

# Configuração dos Parâmetros UTM

Os parâmetros UTM são tags que você adiciona ao final das URLs que você compartilha em seus anúncios. Eles permitem que você rastreie a origem do tráfego e analise o desempenho em ferramentas como Google Analytics.

## 1. Estrutura dos Parâmetros UTM

Os parâmetros UTM mais comuns incluem:

- utm\_source: Identifica a fonte de tráfego (ex: google, facebook, linkedin).
  - utm\_medium: Especifica o meio (ex: cpc, social, email).
  - utm\_campaign: Nome da campanha específica (ex: campanha\_janeiro).
  - utm\_term: Usado para identificar palavras-chave pagas (opcional).
  - utm\_content: Usado para diferenciar anúncios ou links dentro da mesma campanha (opcional).
- 

## 2. Exemplos de URLs com Parâmetros UTM

Aqui estão alguns exemplos de como você pode configurar suas URLs:

- Meta Ads (Facebook/Instagram)
  - Google Ads:
  - LinkedIn Ads:
- 

## 3. Como Configurar os Parâmetros UTM

- **Defina as Tags:** Escolha os valores que você usará para cada parâmetro, conforme os exemplos acima.

- **Use um Gerador de URL UTM:** Existem várias ferramentas online que podem ajudar a criar URLs com parâmetros UTM, como o [Google Campaign URL Builder](#).
  - **Adicione as URLs aos Seus Anúncios:** Ao criar seus anúncios nas plataformas escolhidas, use as URLs com os parâmetros UTM
- 

## 4. Teste as URLs

Antes de lançar a campanha, é importante testar as URLs para garantir que estão funcionando corretamente. Você pode fazer isso clicando nas URLs e verificando se os parâmetros aparecem corretamente no Google Analytics.

### Utm o que é

---

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário