

# ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial



# SUMÁRIO



- 1. Introdução ao Linkedin Ads**
- 2. Campanhas de Awareness**
- 3. Campanhas de Consideração**
- 4. Boas práticas de posts para impulsionamentos**

A large yellow graphic on the left side of the image features a circular arrangement of stylized human figures. Each figure is composed of geometric shapes like triangles and rectangles, creating a modern, abstract look. The figures are interconnected, forming a community-like structure. The background is a light-colored brick wall.

# **Introdução ao LinkedIn Ads**

# Começando no Linkedin Ads

1

Crie uma linkedin page, isso porque você irá precisar para conseguir impulsionar os seus posts.

2

Assim como no Facebook Ads, aqui vamos focar em campanhas de impulsionamento mas ele também possui diversos objetivos de campanhas de anúncios.

3

O linkedin tem a particularidade de ser uma rede específica e profissional.

## Recapitulando.....

### Anúncio

Você insere uma arte/criativo e seleciona para qual objetivo você quer anunciar: clique, mensagem no direct, mensagem no whatsapp, alcançar mais pessoas e etc.

“Darkpost”

X

### Impulsionamento

Você seleciona uma publicação da sua página e potencializa os resultados delas, também selecionando um objetivo: alcançar mais pessoas, ter mais engajamento, cliques e etc.



# Anúncios

# **Formatos de anúncios**

**Sponsored  
Content**

**Sponsored  
Messaging**

**Text Ads e  
Dynamic Ads**

**Formulários de  
geração de leads**



# Sponsored Content

(Conteúdo patrocinado)

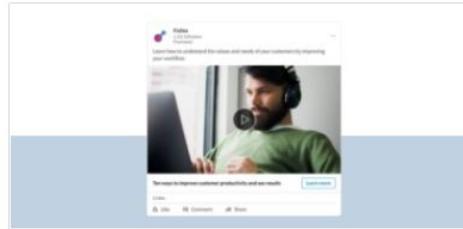
Alcance um público com alto engajamento no feed de notícias do LinkedIn



## Anúncios com imagem única

Os anúncios com imagem única incluem uma imagem e são exibidos diretamente no feed do público-alvo da sua campanha.

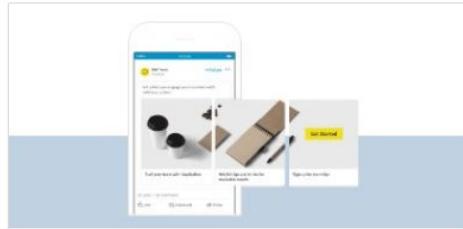
[Ver especificações](#)



## Anúncios em vídeo

O formato de anúncio Sponsored Content exibido no feed do LinkedIn.

[Ver especificações](#)



## Anúncios em carrossel

Mostre várias imagens com um único anúncio em carrossel. Elas são exibidas no feed do LinkedIn dos usuários que você deseja alcançar.

[Ver especificações](#)



### Anúncios com imagem única

Os anúncios com imagem única incluem uma imagem e são exibidos diretamente no feed do público-alvo da sua campanha.

[Ver especificações](#)

## Recomendações de design

**Tipo de arquivo:** jpg ou png

**Tamanho do arquivo:** 5 MB

**Proporção da imagem:**

1.91:1 (horizontal, para computadores e dispositivos móveis)

1:1 (quadrada, para computadores e dispositivos móveis)

1:1.91 (vertical, somente para dispositivos móveis)

## Recomendações de texto

**Nome do anúncio (opcional):** 255 caracteres

**Título:** 70 caracteres

**Texto de apresentação:** 150 caracteres

**Descrição (somente para LAN):** 70 caracteres. Exigido somente se estiver usando a LinkedIn Audience Network (LAN).

## Requisitos técnicos

**Tamanho do arquivo:** 5 MB

**Altura máxima:** 7.680 pixels

**Largura máxima:** 4.320 pixels

**Largura mínima:** 400 pixels

## Requisitos de URL

**URL da página de destino:** obrigatório

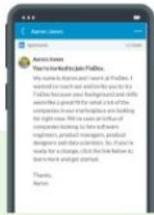
**Prefixo da URL:** http:// ou https://

**Caracteres da URL:** 2.000 caracteres por URL de campo de destino

## Sponsored Messaging

(Mensagem patrocinada)

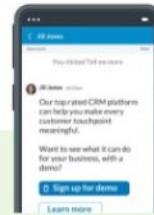
Interaja com seu público com mensagens do LinkedIn, onde as conversas profissionais acontecem



### Anúncios em conversa

Envie mensagens aos seus leads no LinkedIn, a plataforma onde as conversas profissionais acontecem.

[Ver especificações](#)



### Anúncios em mensagem

Envie mensagens diretas a seus potenciais clientes para gerar ações imediatas.

[Ver especificações](#)

## Formulários de geração de leads

Formulários preenchidos automaticamente para seus anúncios do LinkedIn



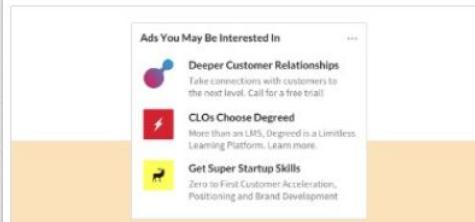
### Formulários de geração de leads

Capte ainda mais leads de qualidade com seus anúncios no LinkedIn, com formulários preenchidos automaticamente com dados do perfil.

