



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

Impulsioneamento

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.

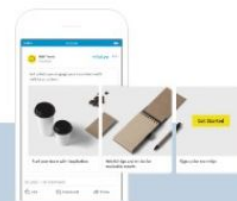
[Ver especificações](#)



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

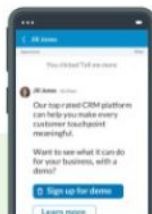
(Mensagem patrocinada)

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 text-based advertisements. The first is "Deeper Customer Relationships" with a blue circular icon. The second is "CLOs Choose Degreed" with a red lightning bolt icon. The third is "Get Super Startup Skills" with a yellow icon of a person running. Each ad 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 Sponsored InMail advertisement. It features a profile picture of a man, the Flexis logo, and the text "Get access to 100+ consultants worldwide". Below the image is 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](#)

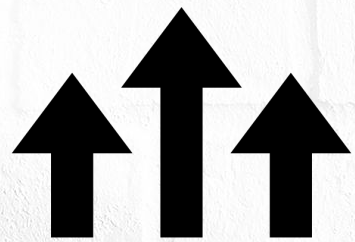


The screenshot shows a LinkedIn Sponsored Content advertisement. It features a profile picture of a woman, the Golden Phase logo, and the text "Get the latest jobs and industry news by joining us on LinkedIn". Below the image is a "Follow" button.

Anúncios para seguidores

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

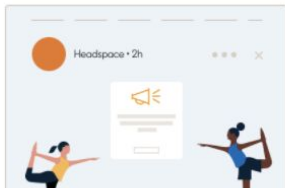
[Ver especificações](#)



Impulsionamientos



Objetivos:



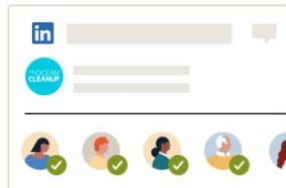
Conhecimento da marca

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



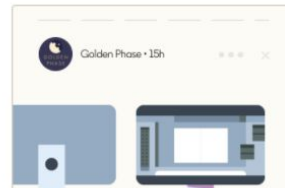
Visualizações de vídeo

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

ROCKY - Marketing Digital para Empresas

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

Video

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