

# TikTok E-commerce Primeiros Passos

Um plano passo a passo para levar seus próximos clientes diretamente a você no TikTok

## SEU DESAFIO

Seja você um revendedor on-line estabelecido ou uma empresa que está apenas começando a vender diretamente ao consumidor, encontrar seu próximo cliente pode ser desafiador.



## SUA SOLUÇÃO

**Seus próximos clientes estão comprando no TikTok.**

Esse plano simples vai te ajudar a encontrá-los e a aumentar suas vendas on-line.

# 92%

dos usuários globalmente **tomam uma ação** depois de ver um vídeo no TikTok.

\*Fonte: TikTok Marketing Science Global Time Well Spent Research 2021 Conducted by Kantar

## O CONTEXTO

**É assim que você começa a anunciar com TikTok Ads Manager**

Nós vamos te mostrar os detalhes nas páginas 2 e 3



### 1. Crie sua conta no TikTok Ads Manager

- Insira os dados de pagamento.

### 2. Instale seu pixel do TikTok

- Crie **3 ou mais eventos de tracking**
- Ligue o Automatic Advanced Matching e First Party Cookies.

### 3. Construa seu primeiro Criativo

- Selecione um vídeo para **Spark Ads**
- Confira nossas ferramentas criativas para inspiração.

### 4. Rode sua primeira campanha

- Use os objetivos de Website conversions.
- Otimize para **Add to Cart\*** primeiro.
- Comece com um orçamento de **pelo menos R\$150 por grupo de anúncios** para resultados otimizados.
- Escolha a sua audiência.

**Mensure, otimize e cresça suas vendas no TikTok!**

## ESTRATÉGIA DE OTIMIZAÇÃO

**\*Comece com eventos Add to Cart para melhores resultados**

Se você está começando com TikTok Ads Manager, você precisa **ensinar o sistema** que tipo de visitantes são **mais propensos a converter** através da jornada de usuário com um evento de meio de funil como Add to Cart.

Assim que o sistema entende sua audiência ideal, você pode ficar em eventos de Complete Payment

## RESULTADOS COMPROVADOS

**Criativos deram um salto nas métricas de reconhecimento e conversão em site de presentes**

# BLUMIEZ

### Contexto

Criativos demonstrando experiência com o produto deram um salto nas métricas de reconhecimento e conversão em site de presentes.

[Veja o case completo aqui](#)

### Solução

A Blumiez notou o potencial para agregar mais pessoas, possibilitando o crescimento do perfil e das vendas.

### Resultados

Nos últimos meses o TikTok representou **16% das visitas no site** entre orgânico e pago.

## Checklist

# Guia para rodar sua primeira campanha no TikTok

✓ Dê check nas etapas conforme você completa cada passo

## 1. Crie sua conta no TikTok Ads Manager

- Registre uma conta no TikTok Ads Manager.  
(Veja instruções [aqui](#))
- Selecione um método de pagamento.  
(Dashboard > Configuração de Conta > Método de pagamento)

## 2. Instale seu pixel do TikTok

**Por que?** O Pixel do TikTok te ajuda a trackear eventos para todas as ações de visitantes que você valoriza, e informa suas campanhas sobre usuários que são mais propensos a tornar-se consumidores.

- Selecione TikTok Pixel.  
Assets > Eventos > Eventos Web
- RECOMENDADO** Ligue o Automatic Advanced Matching e First Party Cookies toggle.
- Definir 3 eventos de Event Builder ou Custom Mode: **Ver Conteúdo, Adicionar ao Carrinho e Completar Pagamento.**

### Dica: Instalação de Pixel

- **Instale o Pixel com um clique** se você usa plataformas de E-commerce Parceiras do TikTok. *Parceiros incluem Nuvemshop, Loja Integrada, Vtex, entre outras.*
- **Adicione eventos de código de pixel customizados com poucos ou nenhum recursos** de desenvolvedor usando o TikTok's tag template com Google Tag Manager. *Aprenda mais [aqui](#).*

## 3. Construa seu primeiro Criativo

*Não se sinta intimidado pelo formato de vídeo – nós temos muitas ferramentas e recursos para começar.*

- Encontre um vídeo de TikTok Ads existente para usar como Spark Ad.  
**Por que?** Os Spark Ads tem uma taxa de visualização completa 134% maior que os in-feed ads padrão.
- Encontre inspiração para criar vídeos e veja como nossas [ferramentas criativas](#) podem ajudar dar vida às suas ideias.

### Dica: Spark Ads

- **Spark Ads** são formatos de anúncio que transformam vídeos de TikTok existentes em anúncios pagos na página Para você. Porque o Spark Ads parece conteúdo nativo, tende a performar melhor.
- Nossa pesquisa interna sugere que os **Spark Ads com melhor performance são vídeos com mais visualizações** que falam sobre sua marca ou seu produto. Isso funciona melhor se o vídeo for recente, com 3-5 dias, mas você pode usar qualquer vídeo do TikTok como Spark Ads.

