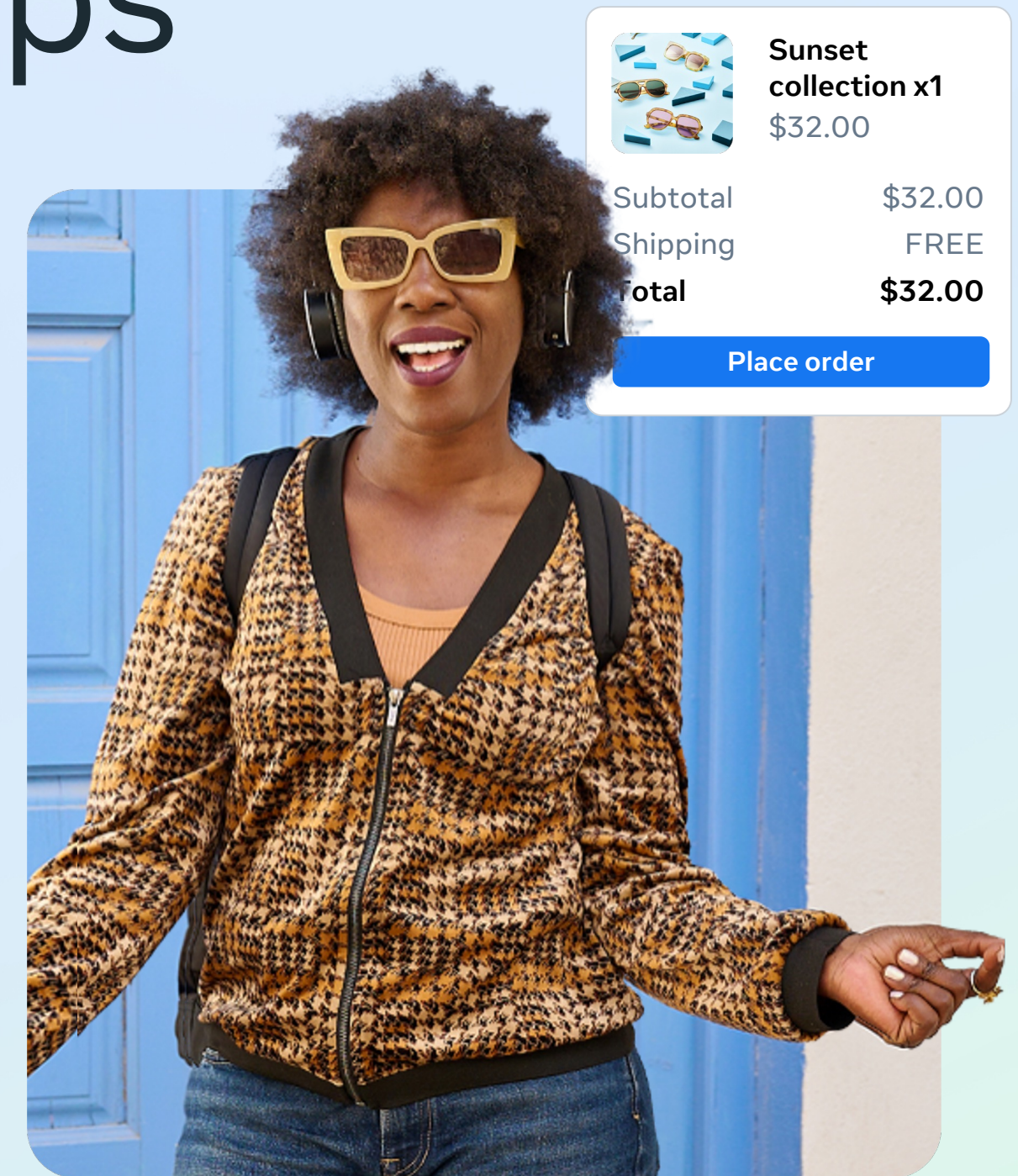
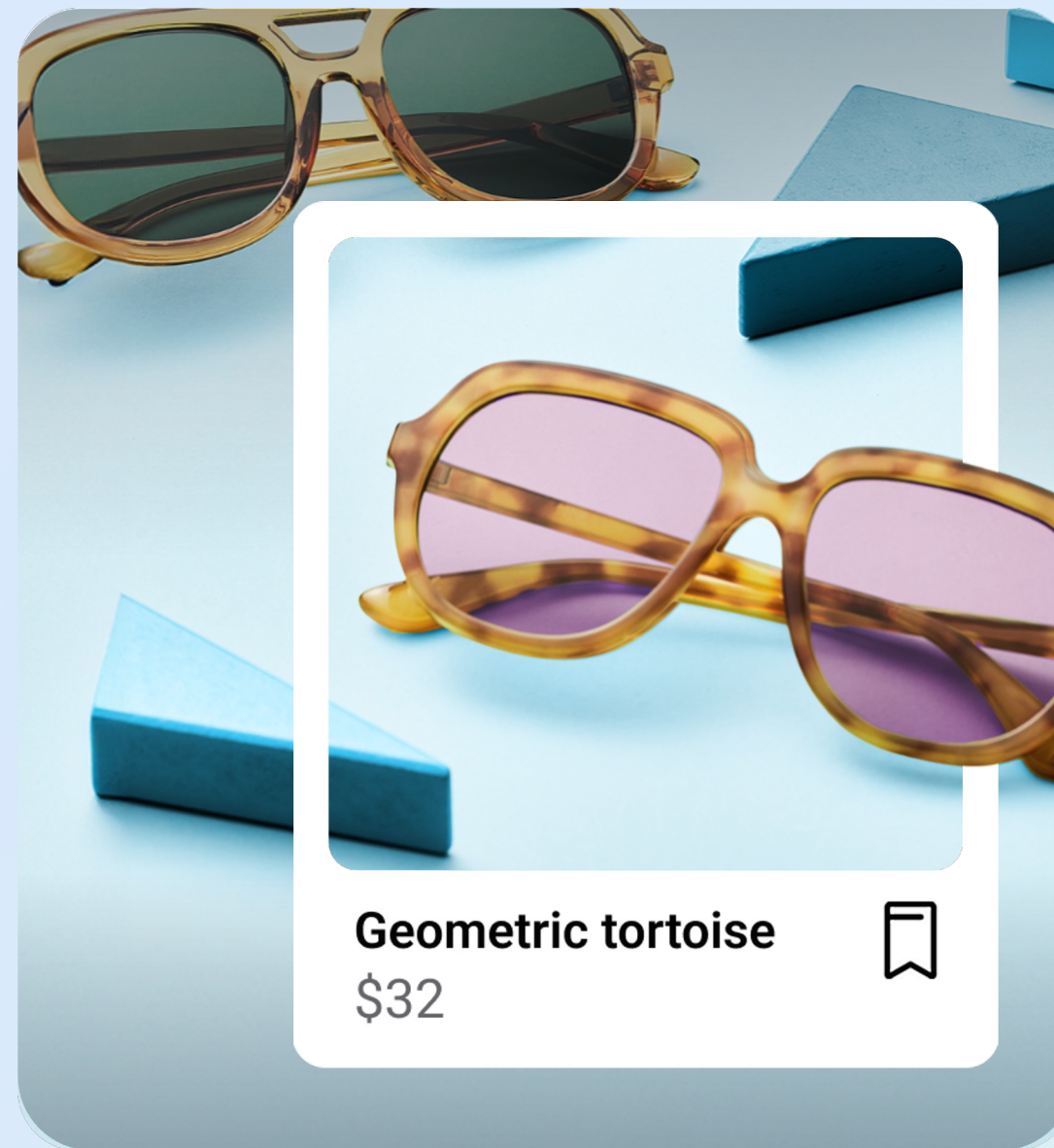


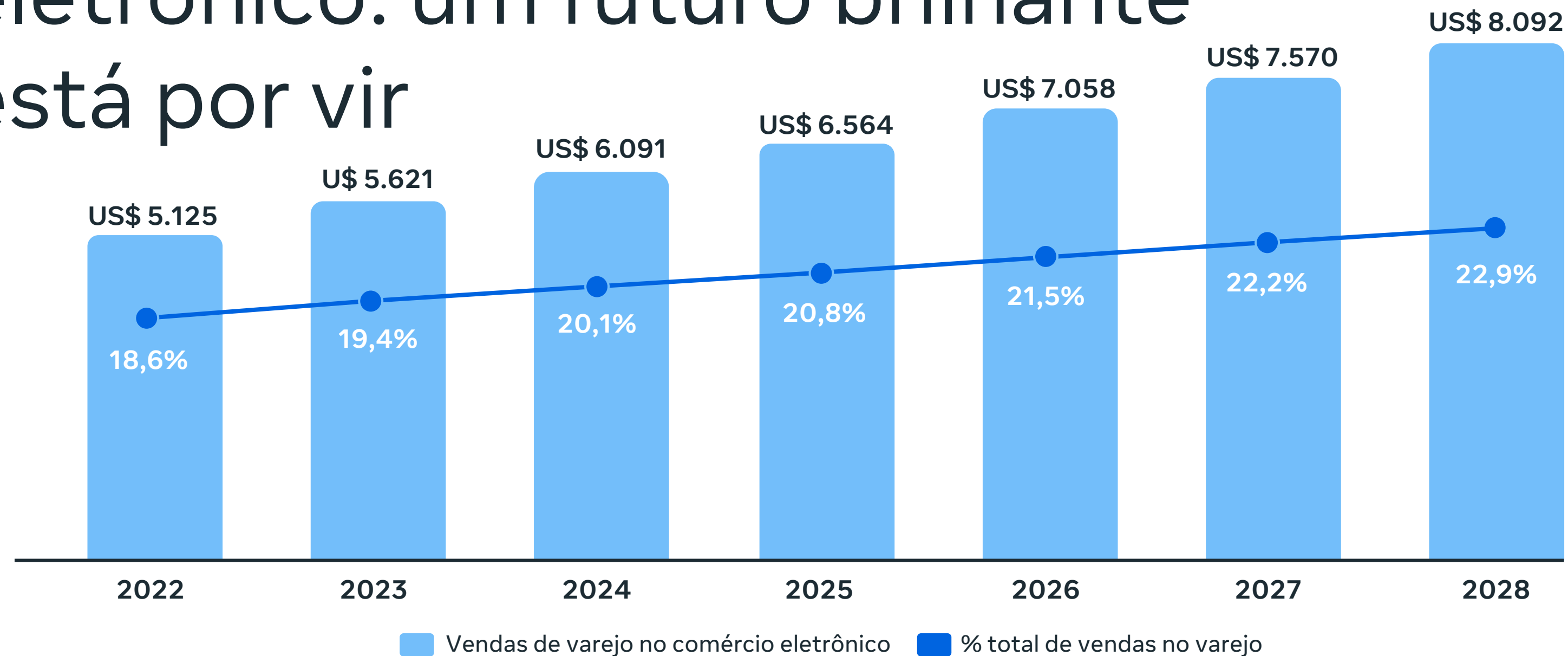
# O papel estratégico dos apps



para impulsionar o crescimento  
do comércio eletrônico

# Crescimento global do comércio eletrônico: um futuro brilhante está por vir

Vendas de varejo no comércio eletrônico no mundo inteiro  
2022 a 2028





# O comércio móvel assume o protagonismo

## VENDAS PROJETADAS

---

O comércio móvel deve atingir

**US\$ 2,51**  
**trilhões**

até o final de 2025.

## TAXA DE CRESCIMENTO

---

Isso representa um aumento de

**21,25%**

em relação ao ano anterior.

IMPACTO ATUAL

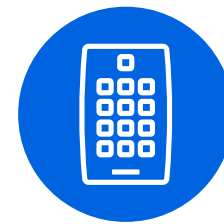
57%

das vendas globais de comércio eletrônico são geradas por dispositivos móveis.





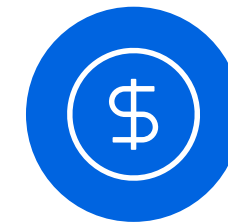
# O app é a nova vitrine para o comércio



PREFERÊNCIA PELO APP

64%

dos participantes preferem usar o app para celular da empresa, em vez de acessar um site móvel.<sup>1</sup>



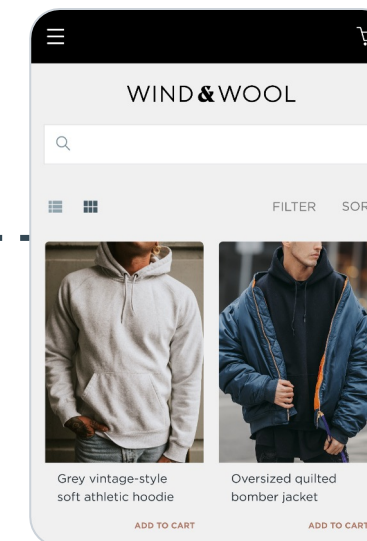
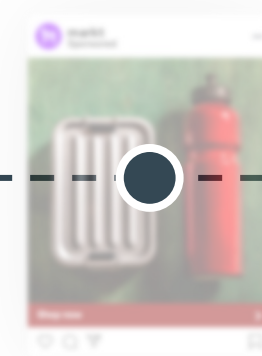
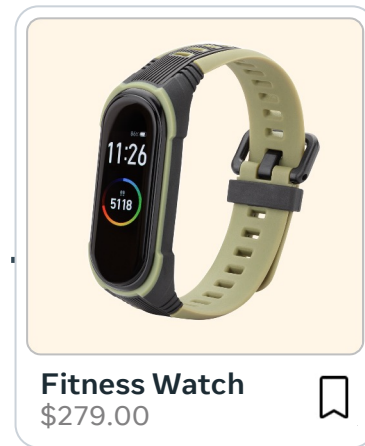
HÁBITOS DE COMPRA

52%

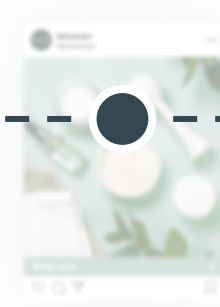
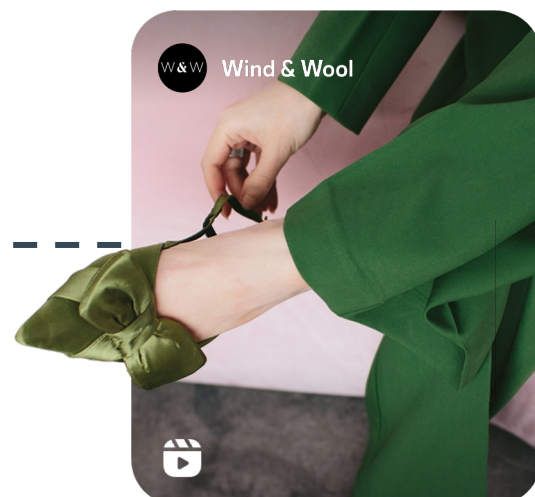
dos adultos em todo o mundo já compraram algo por meio de um app para celular.<sup>2</sup>

Fonte: 1. "Apps para celular vs. sites: a revolução na preferência do consumidor" da Bryj, abril de 2024.

2. "Cinco estatísticas sobre como os apps para celular aumentam as vendas online e físicas" da eMarketer, maio de 2024.




# Encontre os consumidores onde eles estão



# Superando desafios em um setor em constante transformação

## CORRIDA TECNOLÓGICA

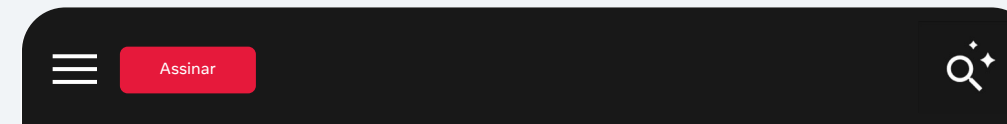


**Usando a tecnologia para criar uma melhor experiência para o cliente**

“A maioria das empresas não tem uma boa compreensão do que realmente significa uma experiência digital atraente para seus clientes.”

Fonte: “Usando a tecnologia para criar uma melhor experiência para o cliente” da Harvard Business Review, 17 de março de 2023.

