

O PÚBLICO GÊMEO DE QUEM *comenta* NOS TEUS VÍDEOS

A Meta consegue achar gente parecida com quem já interage contigo no Instagram. Isso se chama público semelhante (em inglês, lookalike). O caminho oficial não precisa de planilha: tu cria um público com quem interagiu com o teu Instagram e depois um público semelhante a partir dele. Aqui tá cada clique, conferido na Central de Ajuda da Meta.

PASSO 01 / 04

Cria o público de quem interagiu com o teu Instagram

OFICIAL

1. No **Gerenciador de Anúncios da Meta**, acessa **Públicos**.
2. Abre o menu **Criar público** e escolhe **Público personalizado**.
3. Seleciona **Conta do Instagram** e clica em **Avançar**.
4. Em **Fonte**, escolhe a tua conta. Em **Eventos**, escolhe quais interações entram.
5. Em **Retenção de público**, coloca quantos dias contam (o máximo é 365).
6. Dá um nome pro público e clica em **Criar público**. Quando aparecer **Pronto** no status, já dá pra usar.

Só funciona com conta profissional do Instagram (empresa ou criador de conteúdo), não com conta pessoal.

facebook.com/business/help/214981095688584 · "Como criar um público personalizado com base na sua conta do Instagram"

PASSO 02 / 04

Cria o público *semelhante* a partir dele

OFICIAL

1. Em **Públicos**, clica em **Criar público** e depois em **Público semelhante**.
2. Como origem, escolhe o público do passo 1.
3. No botão deslizante, escolhe a porcentagem. Porcentagem menor é mais parecida com a origem; maior alcança mais gente.
4. Clica em **Criar público**. O status **Preenchendo** pode levar até três dias, mas tu já pode anunciar.

A origem precisa ter **pelo menos 100 pessoas** (a Meta recomenda de 1.000 a 5.000). Não precisa mais escolher o país aqui: a Meta usa a localização do conjunto de anúncios.

facebook.com/business/help/465262276878947 · "Como criar um público semelhante"

PASSO 03 / 04

Usa nas campanhas e faz o teste A/B

OFICIAL

No conjunto de anúncios, em **Público**, escolhe o público semelhante. Pra saber se ele vende mais que outro público, usa o recurso de teste A/B do Gerenciador:

1. Na lista de campanhas, clica em **Teste A/B** na barra de ferramentas.
2. Escolhe **Fazer uma cópia desse anúncio** (e troca a variável público) ou **Selecionar dois anúncios existentes**.
3. Dá um nome pro teste, escolhe como o vencedor vai ser decidido e marca a data de início e de fim.
4. No fim, clica em **Publicar** (ou **Publicar teste**) pra começar.

A Meta mostra cada versão pra uma parte diferente do público (ninguém vê as duas) e decide o vencedor pelo **custo por resultado**. Ela recomenda o mesmo orçamento nas duas versões e não ficar ligando e desligando campanha na mão.

facebook.com/business/help/1738164643098669 · "Sobre testes A/B" · /355670925639619 · "Criar um teste A/B no Gerenciador de Anúncios" · /166313650471318 · vencedor

PASSO 04 / 04

Pede pro Claude montar o teu teste

DICA NOSSA

Troca [produto] pelo que tu vende. O Claude não entra na tua conta: ele te ajuda a planejar, e tu faz os cliques.

PEDIDO PRONTO

Eu vendo [produto] pelo Instagram. Me ajuda a montar um teste A/B no Gerenciador de Anúncios da Meta comparando um público semelhante de quem interagiu com o meu Instagram contra um público por interesse. Me diz quanto investir por dia em cada um, por quantos dias rodar e qual número olhar pra decidir o vencedor. Me explica em português simples.

POR QUE NÃO PELA PLANILHA DO MANYCHAT

O caminho oficial é o mais fácil

A lista de clientes da Meta aceita e-mail, telefone, ID de anunciante do celular, ID de usuário de app do Facebook e ID de usuário da Página do Facebook. O ID do Instagram que aparece numa planilha de contatos não está nessa lista. Por isso o vídeo ensina o público de quem interagiu com o teu Instagram: a Meta já sabe quem são essas pessoas.

facebook.com/business/help/2082575038703844 · "Diretrizes de formatação da lista de clientes"

ANTES DE USAR

Três cuidados

1. Se um dia tu subir uma lista de clientes (e-mail ou telefone), só com permissão das pessoas. Os termos de público personalizado da Meta pedem que tu tenha as permissões e a base legal pra usar esses dados, e no Brasil a LGPD diz quando um dado pessoal pode ser usado (o consentimento da pessoa é uma das hipóteses).
2. Público semelhante é limitado ou indisponível em anúncios de produtos e serviços financeiros, emprego e moradia.
3. As opções de público são limitadas quando o público inclui pessoas menores de 18 anos.

O QUE A GENTE CONFERIU EM 16/10/2026	FONTE
Público personalizado com quem seguiu ou interagiu com a conta profissional do Instagram; caminho Públicos, Criar público, Público personalizado, Conta do Instagram; retenção de até 365 dias	Central de Ajuda da Meta, 214981095688584
Conta do Instagram é uma das fontes de público personalizado de engajamento, que pode ser origem de um público semelhante	Central de Ajuda da Meta, 1090330204367211
Público semelhante alcança pessoas parecidas com os clientes atuais; porcentagem menor é mais parecida com a origem	Central de Ajuda da Meta, 164749007013531
Origem de pelo menos 100 pessoas (recomendado 1.000 a 5.000); não precisa mais escolher a localização; status Preenchendo pode levar até três dias	Central de Ajuda da Meta, 465262276878947
Teste A/B compara versões mudando uma variável, como o público; vencedor pelo custo por resultado; mesmo orçamento nas duas	Central de Ajuda da Meta, 1738164643098669, 355670925639619 e 166313650471318
Identificadores aceitos na lista de clientes (sem ID do Instagram)	Central de Ajuda da Meta, 2082575038703844
Permissões e base legal pra usar dados de lista de clientes	facebook.com/legal/terms/customaudience
Hipóteses de uso de dado pessoal, entre elas o consentimento	Lei 13.709/2018 (LGPD), art. 7º, planalto.gov.br

Quer aprender a usar tudo isso do zero, em português? **Entra na lista da comunidade Prosperando com IA:** aliceallgayer.com.br/lista?de=prosperando