## 4. Rode sua primeira campanha

*Comece a criar sua primeira campanha no TikTok Ads Manager clicando em Criar anúncio no seu Dashboard.*

### NÍVEL DE CAMPANHA

- Selecione objetivo de "Website conversions".
- Desligue **"Set Campaign Budget"**.  
(Use orçamento por Grupo de Anúncios para mais controle)

### NÍVEL DE GRUPO DE ANÚNCIOS

- Selecione **"Website"** e seu Pixel.
- Escolha **"Add to Cart"** como seu evento de otimização.

**Por que?** Nossa pesquisa mostra que começar com eventos de Adicionar ao carrinho ajuda o sistema a aprender que tipo de visitantes converte. Veja a página 3 para quando nós recomendamos mover para Pagamento Completo.

- Escolha **"TikTok"** em **"Select Placement"**.
- Escolha sua **Audiência**.  
Nós recomendamos tentar "Automatic Targeting." Se você preferir "Custom Targeting," mantenha sua audiência ampla usando [Audience Size Estimator](#)
- Defina um **orçamento diário de grupo de anúncios**.

### Dica: orçamento diário de grupo de anúncios

- Orçamento diário de grupo de anúncios é o valor máximo que será permitido ao seu grupo de anúncios gastar por dia.
- Comece com pelo menos **R\$ 150**. Esse valor dá ao algoritmo o bastante para **aprender quem é a audiência ideal e conseguir resultados otimizados antes**.

- Escolha **"Lowest Cost"** como estratégia de lance.

### NÍVEL DE ANÚNCIOS

- Escolha identidade para usar sua conta e rodar **Spark Ads\*\***

**Por que?** Spark Ads permite usar conteúdo orgânico da sua conta ou do seu criador do TikTok como um anúncio de vídeo. Identidade determina como o anúncio será mostrado. Veja mais [detalhes aqui](#).

- Selecione um post orgânico para usar como anúncio ou suba um novo vídeo.
- Preencha a URL e texto do seu anúncio.  
**Por que?** Isso é o que seu anúncio vai dizer e para onde ele vai direcionar as pessoas no TikTok.
- Selecione Dinâmico como "Call to action"
- Clique em **Enviar** para submeter sua primeira campanha para revisão!

# Parabéns!

## Você desbloqueou sua primeira campanha no TikTok.





# O que vem agora?

## Revisão de anúncio

Todos os anúncios passam por um processo de revisão depois que você clicar em "Submeter" para assegurar que todo conteúdo pago é [seguro e engajador](#) para sua comunidade.

Você vai receber uma notificação assim que os anúncios tiverem sido aprovados e publicados – **na maioria das vezes a revisão acontece em 24 horas.**

Veja mais detalhes sobre o [processo de revisão](#) de anúncio.

## Alimente sua Primeira Campanha

Se você já fez isso, siga as seguintes dicas para alcançar mais vendas e novas metas!

Monitore como muitos **Ad to cart conversions** você pode obter em **uma semana**:

**Pelo menos 1 add to cart conversion**



Comece um novo grupo de anúncios:  
**Complete Payment**

O sistema tem insights iniciais sobre que tipo de visitantes são mais propensos à conversão. Você pode começar a otimizar para Complete Payment enquanto coleta mais insights Ad to cart também.

**0 add to cart conversion**



Comece um novo grupo de anúncios:  
**View Content**

O sistema pode precisar de mais tempo para alimentar sua audiência. Uma vez que você alcance 100 visualizações de conteúdo, você está pronto para se mover para Complete Payment.



**Dica:** Mantenha seu grupo de anúncios **Add to Cart** para trazer um volume de conversão contínua para deixar o sistema aprender.

### RECOMENDADO

## Construir sua Presença Orgânica pode te ajudar

**Por que?** Uma boa estratégia orgânica pode maximizar o efeito do conteúdo pago e aumentar o seu ROAS. Use seu canal de conteúdo orgânico para testar e aprender qual conteúdo funciona melhor – então impulse seu sucesso com Spark Ads.

- Configure sua **Business Account** no TikTok

**O que é isso?** Uma Business Account é um perfil público no TikTok e a "casa" do seu negócio na plataforma [Aprenda mais aqui.](#)

- Construa sua **estratégia orgânica** no TikTok

**Como?** Construa conteúdo de qualidade pesquisando o que está em alta e usando som. Tente postar de 3 a 5 vezes por semana para ver o que ressoa mais com sua audiência. [Veja mais dicas aqui.](#)

# Confira mais recursos



YAASS

- **Inspiração em Vídeo**

Busque por ideias para seu próximo vídeo no TikTok? Aqui você encontra [inspiração criativa](#) para hitar no TikTok.

- **Perguntas de Produto e Política de Anúncios**

A [Business Help Center](#) pode ajudar você com tudo, desde tutoriais à detalhes de política de anúncios. Apenas digite palavras-chave para encontrar o que você precisa.

- **TikTok Pixel**

Aprenda mais sobre como o TikTok Pixel funciona e as opções de instalação oferecidas com [este guia](#).