

Resultados para o Facebook

- [Guia de Resultados para o Facebook](#)

Guia de Resultados para o Facebook

Quando você anuncia no Facebook ou Instagram com botão de WhatsApp, a Meta só sabe que a conversa **começou** — e otimiza os anúncios por "conversa barata", trazendo volume que nem sempre fecha. A integração **Resultados para o Facebook** fecha esse ciclo: o Dialogix avisa a Meta **quais conversas viraram lead qualificado e quais viraram venda** (com o valor). O algoritmo passa a perseguir gente parecida com quem **compra**, não com quem só dá "oi".

📱 [Captura de tela aqui — tela Resultados para o Facebook]

Como funciona (a mágica é automática)

1. O cliente clica no anúncio e cai no seu WhatsApp — o Dialogix **captura sozinho o identificador do clique** e a origem do anúncio, na primeira mensagem.
2. Você mapeia **etiquetas → eventos da Meta** (ex.: etiqueta "QUENTE" → evento *Lead*; etiqueta "VENDA FECHADA" → evento *Comprar*).
3. Quando alguém da equipe — ou o **Agente de IA** — aplica a etiqueta mapeada no ticket, o evento é enviado automaticamente pra Meta, ligado ao anúncio exato que trouxe aquele cliente. No evento de compra, vai junto o **valor da oportunidade** vinculada ao ticket.

Nada muda no dia a dia da equipe: ela só usa as etiquetas que já usa.

Configurando

Você vai precisar de três coisas do **Gerenciador de Eventos** da Meta (Configurações do conjunto de dados → API de Conversões):

- **ID do conjunto de dados** (dataset)
- **Token de acesso** — colado uma vez, fica guardado criptografado; ao editar, deixe em branco pra manter o atual
- **ID da página do Facebook** (recomendado)

- **Código de teste** (opcional): preencha durante a validação pra ver os eventos chegando na aba "Testar eventos" da Meta sem sujar os dados reais — depois limpe o campo.

☐ [Captura de tela aqui — mapeamento de etiquetas → eventos]

No **mapa de eventos**, cada linha liga uma etiqueta sua a um evento com o mesmo nome que a Meta mostra: *Lead (qualificou)*, *Comprar (venda fechada)*, *Iniciar finalização da compra*, *Contato*, *Programar (agendamento)*, *Concluir inscrição*, *Personalizar produto*.

Acompanhando no Dashboard

O painel "**Leads por anúncio**" mostra o funil completo por anúncio: **chegou → qualificou → fechou**, agrupado pela data em que o cliente chegou. É a resposta pra pergunta que importa: *qual anúncio traz cliente, não só conversa*.

☐ [Captura de tela aqui — funil Leads por anúncio no Dashboard]

Bom saber

- Só conversas que **vieram de anúncio** geram evento — aplicar etiqueta mapeada num cliente que chegou orgânico não envia nada (nem deve: a Meta não teria a que atribuir).
- Etiquetas fora do mapa nunca geram evento — a maioria das suas etiquetas é organização interna, e continua sendo.
- Reaplicar uma etiqueta que o ticket já teve **não** duplica o evento.
- O valor da venda vai em reais (BRL), puxado da oportunidade vinculada ao ticket — mantenha o valor da oportunidade atualizado antes de marcar a venda.