## CORRIDA ENTRE CONCORRENTES




**A competição no comércio eletrônico está acirrada: como as marcas podem se diferenciar em um ecossistema saturado**

“Os consumidores estão cada vez mais dispostos a romper com seus hábitos de compra arraigados para explorar novos vendedores, marcas e plataformas. Isso leva a uma competição intensa, especialmente entre as plataformas de comércio eletrônico.”

Fonte: “A competição no comércio eletrônico está acirrada: como as marcas podem se diferenciar em um ecossistema saturado” da Forbes, 10 de novembro de 2023.

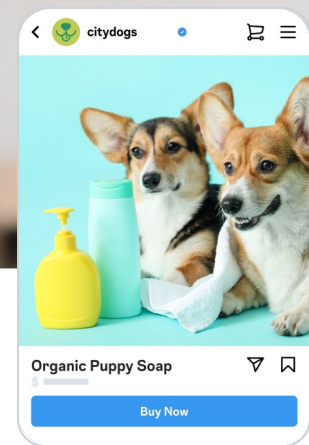
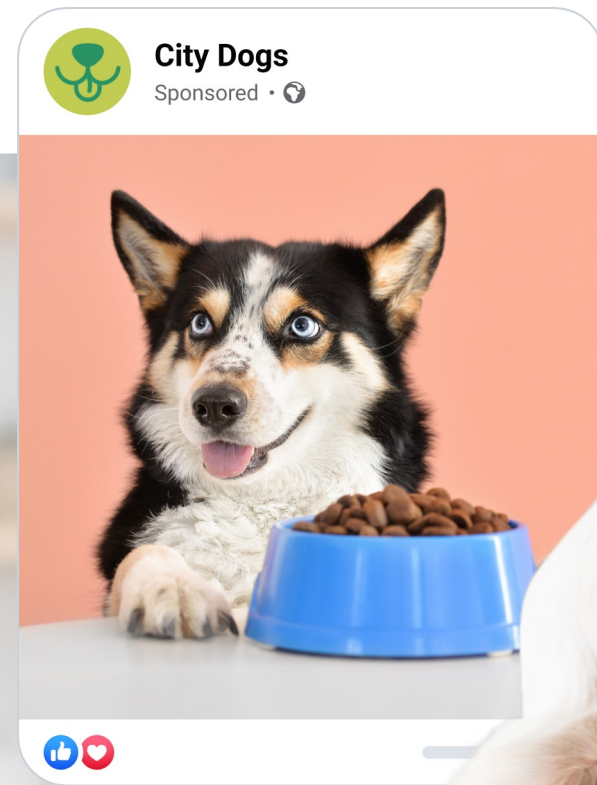
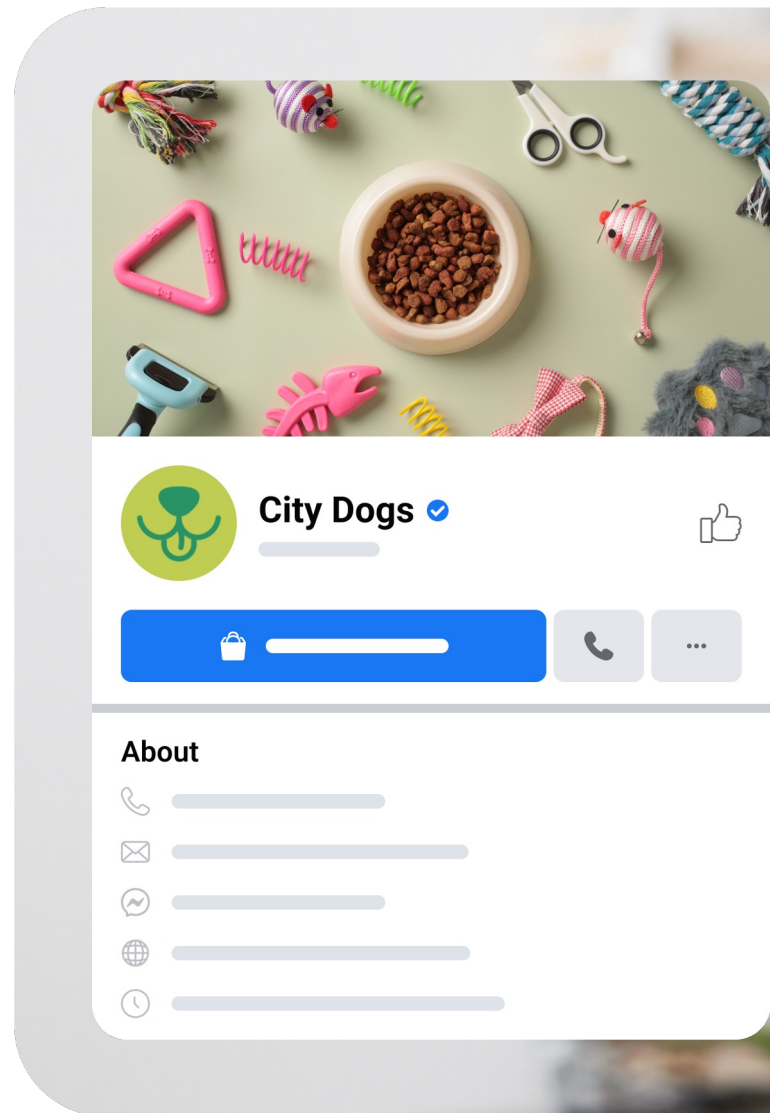
## CORRIDA PELO REENGAJAMENTO



**A importância e os desafios do reengajamento de apps para celular**

“As campanhas de reengajamento, tanto na web quanto em apps para celular, não terão a mesma granularidade e eficácia que os profissionais de marketing tinham anteriormente.”

Fonte: “A importância e os desafios do reengajamento de apps para celular” da Branch, 4 de maio de 2021.



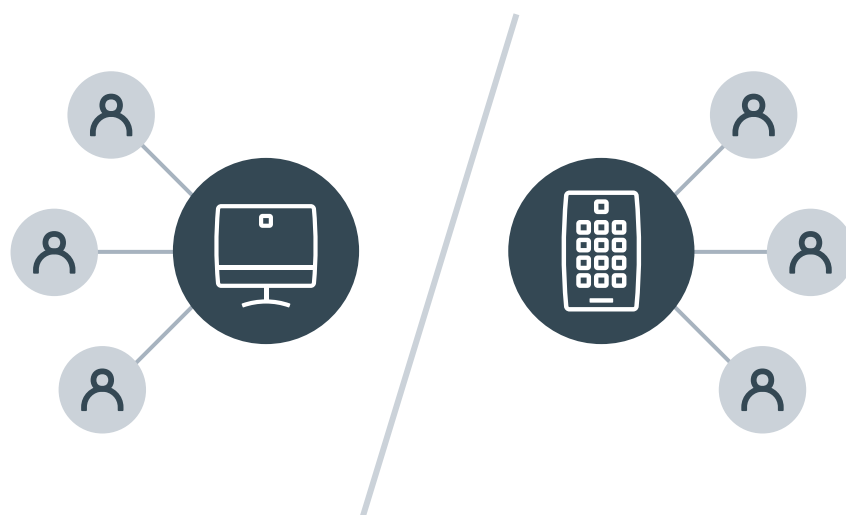
Potencialize sua  
estratégia de marketing

# Quebrando barreiras no marketing de comércio eletrônico para aumentar as taxas de conversão



## A ABORDAGEM TRADICIONAL

Veicular campanhas de vendas separadas para web e app.

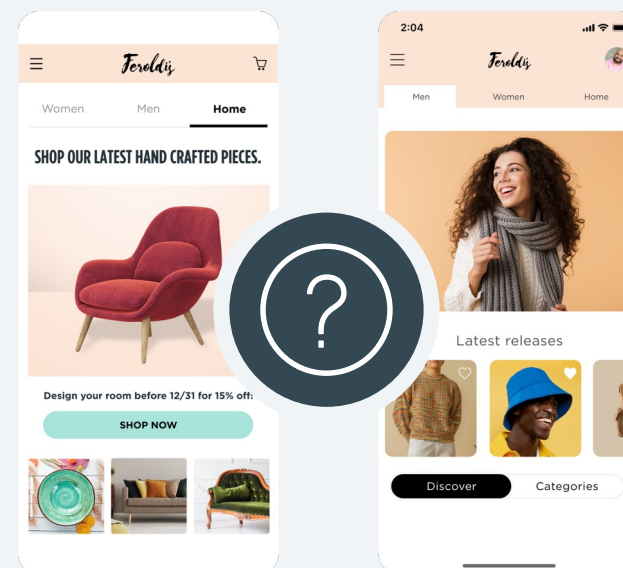


Muitos ainda acreditam que campanhas de vendas para web e apps precisam de estratégias e equipes separadas.



## VERIFICAÇÃO DA REALIDADE

Você pode estar perdendo oportunidades de ter taxas de conversão mais altas.



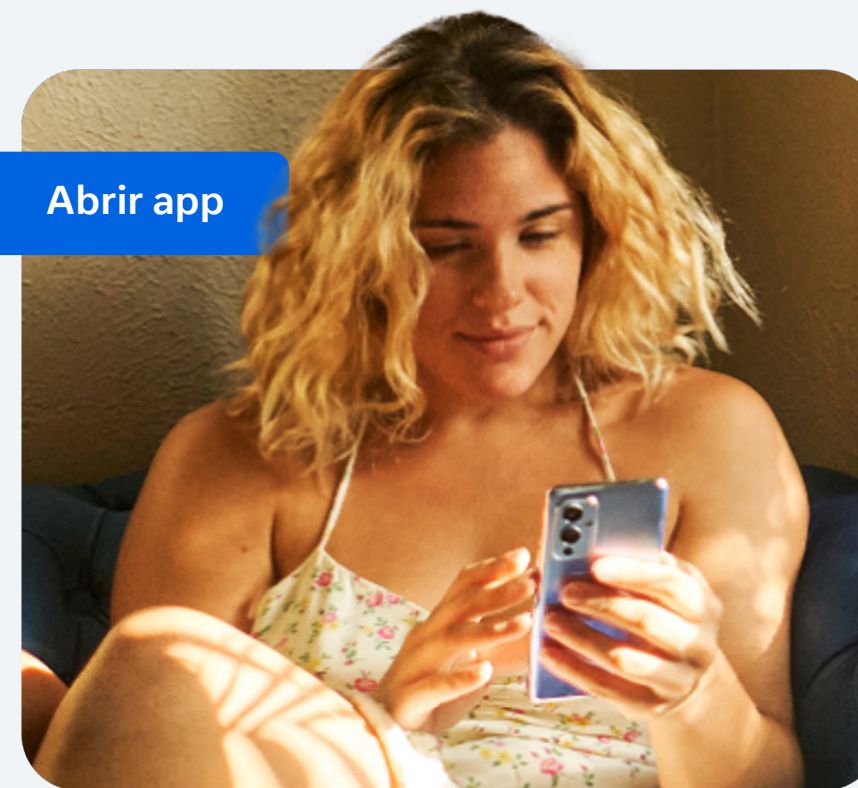
Quais são as taxas de conversão dos seus canais na web e em apps? Você pode se surpreender com a diferença.



## A OPORTUNIDADE

Desafie o convencional: unifique campanhas para impulsionar o retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS).

Abrir app





Comprar

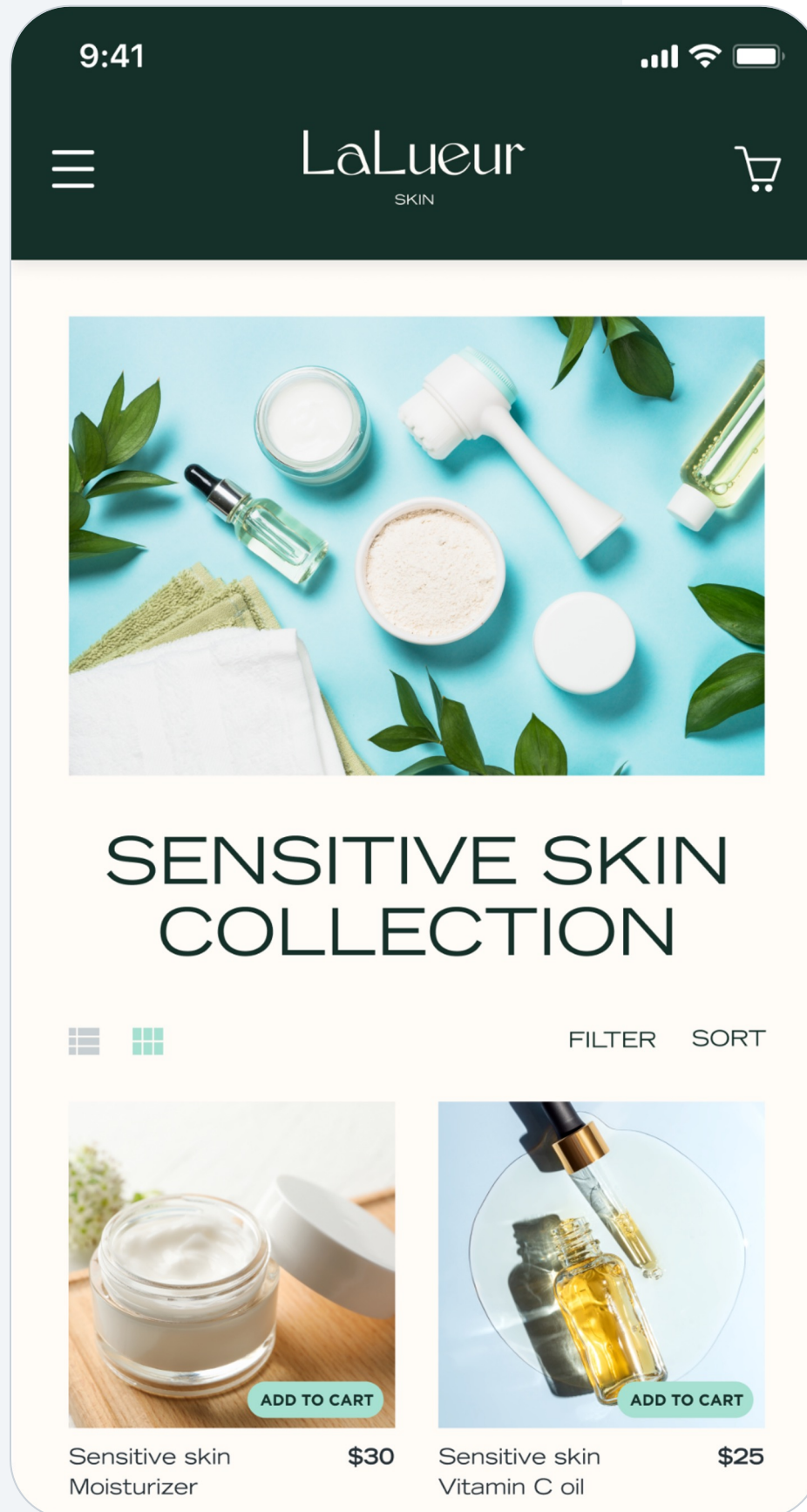
# Apps para celular geram conversões

As taxas de conversão em apps são

 **3x**

mais altas do que em sites móveis.

Fonte: "Apps para celular vs. sites no celular (Por que 90% do tempo gasto no celular é em apps)" da MobiLoud, 3 de janeiro de 2025.



