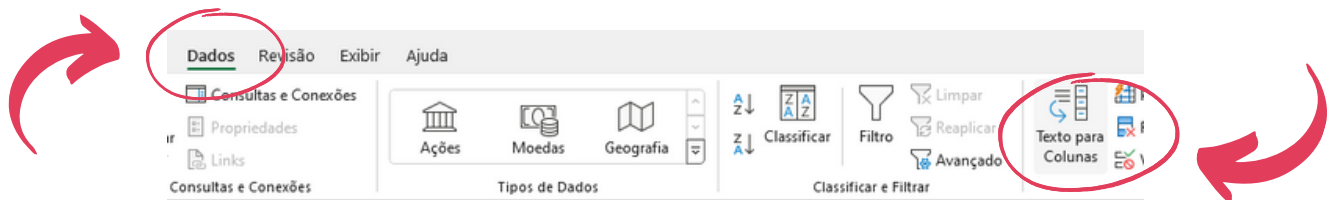
**CLIQUE NESSE CAMPO PARA FAZER
DOWNLOAD DA TABELA EM EXCEL
OU GOOGLE PLANILHAS**

CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

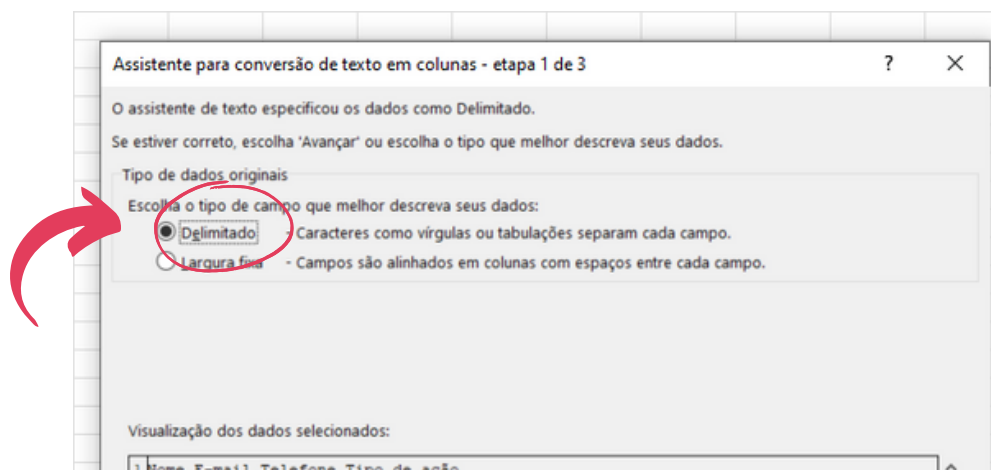
PASSO 7 - Escolha o nome que quiser e salve o arquivo em formato csv (Excel)



PASSO 8 - Encontre onde salvou o arquivo que acabou de baixar e abra usando o Excel. Ele deve mostrar os dados separados por vírgulas (Nome, E-mail, Telefone, Tipo de ação). Selecione a coluna A e clique em DADOS, e depois TEXTO PARA COLUNAS.

