

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**



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.

X

Impulscionamento

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.

“Darkpost”



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.

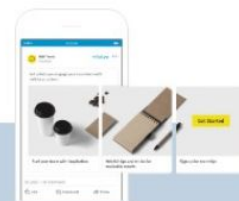
[Ver especificações](#)



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)

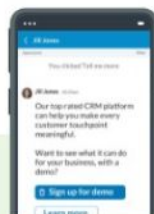
Interaja com seu público com mensagens do LinkedIn, onde as conversas profissionais acontecem



Anúncios em conversa

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

[Ver especificações](#)



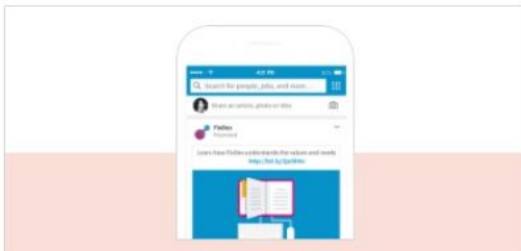
Anúncios em mensagem

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



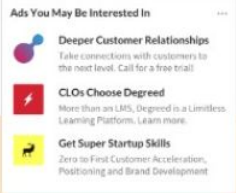
Formulários de geração de leads

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




The screenshot shows a LinkedIn ad titled "Ads You May Be Interested In". It features three ad cards: "Deeper Customer Relationships" with a blue and purple icon, "CLOs Choose Degreed" with a red icon, and "Get Super Startup Skills" with a yellow icon. Each card includes a brief description and a "Learn more" link.

Text Ads

Atraia 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](#)



The screenshot shows a LinkedIn ad titled "Get access to 100+ consultants worldwide". It features a profile picture of Donald and the Flexis logo. Below the image is the text "Donald, get the business advice that matters 24/7" and a "Request demo" button.

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](#)

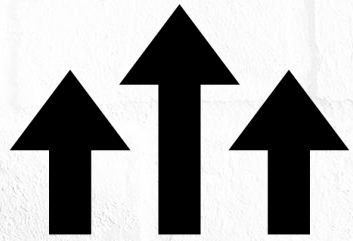


The screenshot shows a LinkedIn ad titled "Get the latest jobs and industry news by joining us on LinkedIn". It features a profile picture of Theresa and the Golden Phase logo. Below the image is the text "Theresa, explore opportunities from Golden Phase" and a "Follow" button.

Anúncios para seguidores

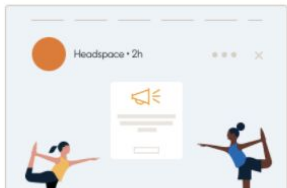
Para criar conhecimento da marca, utilize anúncios para seguidores para promover a sua LinkedIn Page e atrair seguidores sem esforço.

[Ver especificações](#)



Impulsionamientos

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.



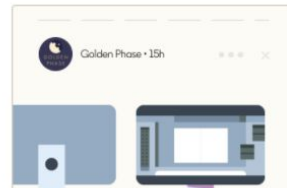
Visualizações de vídeo

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 impulsar?



Muito "similar" ao
botão **promover**

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 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

Quer bom ranqueamento no Google?

Implemente uma boa estratégia SEO

ROCKY Full Digital Performance

Marketing Digital para Empresas

Implemente uma boa estratégia SEO

ROCKY Full Digital Performance

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.

ROCKY

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

Cancelar

Patrocinar

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

1. Acesse a exibição administradora da página e encontre o post que deseja impulsionar em Atualizações no feed da página.
 - Você também pode impulsionar postagens da página **Atualizações** na guia **Análises**.
 - 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.
 - *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.
5. Para ver o opções de segmentação para esse público, clique em Exibir o resumo do público.
6. Continue definindo seu público.
 - Selecione o idioma do perfil do seu público.
 - Adicione a(s) localidade(s) desejada(s) do seu público.
 - Selecione ou exclua mais critérios de segmentação com base no tipo de público escolhido.
 - 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
 - Esta etapa está disponível apenas se você tiver acesso como Gerente de campanhas ou superior a várias contas de anúncios associadas à LinkedIn Page.
 - 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

73

Moeda

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.

[Criar nova LinkedIn Page](#) +

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

Aceitar e criar
conta



Contas

1 selecionadas ✕

Grupos de campanhas

1 grupo de campanhas no total

Campanhas

Anúncios

Criar campanha

Gráfico de desempenho

Dados demográficos

Excluir



Definir status ▾

Exportar

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 ▼

ia de CPC ↕

Conversões ↕

Custo por conversão ↕

Leads ↕

Custo por lead ↕

Inscrições em eventos ↕

-

-

-

-

-

Exportar

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

de CPC ↕	Convers	Desempenho	Conversão ↕	Leads ↕	Custo por lead ↕	Inscrições em eventos ↕
-	-	-	-	-	-	-

