

O rastreamento de conversões do Facebook é uma ferramenta poderosa para empresas que usam anúncios do Facebook. Ele permite que as empresas enviem dados de eventos específicos de volta ao Facebook, permitindo que rastreiem a eficácia de seus anúncios em levar a ações do cliente, como compras, inscrições e outras conversões importantes.

Esse recurso funciona em todos os canais. O contato deve ter pelo menos um endereço de e-mail ou número de telefone ou vir de anúncios de leads do Facebook.

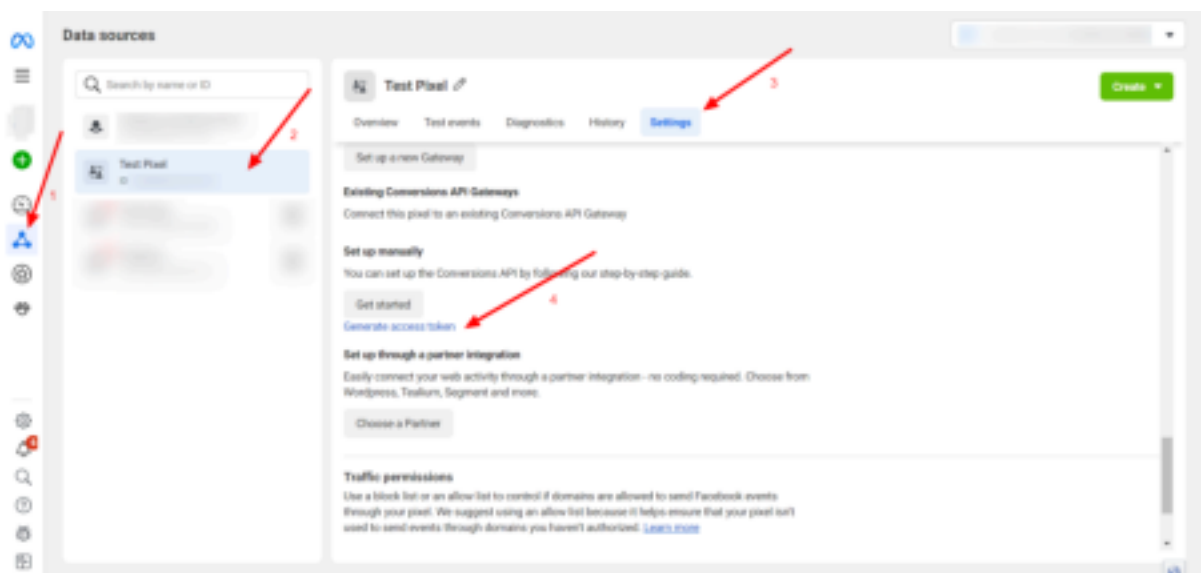
Recomendamos fortemente que você use Eventos Padrão sempre que possível. Somente eventos padrão são relatados no Gerenciador de Anúncios e estão disponíveis para segmentação e otimização de anúncios (quando disponíveis).

Requisitos

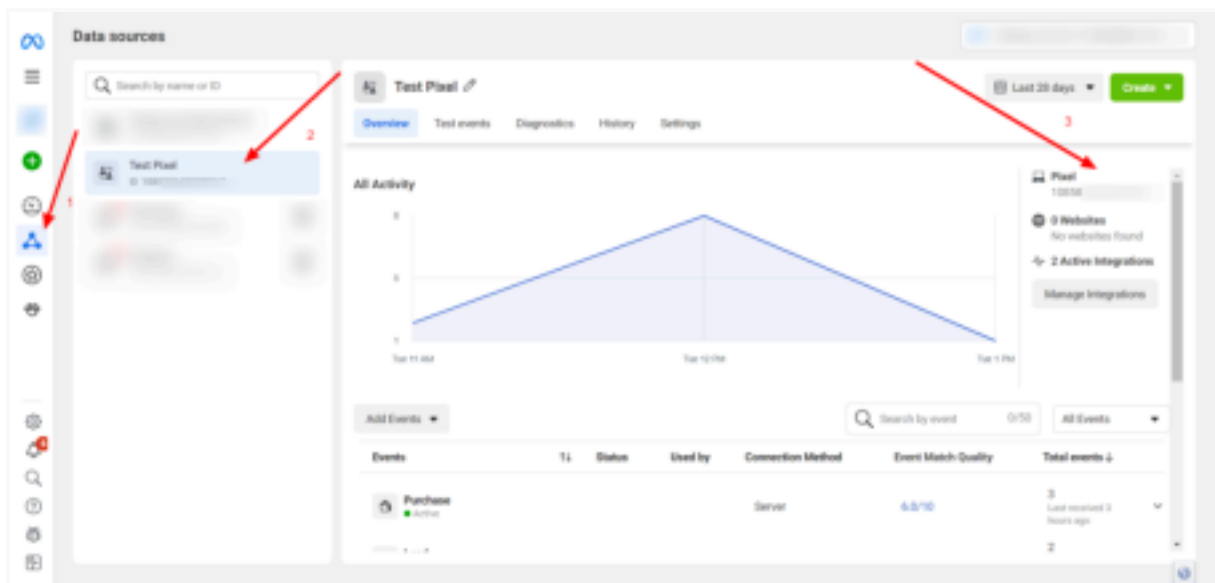
Você precisa ter um pixel do Facebook. Você pode aprender como criar um Pixel [aqui](#).