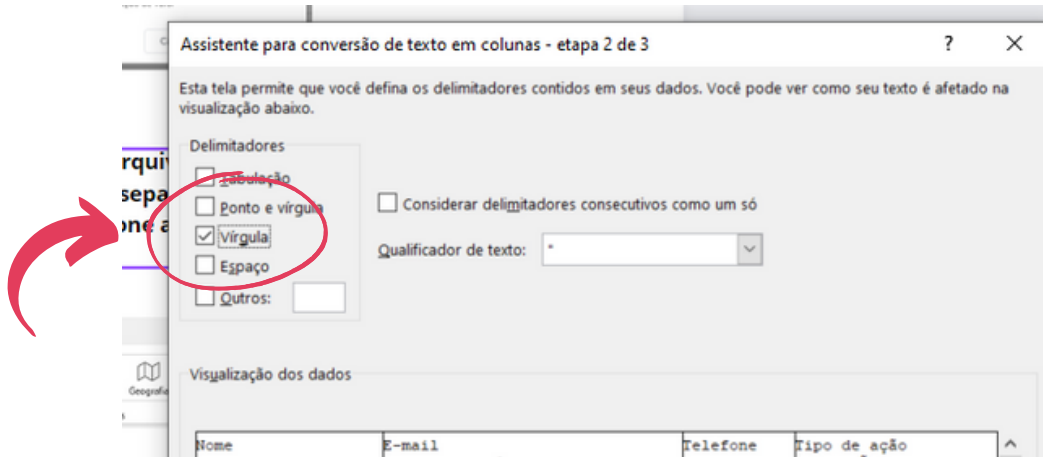


PASSO 9 - Selecione DELIMITADO e clique em AVANÇAR

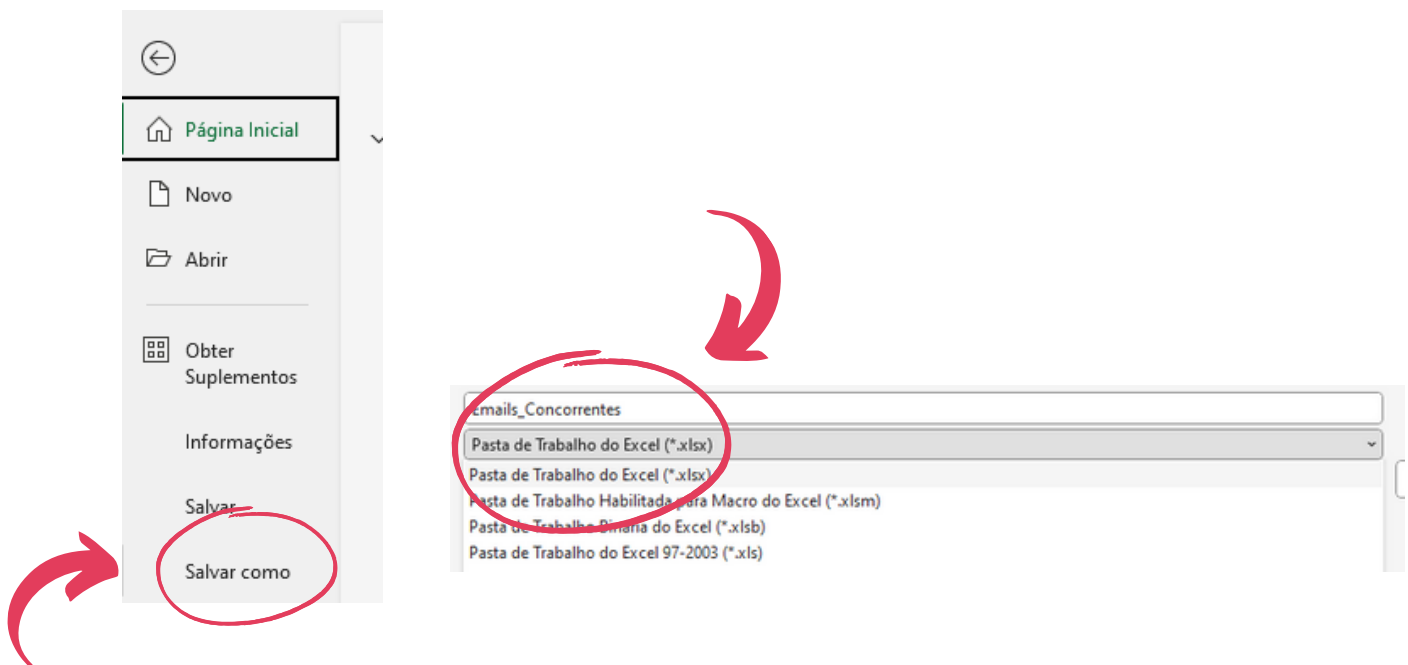


CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

PASSO 10 - Selecione somente a opção VÍRGULA e clique em CONCLUIR. Ele vai mostrar cada informação em uma coluna separada.