# Aproveite todo o potencial do seu app para gerar conversões



Promover a fidelidade do cliente



Fortalecer as estratégias omnichannel



Potencializar as iniciativas de marketing



Descobrir insights valiosos sobre os consumidores



Simplificar a experiência de compra online



Aumentar o reconhecimento da marca

# O investimento no app é essencial para o sucesso a longo prazo. A Meta pode ajudar a:

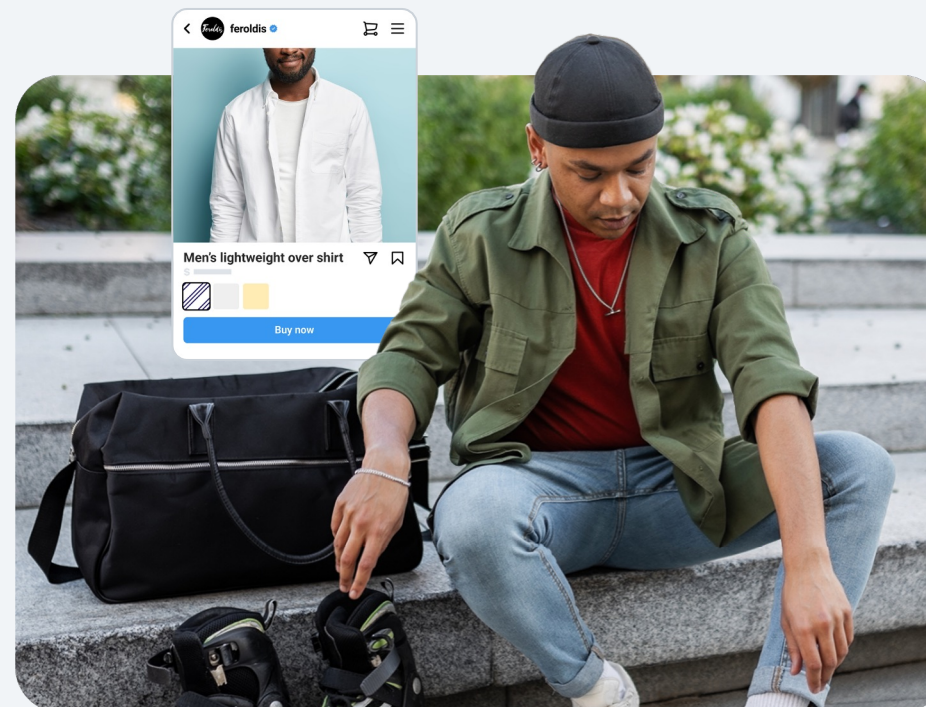
01

Fidelizar clientes e incentivar compras recorrentes



02

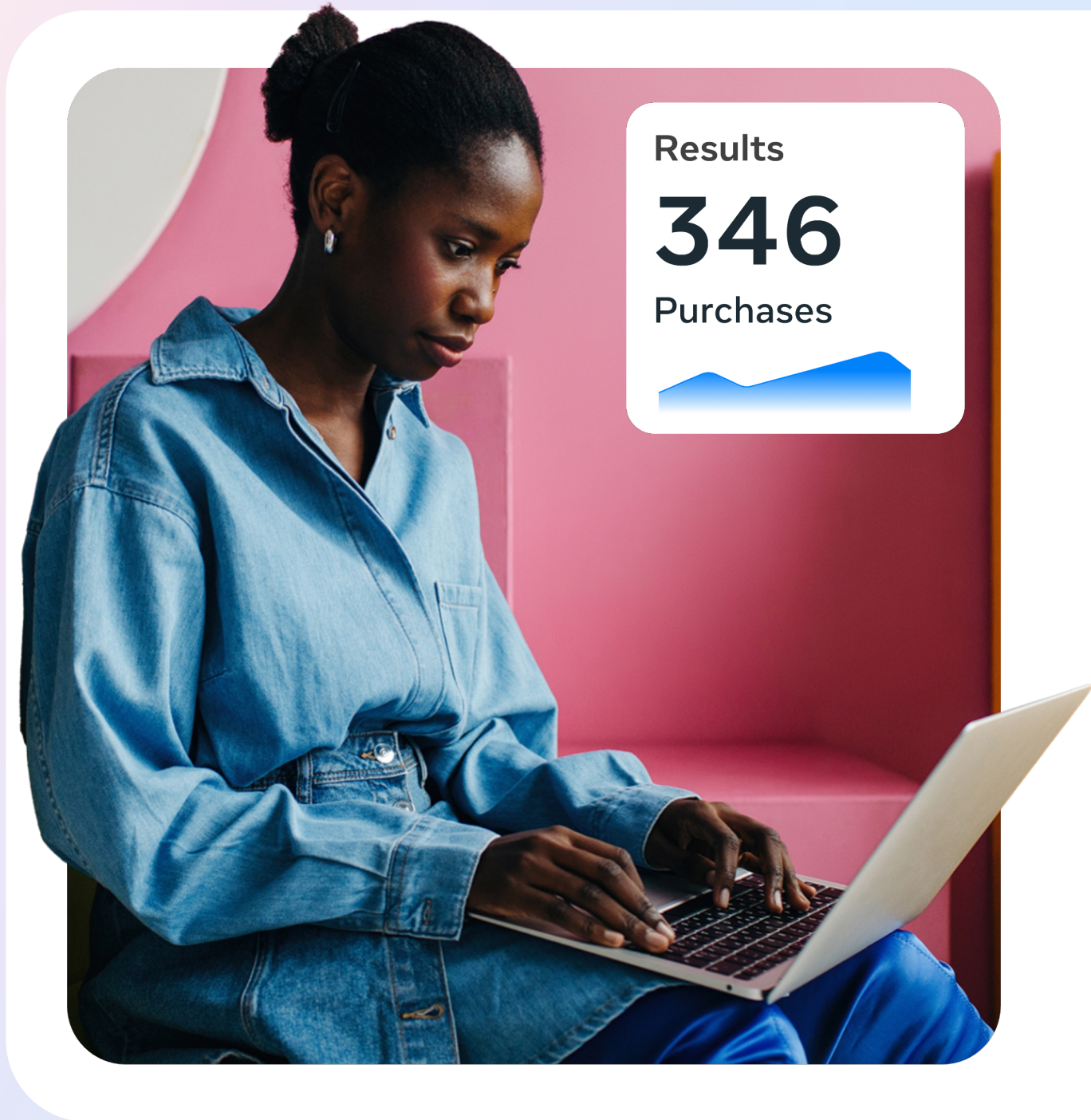
Identificar e alcançar clientes de alto valor



03

Adquirir novos clientes de app





01

Fidelize clientes e  
incentive compras  
recorrentes

POR QUE É IMPORTANTE



### Publicidade personalizada

Veicule anúncios altamente relevantes com base nas preferências e no comportamento dos clientes, aumentando a probabilidade de compras recorrentes.



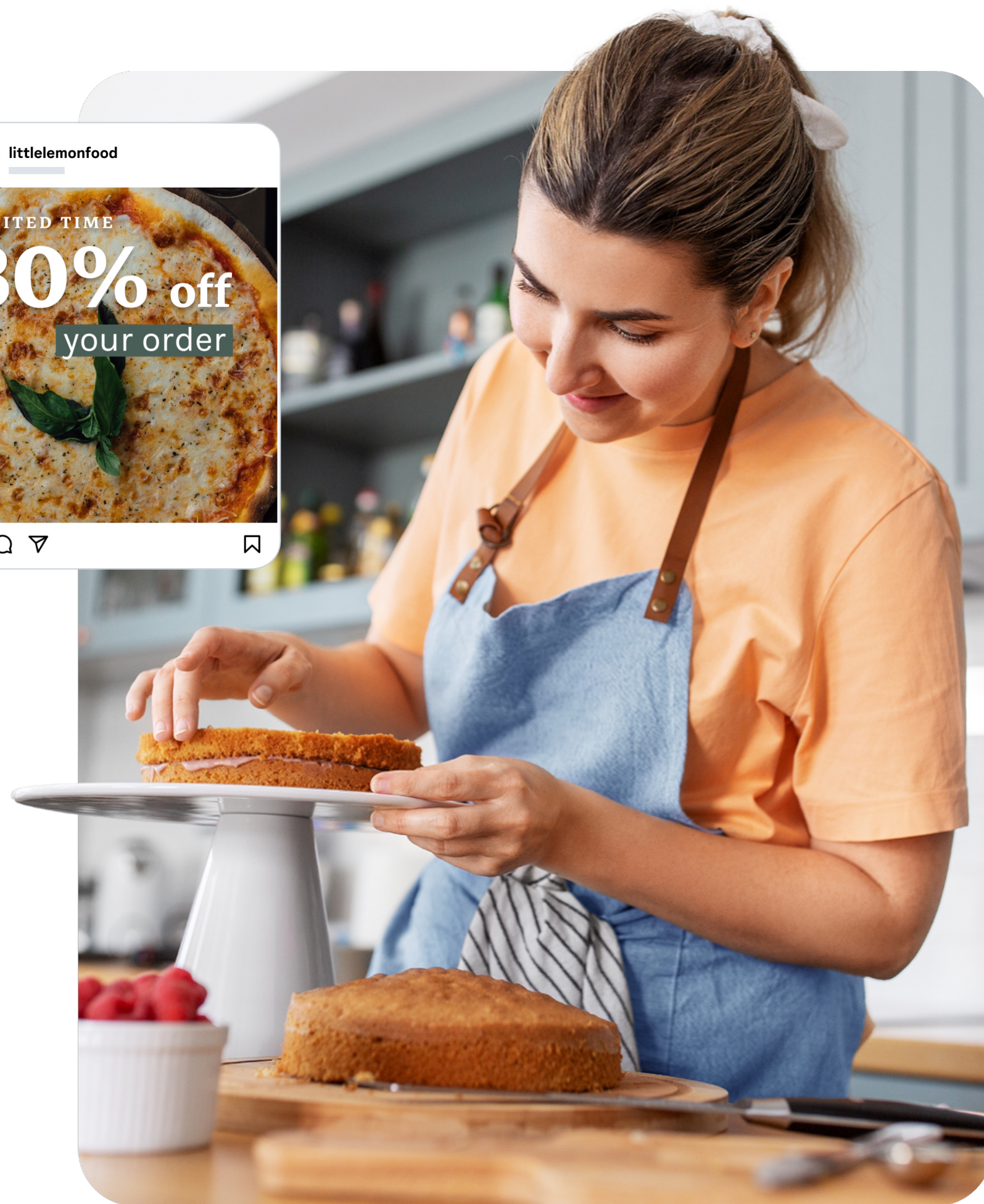
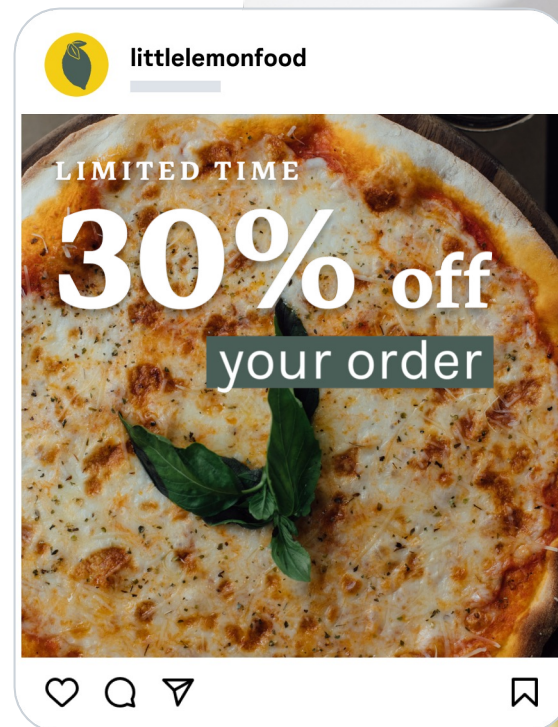
### Experiência integrada de usuário

Redirecione os clientes para onde eles pararam, como a finalização da compra, garantindo uma experiência de compra sem complicações.

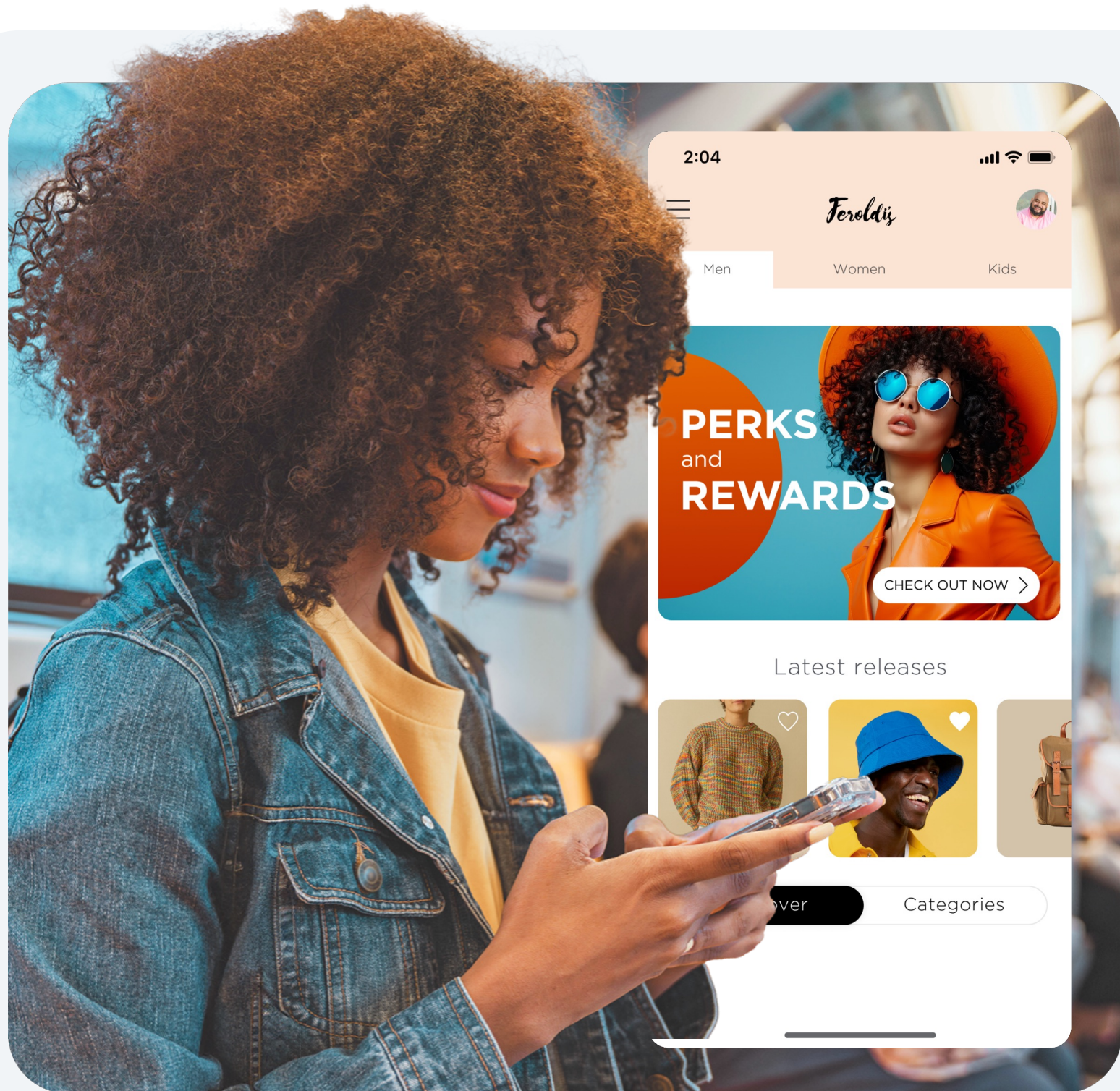


### Programas de fidelidade integrados

Incorpore programas de fidelidade e ofertas especiais ao seu app, recompensando clientes e incentivando compras recorrentes.



COMPROVAÇÃO DO SETOR



# Principais recursos que os consumidores dos Estados Unidos esperam em apps

PROGRAMAS DE FIDELIDADE  
**63%**

OFERTAS EXCLUSIVAS  
**62%**

Fonte: "US Mcommerce 2023: Growth Is Slowing, but the Smartphone Revolution Continues as Shein and Temu Make Move" da eMarketer, outubro de 2023.

AJUDA DAS SOLUÇÕES DA META

# Engajamento de clientes no app com soluções da Meta:

## Jornada simplificada

Direcione os clientes para seu app usando **deep links**, garantindo um fluxo contínuo para destinos específicos que correspondem à oferta do anúncio.

## Insights baseados em dados

Aproveite a **Mensuração de Eventos Agregados da Meta** para rastrear e mensurar o reengajamento, embasando decisões estratégicas.

