



Guia Completo

Google Ads + Google Tag Manager

Rastreamento de Conversões para seus Quizzes

Versão 1.0 — Março 2026

quizzyflow.com

Sumário

1. O que é Google Ads e por que usar	3
2. O que é Google Tag Manager (GTM)	3
3. Como tudo se conecta no QuizyFlow	4
4. Passo a passo: Criar conta no Google Ads	4
5. Passo a passo: Criar conta no GTM	5
6. Instalar o GTM no seu site (WordPress)	5
7. Configurar IDs no QuizyFlow	6
8. Entendendo os eventos do QuizyFlow	7
9. Configurar conversões no Google Ads	8
10. Criar sua primeira campanha	9
11. URL da campanha: link direto vs embed no WordPress	10
12. Estrutura de UTMs para rastreamento	11
13. Checklist final de validação	12
14. Glossário de termos	14
15. Perguntas frequentes	14

1. O que é Google Ads e por que usar

Google Ads é a plataforma de anúncios do Google. Quando alguém pesquisa algo no Google — como “psicólogo online” ou “quiz de triagem” — os primeiros resultados marcados como “Patrocinado” são anúncios criados no Google Ads.

Para o QuizyFlow, o Google Ads permite que você coloque seus quizzes de captação na frente de pessoas que estão ativamente buscando soluções. Em vez de esperar que descubram você organicamente, você vai até elas.

Por que Google Ads para quizzes?

Demanda ativa: Você alcança pessoas no momento em que estão procurando ajuda.

Controle de orçamento: Você define quanto quer gastar por dia. Pode começar com R\$ 30/dia.

Medição precisa: Com o rastreamento correto, você sabe exatamente quantos leads cada real investido gerou.

Quiz como landing page: Em vez de enviar o lead para uma página estática, você envia para um quiz interativo — que converte mais.

Dica QuizyFlow

No plano Premium, você pode configurar o Google Ads Conversion ID e Label diretamente na plataforma. Isso permite que o Google Ads saiba quando um lead completa o quiz e clica no CTA.

2. O que é Google Tag Manager (GTM)

O Google Tag Manager é um “gerenciador de etiquetas”. Pense nele como uma caixa de ferramentas que fica instalada no seu site e permite adicionar, remover ou modificar códigos de rastreamento sem precisar mexer no código-fonte do site.

Analogia simples

Imagine que seu site é uma loja física. O GTM é como um sistema de câmeras de segurança: ele observa o que acontece (quem entrou, o que clicou, o que preencheu) e envia essas informações para quem precisa saber — no caso, o Google Ads e o Google Analytics.

O que o GTM faz no contexto do QuizyFlow

Quando instalado corretamente, o GTM escuta três eventos que o QuizyFlow dispara automaticamente na página do quiz:

Evento	O que significa
quiz_completed	O lead visualizou a página de resultados do quiz
quiz_cta_clicked	O lead clicou em “Agendar Consulta” ou “WhatsApp”
quiz_conversion	Evento de conversão enviado ao Google Ads

Importante

Você NÃO precisa saber programar para usar o GTM. A interface é visual e as configurações básicas são feitas com cliques. Este manual vai guiá-lo em cada passo.

3. Como tudo se conecta no QuizyFlow

Aqui está o fluxo completo de como as peças se encaixam:

1	Lead acessa o quiz	Via link do anúncio Google Ads (com UTM)
2	GTM carrega na página	O container GTM é injetado automaticamente pelo QuizyFlow
3	Lead responde o quiz	Preenche dados e vê o resultado
4	Eventos são disparados	quiz_completed, quiz_cta_clicked, quiz_conversion
5	GTM envia ao Google Ads	Google Ads registra a conversão e otimiza a campanha

4. Passo a passo: Criar conta no Google Ads

Se você ainda não tem uma conta no Google Ads, siga estes passos:

Passo 1: Acesse ads.google.com

Use o mesmo e-mail Google que você usa no dia a dia. Clique em “Começar agora”.

Passo 2: Pule a criação automática de campanha

O Google vai tentar te convencer a criar uma campanha automaticamente. Clique em “Alternar para o Modo Especialista” (link discreto na parte inferior). Isso dá a você controle total.

Passo 3: Crie a conta sem campanha

Na tela do Modo Especialista, clique em “Criar uma conta sem uma campanha”. Confirme o país (Brasil), moeda (BRL) e fuso horário.