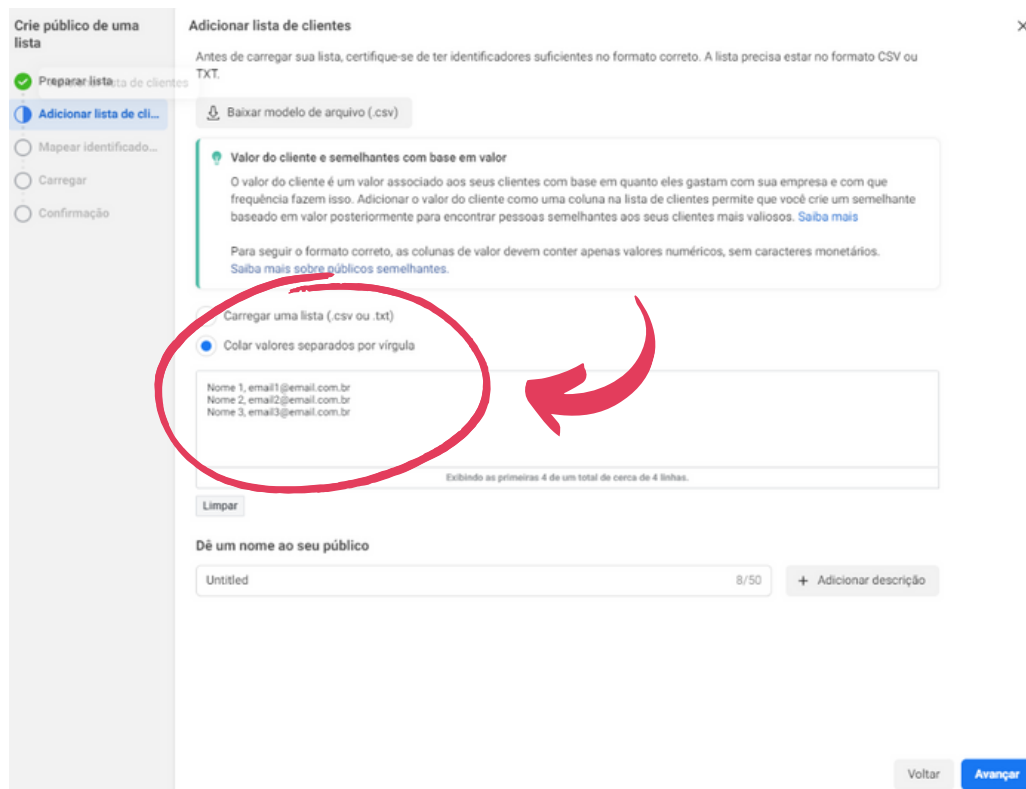


PASSO 11 - Deixe no arquivo as colunas que deseja subir no Meta e vá em SALVAR COMO e escolha o formato .xlsx