[Ver especificações](#)

# Text Ads e Dynamic Ads (Anúncios de texto e anúncios dinâmicos)

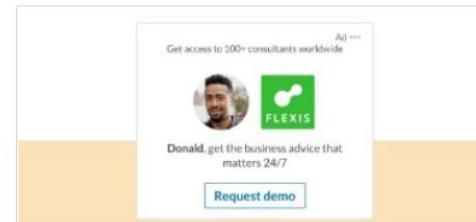
Exiba anúncios no lado direito da página do LinkedIn



## Text Ads

Atrai novos clientes para sua empresa com um orçamento que cabe no seu bolso, usando nossa plataforma self-service de anúncios com pagamento por clique (PPC).

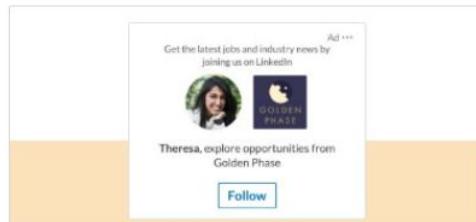
[Ver especificações](#)



## Anúncios em destaque

Para iniciar conversas, utilize anúncios em destaque para exibir seu produto, serviço, evento e mais, com o objetivo de aumentar o tráfego do seu site ou página de destino.

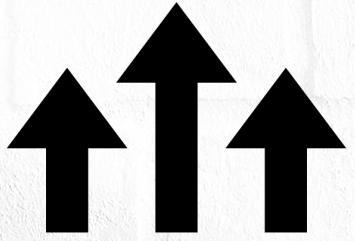
[Ver especificações](#)



## Anúncios para seguidores

Para criar conhecimento da marca, utilize anúncios para seguidores para promover a sua LinkedIn Page e atrair seguidores sem esforço.

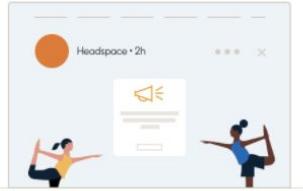
[Ver especificações](#)



# Impulsionamentos



# Objetivos:



## Conhecimento da marca

Aumente seu share of voice em uma categoria de produto ou serviço ou anuncie o lançamento de novos produtos ou recursos.



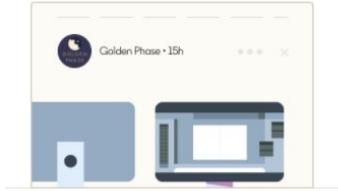
## Visualizações de vídeo

Faça com que mais pessoas assistam aos seus vídeos



## Engajamento

Aumente o número de seguidores ou gere engajamento viral em uma publicação. Mantenha a credibilidade e seja sempre lembrado.



## Visitas ao site

Promova o tráfego para o link do site na sua publicação, onde você pode exibir seus produtos e serviços ou captar leads.

## Objetivo

Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.

### Conhecimento

Conhecimento da marca

### Consideração

Visitas ao site

Engajamento

Visualizações de vídeo

### Conversões

Geração de leads

Conversões no site

Candidatos a vagas



**Como podemos impulsionar?**





***Observação:** impulsionar uma publicação a partir da sua LinkedIn Page proporciona uma experiência de criação de campanha mais leve, mas também limita as opções disponíveis para objetivos, critérios de público e lance e orçamento. Para opções completas, crie uma campanha no Gerenciador de campanhas.*

- **Linkedin**





## Patrocinar publicação

Selecionar objetivo [?](#)

Gere tráfego para sua página [▼](#)

Gere tráfego para sua página  
(Recomendado)

Visitas ao site - receba mais cliques na sua página de destino

Divulgue sua publicação  
Conhecimento da marca - receba mais impressões na sua publicação

Aumente o engajamento com sua publicação  
Engajamento - receba mais cliques e interações sociais (gostei, compartilhar, comentar, seguir) na sua publicação

Selecionar objetivo [?](#)

Gere tráfego para sua página [▼](#)

Selecionar público [?](#)

Baseado em perfil [▼](#)

Incluir pessoas que tenham qualquer um dos seguintes atributos [?](#)

Limpar todos

+ Localidades

Brasil [X](#)

Selecionar idioma do perfil

Inglês [▼](#)

+ Setores da empresa

+ Níveis de experiência

+ Funções

+ Cargos

Excluir pessoas que tenham qualquer um dos seguintes atributos [?](#)

Limpar todos

+ Localidades

+ Setores da empresa

+ Níveis de experiência

+ Funções

+ Cargos

Para segmentação avançada, acesse o Gerenciador de campanhas [▼](#)

Salvar público

Os resultados exibidos refletem o investimento e os principais resultados relativos a 14 dias. Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. [Saiba mais](#)

### Pre-visualização

Feed em dispositivos móveis [▼](#)

Os anúncios reais exibidos no feed não serão cortados ou alterados



ROCKY Full Digital Performance · Seguindo  
Promovido

De acordo com a Semrush, 73% dos profissionais de marketing já usam a área de SEO como parte de suas estratégias e mais de 67% de todos os ...mais



Selecionar público [?](#)

Baseado em perfil [▼](#)

Baseado em perfil

Alcance usuários por nível de experiência, função e setor.

Baseado em interesses

Alcance usuários por grupos dos quais fazem parte.

Modelo de público do LinkedIn

Selecione de uma lista de públicos personalizados.

Público salvo

Use um público que você criou anteriormente.



## Opções avançadas ^

### Ampliação automática de público ?

Aumente o alcance da sua campanha, exibindo seus anúncios a públicos com características semelhantes ao seu público-alvo.