Passo 4: Anote o Conversion ID

Após criar a conta, acesse: Ferramentas > Medição > Conversões. O ID de conversão tem o formato AW-XXXXXXXXXX (exemplo: AW-19235830287). Você vai precisar dele mais adiante.

⚠ Atenção

Não confunda o Conversion ID (AW-...) com o Conversion Label. São campos diferentes e ambos serão configurados no QuizyFlow.

5. Passo a passo: Criar conta no GTM

Passo 1: Acesse tagmanager.google.com

Use o mesmo e-mail Google da sua conta do Ads. Clique em “Criar conta”.

Passo 2: Configure a conta

Nome da conta: use o nome da sua empresa ou “QuizyFlow”. Selecione o país: Brasil.

Passo 3: Configure o container

Nome do container: coloque a URL do seu site (ex: quizyflow.com). Plataforma de destino: selecione “Web”.

Passo 4: Aceite os termos

Clique em “Sim” para aceitar os termos de serviço.

Passo 5: Copie o ID do container

Após criar, você verá o código de instalação. O ID tem o formato GTM-XXXXXXX (exemplo: GTM-5FHKJXN9). Anote este ID — você vai usá-lo no próximo passo.

6. Instalar o GTM no seu site (WordPress)

Existem duas formas de instalar o GTM no WordPress. Escolha a mais fácil para você:

Opção A: Via plugin Site Kit do Google (recomendado)

O Site Kit é um plugin oficial do Google que simplifica a integração.

1. No painel do WordPress, vá em Plugins > Adicionar Novo > pesquise “Site Kit by Google”
2. Instale e ative o plugin
3. Conecte sua conta Google (mesma do GTM)
4. Em Site Kit > Configurações > Tag Manager, conecte seu container (GTM-XXXXXXX)
5. O Site Kit insere o código automaticamente em todas as páginas

Opção B: Instalação manual (colar o código)

Se preferir não usar plugin, você pode colar o código diretamente:

1. No GTM, clique em Administrador > Instalar o Gerenciador de Tags do Google

2. Copie o primeiro bloco de código (script) e cole dentro da tag <head> do seu tema
3. Copie o segundo bloco (noscript) e cole logo após a abertura da tag <body>
4. Salve e verifique: no GTM, use o botão “Visualizar” para confirmar que está funcionando

 **Como verificar se o GTM está instalado**

No GTM, clique em “Visualizar” (botão no canto superior direito). Digite a URL do seu site e clique em “Conectar”. Se aparecer “Conectado” com o container ID, está tudo certo.

7. Configurar IDs no QuizyFlow

Agora que você tem o Google Ads e o GTM configurados, é hora de conectar tudo no QuizyFlow.

Onde configurar (recurso Premium)

1. No QuizyFlow, clique no seu avatar > Configurações da Conta
2. Clique na aba INTEGRAÇÕES
3. Você verá a seção “Rastreamento e Conversões” com 4 campos

O que preencher em cada campo

Campo	Exemplo	Onde encontrar
Google Analytics (GA4)	G-403B89SFBJ	analytics.google.com > Admin > Fluxos de dados > ID de medição
Google Tag Manager	GTM-5FHKJXN9	tagmanager.google.com > seu container > ID no topo
Google Ads Conversion ID	AW-19235830287	ads.google.com > Ferramentas > Conversões > Detalhes da tag
Google Ads Conversion Label	SUBMIT_LEAD_FORM	Nome da conversão que você criou no Google Ads

1. Preencha os 4 campos com os valores corretos
2. Clique em SALVAR CONFIGURAÇÕES
3. Pronto! O QuizyFlow injetará automaticamente o container GTM nas páginas dos seus quizzes

 **Atenção**

Este recurso está disponível apenas no plano Premium. Se você está no Free ou Pro, faça upgrade em Assinatura para acessar as integrações de rastreamento.

8. Entendendo os eventos do QuizyFlow

Quando um lead responde o seu quiz, o QuizyFlow dispara eventos automáticos via dataLayer (a “linguagem” que o GTM entende). Você não precisa configurar nada para isso acontecer — é automático.

Evento 1: quiz_completed

Quando dispara: Quando o lead preenche os dados e visualiza a página de resultados.

O que indica: O lead completou o quiz inteiro e viu o diagnóstico.