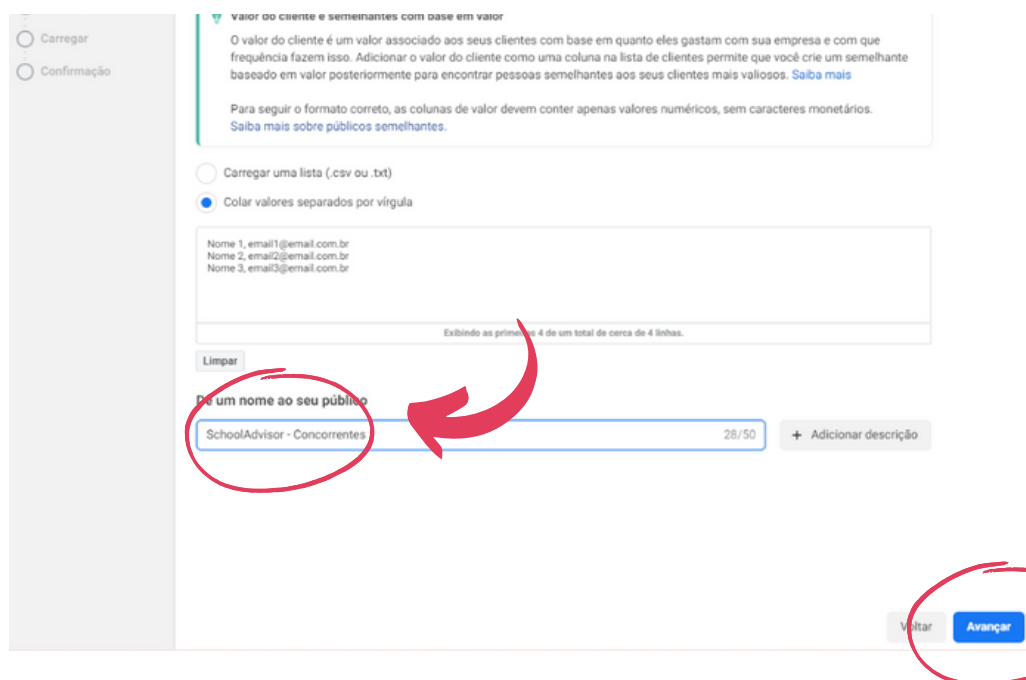


CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

PASSO 12 - Clique em COLAR VALORES SEPARADOS POR VÍRGULA e cole os contatos separados por vírgula (somente o email é obrigatório, mas você pode acrescentar outras informações se quiser)



PASSO 13 - Dê um nome para o seu público e clique em AVANÇAR



CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

PASSO 14 - Confira se os dados estão corretos (corrija o que for apontado como erro) E Clique em IMPORTAR E CRIAR

Crie público de uma lista

- Preparar lista
- Adicionar lista de cli...
- Mapear identificado...**
- Carregar
- Confirmação

Verifique se as colunas correspondem

Fizemos a correspondência de 2 colunas da sua lista de clientes. Verifique se estão corretas.

Nome Email

Mapeados (2) Ação necessária (1)

Coluna	Diretrizes de Formatação	Exemplo
Nome Nome Nome	✓ Nome Aceitamos o nome e a inicial do nome, com ou sem acentos. As iniciais podem ser fornecidas com ou sem um ponto.	John F. Emily
email1@email.com.br email2@email.com.br email3@email.com.br	✓ Email Aceitamos endereços de email em até três colunas separadas. É possível incluir apenas um email em cada célula. São aceitos todos os...	Emily@example.com John@example.com Helena@example.com

Se o identificador acima parecer incorreto, modifique o delimitador.

Volta Importar e criar

PASSO 15 - Clique em CONCLUIR

Crie público de uma lista

- Preparar lista
- Adicionar lista de cli...
- Mapear identificado...
- Carregar
- Confirmação**

Confirmação

✓

Sua lista de clientes foi convertida em hashes e carregada
3 linhas carregadas (100%)

Pode levar alguns minutos até terminarmos de corresponder seus clientes a pessoas no Facebook. Você pode verificar o status no Gerenciador de Público.

Próximas etapas

Criar um público semelhante
Crie um público semelhante para alcançar [contas da Central de Contas](#) semelhantes ao público que você acabou de criar.
[Saiba mais](#)

Criar um anúncio
Crie um anúncio para fazer publicidade para seu novo público.
[Saiba mais](#)

Criar outro público personalizado
Continue criando públicos personalizados para ajudar a atingir suas metas de marketing.
[Saiba mais](#)