Obter token de acesso para enviar eventos de conversão

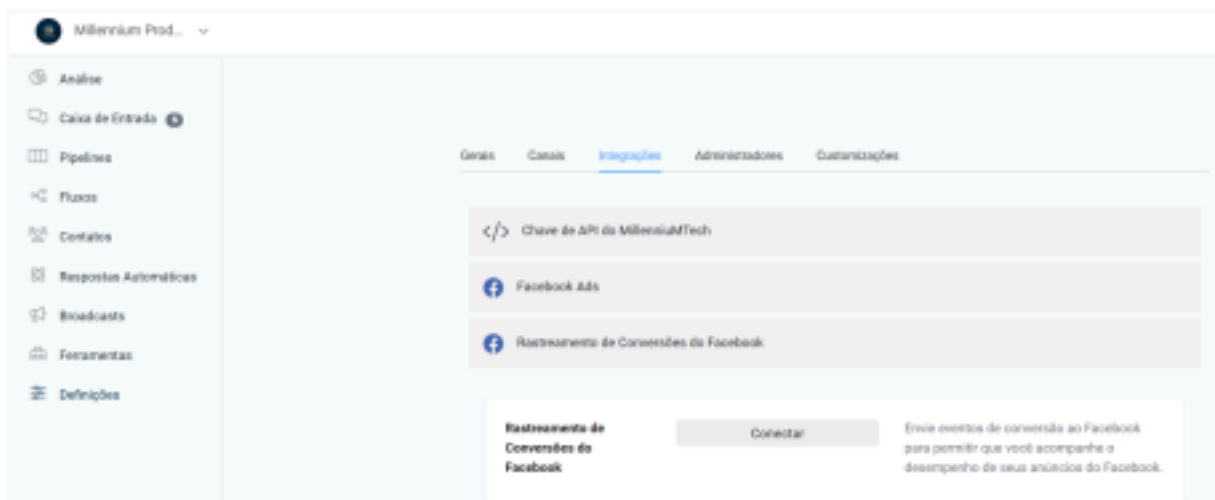
Acesse [Gerenciador de Eventos](#) > **Fontes de dados** > selecione as **Configurações** do Pixel > e role até o botão **Gerar token de acesso**. Você usará o token de acesso gerado na próxima etapa.



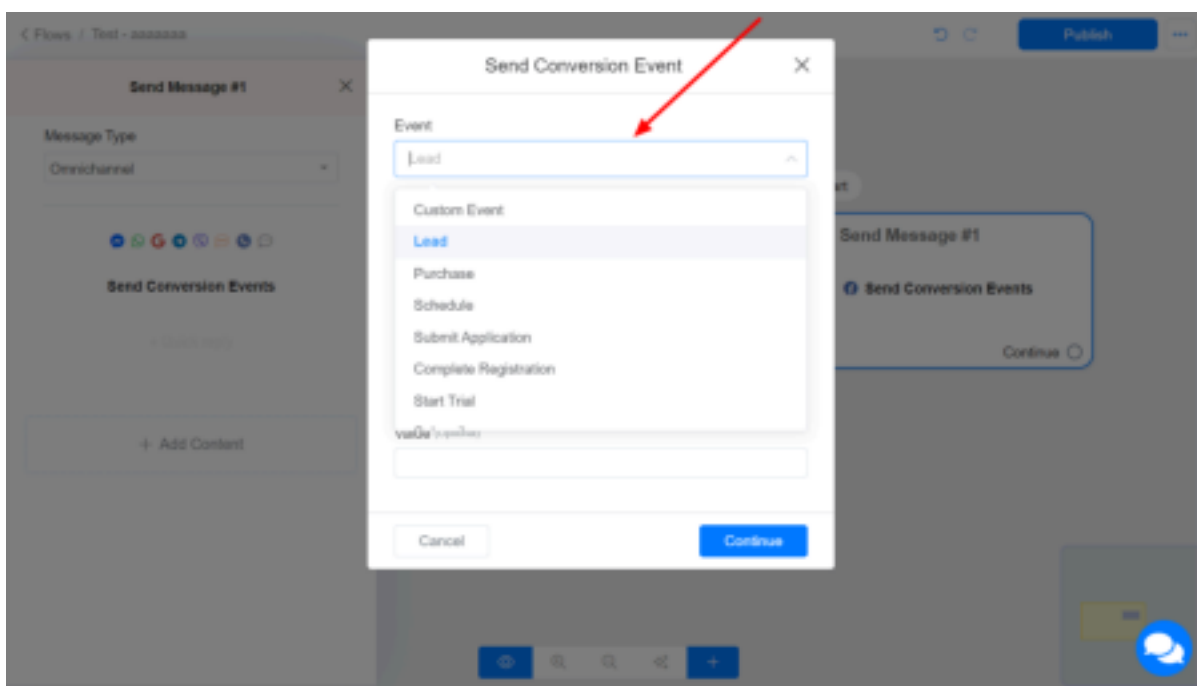
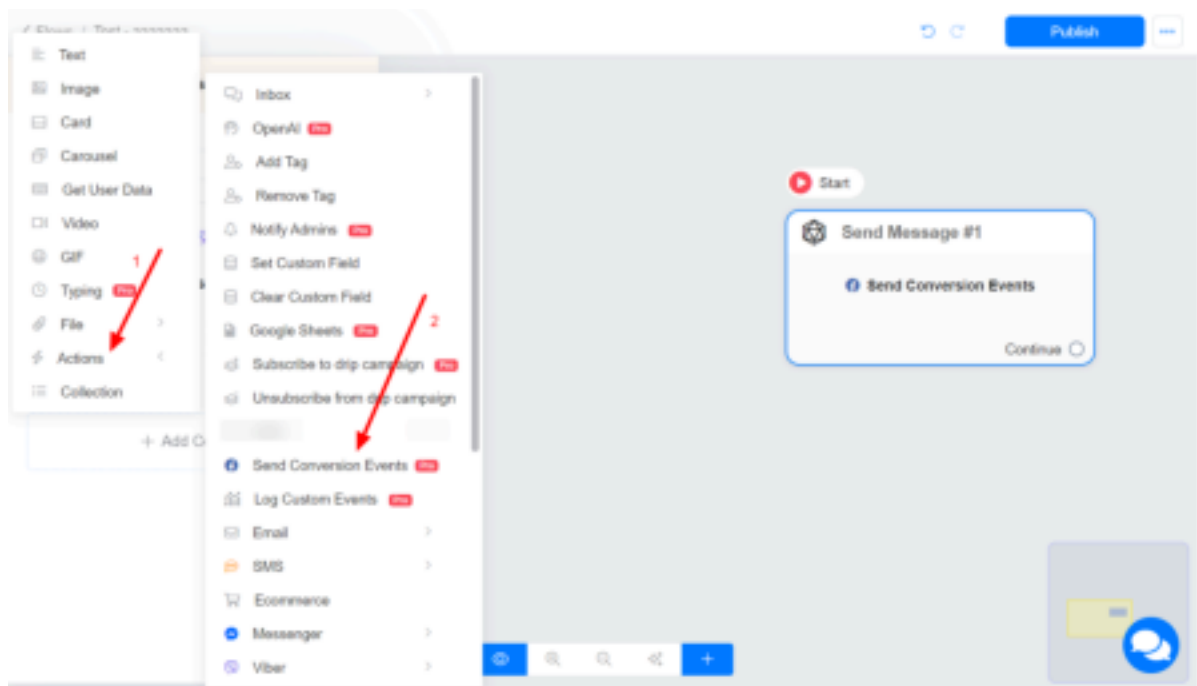
Obtenha o ID do pixel do Facebook



Configurar a integração de rastreamento de conversões do Facebook



Enviar eventos de conversão



Exibindo eventos enviados no Gerenciador de Eventos

Quando você envia um evento de conversão, pode levar até 40 minutos para que o evento apareça no Gerenciador de Eventos.

The screenshot shows the Segment interface. On the left, the 'Data sources' sidebar is visible. A red arrow points to the 'Test Pixel' option in the sidebar. Another red arrow points to the 'Test Pixel' title in the main content area. The main content area displays the 'Test Pixel' configuration page, which includes a graph showing 'All Activity' and a table of events.