Uso típico: Medir quantas pessoas completam o quiz (taxa de conclusão).

Evento 2: quiz_cta_clicked

Quando dispara: Quando o lead clica em “Agendar Consulta” ou “Falar no WhatsApp” na tela de resultado.

O que indica: O lead teve interesse suficiente para dar o próximo passo.

Uso típico: Medir engajamento com o CTA (botão de ação).

Evento 3: quiz_conversion

Quando dispara: Junto com o quiz_cta_clicked, mas formatado especificamente para o Google Ads.

O que indica: Uma conversão que o Google Ads pode usar para otimizar seus anúncios.

Uso típico: Este é o evento que o Google Ads usa para saber que o anúncio “funcionou”.

Como funciona tecnicamente (simplificado)

Cada evento é enviado assim pelo QuizyFlow:

```
dataLayer.push({
  event: "quiz_completed", ...
});
```

Você não precisa escrever esse código. O QuizyFlow faz isso automaticamente quando você configura os IDs na aba Integrações.

9. Configurar conversões no Google Ads

Para que o Google Ads saiba que um lead completou o quiz, você precisa criar uma ação de conversão.

Passo 1: No Google Ads, acesse: Ferramentas > Medição > Conversões

Passo 2: Clique em “+ Nova ação de conversão”

Passo 3: Selecione “Site” como origem da conversão

Passo 4: Configure assim:

Configuração	Valor recomendado
Nome da conversão	SUBMIT_LEAD_FORM
Categoria	Enviar formulários de lead
Valor	Use valores diferentes (ou R\$ 1 como padrão)
Contagem	Todas as conversões
Janela de conversão (clique)	30 dias
Janela de visualização engajada	3 dias
Janela de visualização	1 dia
Modelo de atribuição	Baseada em dados (recomendado)

Passo 5: Escolha “Usar o Gerenciador de Tags do Google” como método de instalação

Passo 6: Ative as “Conversões otimizadas para leads” na aba Configurações

Essa opção permite que o Google Ads use dados do formulário (como e-mail) para melhorar a atribuição.

Dica

O nome da conversão (SUBMIT_LEAD_FORM) é o mesmo valor que você coloca no campo “Google Ads Conversion Label” no QuizyFlow.

10. Criar sua primeira campanha

Com tudo configurado, você está pronto para criar sua primeira campanha no Google Ads.

Tipo de campanha recomendado para começar

Campanha de Pesquisa (Search): Seus anúncios aparecem quando alguém pesquisa no Google. Ideal para capturar demanda ativa.

Configuração básica

Orçamento diário

Comece com R\$ 30-50 por dia. Você pode ajustar conforme os resultados.

Palavras-chave sugeridas (por grupo de anúncios)

Grupo 1 — Qualificação de Leads: qualificação de leads, como qualificar leads, ferramenta para qualificar leads, quiz para captar leads

Grupo 2 — Profissionais de Saúde: quiz para psicólogos, triagem de pacientes online, captar pacientes online, quiz para terapeutas

Grupo 3 — Alternativa a Formulários: alternativa typeform, criar quiz online, formulário interativo, quiz de diagnóstico

Landing page

Em vez de enviar para uma página de cadastro, use um quiz do QuizyFlow como landing page. O lead interage, recebe valor (diagnóstico) e se cadastra com mais contexto.

Exemplo de anúncio

Elemento	Exemplo
Título 1	Qualifique Leads com Quiz e IA
Título 2	Diagnóstico + Score + Agendamento
Título 3	Comece Grátis — Sem Cartão
Descrição 1	Crie quizzes inteligentes com IA. O lead responde e recebe diagnóstico personalizado. Até 5 quizzes no Free.

Descrição 2	Agendamento e WhatsApp integrados. Leads ilimitados no Pro a partir de R\$ 55,65/mês.
-------------	---------------------------------------------------------------------------------------

11. URL da campanha: link direto vs embed no WordPress

Ao criar uma campanha no Google Ads, você precisa informar uma “URL final” — a página para onde o lead será direcionado ao clicar no anúncio. No QuizyFlow, existem duas abordagens:

Opção A — Link direto do QuizyFlow (mais simples)

Use a URL que o QuizyFlow gera automaticamente na Etapa 5 (Distribuição) do quiz publicado:

```
https://app.quizyflow.com/quiz/quizyflow/SEU-QUIZ-ID
```

Vantagem: Zero trabalho extra. O GTM é injetado automaticamente pelo QuizyFlow quando você configura os IDs na aba Integrações.