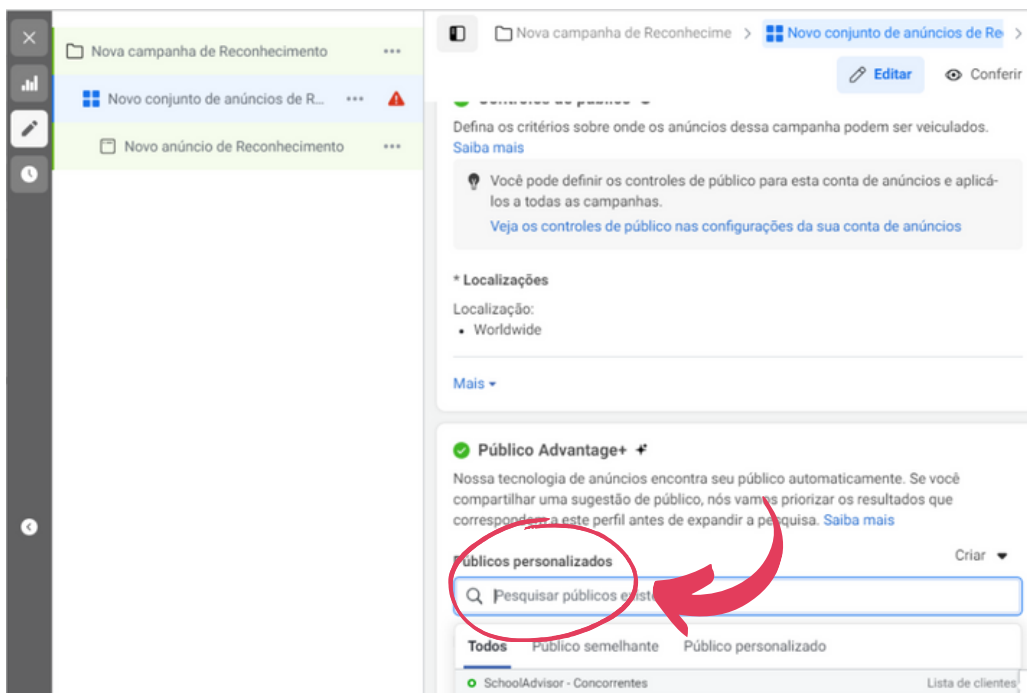
Concluir

CAMPANHAS PARA LEADS DOS CONCORRENTES NO META

Seu público está pronto para ser ativado com campanhas! 🎉

☐ Nome	Disponibilidade
☐ SchoolAdvisor - Concorrentes	● Em preenchimento Disponível para usar

Ao criar uma nova campanha, no nível do grupo de anúncio o público já estará disponível para seleção:



DICA EXTRA: É possível criar um público LAL (Look a like/semelhante) a partir deste público. Assim, você expandirá o alcance da sua campanha para mais pessoas no mesmo perfil.

Criar um público semelhante ✕

Selecione sua fonte semelhante

SchoolAdvisor - Concorrentes ✕

Selecione a localização do público

Selecione o tamanho do público

Número de públicos semelhantes 1

1 ▼

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6% 7% 8% 9% 10%

💡 O 1% semelhante consiste nas pessoas mais semelhantes à sua fonte de público semelhante. Aumentar a porcentagem cria um público maior e mais amplo.

Confira como abordar seus PÚBLICOS PERSONALIZADOS e ter mais resultados nas suas ações no Meta.

- 1** Talvez as pessoas que **solicitaram informações de escolas na região** não conheçam sua escola, portanto, apresente sua proposta institucional.
- 2** Não esqueça de mencionar a **região** da sua escola na arte que vai divulgar na campanha. Isso ajuda as pessoas a relacionarem sua escola com a necessidade delas.
- 3** Você também pode criar públicos personalizados para os contatos que se interessaram pela sua escola e, desta forma, exibir uma campanha **reforçando sua imagem e diferenciais** para pessoas que já conhecem sua proposta.
- 4** Defina qual o seu **objetivo** (seguidores, acesso ao site, inscrição para visita) e use um call to action (chamada para ação) que direcione para o seu objetivo
- 5** **Teste mais de um criativo** para entender o que melhor funciona para o seu público
- 6** Deixe a campanha rodar por alguns dias (entre 3 e 7 pelo menos) para **avaliar os resultados** e entender se é hora de mudar a comunicação