TUTORIAL 19 · CRM & LEADS

Rastreamento de origem do Meta e do Google Ads (ver o criativo do lead)

Para: **toda a equipe** (ver a origem); **proprietário** (configurar) | Plano: **todos** | Tempo: **4 minutos**

O rastreamento mostra de qual anúncio ou página o lead veio, inclusive a imagem do anúncio, e devolve as vendas para o Meta e o Google otimizarem as campanhas. A configuração fica em **Configurações → Rastreamento**.

PARTE 1 Ver a origem e o criativo do lead

1. Na visão **Banco** do CRM, a coluna **Origem** mostra de onde cada lead veio.
2. Abra a ficha do lead (lápis) e clique na aba **ADS**.
3. Em **Dados de Anúncio** aparecem o título e o texto do anúncio, o link e a imagem (clique para ampliar), além da **Primeira Mensagem do Lead**. Nos leads do Google e do site aparece também a campanha.



ILUSTRAÇÃO DA ABA ADS

> **Nem todo clique traz tudo.** Às vezes o WhatsApp não envia os dados do anúncio, e a aba avisa: "O WhatsApp não enviou os metadados do anúncio neste clique". Lead sem anúncio mostra "Este lead não veio de anúncio".

PARTE 2 Conectar o Meta Ads

1. Em **Configurações**, abra **Rastreamento** e depois **Meta Ads**.
2. Em **Pixel ID / Dataset ID**, cole o ID que fica no Meta Events Manager → Fontes de dados.
3. Em **Access Token**, cole um token de usuário do sistema, gerado no Meta Business Settings → Usuários do sistema.
4. Deixe ligado **Enviar conversões para o Meta**, clique em `Salvar` e depois em `Testar Conexão`.
5. Em **Mapeamento de Eventos Meta**, escolha o pipeline e o evento de cada etapa.

> Leads que chegam pelo anúncio de clique para o WhatsApp são identificados sozinhos. A etapa de **Ganho** envia o evento Purchase mesmo sem mapeamento.

PARTE 3 Conectar o Google Ads

1. Em **Rastreamento**, abra **Google Ads**.
2. Preencha o **Customer ID (CID)** e o **Conversion Action ID** (crie no Google Ads uma ação de conversão do tipo "Importação").
3. Clique em `Salvar Configurações`. A plataforma mostra a URL, o usuário e a senha do feed.
4. Em **Mapeamento de Conversões Google**, escolha quais etapas geram conversão.
5. No Google Ads, vá em **Data Manager → + Conectar → HTTPS** e cole a URL, o usuário e a senha.

> O Google puxa as conversões sozinho a cada **6 horas**. Ative o **Auto-tagging** no Google Ads para capturar o GCLID, que garante o casamento exato do lead com o clique.

PARTE 4 Links rastreados para o seu site

1. Em **Rastreamento**, abra **Landing Pages**.
2. Preencha **Nome do Link *** e **Número do WhatsApp *** (com 55 e DDD) e, se quiser, a **Mensagem Pré-preenchida**, o **Nome da Campanha** e a **Fonte do Tráfego**. Em **Configurações Avançadas** ficam as UTMs e o vendedor padrão.
3. Clique em `Gerar Link com Rastreamento`.
4. **Passo 1:** cole o link nos botões "Falar no WhatsApp" do site. **Passo 2:** instale o **Snippet JavaScript** no site (`Copiar Snippet`).

> **Usa tráfego pago?** Instale o snippet. Sem ele, os leads de anúncio aparecem como "Site Orgânico" em vez de "Google Ads Site" ou "Meta Ads Site".

PROBLEMAS Erros comuns e como resolver

O que aconteceu	O que fazer
Não vejo a aba Rastreamento	A configuração é do proprietário da organização.
Lead do site aparece como "Site Orgânico"	Falta o snippet JavaScript no site (Parte 4, Passo 2).
A aba ADS está sem imagem ou sem campanha	O anúncio nem sempre envia todos os dados. Configure UTMs nos links para ter mais detalhes.
As vendas não aparecem no Google Ads	Confira o Data Manager, o mapeamento de etapas e espere até 6 horas pela próxima busca.

PRÓXIMO TUTORIAL
20 · Conectar o WhatsApp por QR Code

PRECISA DE AJUDA?
Suporte: _____