## Objetivos flexíveis da campanha

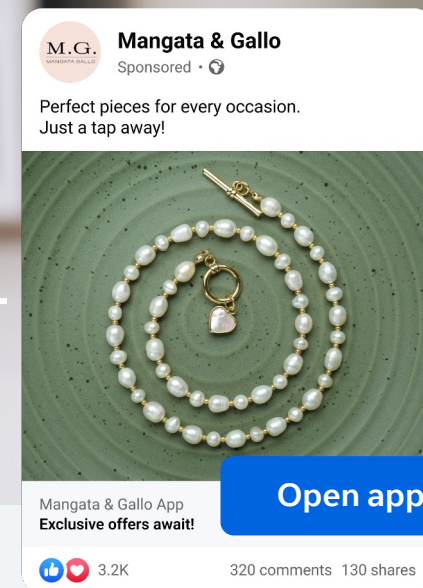
Use as vendas como o objetivo principal, enquanto também explora reconhecimento, tráfego e engajamento para reengajar os clientes do app.

## Ofertas personalizadas

Aproveite os anúncios de catálogo Advantage+ para exibir ofertas relevantes com base no comportamento de clientes e nas preferências do app.

## Públicos direcionados

Identifique clientes existentes usando o público Advantage+ ou públicos personalizados para alcançar sua lista desejada de clientes.



SOLUÇÕES DA META: DEEP LINKS

# Criação de uma jornada de usuário contínua, desde anúncios a app com deep links

## Direcione os clientes para páginas específicas

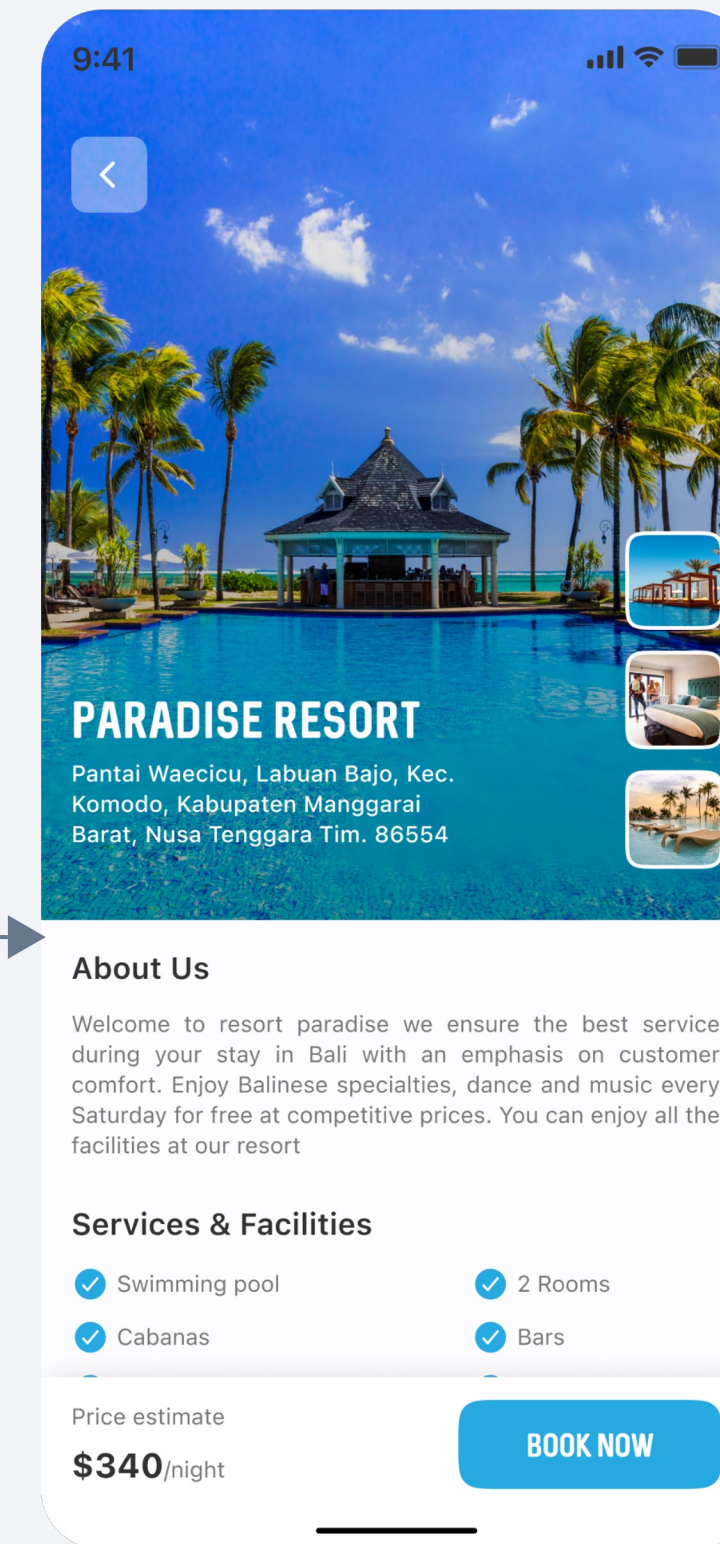
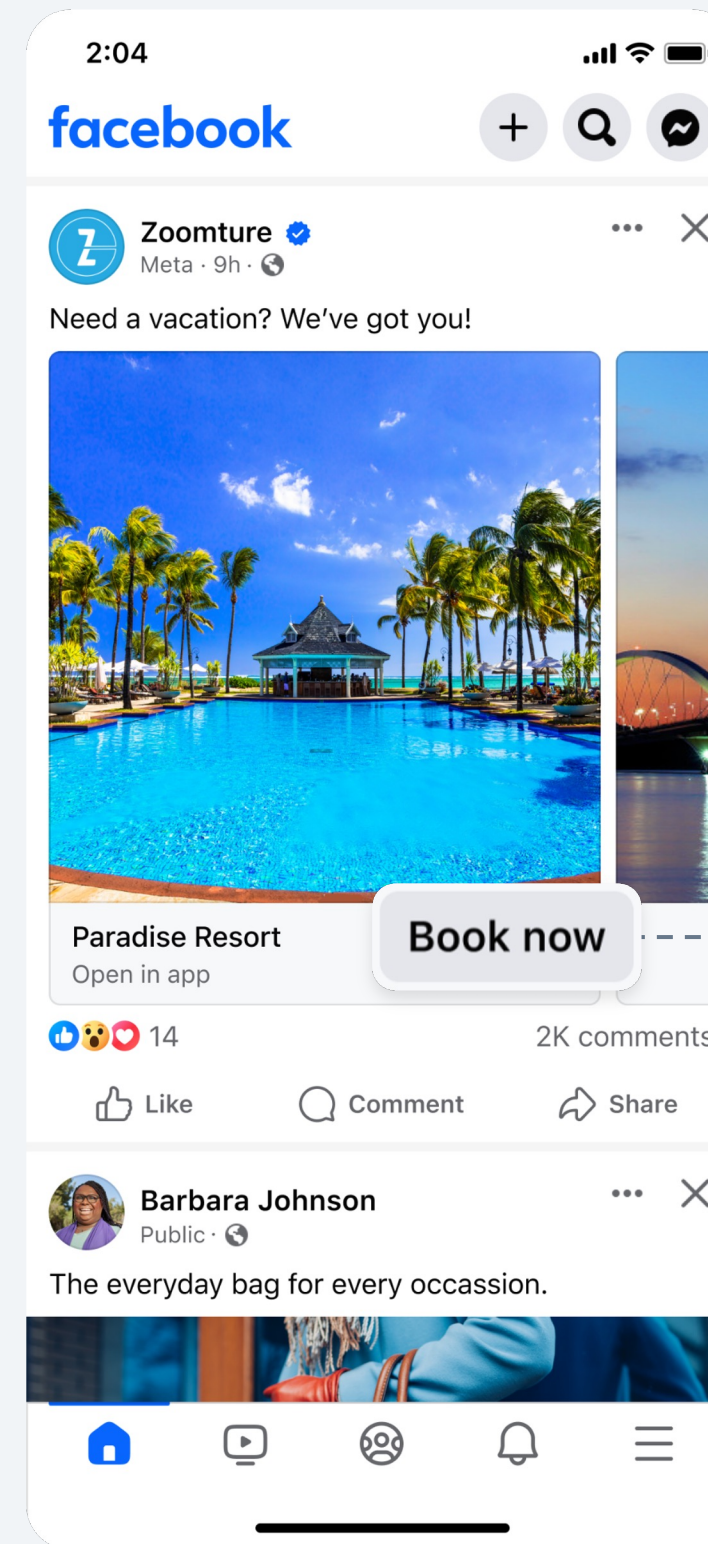
Envie os clientes diretamente para a página relevante no app, pulando a página inicial e aumentando as conversões.

## Incentive o engajamento dos clientes

Oriente os clientes para interações específicas e de alto valor. Por exemplo, direcione-os para um ponto de interesse específico, como o carrinho de compras, onde poderão concluir a compra.

## Colete insights baseados em dados

Compreenda melhor como os usuários interagem com campanhas, criações e conteúdo e qual deles foi o mais relevante.



SOLUÇÕES DA META: DEEP LINKS

# Como usar deep links nos objetivos da campanha

Objetivo da campanha	Meta de desempenho (otimizações)	Opções de destino: o usuário tem o app instalado	Opções de destino: se o usuário não tiver o app instalado (ou seja, opções de fallback)
<b>Vendas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maximizar o número de cliques em links</li> <li>Maximizar o número de conversões</li> <li>Maximizar o valor das conversões</li> </ul>	<p>Deep link para o destino no app</p> <hr/> <p>A Mensuração de Eventos Agregados é necessária para habilitar o fluxo de deep links</p>	<p>Abrir página de destino da web OU loja de apps</p>
<b>Reconhecimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maximizar o alcance dos anúncios</li> <li>Maximizar o número de impressões</li> <li>Metas de visualização de vídeo</li> </ul>	<p>Deep link para o destino no app (somente links universais e links de apps do Android estão disponíveis)</p>	<p>Abrir página de destino da web</p>
<b>Tráfego</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maximizar o número de cliques em links</li> <li>Maximizar o alcance diário único</li> </ul>	<p>Deep link para o destino no app</p>	<p>Abrir página de destino da web</p>
<b>Engajamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maximizar o número de eventos do app</li> <li>Maximizar o número de cliques em links</li> <li>Maximizar o alcance diário único</li> </ul>	<p>A Mensuração de Eventos Agregados é necessária para habilitar o fluxo de deep links</p> <hr/> <p>Deep link para o destino no app</p>	<p>Loja de apps OU abrir página de destino da web (somente com anúncios de catálogo Advantage+)</p>

# Mensuração de Eventos Agregados para reengajamento do app

É um protocolo que recupera a capacidade de mensurar conversões no app, permitindo que os anunciantes veiculem campanhas de reengajamento de vendas por catálogo com destinos no app para todos os usuários de iOS.



Capture mais casos de uso para ajudar a impulsionar o crescimento da empresa



Obtenha relatórios mais rápidos de campanhas otimizadas para eventos do app

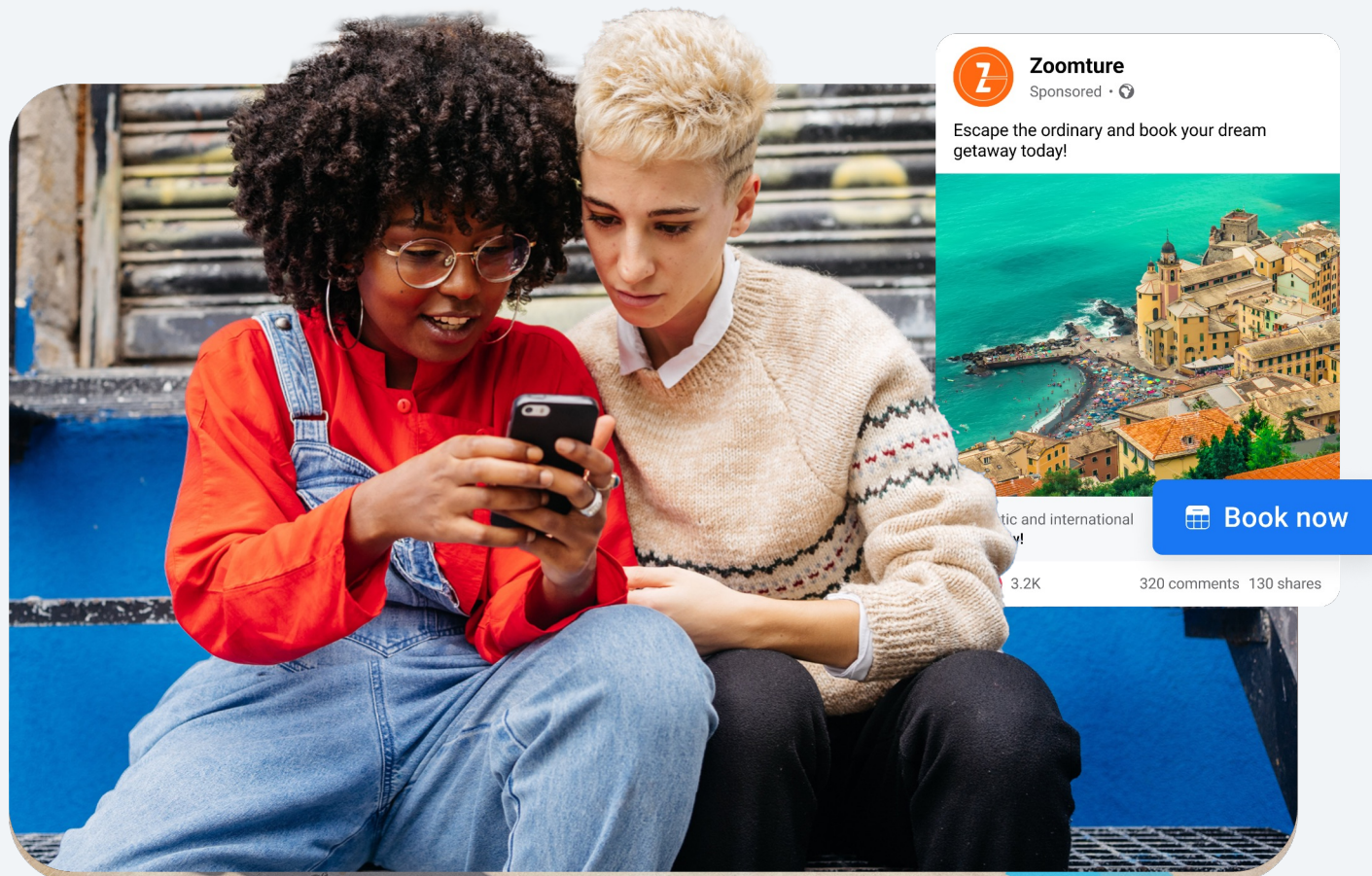


Otimize para mais de oito eventos

CONFIGURAÇÃO

# Exemplo de estratégia de marketing de cliente

Um app de viagens consolidado quer engajar seus clientes com ofertas exclusivas e personalizadas ou fazendo upsell de novas categorias de produtos, enviando-os diretamente ao app para celular.