### Incluir a LinkedIn Audience Network ?

Veicule seus anúncios no LinkedIn e em sites e aplicativos com os quais fazemos parcerias para alcançar um público 25% maior.

## Definir data de início e de término ?

5/9/2021

—

18/9/2021

## Definir orçamento total

BRL700,00

Sua campanha será veiculada por 14 dias a partir de 5 de setembro de 2021. Você não investirá mais do que um total de BRL700,00.

## Selecionar conta para cobrança ?

ROCKY



Ao clicar em Patrocinar, você aceita o [Contrato do LinkedIn Ads](#) e as [Diretrizes de Publicidade](#).

Cancelar

Patrocinar

1. Acesse a exibição administradora da página e encontre o post que deseja impulsionar em Atualizações no feed da página.

  - o Você também pode impulsionar postagens da página **Atualizações** na guia **Análises**.
  - o Publicações impulsionadas anteriormente não podem ser impulsionadas novamente.
2. Clique no botão **Patrocinar acima do post** para abrir a página de postagem Do Boost.
3. Selecione um **objetivo** na lista suspensa.
4. Selecione o tipo de **público** para sua campanha no menu suspenso.

  - o *Baseado no perfil*: selecione critérios para o público-alvo em termos de experiência profissional, função ou setor da empresa.
  - o *Baseado em interesses*: selecione critérios para o público-alvo a partir de grupos de usuários.
  - o *Modelo do LinkedIn Audience*: selecione um modelo do LinkedIn Audience com opções de segmentação predefinidas.
  - o *Salvos público*: Seleccione um público que você já criou.
5. Para ver as opções de segmentação para esse público, clique em Exibir o resumo do público.
6. Continue definindo seu público.

  - o Selecione o idioma do perfil do seu público.
  - o Adicione a(s) localidade(s) desejada(s) do seu público.
  - o Selecione ou exclua mais critérios de segmentação com base no tipo de público escolhido.
  - o Você pode optar por salvar esse público clicando em Salvar Audiência.
7. Confirme as opções avançadas para expansão automática de audiência e inclusão LinkedIn Audience Network.
8. Estabeleça um **orçamento diário** e cronograma.
9. Selecione uma conta para cobrança

  - o Esta etapa está disponível apenas se você tiver acesso como Gerente de campanhas ou superior a várias contas de anúncios associadas à LinkedIn Page.
  - o Se você não tiver uma conta de anúncios com acesso como Gerente de campanhas ou superior, uma nova conta de anúncios será criada.
10. Clique em **Patrocinar**.



## **Quais publicações **podem** ser impulsionadas?**

- Anúncio de imagem única;
- Vídeo;
- Evento:
  - i. O autor do posto do evento deve ser um dos organizadores do evento.
  - ii. Eventos que terminaram não podem ser impulsionados.
  - iii. Eventos cancelados não podem ser impulsionados.

## **Quais **NÃO** podem ser impulsionadas?**

- Enquetes;
- Documentos;
- Anúncios de vagas;
- Artigos de pulso.





# Gerenciador



## Vamos começar sua conta de anúncios

Uma conta de anúncios permite criar e gerenciar campanhas publicitárias e visualizar relatórios de desempenho. [Saiba mais](#)

Nome da conta

Conta de anúncios de Daiane

73

Moeda

Brasil, Real (BRL)

Observe que não será possível alterar a moeda posteriormente.

Vincule uma LinkedIn Page com a sua conta (opcional)

Algumas campanhas requerem uma LinkedIn Page para serem usadas.

Insira um nome/URL existente

Criar nova LinkedIn Page +

Ao clicar em "Aceitar e criar conta", você aceita o [Contrato do LinkedIn Ads](#).

Aceitar e criar conta

DESEMPENHO DA CAMPANHA TESTE DADOS DEMOGRÁFICOS DO SITE MATERIAIS DA CONTA ▾

Contas  
1 selecionadas XGrupos de campanhas  
1 grupo de campanhas no total

Campanhas

Anúncios

[Criar campanha](#)[Gráfico de desempenho](#)[Dados demográficos](#)[Excluir](#)[Definir status ▾](#)[Exportar](#)Pesquisar nome, código ou tipo

Filtros ▾ Colunas: Desempenho ▾ Detalhamento ▾ Intervalo de tempo: 03/08/2021 - 01/09/2021 ▾

Nome da campanha ▾ Status ▾ Despesa ▾ Principais resultados ▾ Custo por resultado ▾ Impressões ▾ Cliques ▾ Média de CTR ▾ Lance ▾ Média de CPM ▾ Média de CPC ▾ Conversões ▾ Custo ▾



Não há registros para exibir

Exibir 15 por página ▾

[Exportar](#)

Filtros ▼

Colunas: Desempenho ▼

Detalhamento ▼

Intervalo de tempo: 03/08/2021 - 01/09/2021 ▼

Media de CPC ▼

Conversões ▼

Custo por conversão ▼

Leads ▼

Custo por lead ▼

Inscrições em eventos ▼

Filtros	Colunas:	Desempenho	Detalhamento	Intervalo de tempo:	03/08/2021 - 01/09/2021	Exportar
Preço de CPC	Conversões	Padrão	Versão	Leads	Custo por lead	Inscrições em eventos
		Desempenho				
		Entrega				
		Engajamento				
		Conversões e leads				Exibir 15 por página
		Sponsored Messaging				
		Vídeo				
		Orçamento e lance				
		Potenciais candidatos				
		Candidatos à vaga				
		Personalizar colunas				