Desvantagem: O lead vê o domínio app.quizyflow.com na barra do navegador, não o seu domínio.

Opção B — Landing page WordPress com embed (recomendado para Google Ads)

Você cria uma página no WordPress e incorpora o quiz usando o código de embed (iframe) que o QuizyFlow gera na Etapa 5 do editor do quiz.

Como fazer

1. No WordPress, crie uma nova página (ex: seusite.com/quiz-triagem)
2. No QuizyFlow, vá ao editor do quiz > Etapa 5 (Distribuição) e copie o Código de Embed
3. No editor do WordPress, adicione um bloco “HTML Personalizado” e cole o código do iframe
4. Adicione conteúdo ao redor: título, breve descrição, depoimentos ou selos de confiança
5. Publique a página. A URL final da campanha será: seusite.com/quiz-triagem

Por que esta opção é melhor para Google Ads

Benefício	Por quê
Domínio próprio	O lead vê seusite.com na barra do navegador, gerando mais confiança

Quality Score melhor	O Google Ads avalia o conteúdo da landing page. Páginas com contexto ao redor do quiz têm pontuação maior
Controle visual	Você pode adicionar header, rodapé, depoimentos e selos de confiança
GTM duplo	O GTM do WordPress rastreia o acesso à página, e o QuizyFlow dispara os eventos do quiz normalmente dentro do iframe
SEO	A página pode ser indexada e ranquear organicamente além dos anúncios pagos

Como fica a configuração no Google Ads

Campo	Valor
URL final	https://seusite.com/quiz-triagem
Sufixo de URL	utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=lancamento_search

Comparação rápida

Critério	Link Direto	Embed no WordPress
Facilidade	Muito fácil	Requer criar página
Domínio na URL	app.quizyflow.com	seusite.com
Quality Score	Menor	Maior
Rastreamento GTM	Sim (automático)	Sim (duplo)
Conteúdo extra	Não	Sim (depoimentos, selos)
Ideal para	Instagram, WhatsApp	Google Ads, Meta Ads

Recomendação

Use o link direto para distribuição em redes sociais (Instagram, WhatsApp, bio) e o embed no WordPress para campanhas de Google Ads e Meta Ads. Assim você tem o melhor dos dois mundos.

12. Estrutura de UTMs para rastreamento

UTMs são parâmetros que você adiciona ao final da URL para saber de onde cada lead veio. Isso é essencial para medir o resultado de cada campanha.

Estrutura dos parâmetros

Parâmetro	O que é	Exemplo
utm_source	De onde veio o clique	google, instagram
utm_medium	Tipo de mídia	cpc, paid, organic
utm_campaign	Nome da campanha	lançamento_fase2
utm_content	Variação do anúncio	criativo_a, video_curto

Exemplos prontos para copiar

Google Ads:

?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=lançamento_search&utm_content=qualificacao_leads

Instagram Ads:

?utm_source=instagram&utm_medium=paid&utm_campaign=lançamento_fase2&utm_content=criativo_a

Instagram Orgânico:

?utm_source=instagram&utm_medium=organic&utm_campaign=prelançamento&utm_content=post_dor_1

Quiz Dogfooding:

?utm_source=quizyflow&utm_medium=quiz&utm_campaign=dogfooding&utm_content=quiz_perdas



Dica prática

Use o Campaign URL Builder do Google (pesquise no Google) para gerar URLs com UTM automaticamente. Assim você evita erros de digitação.

13. Checklist final de validação

Antes de colocar a campanha no ar, percorra este checklist para garantir que tudo está funcionando:

<input type="checkbox"/>	Item	Status
<input type="checkbox"/>	Conta do Google Ads criada e configurada	_____
<input type="checkbox"/>	Container GTM criado (ID GTM-XXXXXXX)	_____
<input type="checkbox"/>	GTM instalado no site (WordPress)	_____