## ESTRATÉGIA DE MARKETING

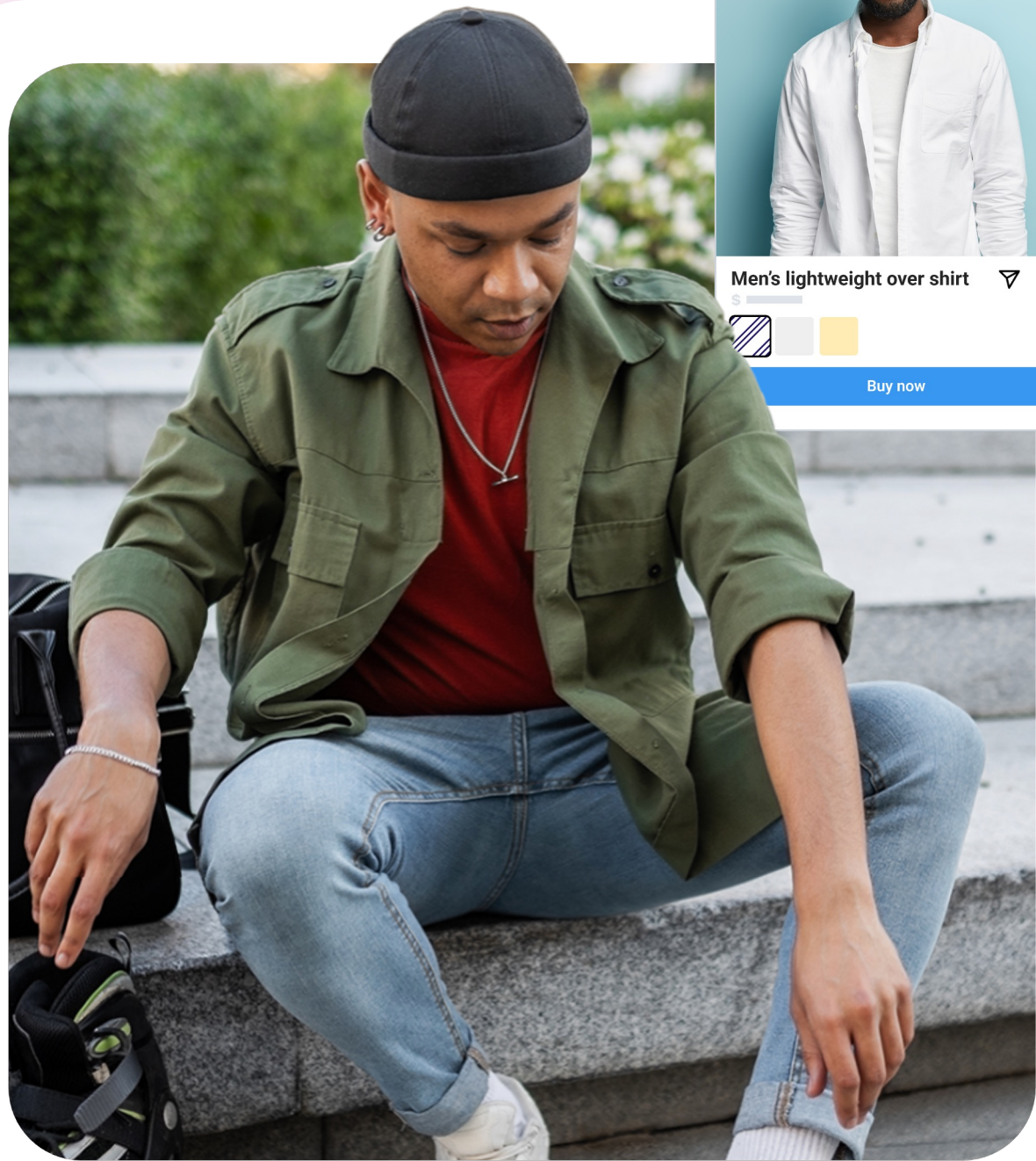
Objetivo do Gerenciador de Anúncios da Meta	Vendas
KPI de marketing	Retorno sobre o investimento em publicidade

## ESTRATÉGIA DE MENSURAÇÃO

iOS	Mensuração de Eventos Agregados para reengajamento
-----	--

## CAMPANHAS DE COMPRAS ADVANTAGE+

Anúncios de catálogo Advantage+	Mostrar automaticamente produtos ou serviços relevantes para os clientes em grande escala com base em seus interesses, intenções e ações
Local de conversão	App ou site e app
Meta de desempenho	Maximizar o valor das conversões
Público	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. [recomendado] Usar o público Advantage+ para permitir que nosso sistema identifique seus clientes existentes</li> <li>b. Usar o público personalizado para incluir seus clientes existentes</li> </ul>
Destino	Escolher o app como destino principal
Deep links do Android/iOS	Adicionar os deep links do seu app ou usar o catálogo como uma fonte de deep links



# 02

Identifique e alcance clientes de alto valor

POR QUE É IMPORTANTE



## Maior fidelidade

Os usuários que interagem com seu app são mais fiéis, têm uma conexão mais forte com sua marca e têm um valor total maior.



## Conversões orientadas pela praticidade

O app proporciona uma experiência descomplicada para clientes em potencial, resultando em maiores taxas de conversão.

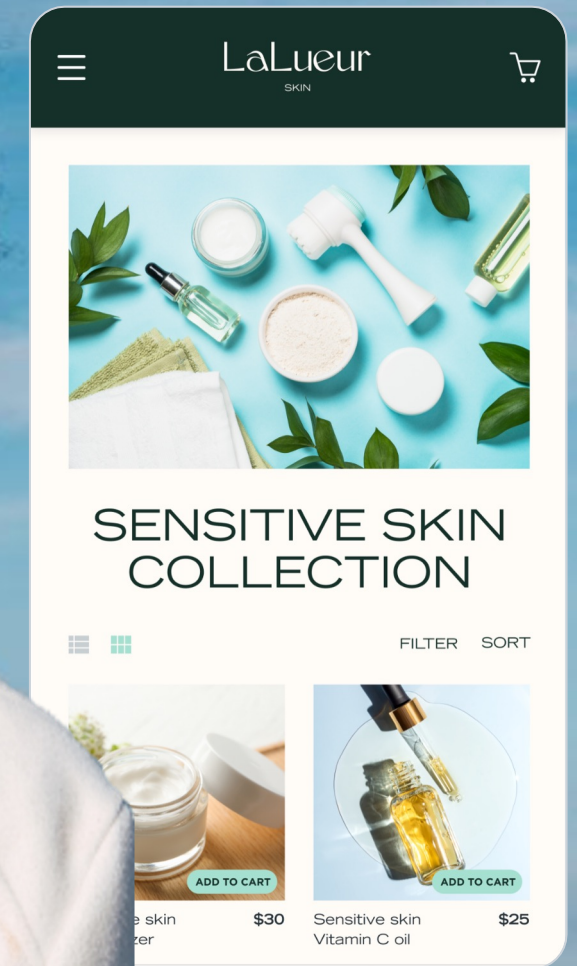


## Engajamento de longo prazo

Os usuários de app têm mais probabilidade de fazer compras recorrentes e manter um relacionamento com sua marca por um período mais longo.



Learn more



ESTUDO DE CASO

A Sephora gerou melhores resultados ao otimizar campanhas de compras Advantage+ para conversões tanto na web quanto no app

67%

de aumento nas vendas

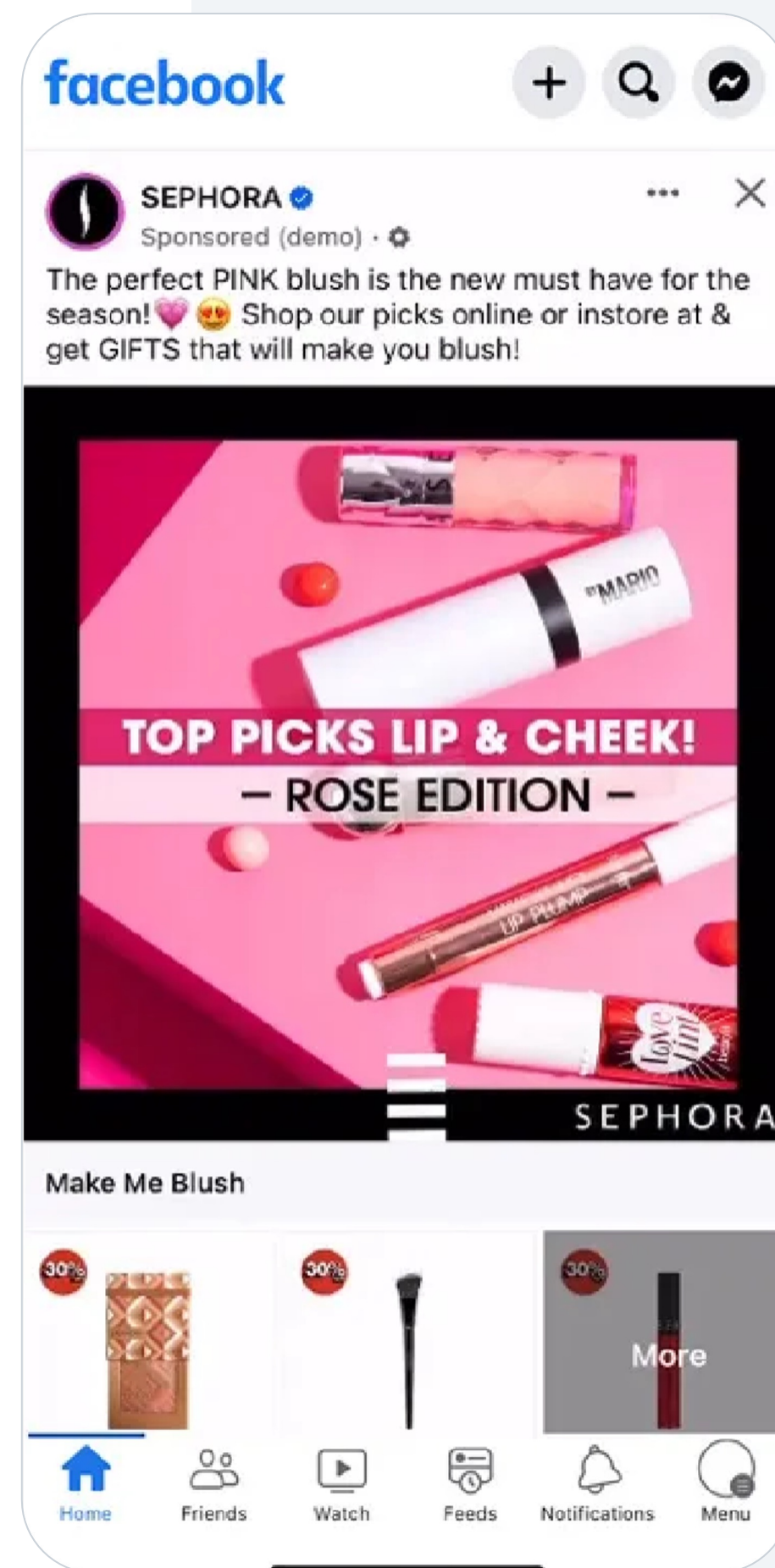
40%

de redução no custo por compra

63%

de aumento no retorno sobre o investimento em publicidade

Dados da Meta, somente nos Emirados Árabes Unidos, de 28 de janeiro a 12 de fevereiro de 2023.  
Análise de resultados com base em dados de relatórios de um teste A/B no Gerenciador de Anúncios da Meta  
Fonte: [caso de sucesso da Meta](#).



SOLUÇÕES DA META

# Alcance novos clientes de alto valor e mantenha uma experiência contínua para clientes existentes

## Maximize o valor do público

Use campanhas com objetivo de vendas para alcançar os clientes certos com maior probabilidade de compra.

## Otimize o fluxo de clientes

Use o destino do site e do app para permitir que nosso sistema direcione os clientes diretamente para o app, caso esse seja o melhor resultado para sua campanha.

## Amplie suas promoções

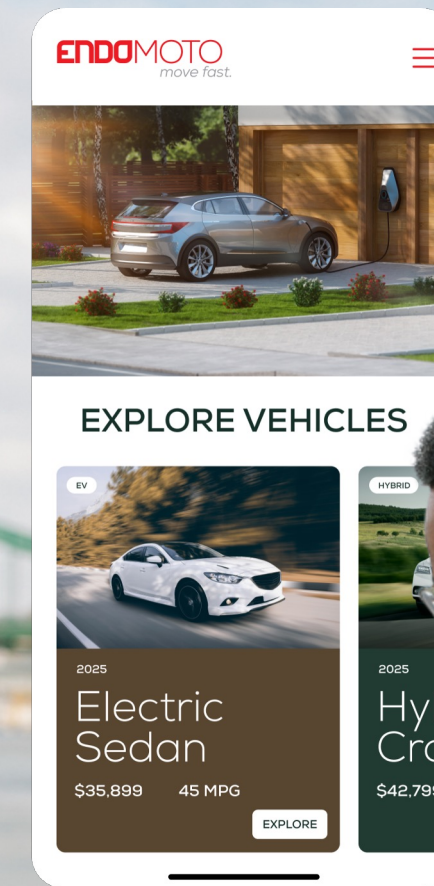
Promova seus produtos em grande escala e mostre a oferta mais relevante para clientes em potencial usando os anúncios do catálogo Advantage+.

## Alcance novos compradores

Exclua clientes existentes ou use o público Advantage+ para alcançar novos clientes de alto valor de acordo com sua base de clientes existentes.

## Garanta uma experiência contínua

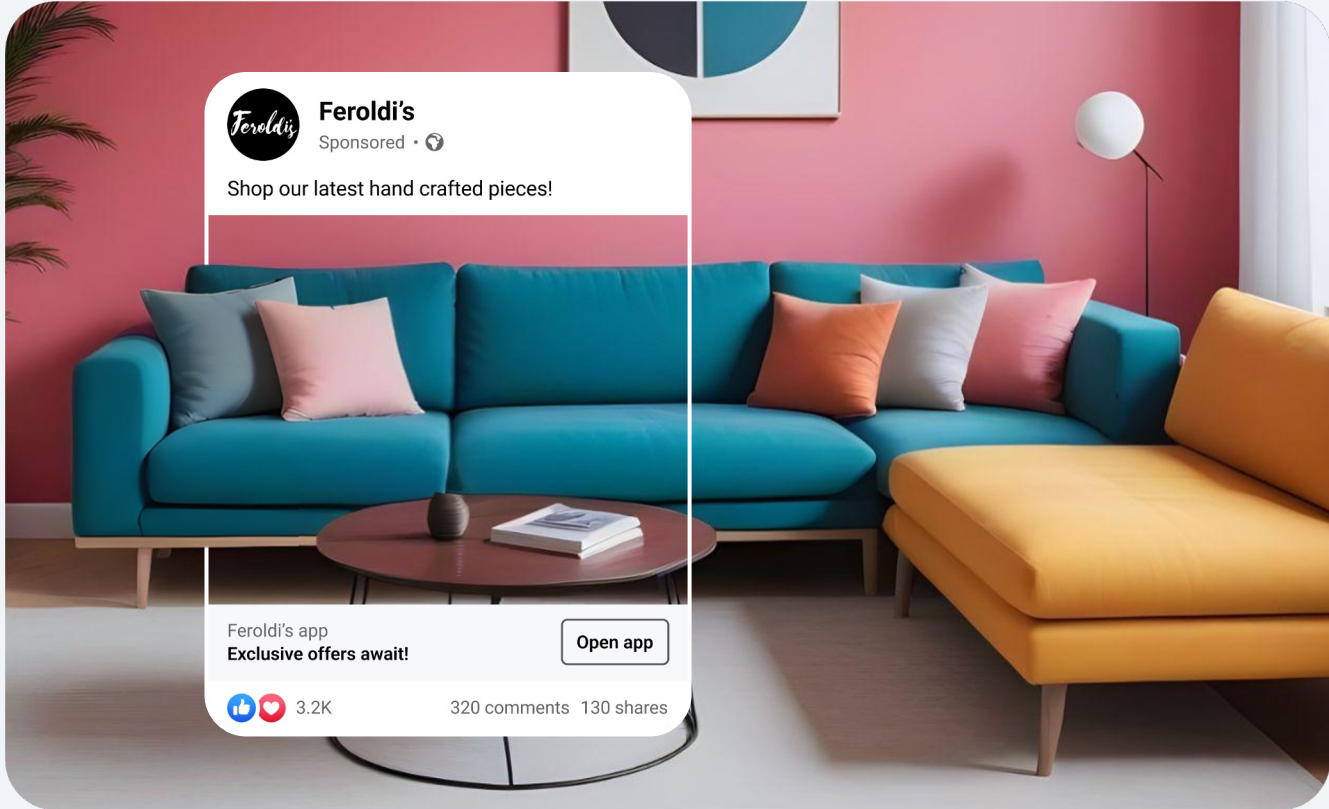
Utilize deep links para oferecer uma experiência sem interrupções, direcionando os clientes diretamente para o app.