Filtros ▾ Colunas: Desempenho ▾ Detalhamento ▾ Intervalo de tempo: 03/08/2021 - 01/09/2021 ▾

Hoje

Ontem

Últimos 7 dias

Últimos 30 dias

Últimos 90 dias

Este mês

Mês passado

Este trimestre

Trimestre passado

Todos os períodos

Personalizado

Data de início

3/8/2021

Data de término

1/9/2021

← agosto de 2021 →

S T Q Q S S D

26 27 28 29 30 31 1

2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

23 24 25 26 27 28 29

30 31 1 2 3 4 5

Ir para hoje

← setembro de 2021 →

S T Q Q S S D

30 31 1 2 3 4 5

6 7 8 9 10 11 12

13 14 15 16 17 18 19

20 21 22 23 24 25 26

27 28 29 30 1 2 3

4 5 6 7 8 9 10

Ir para hoje

Horário UTC.

Cancelar

Atualizar

## Criar campanha

O Contrato do LinkedIn Ads foi atualizado. Leia o [contrato](#). Ao continuar utilizando estes serviços, você concorda com os termos do contrato.

### GERENCIADOR DE CAMPANHAS

Conta de anúncios de Daiane



New Campaign Group  
Untitled Campaign

Nova campanha

Etapa 1  
Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2  
Configurar campanha

- Seleção de objetivo
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3  
Configurar anúncios

Etapa 4  
Avaliar e lançar

[Voltar à conta](#)

#### Grupo de campanhas

Agrupe campanhas de acordo com o que importa para você (por projeto, localidade, orçamento, etc.) para que você seja mais eficiente. Opcional: defina o orçamento e a agenda do grupo para simplificar as tarefas de orçamento e agendamento. [Saiba mais](#)

#### Grupo de campanhas selecionado

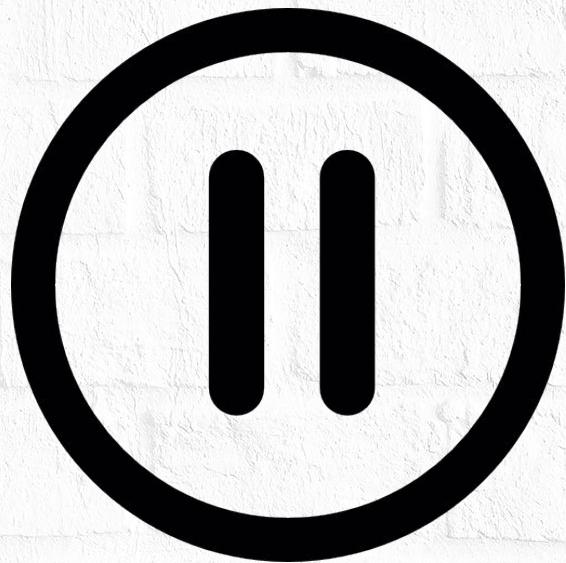
[Utilizar outro grupo](#) | [Criar grupo novo](#)

New Campaign Group **Ativa**

Veicular sem interrupção a partir de 01/09/2021

[Salvar e sair](#)

**Avançar**



ROCKY  
BY



**facebook**

**Linked in**

**Campanha**

**Conjunto de anúncios**

**Anúncio**

**facebook**

**LinkedIn**

**Grupo de Campanhas**

**Campanha**

**Anúncio**

## Criar campanha

O Contrato do LinkedIn Ads foi atualizado. Leia o [contrato](#). Ao continuar utilizando estes serviços, você concorda com os termos do contrato.

### GERENCIADOR DE CAMPANHAS

Conta de anúncios de Daiane



New Campaign Group  
Untitled Campaign

Nova campanha

Etapa 1  
Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2  
Configurar campanha

- Seleção de objetivo
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3  
Configurar anúncios

Etapa 4  
Avaliar e lançar

[Voltar à conta](#)

#### Grupo de campanhas

Agrupe campanhas de acordo com o que importa para você (por projeto, localidade, orçamento, etc.) para que você seja mais eficiente. Opcional: defina o orçamento e a agenda do grupo para simplificar as tarefas de orçamento e agendamento. [Saiba mais](#)

#### Grupo de campanhas selecionado

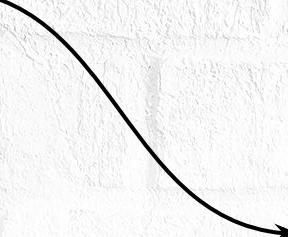
[Utilizar outro grupo](#) | [Criar grupo novo](#)

New Campaign Group **Ativa**

Veicular sem interrupção a partir de 01/09/2021

[Salvar e sair](#)

**Avançar**



**Etapa 1**  
**Seleção de grupo de campanhas**

**Etapa 2**  
**Configurar campanha**

- Seleção de objetivo
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

**Etapa 3**  
**Configurar anúncios**

**Etapa 4**  
**Avaliar e lançar**



Etapa 1

## Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2

## Configurar campanha

- **Seleção de objetivo**
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3

## Configurar anúncios

### Objetivo

Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.

#### Conhecimento

Conhecimento da marca

#### Consideração

Visitas ao site

Engajamento

Visualizações de vídeo

#### Conversões

Geração de leads

Conversões no site

Candidatos a vagas

#### Público

#### Formato de anúncio



Criar nova campanha      Usar campanha existente X

Escolha um objetivo da campanha  
[Saiba mais](#)

<p>Reconhecimento</p> <p><input type="radio"/> Reconhecimento da marca</p> <p><input type="radio"/> Alcance</p>	<p>Consideração</p> <p><input type="radio"/> Tráfego</p> <p><input type="radio"/> Engajamento</p> <p><input type="radio"/> Instalações do aplicativo</p> <p><input type="radio"/> Visualizações do vídeo</p> <p><input type="radio"/> Geração de cadastros</p> <p><input type="radio"/> Mensagens</p>	<p>Conversão</p> <p><input type="radio"/> Conversões</p> <p><input type="radio"/> Vendas do catálogo</p> <p><input type="radio"/> Tráfego para o estabelecimento</p>
---	---	--

Cancelar Continuar





# Obrigada!



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial



# **Campanhas de Awareness (conhecimento)**

## Criar campanha

#1

Etapa 1

Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2

Configurar campanha

• Seleção de objetivo

• PÚBLICO

• Formato de anúncio

• Colocação

• Orçamento e agendamento

• Acompanhamento de conversões

Etapa 3

Configurar anúncios

### Objetivo

Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.

#### Conhecimento

Conhecimento da marca

#### Consideração

Visitas ao site

Engajamento

Visualizações de vídeo

#### Conversões

Geração de leads

Conversões no site

Candidatos a vagas

### PÚBLICO

### Formato de anúncio



#2

[New Campaign Group](#) [Campanha Teste 1](#) [Nova campanha](#)

[Etapa 1](#)  
Seleção de grupo de campanhas

[Etapa 2](#)  
Configurar campanha

- [Seleção de objetivo](#)
- [Público](#)
- [Formato de anúncio](#)
- [Colocação](#)
- [Orçamento e agendamento](#)
- [Acompanhamento de conversões](#)

[Etapa 3](#)  
Configurar anúncios

[Etapa 4](#)  
Avaliar e lançar

[Voltar à conta](#)

Seu objetivo é:

 **Conhecimento da marca** [Alterar](#)  
*Quero que mais pessoas conheçam o meu negócio.*

Sua campanha será exibida a pessoas mais propensas a visualizar seus anúncios.

**Público** [Públicos salvos](#) [Públicos](#) 

Criar um público novo

Onde fica seu público-alvo?

**Localidades (recente ou permanente)** 

Brasil

**Excluir** pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público está configurado como [Inglês](#)  

O tamanho do seu público varia de acordo com o idioma selecionado aqui. O inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local esteja disponível, para alcançar todos os usuários em uma região.

**Resultados previstos** 

Tamanho do público-alvo **50.000.000+**

1 dia 7 dias **30 dias**

Investimento em 30 dias **BRL930,00 - BRL1.499,00** 

Alcance em 30 dias **Principal resultado** **20.000 - 83.000**

Frequência média em 30 dias **1,0 - 2,3**

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. [Saiba mais](#)

Esta informação foi útil? **Sim** **Não**



#3

Público    Públicos salvos ▾    in Públícos ▾

Criar um público novo

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente)

Brasil

Excluir pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público-alvo

O tamanho do seu público varia de acordo com o que deseja alcançar

Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando

Pesquisar

Ver todos os públicos

Pesquisar nome

- Usuários com bacharelado in
- Conhecimento em biotecnologia in
- Conhecimento em Bitcoin/Blockchain in
- Conhecimento em ciência da computação in
- Profissionais de RH corporativo in
- Profissionais de experiência do cliente in
- Conhecimento em operações de desenvolvimento in

#3

Público Públicos salvos | [Públicos](#)

Criar um público novo

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente)

Brasil

[Excluir](#) pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público está configurado como [Inglês](#) [②](#)

O tamanho do seu público varia de acordo com o idioma selecionado aqui. O inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local esteja disponível, para alcançar todos os usuários em uma região.

Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando os atributos dos profissionais que deseja alcançar [Fechar](#)

[Pesquisar](#) [Saiba mais sobre Matched Audiences](#)

 <b>Públicos</b> Utilize seus dados para fazer retargeting dos visitantes do site ou procurar contatos e contas conhecidos	<a href="#">Externo</a> <a href="#">Lookalike</a> <a href="#">Outro</a> <a href="#">Retargeting</a>
 <b>Atributos do público</b> Adicione critérios de segmentação, como cargo, setor ou competências	<a href="#">Upload de lista</a>

[Excluir](#) pessoas por atributos do público e Matched Audiences

As ferramentas do LinkedIn não podem ser utilizadas para discriminar com base em características pessoais como gênero, idade ou raça/etnia reais ou percebidas como tais. [Saiba mais](#)

Ativar ampliação de público [②](#)

[Redefinir público](#) [Visualizar resumo do público](#) [Salvar público](#)



# #4

## Formato de anúncio

Selecione um formato de anúncio

 Anúncio com imagem única	 Anúncio com imagem em carrossel	 Anúncio em vídeo	 Anúncio em texto	 Anúncio em destaque
 Anúncio para seguidores	 Anúncio em conversa	 Anúncio de evento		

# #5

**Orçamento e agendamento**

① Seu grupo de campanhas será veiculado a partir de 01/09/2021

**Orçamento**

Defina um orçamento diário ▾

Orcamento diário

BRL50,00 O valor real das despesas diárias pode variar ②

**Agendamento**

Veicular campanha sem interrupção

Data de início

1/9/2021

Sua campanha será veiculada sem interrupção a partir de 1 de setembro de 2021. Sua campanha não custará mais do que BRL250,00 esta semana. A partir da próxima semana, sua campanha não custará mais do que BRL350,00 em uma semana.

Definir data de início e de término

---

**Lances**

Meta de otimização ②

Alcance [Alterar](#)

Estratégia de lances ②

Exibição máxima (automatizada) - Obtenha o máximo possível de resultados com seu orçamento completo



#6



[←](#) New Campaign Group  
Conhecimento da marca - Sep 5, 2021

Rascunho [Ações](#)

[Excluir campanha](#)

Etapa 1  
**Seleção de grupo de campanhas**

Etapa 2  
**Configurar campanha**

- Seleção de objetivo
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3  
**Configurar anúncios**

- Sponsored Content

Etapa 4  
**Avaliar e lançar**

[Voltar à conta](#)

Anúncios nesta campanha

[Criar novo anúncio](#) [Ver conteúdo existente](#)

Para adicionar anúncios a esta campanha, veja o conteúdo existente ou crie um novo anúncio.

[Voltar](#) [Salvar e sair](#) [Avançar](#)

**Resultados previstos**

Tamanho do público-alvo  
50.000.000+

1 dia 7 dias **30 dias**

Investimento em 30 dias  
BRL10,00 - BRL36,00

Alcance em 30 dias **Principal resultado**  
390 - 1.600

Frequência média em 30 dias  
1,0 - 1,8

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Observe que a previsão de otimização do alcance para mais de 30 dias ainda não está disponível. [Saiba mais](#)

Esta informação foi útil? [Sim](#) [Não](#)



## Criar novo anúncio com imagem única para esta campanha

Escolha um nome para este anúncio (opcional)

Exemplo 1

0/255

Pré-visualização

Feed em computadores ▾

### Texto introdutório

Este é o seu texto introdutório

As URLs neste campo são encurtadas automaticamente.

0/600

### URL de destino

<http://www.exemplo.com.br>

[Capturar](#)

A captura transfere a imagem e o texto desta URL para o seu anúncio. Você também pode ajustar a imagem ou o texto manualmente. Uma [URL de AMP](#) pode melhorar consideravelmente seu tempo de carregamento.

### Compartilhamento de artigo

 É preciso ter uma URL de destino válida para adicionar um título, descrição e CTA ao seu anúncio

#### Imagen do anúncio

A imagem deve ser um arquivo JPG ou PNG, de até 5 MB

[Carregar](#)

#### Título

Este é o título do seu anúncio.

0/200

#### Descrição

Esta é a descrição do seu anúncio.

#6



[←](#) New Campaign Group  
Conhecimento da marca - Sep 5, 2021

Rascunho [Ações](#)

[Excluir campanha](#)

Etapa 1  
**Seleção de grupo de campanhas**

Etapa 2  
**Configurar campanha**

- Seleção de objetivo
- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3  
**Configurar anúncios**

- Sponsored Content

Etapa 4  
**Avaliar e lançar**

[Voltar à conta](#)

Anúncios nesta campanha

[Criar novo anúncio](#) [Ver conteúdo existente](#)

Para adicionar anúncios a esta campanha, veja o conteúdo existente ou crie um novo anúncio.

[Voltar](#) [Salvar e sair](#) [Avançar](#)

**Resultados previstos**

Tamanho do público-alvo  
50.000.000 +

1 dia 7 dias **30 dias**

Investimento em 30 dias  
BRL10,00 - BRL36,00

Alcance em 30 dias **Principal resultado**  
390 - 1.600

Frequência média em 30 dias  
1,0 - 1,8

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Observe que a previsão de otimização do alcance para mais de 30 dias ainda não está disponível. [Saiba mais](#)

Esta informação foi útil? [Sim](#) [Não](#)

# #6

← Biblioteca de conteúdos

Visualizar por: Todos os conteúdos  ⓘ

Pesquisar

 Anúncio com imagem única - Conteúdo na LinkedIn Page  
há 18 segundos

1

Pré-visualização

Feed em dispositivos móveis ⓘ

Os anúncios reais exibidos no feed não serão cortados ou alterados



## Biblioteca de conteúdos

Visualizar por Todos os conteúdos

?

Pesquisar

 Anúncio com imagem única - Conteúdo na LinkedIn Page

há 43 segundos

1

### Pré-visualização

Feed em dispositivos móveis

Os anúncios reais exibidos no feed não serão cortados ou alterados



Voltar

1 selecionado

Remover da biblioteca

Patrocinar

Patrocinar

#7

Etapa 4

## Avaliar e lançar

**Revisar e lançar**

Você está quase lá! Vamos revisar as configurações da sua campanha.

**Objetivo**

 **Conhecimento da marca**  
Quero que mais pessoas conheçam o meu negócio.

Sua campanha será exibida a pessoas mais propensas a visualizar seus anúncios.

**Grupo de campanhas**  
**New Campaign Group**

**Agendamento**  
Veicular sem interrupção a partir de  
01/09/2021

**Público**

A ampliação de público está habilitada

**INCLUIR**

Pessoas que selecionaram **Inglês** como idioma do perfil em:

Localidades (recente ou permanente)  
Brasil

**Formato de anúncio**  
**Anúncio com imagem única**

**Colocação**  
LinkedIn Audience Network  
**Habilitada**

**Orçamento e agendamento**

Orçamento diário BRL20,00	Agendamento 05/09/2021 - 06/09/2021	Tipo de lance Lance automático
------------------------------	--	-----------------------------------

**Conversões**  
Nenhuma conversão adicionada

Você não adicionou conteúdo a esta campanha. Adicione pelo menos uma peça de conteúdo para lançar sua campanha.

Ao clicar em Lançar campanha, você aceita o [Contrato do LinkedIn Ads](#).

