

Andre **Brága**

MATERIAL GRATUITO · AULA

Compra da Hotmart no LinkedIn Ads **via Server-Side**

Passo a passo completo: webhook da Hotmart, GTM Server (Stape),
Data Client e a tag LinkedIn Conversion API.

Andre Brága

Especialista em Tráfego Pago, Traqueamento e Automação

andrecardobraga.com.br · WhatsApp (16) 98848-9132 · youtube.com/@andre_ricardo_braga

Por que fazer isso pelo servidor

O checkout da Hotmart não aceita a Insight Tag do LinkedIn. Sem rastreamento server-side, a compra simplesmente não aparece no Campaign Manager e o algoritmo otimiza no escuro. A solução é receber o webhook de compra aprovada da Hotmart no seu GTM Server e repassar o evento para a Conversions API do LinkedIn.

Para casar a compra com o clique no anúncio usamos dois identificadores:

- **li_fat_id**: o click ID do LinkedIn (o mais importante).
- **E-mail do comprador (com hash SHA-256)**: o LinkedIn casa melhor com e-mail corporativo; em públicos B2C com muito Gmail, a correspondência só por e-mail tende a ser menor.

Entendendo o li_fat_id

O **li_fat_id** é o click ID do LinkedIn, o equivalente ao gclid do Google e ao fbclid da Meta. Quem gera esse ID é o próprio LinkedIn, no momento em que a pessoa clica no anúncio. Não é o seu site nem o seu servidor.

Onde ele aparece:

- **Na URL do clique**: com o enhanced conversion tracking (rastreamento de conversões aprimorado) da Insight Tag, o LinkedIn anexa o ID na URL de destino, por exemplo suaLP.com.br/?li_fat_id=a1b2c3... Segundo a documentação do LinkedIn, ele já vem ativado por padrão nas Insight Tags criadas recentemente.
- **Num cookie primário**: a Insight Tag grava o valor no cookie **li_fat_id**, no domínio da sua landing page. O cookie dura 30 dias a partir do último clique, mas o LinkedIn guarda a ligação do ID com o perfil por 365 dias, então ele ainda serve na Conversions API depois que o cookie expira.

Por que ele nasce no lado web: só o navegador vê a URL do clique. O seu servidor não recebe nada do LinkedIn nesse momento. Por isso a captura sempre começa no GTM Web.

Por que a Hotmart não traz o ID sozinha: o webhook só conhece os dados do checkout (comprador, valor, transação). O checkout fica em outro domínio (pay.hotmart.com) e não consegue ler os cookies da sua landing page.

Como o ID chega ao servidor:

- 1 **Landing page (web)**: o GTM lê o **li_fat_id** da URL (ou do cookie) e guarda no cookie **_li_fat_id**.
- 2 **Link do checkout**: o mesmo script coloca o valor no parâmetro **xcod** do link da Hotmart.
- 3 **Hotmart**: guarda o **xcod** junto com a venda e devolve no webhook em **data.purchase.origin.xcod**.
- 4 **Servidor**: a tag do GTM Server lê o **xcod** e envia ao LinkedIn como LinkedIn First Party Ads Tracking UUID.

Quando o ID não chega:

- A pessoa não veio de um anúncio (orgânico, direto, outro canal).
- O enhanced conversion tracking está desligado (pode acontecer em Insight Tags antigas).
- O link do checkout não passou pelo script (botão criado depois, iframe, link encurtado ou checkout montado por formulário).