CONFIGURAÇÃO

# Exemplo de estratégia de marketing de cliente

Um app de móveis no comércio eletrônico quer expandir seu alcance em mercados de baixa penetração e alcançar clientes de alto valor que provavelmente vão baixar o app e realizar uma compra.



## ESTRATÉGIA DE MARKETING

Objetivo do Gerenciador de Anúncios da Meta	Vendas
KPI de marketing	Custo por compra

## ESTRATÉGIA DE MENSURAÇÃO

iOS	Mensuração de Eventos Agregados para reengajamento
-----	--

## CAMPANHAS DE COMPRAS ADVANTAGE+

Anúncios de catálogo Advantage+	Anunciar automaticamente produtos ou serviços relevantes para as pessoas com base em seus interesses, intenções e ações exclusivos
Local de conversão	Site e app
Meta de desempenho	Maximizar o número de conversões
Local do público	Selecionar os novos mercados
Público	a. [recomendado] Usar o público Advantage+ para permitir que nosso sistema identifique clientes em potencial b. Usar o público personalizado para excluir seus clientes existentes da campanha
Destino	Escolher o app como destino principal
Deep links do Android/iOS	Adicionar deep links do seu app ou usar o catálogo como uma fonte de deep links



# 03

## Adquira novos clientes de app

POR QUE É IMPORTANTE



## Engajamento maior

Os clientes de app geralmente são mais engajados com sua marca, pois tomaram a decisão de baixar e instalar o app em seus dispositivos. Isso indica um maior interesse e comprometimento, o que leva ao aumento do uso e da fidelidade.



## Retorno sobre o investimento amplificado

Com uma grande base de usuários de app, você pode facilmente aproveitar outras estratégias, como o engajamento, para obter o máximo da sua base de usuários e impulsionar o sucesso a longo prazo.



ESTUDO DE CASO

# A Hungerstation atraiu clientes ao adicionar otimização de valor nas campanhas de app Advantage+

41%

de redução no custo por primeiro pedido ao otimizar para valor, em vez de compras

13%

de redução no custo por adição ao carrinho ao otimizar para valor, em vez de compras

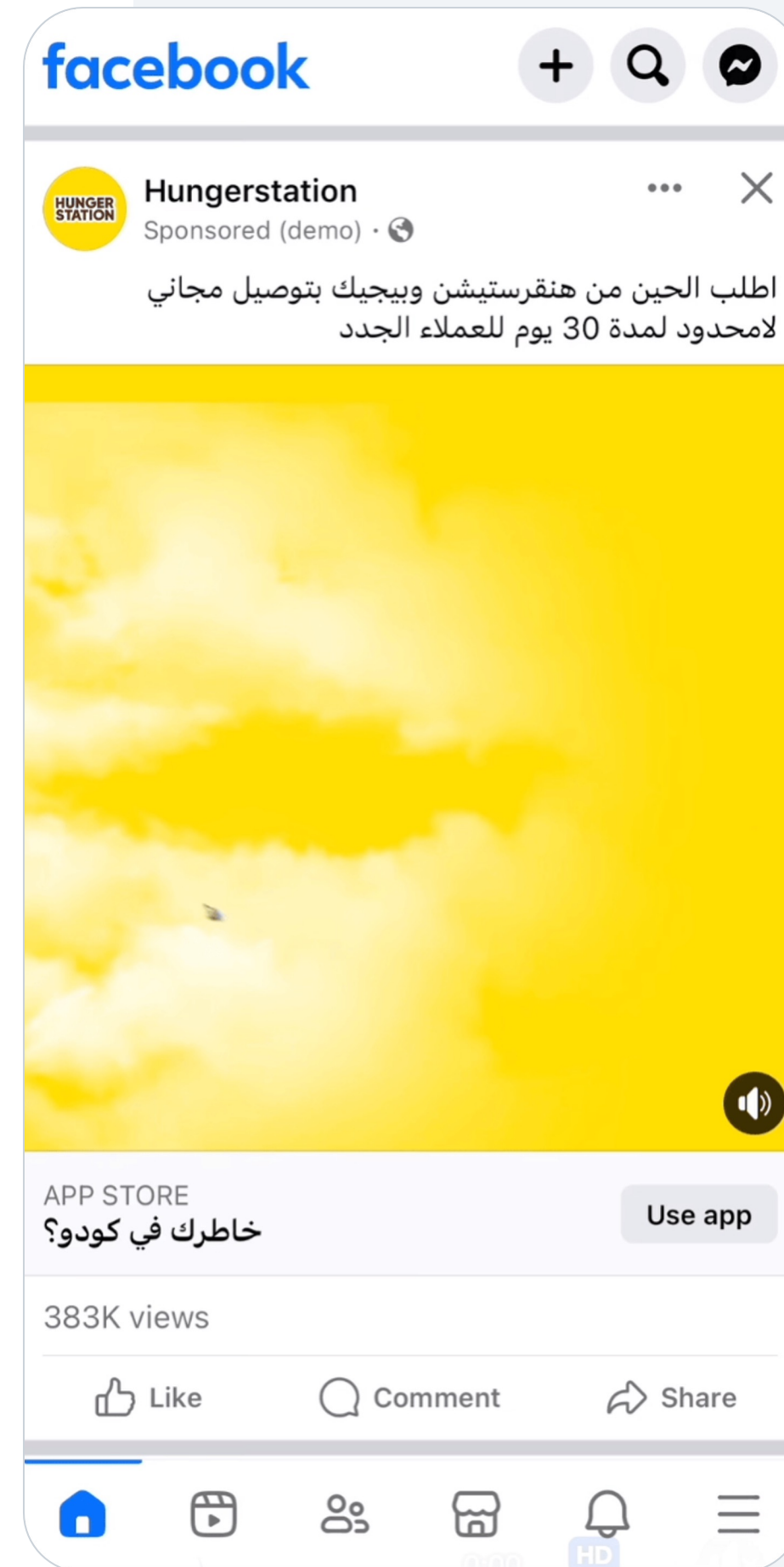
17%

de redução no custo por pedido ao otimizar para valor, em vez de compras

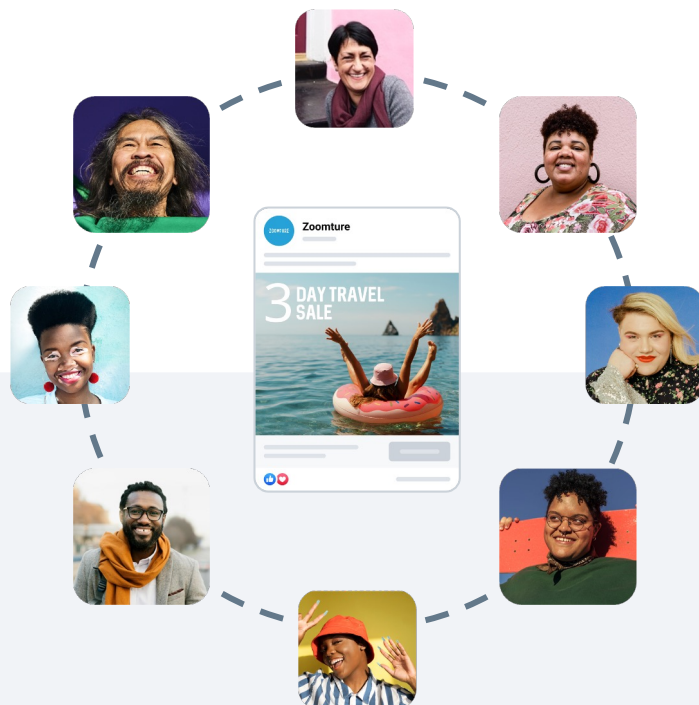
31%

de redução no custo por visualização de conteúdo ao otimizar para valor, em vez de compras

Com base nos resultados de 29 de setembro a 20 de outubro de 2023, campanha publicitária que usou dados de relatórios de um teste A/B no Gerenciador de Anúncios da Meta.  
Fonte: [caso de sucesso da Meta](#).



# Campanhas de promoção do app



## Alcance públicos com alta intenção de compra

Use campanhas de promoção do app para alcançar pessoas com probabilidade de baixar seu app.

✓ Instalações do app

✓ Eventos do app

✓ Otimização de valor

## Escolha sua meta de desempenho

Selecione a melhor meta de desempenho com base nos seus objetivos comerciais: instalações do app, eventos do app ou valor de conversão.



## Tome decisões baseadas em dados

Aproveite nossas soluções de mensuração para acompanhar o desempenho tanto no iOS quanto no Android, tomando decisões embasadas para otimizar suas campanhas.

SOLUÇÕES DA META: CAMPANHAS DE APP ADVANTAGE+

# As campanhas de app Advantage+ são a maneira mais eficiente para os anunciantes impulsionarem instalações do app

Nossas otimizações mais avançadas de IA são habilitadas quando sua campanha de app usa público, posicionamento e orçamento Advantage+.

# 7%

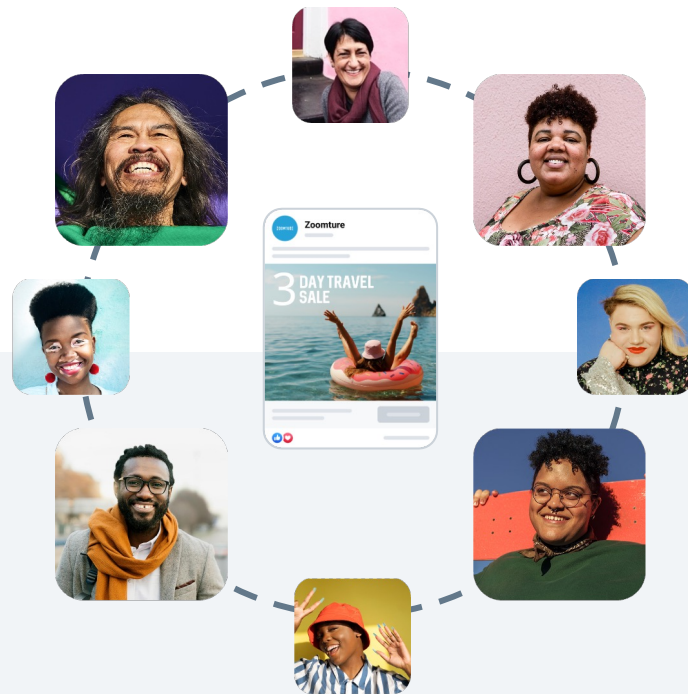
de melhoria no custo médio por aquisição ao usar campanhas de app Advantage+.

Fonte: análise da Meta de 15 testes A/B para campanhas de app realizada no período de junho de 2024 a setembro de 2024 em diversos segmentos (business to business, jogos, comércio eletrônico e tecnologia) e todas as regiões. O grupo de controle para cada campanha continha campanhas típicas habituais e o grupo de teste continha campanhas de app Advantage+ com o indicador ATIVADO.



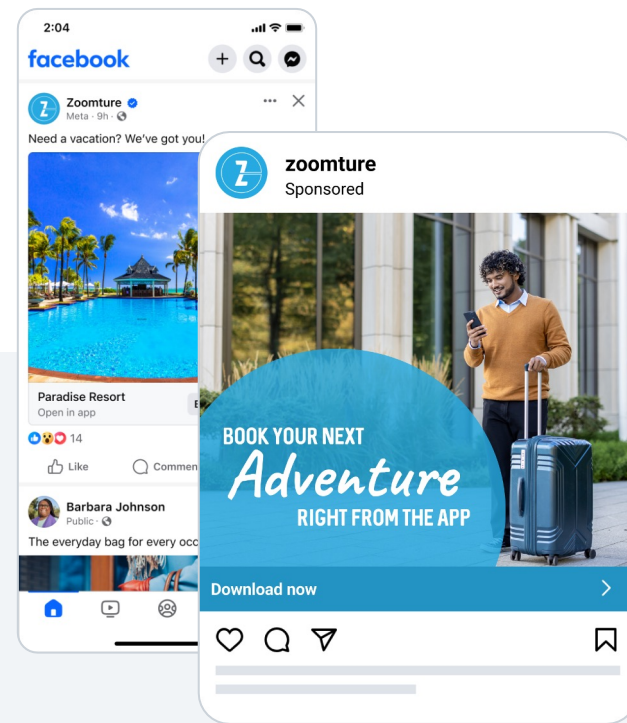
SOLUÇÕES DA META: CAMPANHAS DE APP ADVANTAGE+

# Boas práticas para campanhas de app Advantage+



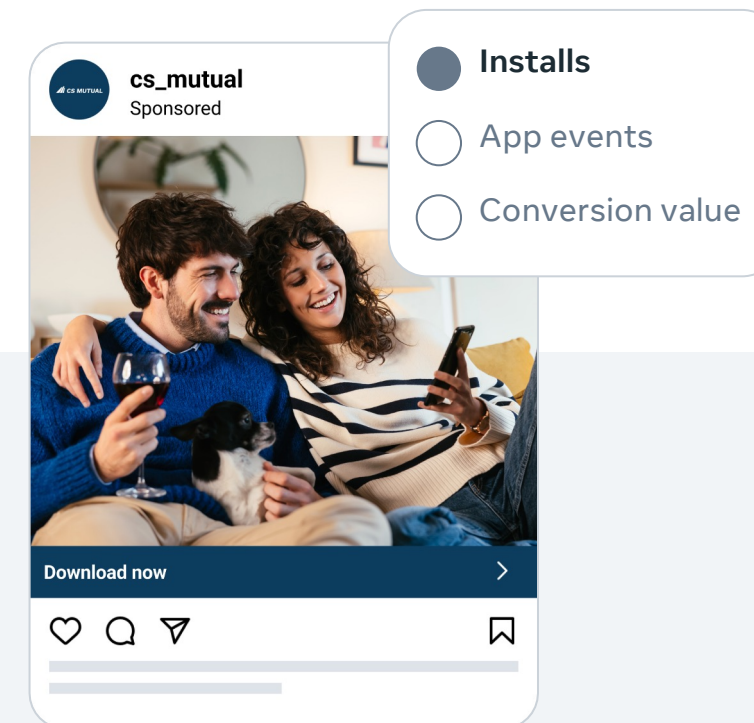
## DADOS

Aproveite os sinais de público para obter anúncios mais personalizados e melhor desempenho.



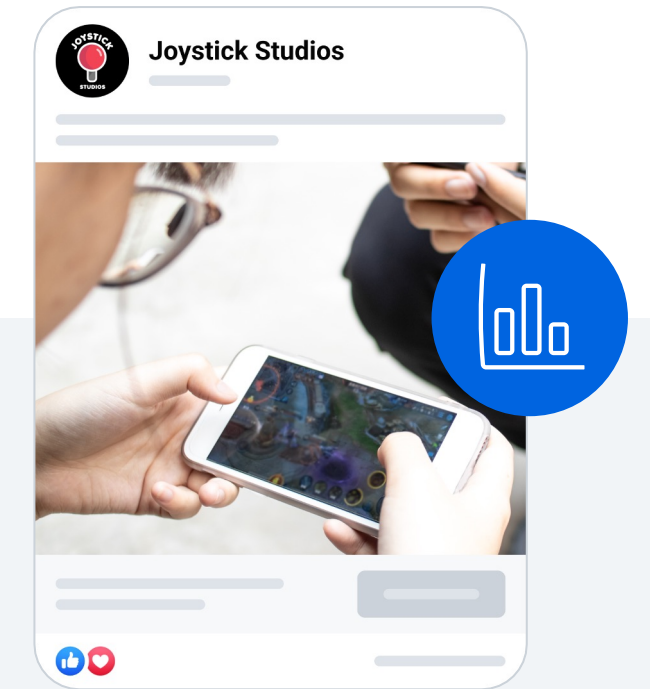
## CRIATIVO

Forneça uma ampla variedade de ativos de criativos para ajudar a aumentar a relevância e maximizar o desempenho.



## MÍDIA

Selecione a otimização alinhada com seus KPIs, ou seja, instalações, eventos do app ou valor de conversões.