[Voltar](#) [Salvar e sair](#) [Lançar campanha](#)

**Resultados previstos** 

Tamanho do público-alvo  
50.000.000+

1 dia 7 dias **30 dias**

Investimento em 30 dias  
BRL10,00 - BRL36,00 

Alcance em 30 dias **Principal resultado**  
390 - 1.600

Freqüência média em 30 dias  
1,0 - 1,8

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Observe que a previsão de otimização do alcance para mais de 30 dias ainda não está disponível. [Saiba mais](#)

Esta informação foi útil? **Sim** **Não**





# Obrigada!



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial



# **Campanhas de Consideração**

# Criar campanha

Etapa 1

Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2

Configurar campanha

- Seleção de objetivo

- Público
- Formato de anúncio
- Colocação
- Orçamento e agendamento
- Acompanhamento de conversões

Etapa 3

Configurar anúncios

## Objetivo

Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.

### Conhecimento

Conhecimento da marca

### Consideração

Visitas ao site

Engajamento

Visualizações de vídeo

### Conversões

Geração de leads

Conversões no site

Candidatos a vagas

### Público

### Formato de anúncio



Seu objetivo é:

 Engajamento [Alterar](#)  
Quero que mais pessoas interajam com meu conteúdo.

Sua campanha será exibida para pessoas mais propensas a gostar, compartilhar, comentar, visualizar ou clicar em seus anúncios ou seguir a sua empresa.  
 Seus anúncios incluirão um botão Seguir.

Público [Públicos salvos](#) | [Públicos](#) 

Criar um público novo

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente) 

Brasil

[Excluir](#) pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público está configurado como [Inglês](#)  

O tamanho do seu público varia de acordo com o idioma selecionado aqui. O Inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local esteja disponível, para alcançar todos os usuários em uma região.

Resultados previstos 	
Tamanho do público-alvo	50.000.000+
1 dia	7 dias <b>30 dias</b>
Investimento em 30 dias	BRL930,00 - BRL1.499,00 
Impressões em 30 dias	28.000 - 74.000
CTR	0,70% - 1,1%
Engajamento em 30 dias	<b>Principal resultado</b> 280 - 740
Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. <a href="#">Saiba mais</a>	
Esta informação foi útil? <a href="#">Sim</a> <a href="#">Não</a>	

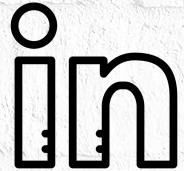




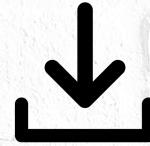
**Baseado no perfil:**  
selecione critérios para o público-alvo em termos de experiência profissional, função ou setor da empresa.



**Baseado em interesses:** selecione critérios para o público-alvo a partir de grupos de usuários.



**Modelo do LinkedIn Audience:** selecione um modelo do LinkedIn Audience com opções de segmentação predefinidas.



**Salvos público:**  
Selecione um público que você já criou.

Público

Públicos salvos ▾

in Públícos ▾

Criar um público novo

### Onde fica seu público-alvo?

#### Localidades (recente ou permanente)

Brasil

[Excluir](#) pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público

O tamanho do seu público varia de acordo com o que deseja alcançar

### Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando

in Pesquisar

in Pesquisar nome

Usuários com bacharelado in

Conhecimento em biotecnologia in

Conhecimento em Bitcoin/Blockchain in

Conhecimento em ciência da computação in

Profissionais de RH corporativo in

Profissionais de experiência do cliente in

Conhecimento em operações de desenvolvimento in

Ver todos os públicos

Público Púlicos salvos ▾

in Púlicos ▾



Criar um público novo

### Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente)



Brasil

**Excluir** pessoas em outras localidades

O idioma do perfil do seu público está configurado como **Inglês**



O tamanho do seu público varia de acordo com o idioma selecionado aqui. O inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local esteja disponível, para alcançar todos os usuários em uma região.

### Quem é seu público-alvo?

**Restringir** ainda mais o público

**Excluir** pessoas por atributos do público e Matched Audiences

As ferramentas do LinkedIn não podem ser utilizadas para discriminar com base em características pessoais como gênero, idade ou raça/etnia reais ou percebidas como tais. [Saiba mais](#)

Ativar ampliação de público

[Redefinir público](#)

[Visualizar resumo do público](#)

[Salvar público](#)

## Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando os atributos dos profissionais que deseja alcançar

[Fechar](#)

[Pesquisar](#)

[Saiba mais sobre Matched Audiences](#)

### Públicos

Utilize seus dados para fazer retargeting dos visitantes do site ou procurar contatos e contas conhecidos

Externo

Lookalike

Outro

Retargeting

Upload de lista

### Atributos do público

Adicione critérios de segmentação, como cargo, setor ou competências

## Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando os atributos dos profissionais que deseja alcançar

[Fechar](#)

[Pesquisar](#)

[Saiba mais sobre os critérios de segmentação](#)

### Públicos

Utilize seus dados para fazer retargeting dos visitantes do site ou procurar contatos e contas conhecidos

Empresa

Dados demográficos

Formação

Experiência profissional

Interesses e características

### Atributos do público

Adicione critérios de segmentação, como cargo, setor ou competências

Empresa	>	Categoria da empresa
Dados demográficos		Conexões na empresa
Formação		Nomes da empresa
Experiência profissional		Setores da empresa
Interesses e características		Tamanho da empresa
		Taxa de crescimento da empresa

[Empresa](#) > Categoria da empresa [Pesquisar](#)

Bolsa de valores de Londres (Mundial)

Empresas em crescimento acentuado Fortune 100 (mundial)

Empresas mais inovadoras do mundo de acordo com a Forbes

Fortune 1000 (apenas EUA)

Fortune 500 (apenas EUA)

Fortune Global 500 (mundial)



Empresa	Gênero do usuário
Dados demográficos >	Idade do usuário
Formação	
Experiência profissional	
Interesses e características	

Home ▶ Dados demográficos ▶ Idade do usuário

Ao marcar esta caixa para habilitar este campo, declaro que não usarei o LinkedIn para discriminar com base em idade ou nenhuma característica protegida em anúncios relativos a emprego, moradia, formação acadêmica ou crédito. [Saiba mais](#)

- 18 a 24
- 25 a 34
- 35 a 54
- + de 55



Empresa 	Diplomas
Dados demográficos	Instituições de ensino do usuário
Formação 	Áreas de estudo
Experiência profissional	
Interesses e características	

 [Formação](#) > [Diplomas](#) 



Comece a pesquisar por Diplomas acima. Por exemplo, você pode pesquisar por:

[PhD](#) [Mestrado](#) [Bacharelado](#) [Associado](#) [Ciências](#)

 [Formação](#) > [Instituições de ensino do usuário](#) 



Comece a pesquisar por Instituições de ensino do usuário acima. Por exemplo, você pode pesquisar por:

[University of](#) [Harvard](#) [Stanford](#) [bootcamp](#) [NYU](#)



Empresa	Anos de experiência
Dados demográficos	Cargos
Formação	Competências do usuário
Experiência profissional	Funções
Interesses e características	Níveis de experiência

[Home](#) > Experiência profissional > Anos de experiência

A partir de  até

[Home](#) > Experiência profissional > Cargos  [X](#)

Cargos (atuais)

- CEO
- Assistente executivo de CEO
- Assistente de CEO
- Assistente pessoal de CEO
- Assessor do CEO

[Home](#) > Experiência profissional > Funções

- Administração
- Arte e design
- Compras
- Consultoria
- Contabilidade
- Controle de qualidade



Empresa

Dados demográficos

Formação

Experiência profissional

Interesses e características

Características de usuários

Grupos do usuário

Interesses do usuário



Interesses e características

Características de usuários



Pesquisar

Características de usuários

Grupos do usuário

Interesses do usuário

Mudou de emprego recentemente

Mudou-se recentemente

Pessoas que mudaram de carreira

Pessoas à procura de emprego

Preferências de dispositivos

Profissional promovido recentemente



Interesses e características



Grupos do usuário



The Project Manager Network - #1 Group for Project Managers

The Recruiter.com Network

Telecoms Professionals: IoT, LTE, M2M, 5G, Internet of Things

TED: Ideas Worth Spreading - Unofficial

The Recruitment Network

Travel & Tourism Industry Professionals Worldwide

## **Quais publicações **podem** ser impulsionadas?**

- Anúncio de imagem única;
- Vídeo;
- Evento:
  - i. O autor do posto do evento deve ser um dos organizadores do evento.
  - ii. Eventos que terminaram não podem ser impulsionados.
  - iii. Eventos cancelados não podem ser impulsionados.

## **Quais **NÃO** podem ser impulsionadas?**

- Enquetes;
- Documentos;
- Anúncios de vagas;
- Artigos de pulso.





# Obrigada!



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial

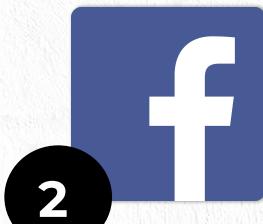


**Boas práticas para  
impulsionamentos**

## Recapitulando.....



1



2



3



4



5

## **Recapitulando.....**

- Segmentação de público
- Segmentação de funcionalidade
- Propósito da rede
- Produção de Conteúdo
- Aderência de pessoas do nosso ciclo
- Atualizações e novidades

## Recapitulando.....



- Considerada a maior **rede profissional** do mundo, com, aproximadamente, **550 milhões** de usuários em **200 países**.
- O **Brasil** está em **terceiro lugar** em número de usuários cadastrados na plataforma, atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia. Segundo dados da companhia, há cerca de **40 milhões de brasileiros** usando o LinkedIn.
- **Foco de conteúdo:** carreira, atualização de marca, tendências de mercado, notícias, opiniões, artigos, aprendizados

**94%**

dos profissionais de marketing B2B utilizam o LinkedIn para divulgar conteúdo.

**71%**

dos usuários usam informações do LinkedIn para ajudá-los a tomar decisões de negócios.

**50%**

do tráfego social para sites B2B vêm do LinkedIn

- #1 Tenha uma estratégia orgânica eficaz
- #2 Escolha o objetivo certo
- #3 Use a segmentação baseada em perfil
- #4 Não torne seu público muito pequeno
- #5 Não tenha um investimento tão reduzido
- #6 Programe seu impulsionamento para 1-2 semanas





# Obrigada!



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial



# Conclusão

## CONCLUSÃO



- Entendemos como funciona o Linkedin Ads e as principais diferenças entre o Facebook Ads
- Como criar uma campanha de Awareness
- Quais objetivos de campanhas de consideração existem e como criá-las
- Como analisar o desempenho dessas campanhas e quais posts fazem mais sentido inserir nelas
- Quais são boas práticas no impulsionamento dentro do linkedin

Bora para a lição de casa?



# Obrigada!



**Daiane Vilas Bôas**

 @ladydosocial