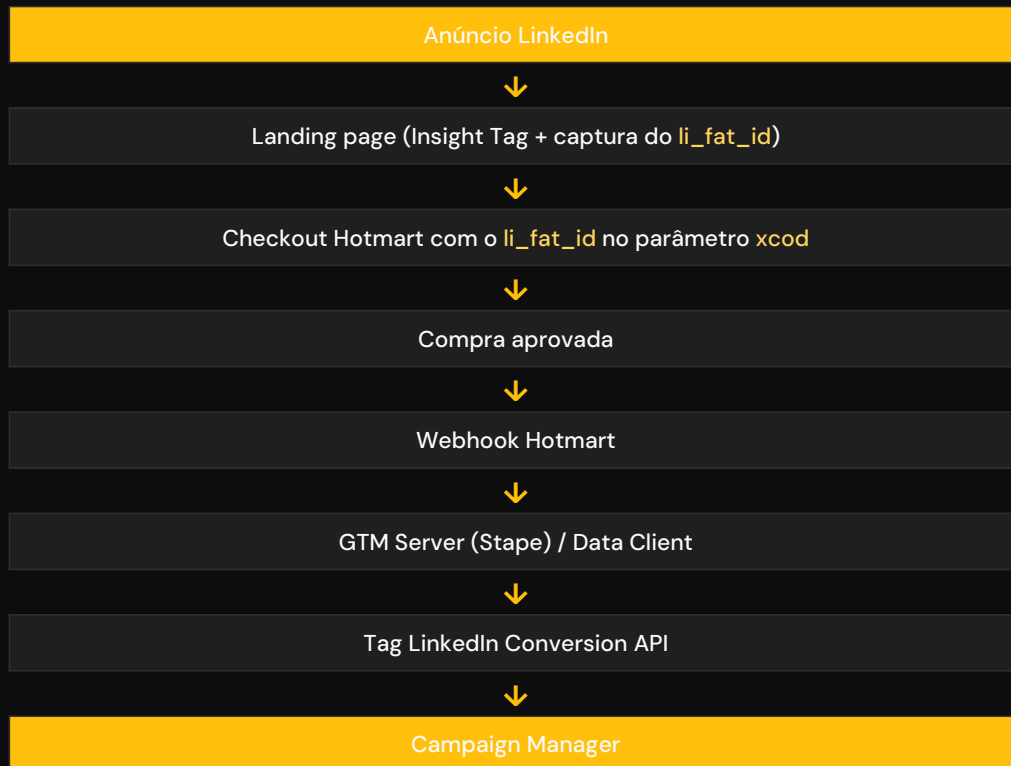
- A pessoa comprou dias depois, em outro aparelho.

Nesses casos o evento ainda vai com o e-mail com hash, e o LinkedIn tenta casar só por ele.

DICA

o evento é server-side, mas o ID do clique sempre nasce no navegador.

Arquitetura



O que você precisa antes de começar

- Conta no LinkedIn Campaign Manager com a Insight Tag instalada na landing page.
- **GTM Server-Side rodando (ex.: Stape)** com o Data Client ativo.
- Acesso de produtor na Hotmart para cadastrar webhooks.
- Acesso de administrador à conta de anúncios, para gerar o token da Conversions API no próprio Campaign Manager.

PASSO 1

Criar a conversão no Campaign Manager

- 1 Em Account Assets > Insight Tag, confirme que a tag está ativa no domínio da landing page.
- 2 Confira o enhanced conversion tracking (rastreamento de conversões aprimorado), que faz o LinkedIn anexar o **li_fat_id** na URL do clique. Ele vem ativado por padrão nas Insight Tags criadas recentemente. Se a sua tag é antiga, ative nas configurações da Insight Tag. Para testar, clique num anúncio seu e veja se a URL da landing page chega com **?li_fat_id=**.
- 3 Em Medir > Conversões, crie uma nova conversão com método "Conversions API", categoria Compra (Purchase), valor dinâmico e a janela de atribuição que faz sentido para o seu produto.
- 4 Anote o ID da conversão. Ele vai para a variável de ID da conversão no GTM Server.

PASSO 2

Gerar o token de acesso (pelo Campaign Manager)

O caminho mais simples é gerar o token direto no Campaign Manager. Não precisa criar app no LinkedIn Developers nem pedir acesso à Conversions API.

- 1 No menu da conta de anúncios, abra Dados > Gerente de sinais (Signals Manager).
- 2 Clique em Direct API e depois em Generate access token.
- 3 Entre com a sua conta do LinkedIn e siga as instruções.
- 4 Quando o token aparecer, clique nele para copiar e cole na variável constante do token no GTM Server.

ATENÇÃO

o Campaign Manager não guarda o token gerado. Copie e salve num lugar seguro. Pela documentação do LinkedIn, o token gerado por aqui não expira.

DICA

o app próprio no LinkedIn Developers só faz sentido para quem integra várias contas ou automatiza via OAuth. Nesse caso o token é gerado pelo app e precisa ser renovado periodicamente.

PASSO 3

Capturar o **li_fat_id** na landing page (GTM Web)

O **li_fat_id** chega na URL do clique. Precisamos guardá-lo e repassá-lo para o checkout da Hotmart no parâmetro **xcod**, que a Hotmart devolve no webhook em **data.purchase.origin.xcod**.

No GTM Web, monte 4 peças:

- 1 **Tag Insight Tag (base):** modelo "LinkedIn InsightTag 2.0" da galeria, com o seu Partner ID (Campaign Manager > Gerente de sinais > Insight Tag), disparando em All Pages. É ela que grava o cookie **li_fat_id** no seu domínio.
- 2 **Variável 02.05 li_fat_id:** tipo URL, componente Consulta, chave **li_fat_id**.

- 3 **Variável 01.09 li_fat_id:** tipo Cookie primário, nome **li_fat_id**.
- 4 Tag HTML personalizada disparando em All Pages, com o script abaixo. Ele grava o cookie **li_fat_id** por 90 dias e coloca o valor no **xcod** dos links da Hotmart.

GTM WEB · TAG HTML PERSONALIZADA

```
<script>
(function () {
  var params = new URLSearchParams(location.search);
  var fromUrl = params.get('li_fat_id');
  if (fromUrl) {
    document.cookie = '_li_fat_id=' + encodeURIComponent(fromUrl) +
      ';path=/;max-age=' + 60 * 60 * 24 * 90 + ';SameSite=Lax';
  }
  var match = document.cookie.match(/(?:^|; )_li_fat_id=([^;]+)/);
  var liFatId = fromUrl || (match && decodeURIComponent(match[1]));
  if (!liFatId) return;
  document.querySelectorAll('a[href*= "pay.hotmart.com"]').forEach(function (a) {
    var u = new URL(a.href);
    u.searchParams.set('xcod', liFatId);
    a.href = u.toString();
  });
})();
</script>
```

DICA

deixe o parâmetro **sck** livre para o seu padrão de origem/UTM e use o **xcod** só para o **li_fat_id**. Faça uma compra de teste e confira se o valor chega completo no webhook.

ATENÇÃO

o script só alcança links que já estão na página com **pay.hotmart.com**. Se o seu botão de compra abre um formulário ou monta a URL do checkout por código, adicione o **xcod** nesse código, lendo o cookie **li_fat_id** na hora de montar a URL.

BÔNUS

com a Insight Tag instalada, dá para criar também a conversão de Lead "específica ao evento" no Campaign Manager. No GTM Web, use o mesmo modelo "LinkedIn InsightTag 2.0" com o Partner ID, o Conversion ID do Lead e o Event ID (o mesmo event_id usado no Meta), disparando no acionador de envio do formulário.

PASSO 4

Cadastrar o webhook na Hotmart

- 1 Na Hotmart, vá em Ferramentas > Webhook (API e notificações) e crie uma nova configuração na versão 2.0.0.
- 2 **Evento:** Compra aprovada.
- 3 **URL:** o endpoint do seu GTM Server com um caminho exclusivo, por exemplo **https://SEU-SERVER/linkedin-ads-compra**
- 4 Copie o **hottok** exibido pela Hotmart. Ele será usado como trava de segurança no acionador.

O Data Client da Stape recebe o JSON do webhook e transforma tudo em dados do evento. Os campos ficam aninhados, então usamos o caminho completo (ex.: **data.buyer.email**).

PASSO 5

Criar as variáveis no GTM Server

Constantes:

- 1.08 LinkedIn Token — access token gerado no Passo 2.
- 1.09 LinkedIn Conversion ID — ID da conversão criada no Passo 1.

Dados do evento (caminho da chave):

- 6.01 Hotmart email → **data.buyer.email**
- 6.02 Hotmart transaction → **data.purchase.transaction**
- 6.03 Hotmart value → **data.purchase.price.value**
- 6.04 Hotmart currency → **data.purchase.price.currency_value**
- 6.07 Hotmart approved_date → **data.purchase.approved_date**
- 6.08 Hotmart **xcod** (**li_fat_id**) → **data.purchase.origin.xcod**
- 6.09 Hotmart first_name → **data.buyer.first_name**
- 6.10 Hotmart last_name → **data.buyer.last_name**
- 6.11 Hotmart event → **event**

Cabeçalho da solicitação:

- 2.10 x-hotmart-**hottok** → cabeçalho X-HOTMART-HOTTOK

Confira cada caminho no modo Visualizar do GTM Server com um webhook de teste antes de publicar.

PASSO 6

Criar o acionador com 3 travas

Tipo: Evento personalizado, nome do evento **.*** (regex), disparando em alguns eventos quando TODAS as condições forem verdadeiras:

- 1 Request Path é igual a **/linkedin-ads-compra**
- 2 2.10 x-hotmart-**hottok** é igual ao **hottok** da sua conta (segurança: sem ele, qualquer pessoa que descobrisse a URL poderia enviar uma "compra")
- 3 6.11 Hotmart event é igual a **PURCHASE_APPROVED** (impede que boleto gerado, reembolso e outros eventos virem conversão)

PASSO 7

Configurar a tag LinkedIn Conversion API (Stape)

Na Galeria de modelos da comunidade, adicione o modelo "LinkedIn Conversion API" da stape-io e configure:

- **Event Type:** Conversion
- **Access Token:** {{1.08 LinkedIn Token}}
- **Conversion ID:** {{1.09 LinkedIn Conversion ID}}
- **Event Data:** Conversion Happened At = {{6.07 Hotmart approved_date}}; Amount = {{6.03 Hotmart value}}; Currency = {{6.04 Hotmart currency}}; Event ID = {{6.02 Hotmart transaction}}
- **User IDs:** Email = {{6.01 Hotmart email}} (a tag aplica o hash automaticamente); LinkedIn First Party Ads Tracking UUID = {{6.08 Hotmart **xcod** (li_fat_id)}}
- **User Info:** First Name = {{6.09 Hotmart first_name}}; Last Name = {{6.10 Hotmart last_name}}
- **Acionador:** o criado no Passo 6.

O Event ID usa o número da transação da Hotmart. Assim, se a Hotmart reenviar o mesmo webhook, o LinkedIn não conta a compra duas vezes.

PASSO 8

Testar e validar

- 1 Abra o modo Visualizar do GTM Server.
- 2 Na Hotmart, envie um teste do webhook (ou faça uma compra de teste) e veja a requisição chegar no path **/linkedin-ads-compra**.
- 3 Confira se as variáveis 6.xx estão preenchidas e se a tag disparou.
- 4 Uma resposta 201 do LinkedIn significa sucesso.
- 5 No Campaign Manager, a conversão passa para o status ativo. Isso pode levar algumas horas.
- 6 Só então publique o contêiner.

Erros mais comuns

- **Token errado ou trocado:** se você gerar um token novo, substitua na constante do GTM Server e publique o contêiner. Tokens de app próprio no LinkedIn Developers expiram e precisam ser renovados.
- **Data em formato errado:** conversionHappenedAt precisa estar em milissegundos e dentro de 90 dias.
- **Disparar em qualquer evento da Hotmart:** sem a trava **PURCHASE_APPROVED**, boleto impresso vira compra.
- **xcod vazio:** o link do checkout não recebeu o **li_fat_id** (link criado depois do script, botão em iframe, ou usuário que não veio do anúncio).
- **Esperar remover reembolsos:** a Conversions API não apaga conversões já enviadas.

PRÓXIMO PASSO

Quer dominar o rastreamento do zero ao server side?

No curso **Dominando o Rastreamento** são 53 aulas em 9 módulos: GTM, GA4, Meta CAPI, server-side, CTWA no WhatsApp e dashboard próprio. O mesmo raciocínio desta aula, aplicado de ponta a ponta.

Quero conhecer o curso Dominando o Rastreamento →

andrericaodobraga.com.br/traqueamento-avancado

Precisa de ajuda para implementar?

A agência Andre Brága Tráfego e Automação configura o traqueamento server-side do seu negócio — Meta, Google e LinkedIn.

Site	andrericaodobraga.com.br
WhatsApp	(16) 98848-9132
E-mail	contato@andrericaodobraga.com.br
YouTube	youtube.com/@andre_ricardo_braga