Padrão

Desempenho

Entrega

Engajamento

Conversões e leads

Sponsored Messaging

Vídeo

Orçamento e lance

Potenciais candidatos

Candidatos à vaga

Personalizar colunas

Exibir 15 por página ▾

Filtros ▼

Colunas: Desempenho ▼

Detalhamento ▼

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

Hoje

Data de início

3/8/2021

Ontem

Data de término

1/9/2021

Últimos 7 dias

Últimos 30 dias

Últimos 90 dias

Este mês

Mês passado

Este trimestre

Trimestre
passadoTodos os
períodos

Personalizado



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

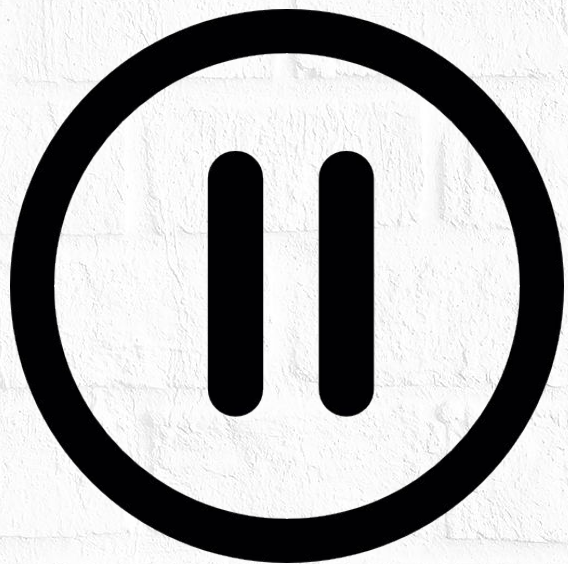
[Utilizar outro grupo](#) | [Criar grupo novo](#)

New Campaign Group **Ativa**

Veicular sem interrupção a partir de 01/09/2021

[Salvar e sair](#)

[Avançar](#)





Campanha

Conjunto de anúncios

Anúncio



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

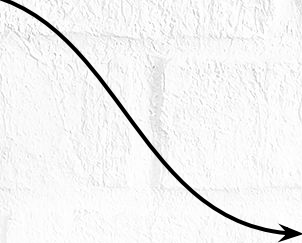
[Utilizar outro grupo](#) | [Criar grupo novo](#)

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

✕

Escolha um objetivo da campanha

[Saiba mais](#)

Reconhecimento

☐ Reconhecimento da marca

☐ Alcance

Consideração

☐ Tráfego

☐ Engajamento

☐ Instalações do aplicativo

☐ Visualizações do vídeo

☐ Geração de cadastros

☐ Mensagens

Conversão

☐ Conversões

☐ Vendas do catálogo

☐ Tráfego para o estabelecimento


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

←

New Campaign Group
Campanha Teste 1

Nova campanha


Etapa 1
Seleção de grupo de campanhas

Etapa 2
Configurar campanha

Etapa 3
Configurar anúncios

Etapa 4
Avaliar e lançar

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

ROCKY
BY
FIC

R

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-alvo








O tamanho do seu público varia de acordo com o idioma selecionado para alcançar todos os usuários em um idioma

Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando por nome

 Pesquisar

 Pesquisar nome

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

[Ver todos os públicos](#)

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.

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



Atributos do público

Adicione critérios de segmentação, como cargo, setor ou competências

Retargeting

Upload de lista

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

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

Orçamento e agendamento

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

Orçamento

Defina um orçamento diário ▼

Orçamento diário

BRL50,00

O valor real das despesas diárias pode variar ⓘ

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 ⓘ

Alcance [Alterar](#)

Estratégia de lances ⓘ

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

#6

Rascunho

Ações ▾

Excluir campanha



New Campaign Group

Conhecimento da marca - Sep 5, 2021 ✎

Rascunho

Ações ▾

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

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

① É preciso ter uma URL de destino válida para adicionar um título, descrição e CTA ao seu anúncio

Imagem 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.

Pré-visualização

Feed em computadores ▼

#6

Rascunho

Ações ▾

Excluir campanha



New Campaign Group

Conhecimento da marca - Sep 5, 2021 ✎

Rascunho

Ações ▾

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

☐

VOCÊ SABIA QUE...



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

Pré-visualização

Feed em dispositivos móveis

Os anúncios reais exibidos no feed não serão cortados ou alterados



Anúncio com imagem única - Conteúdo na LinkedIn Page

há 43 segundos

1

Voltar

1 selecionado

Remover da biblioteca



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

Anúncios nesta campanha

- ☒ 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

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](#)

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 **30 dias**

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 **Principal resultado**
280 - 740

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

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

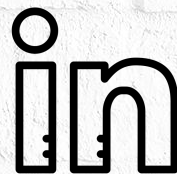


Baseado no perfil:

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

 Públicos


Criar um público novo

Pesquisar nome


Usuários com bacharelado




Conhecimento em biotecnologia




Conhecimento em Bitcoin/Blockchain




Conhecimento em ciência da computação




Profissionais de RH corporativo



Profissionais de experiência do cliente



Conhecimento em operações de desenvolvimento



Ver todos os públicos

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 idioma para alcançar todos os usuários em um idioma

Quem é seu público-alvo?

Comece a criar seu público pesquisando por nome

Pesquisar


?


Quem pode ser selecionado como público-alvo

Quem deseja alcançar

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.

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](#)

Q 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](#)

Q 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	

 > [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

🏠 > Experiência profissional > Anos de experiência

A partir de 1 ano ▼ até 12 anos ou mais ▼

🏠 > Experiência profissional > Cargos 🔍 CEO ✕

Cargos (atuais)

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

🏠 > Experiência profissional > Funções 🔍 Pesquisar

- ☐ 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

[Home](#) > [Interesses e características](#) > [Características de usuários](#)

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

[Home](#) > [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.....



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**