<input type="checkbox"/>	GA4 configurado (ID G-XXXXXXXXXX)	_____
<input type="checkbox"/>	IDs preenchidos no QuizyFlow (Integrações)	_____
<input type="checkbox"/>	Conversão SUBMIT_LEAD_FORM criada no Google Ads	_____
<input type="checkbox"/>	Conversões otimizadas ativadas	_____
<input type="checkbox"/>	GTM Preview mostra eventos disparando	_____
<input type="checkbox"/>	Teste completo: respondeu quiz e viu eventos no GTM	_____
<input type="checkbox"/>	URLs dos anúncios com UTMs corretos	_____
<input type="checkbox"/>	Campanha criada com palavras-chave relevantes	_____

Como testar com o GTM Preview

1. No GTM, clique em “Visualizar” (botão azul no canto superior direito)
2. Digite a URL do seu quiz ([https://app.quizyflow.com/quiz/...](https://app.quizyflow.com/quiz/))
3. Responda o quiz normalmente
4. Na janela do GTM Preview, você deve ver os eventos: quiz_completed, quiz_cta_clicked, quiz_conversion
5. Se os eventos aparecem na lista à esquerda, está tudo funcionando!

14. Glossário de termos

Aqui estão os termos técnicos mais usados neste manual, explicados de forma simples:

Termo	O que significa
CPC (Custo por Clique)	Quanto você paga cada vez que alguém clica no seu anúncio.
CPA (Custo por Aquisição)	Quanto custa, em média, para conseguir um cadastro ou lead.
CTR (Taxa de Clique)	Percentual de pessoas que viram o anúncio e clicaram.
Conversão	Quando o lead faz a ação que você deseja (ex: completar o quiz).
Container (GTM)	O “pacote” de configurações do GTM para o seu site.
dataLayer	A “caixa de mensagens” entre o site e o GTM.
Evento	Uma ação rastreada (ex: quiz_completed).
GA4	Google Analytics 4 — ferramenta de análise de tráfego do Google.
GTM	Google Tag Manager — gerenciador de códigos de rastreamento.
Impression	Cada vez que seu anúncio é exibido para alguém.
Landing page	Página de destino onde o lead chega após clicar no anúncio.
Lead	Pessoa que demonstrou interesse (respondeu o quiz, deixou dados).
Remarketing	Mostrar anúncios para pessoas que já visitaram seu site.
Tag	Código de rastreamento (ex: tag do Google Ads, do GA4).
UTM	Parâmetros na URL que identificam a origem do tráfego.

15. Perguntas frequentes

Preciso saber programar para configurar tudo isso?

Não. Toda a configuração é feita via interface visual (cliques e formulários). O QuizyFlow já cuida de disparar os eventos automaticamente. Você só precisa preencher os IDs nos campos corretos.

Preciso do plano Premium para usar Google Ads?

A integração nativa com Google Analytics, GTM e monitoramento de Google Ads está disponível no plano Premium. Você pode rodar anúncios no Free ou Pro, mas sem o rastreamento automático de conversões dentro do QuizyFlow.

Quanto devo investir em Google Ads no início?

Recomendamos começar com R\$ 30-50/dia. Isso permite coletar dados suficientes para otimizar em 2-3 semanas. Se o CPA (custo por lead) ficar abaixo de R\$ 15, você está no caminho certo.

Como sei se os eventos estão funcionando?

Use o modo “Visualizar” do GTM (descrito no Capítulo 13). Ao responder o quiz no modo de teste, você verá os eventos `quiz_completed`, `quiz_cta_clicked` e `quiz_conversion` aparecendo na timeline.

E se eu não usar WordPress?

Se seu site é feito em outro CMS ou é custom, basta colar os dois blocos de código do GTM diretamente no HTML do site (um no `<head>` e outro no `<body>`). O restante funciona igual.

Posso usar o quiz do QuizyFlow como landing page do anúncio?

Sim, e é o recomendado! Veja o Capítulo 11 para entender as duas opções: link direto (simples) ou embed no WordPress (melhor para Google Ads). O lead interage, recebe diagnóstico personalizado e se cadastra com mais contexto — o que aumenta a taxa de conversão.

O que são “conversões otimizadas para leads”?

São uma funcionalidade do Google Ads que usa dados do formulário (como e-mail) para melhorar a atribuição de conversões. Isso ajuda o Google a entender melhor quais cliques geraram resultados reais — e a otimizar seus anúncios de forma mais inteligente.

Precisa de ajuda?

contact@quizyflow.com
Segunda a Sexta, 9h–18h

quizyflow.com