## MENSURAÇÃO

Certifique-se de poder acompanhar com eficácia o sucesso da sua campanha de promoção do app garantindo que você tenha os mecanismos corretos em funcionamento.

# Metas de desempenho para campanhas de promoção do app



## OTIMIZAÇÃO

**Instalações do app**

**Eventos do app**

**Otimização de valor**

## PROPÓSITO

Maximizar o volume de instalações do app para um determinado orçamento.

Maximizar o número de conversões no app após a instalação, dentro de um orçamento determinado, ou seja, maximizar o número de compras que os usuários farão após a instalação.

Maximizar o valor da compra no app após a instalação, ou seja, encontrar usuários com maior probabilidade de baixar o app e fazer compras de alto valor.

# Mensuração de Eventos Agregados para campanhas de promoção do app

A Mensuração de Eventos Agregados é um protocolo que permite a mensuração de eventos do app e da web de pessoas que usam dispositivos iOS versão 14 ou posterior, incluindo agora campanhas que usam o objetivo de promoção do app .



Os anunciantes que configuraram as campanhas de promoção do app para se qualificarem para a Mensuração de Eventos Agregados observaram:



# 9,5%

[Abrir app](#)

de aumento nas conversões incrementais\* com custo por instalação ou custo por resultado semelhante ao dos anunciantes que não o fizeram.



Relatórios quase em tempo real



Configurações de atribuição por tempo (clique de 1 dia, clique de 7 dias)



18 campanhas para iOS 14 e posteriores (de 9)

# Mensuração de Eventos Agregados para campanhas de promoção do app e relatórios de terceiros



**DESCUBRA INSIGHTS VALIOSOS**

Agora os anunciantes de apps podem acessar os dados da Mensuração de Eventos Agregados para campanhas de promoção do app diretamente nas plataformas de relatórios dos Parceiros de Métricas para Aplicativos.

# Meta Install Referrer para campanhas de promoção do app

Uma solução de mensuração que usa a funcionalidade do dispositivo Android a fim de fornecer dados de instalação com visualização e com clique para campanhas de promoção do app.

**Essa solução foi criada para ajudar você a:**

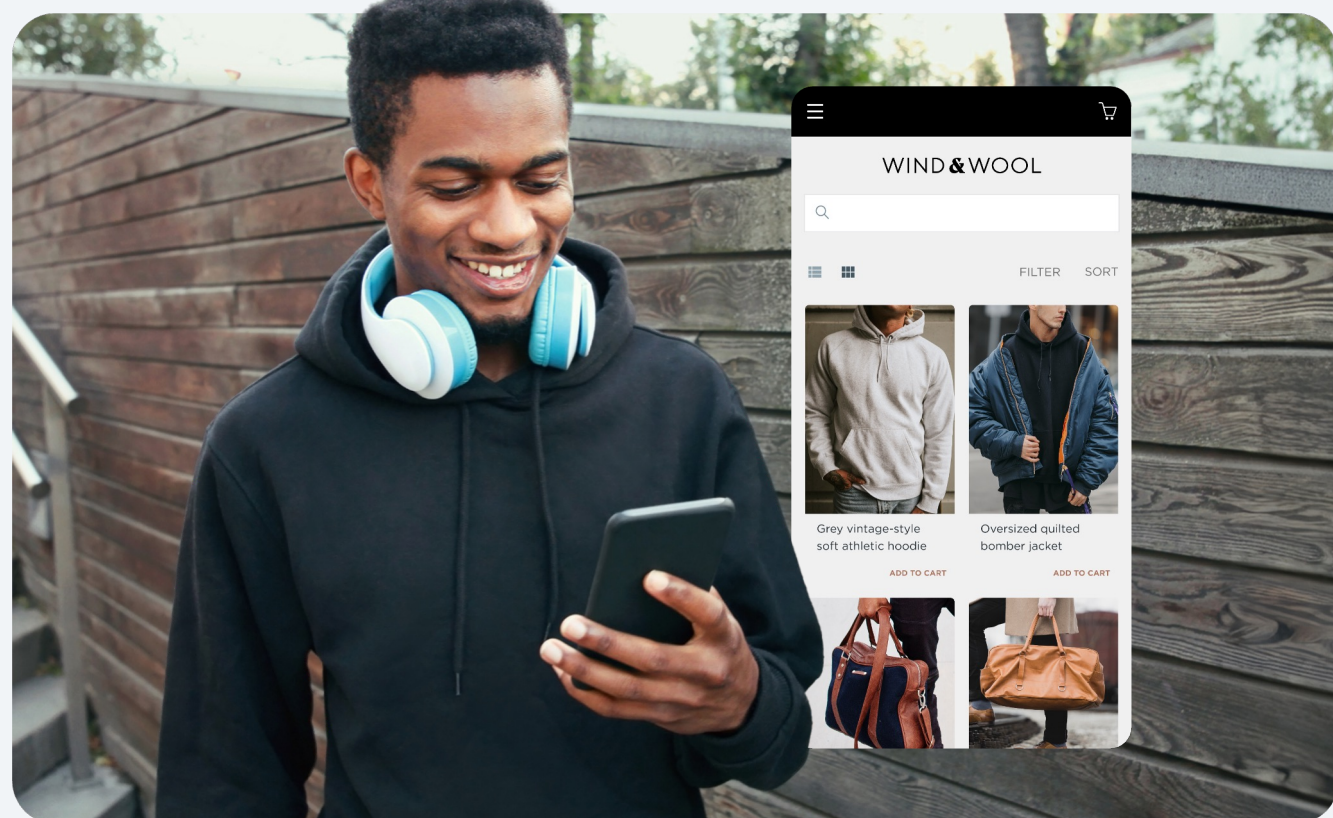
- Economizar tempo e dinheiro com **inputs de relatórios mais rápidos.**
- Acessar uma **mensuração de ROAS mais abrangente** com relatórios melhores sobre as instalações.
- Obter **relatórios detalhados que mantêm a privacidade.**



CONFIGURAÇÃO

# Exemplo de estratégia de marketing de cliente

Um app de varejo de roupas global em crescimento quer personalizar campanhas de aquisição no app com base em categorias de produtos, usando páginas de produtos personalizadas e criativos compatíveis para cada categoria de produto.



## ESTRATÉGIA DE MARKETING

Objetivo do Gerenciador de Anúncios da Meta: Promoção do app

KPI de marketing: Custo por compra

## ESTRATÉGIA DE MENSURAÇÃO

iOS: Mensuração de Eventos Agregados para instalações do app

Android: Meta Install Referrer

## CAMPANHAS DE APP ADVANTAGE+

Destino: Páginas de produtos personalizadas

Meta de desempenho: Maximizar o número de eventos do app (compra)

Público: Público Advantage+ OU Usar o público personalizado para direcionar clientes que compraram no site ou na loja

Origem do criativo: Anúncios de catálogo Advantage+

# Avalie sua estratégia de marketing para app



## PRINCIPAIS CONCLUSÕES

- ✓ **Otimize a configuração do app**  
Refine sua estratégia de app e certifique-se de que ela esteja configurada corretamente para permitir que deep links funcionem de maneira eficiente, oferecendo uma experiência do usuário coesa entre a web e o app.
- ✓ **Integre o app nas campanhas**  
Teste seu app como parte dos destinos de campanha para maximizar o alcance e o engajamento, criando uma abordagem de marketing unificada.
- ✓ **Mensure o impacto**  
Configure as ferramentas de mensuração robustas para avaliar o impacto da sua estratégia unificada, tomando decisões baseadas em dados para otimizar o desempenho e impulsionar o crescimento.

**Every connection is an opportunity.  
It's Your World.**



# Apêndice



Comprar

# Apps para celular geram conversões

As taxas de conversão em apps são

**3x**

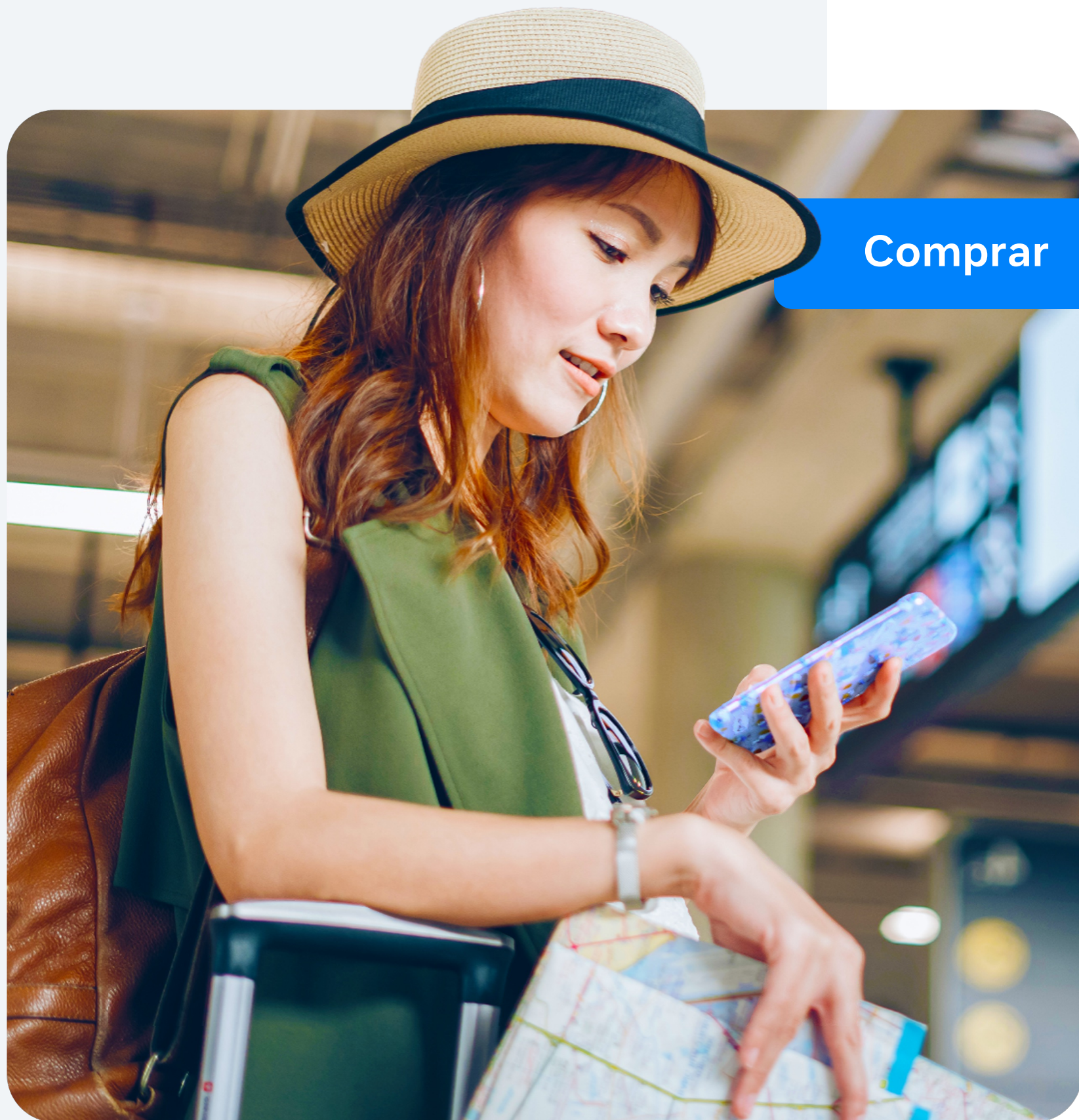
mais altas do que em sites móveis.

Os apps de entretenimento convertem

**233%**

mais do que a web do celular no mesmo setor.

Fonte: "Apps para celular vs. sites no celular (Por que 90% do tempo gasto no celular é em apps)" da MobiLoud, 3 de janeiro de 2025.



Comprar

# Apps para celular geram conversões

As taxas de conversão em apps são

**3x**

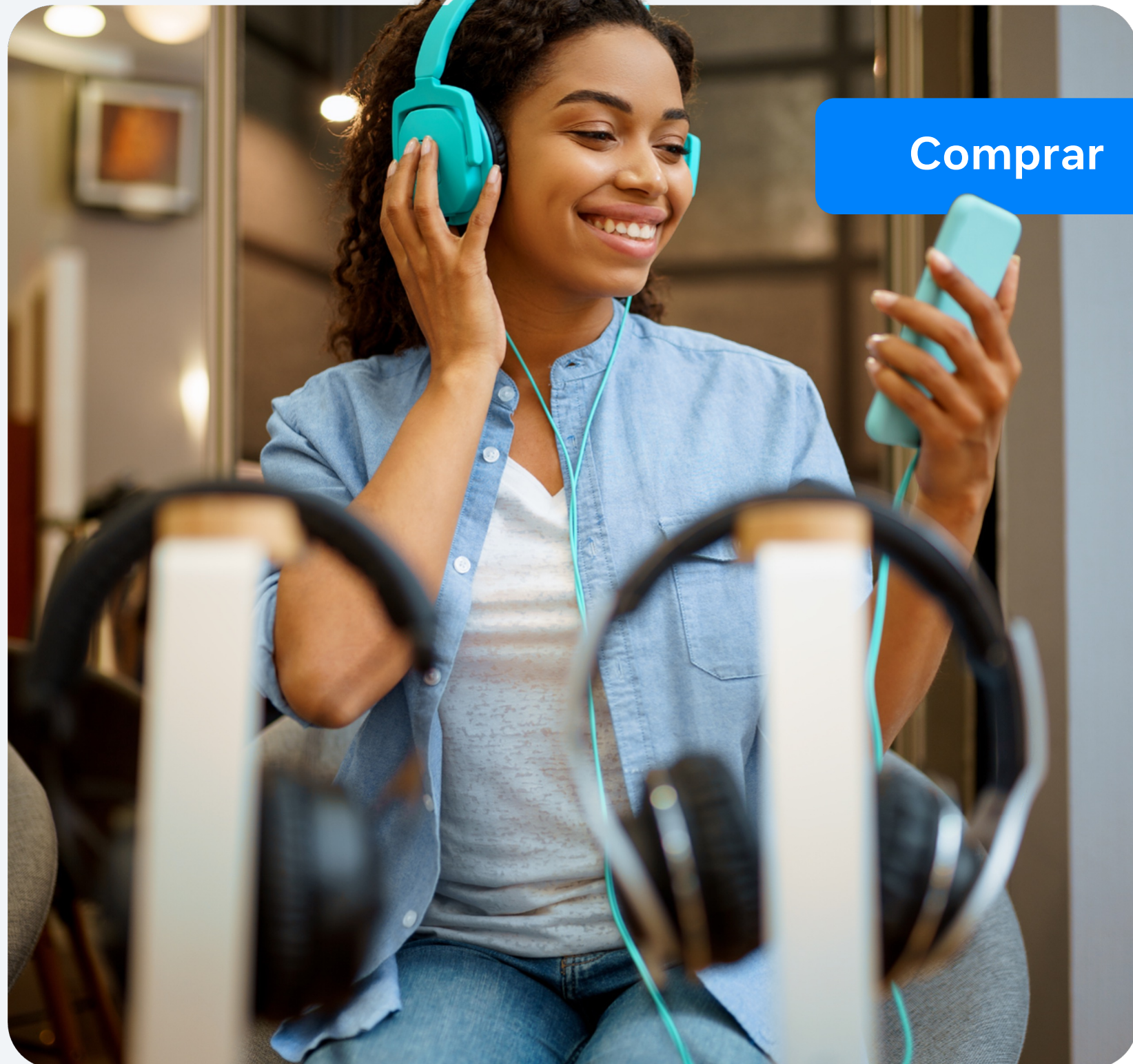
mais altas do que em sites móveis.

Os apps de viagem convertem

**220%**

a mais.

Fonte: "Apps para celular vs. sites no celular (Por que 90% do tempo gasto no celular é em apps)" da MobiLoud, 3 de janeiro de 2025.



Comprar

# Apps para celular geram conversões

As taxas de conversão em apps são

**3x**

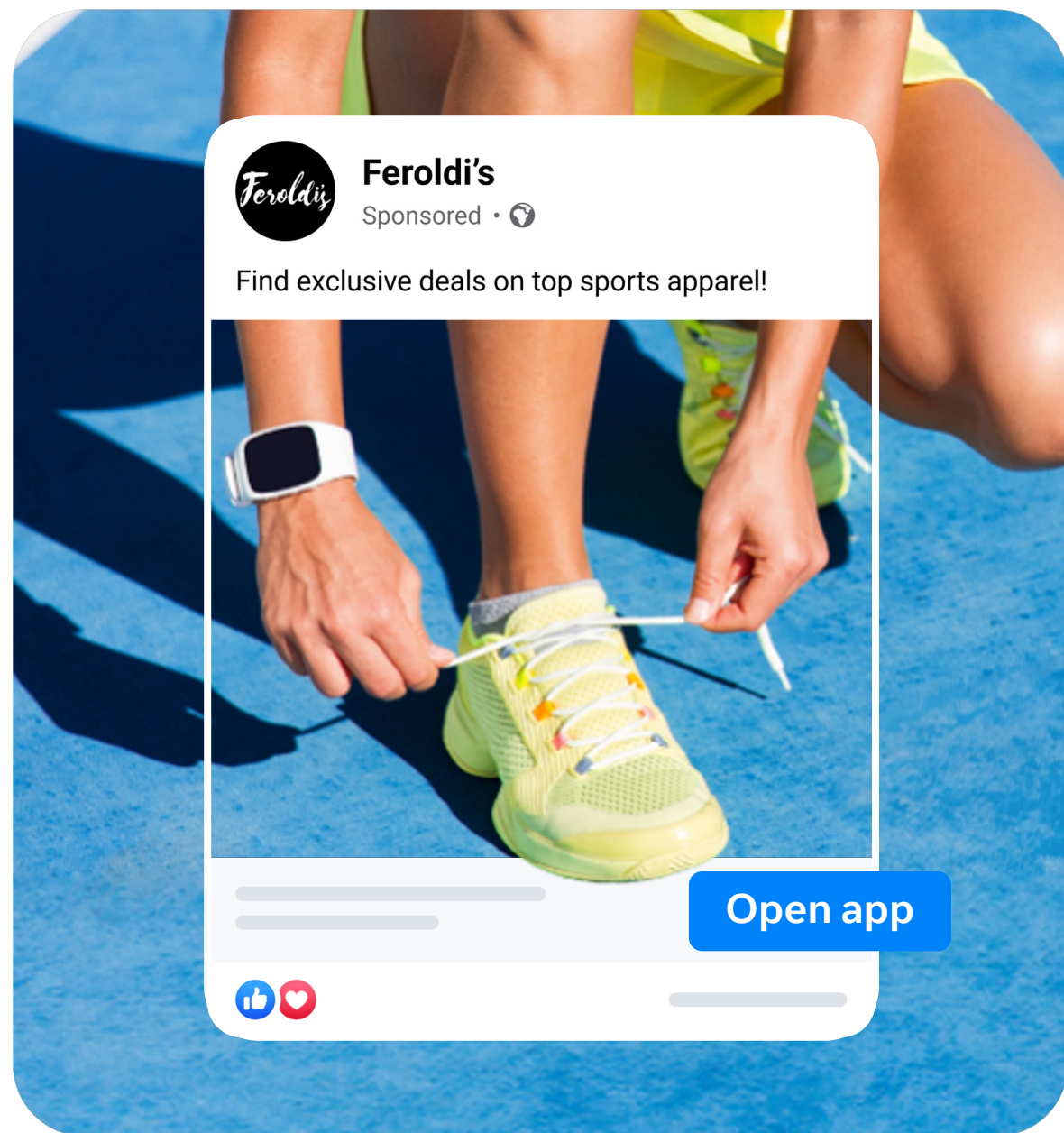
mais altas do que em sites móveis.

Os apps de varejo convertem

**94%**

a mais.

Fonte: "Apps para celular vs. sites no celular (Por que 90% do tempo gasto no celular é em apps)" da MobiLoud, 3 de janeiro de 2025.



Como usar o deep link no seu app

# Opções de fluxo de deep links de app nos anúncios da Meta

Se o app estiver instalado, os usuários serão direcionados para o local no app. Se o app não estiver instalado, você poderá escolher direcionar os usuários para instalar o app ou para uma página de destino na web com o conteúdo relevante (será selecionado como a opção de destino secundário “fallback”).

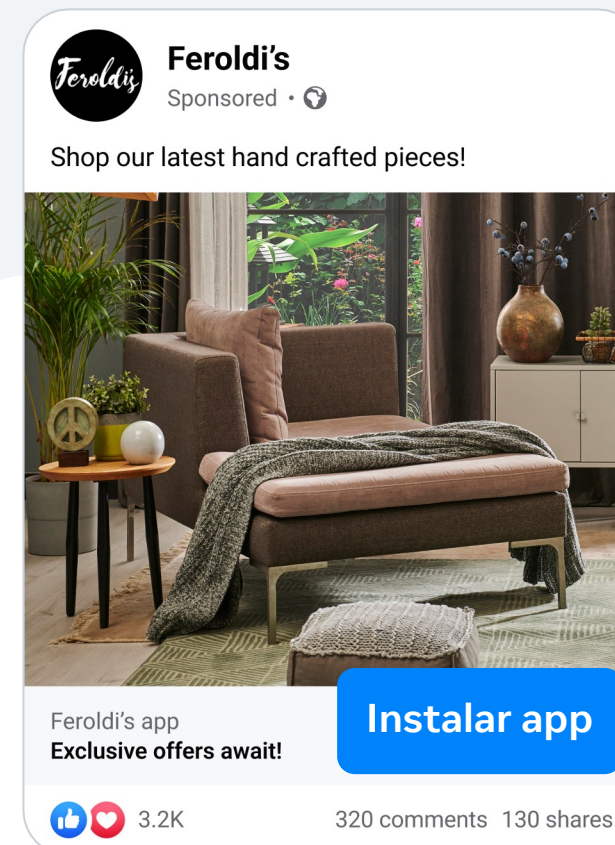
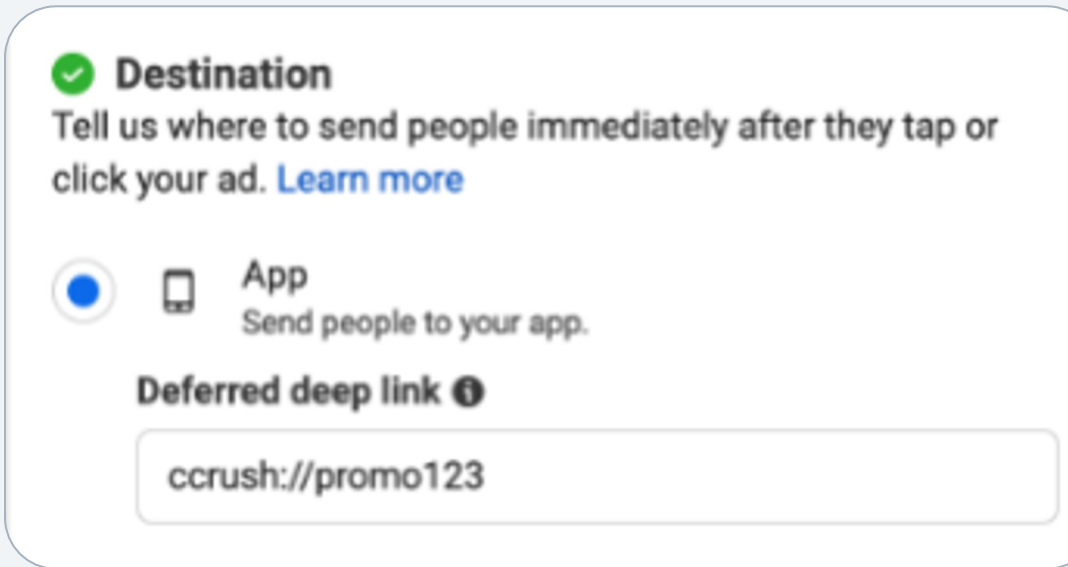


# Deep links diferidos nos anúncios da Meta

Os deep links diferidos permitem que você direcione os usuários para o conteúdo ou a página específica no seu app imediatamente após a instalação, proporcionando uma experiência aprimorada para o usuário.

- Eles estão disponíveis para campanhas no Android e iOS, com dispositivos inferiores à versão iOS 14.5+.
- Você pode usar deep links diferidos em campanhas de promoção do app e outros objetivos de campanha, em que o usuário clica no deep link e é redirecionado para a loja de apps.
- Para integrar deep links diferidos, você pode seguir as instruções de integração [aqui](#). Se você trabalha com um Parceiro de Métricas para Aplicativos, entre em contato com ele para mais orientações.

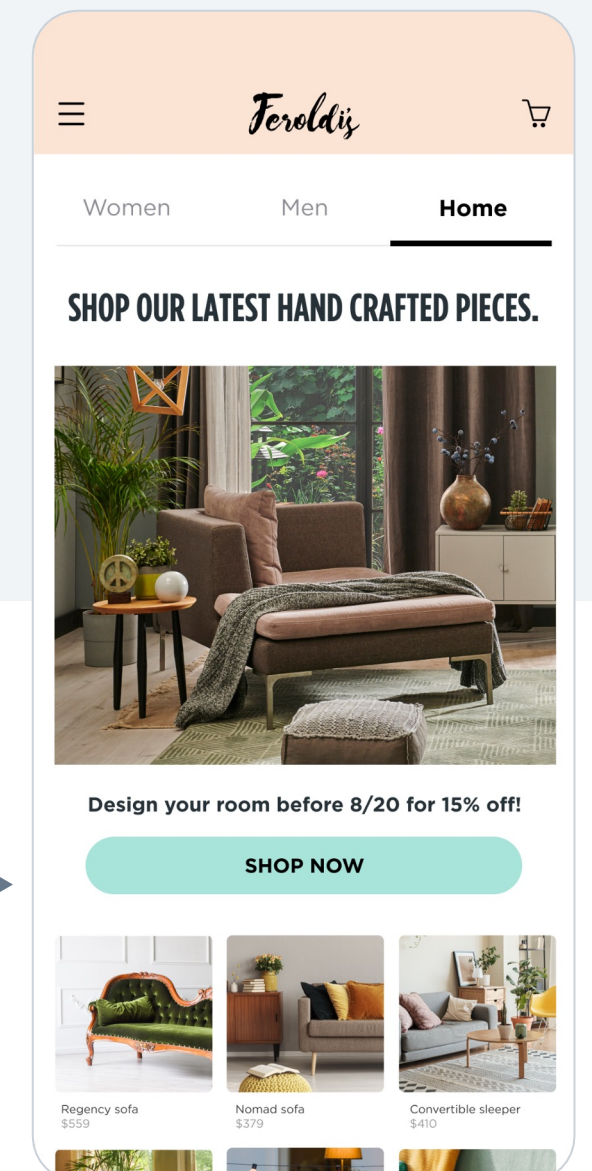
## Caixa de diálogo



**Clique no anúncio**

**Instalar app**

O app não está instalado. Usuário direcionado para instalar o app



**Local de destino no app**

# Configuração de deep links com anúncios de catálogo Advantage+

Você também pode usar seus anúncios de catálogo Advantage+ para configurar deep links no nível do produto:

- Defina as configurações de deep links específicas do anúncio no nível da campanha.
- Use as configurações de deep links de apps definidos para cada produto.

Se você optar por usar as configurações do catálogo, usaremos os links de apps no nível do produto definidos no seu catálogo.

## DOCUMENTOS DO DESENVOLVEDOR

Saiba mais sobre como configurar e usar deep links

- [Links de apps](#)
- [Links de app para itens do catálogo](#)
- [Adicionar deep links ao seu app](#)
- [Deep links de produtos](#)
- [Campos do catálogo](#)

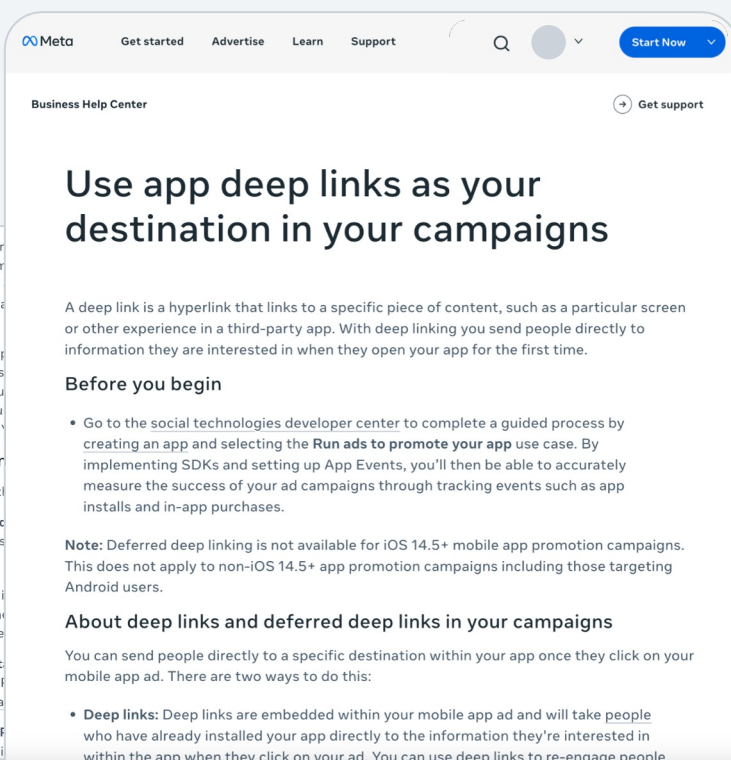
The image shows a configuration interface for deep links. It features several sections:

- App:** A dropdown menu for 'Primary destination' with the option 'Use settings from catalog' selected.
- Mobile app:** A section with a 'Choose app' button.
- iOS deep link:** A text input field containing 'expda://hotels/hotel.hotel\_id Aa' with a '+' button to the right.
- Android deep link:** A text input field with the placeholder 'Enter the app deep link' and a '+' button.
- Windows deep link:** A text input field with the placeholder 'Enter the app deep link'.
- Secondary destination:** A dropdown menu with 'Website' selected, and radio buttons for 'Website' (selected) and 'Mobile app store'.

# Mecanismo de deep links e suporte em anúncios da Meta

A Meta disponibiliza duas formas de fornecer deep links em nosso sistema de anúncios.

➔ Mais detalhes [aqui](#)



## 1 (recomendado)

Um URL http regular que mapeia para um local no app por meio de links de apps, links universais do iOS ou links de app do Android (veja abaixo). Isso inclui os links fornecidos por Parceiros de Métricas para Apps (MMPs).

[Links universais](#) (iOS) e [Links de apps do Android](#) (Android) foram introduzidos em 2015 como uma maneira segura e contínua de fazer deep link entre apps.

## 2 [Links de apps](#) que usam esquema de URL personalizado específico do app

NOVO



# Os anunciantes podem agora usar **deep links** de app para objetivos de **reconhecimento** ou **tráfego**

Agora você pode usar “deep link, fallback para web” ao configurar o destino do app. Isso significa que, ao configurar campanhas com o objetivo de tráfego e destino para app, você poderá direcionar os usuários para seu site caso eles não tenham o app instalado.

➔ Veja mais detalhes no artigo da [Central de Ajuda para Empresas](#)

## ✓ Destination

Tell us where to send people immediately after they tap or click on your ad. [Learn more](#)

-  **Instant Experience**  
Send people to a fast-loading, mobile-optimized
-  **Website**  
Send people to your website.

You can now use a universal link (iOS or Android App Link) as your **Website URL** when you also select a mobile app.




Universal links will automatically send people to content in your app if your app is already installed, or to your website if your app isn't installed.

### Mobile app • Optional ⓘ

Select app

### Browser add-ons

People will see your website when they tap on your ad. You can add an additional contact method in the browser to help people connect with you.

-  **None**  
Don't add a button.
-  **WhatsApp**  
Add a WhatsApp button on your website.
-  **Messaging apps**  
Send people to Messenger, Instagram and WhatsApp