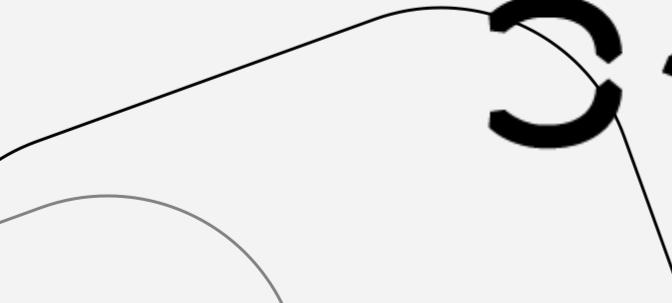


ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE



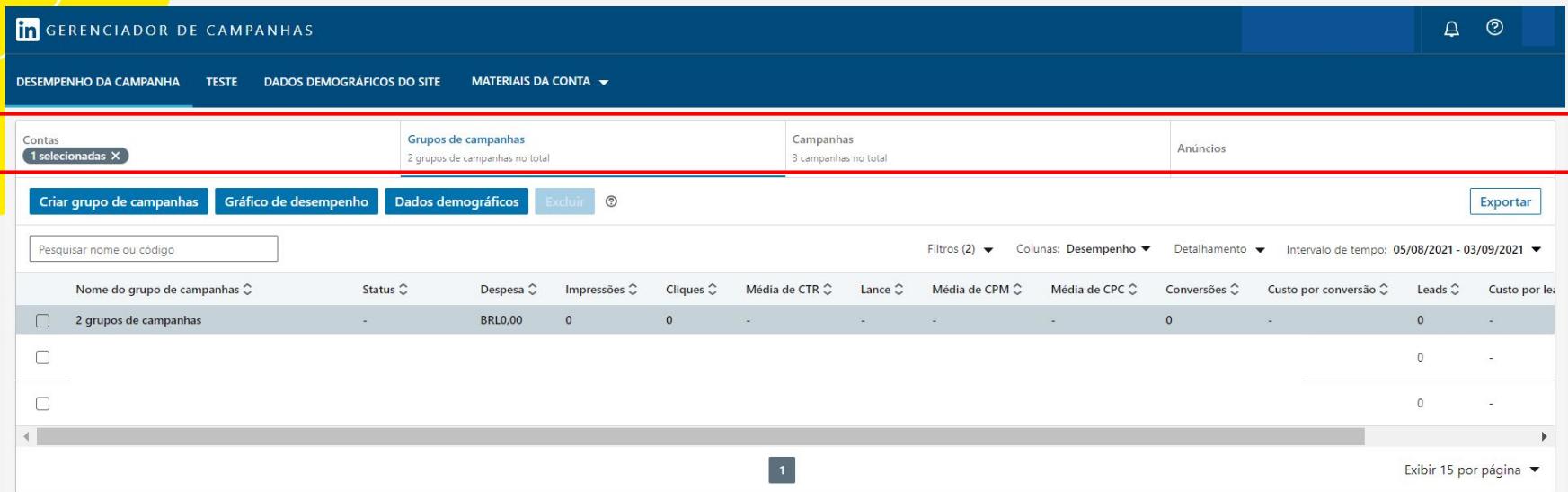
EW CA

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia



Campanhas Linkedin Ads

Visão inicial do gerenciador de campanhas

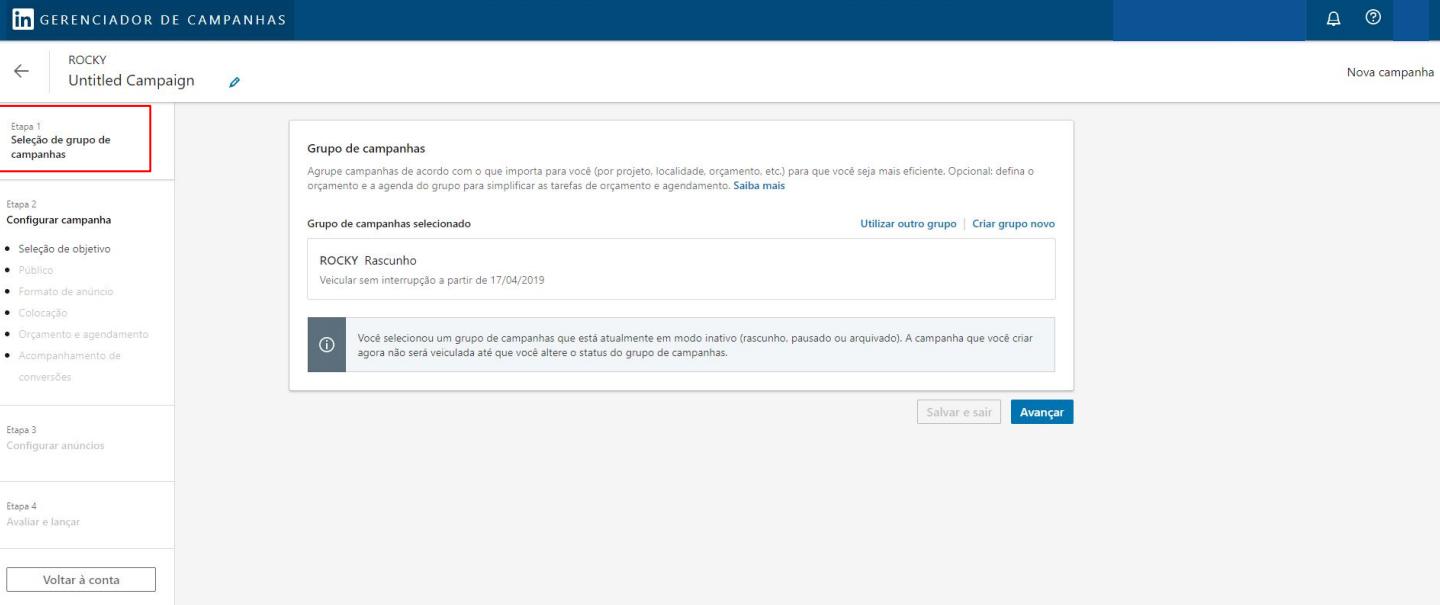


The screenshot shows the LinkedIn Ads campaign manager interface. At the top, there are tabs for 'DESEMPENHO DA CAMPANHA', 'TESTE', 'DADOS DEMOGRÁFICOS DO SITE', and 'MATERIAIS DA CONTA'. The 'MATERIAIS DA CONTA' tab is active. A red box highlights the 'Contas' section, which shows '1 selecionadas' (1 selected). Below this, there are sections for 'Grupos de campanhas' (2 grupos de campanhas no total) and 'Campanhas' (3 campanhas no total). An 'Anúncios' section is also present. Below these sections, there are buttons for 'Criar grupo de campanhas', 'Gráfico de desempenho', 'Dados demográficos', and 'Excluir'. A search bar for 'Pesquisar nome ou código' is available. The main table displays campaign data with columns: Nome do grupo de campanhas, Status, Despesa, Impressões, Cliques, Média de CTR, Lance, Média de CPM, Média de CPC, Conversões, Custo por conversão, Leads, and Custo por lead. The first row shows '2 grupos de campanhas' with 0 status, BRL0,00 spent, 0 impressions, 0 clicks, 0% CTR, 0 bids, 0 CPM, 0 CPC, 0 conversions, 0 cost per conversion, 0 leads, and 0 cost per lead. The table includes filters, columns dropdowns, and a date range from '05/08/2021 - 03/09/2021'. At the bottom, there is a page number '1' and a 'Exibir 15 por página' (Show 15 per page) dropdown.

Nome do grupo de campanhas	Status	Despesa	Impressões	Cliques	Média de CTR	Lance	Média de CPM	Média de CPC	Conversões	Custo por conversão	Leads	Custo por lead
2 grupos de campanhas	-	BRL0,00	0	0	-	-	-	-	0	-	0	-
											0	-
											0	-

A estrutura da conta no LinkedIn Ads é composta por grupos de campanhas, campanhas e anúncios.

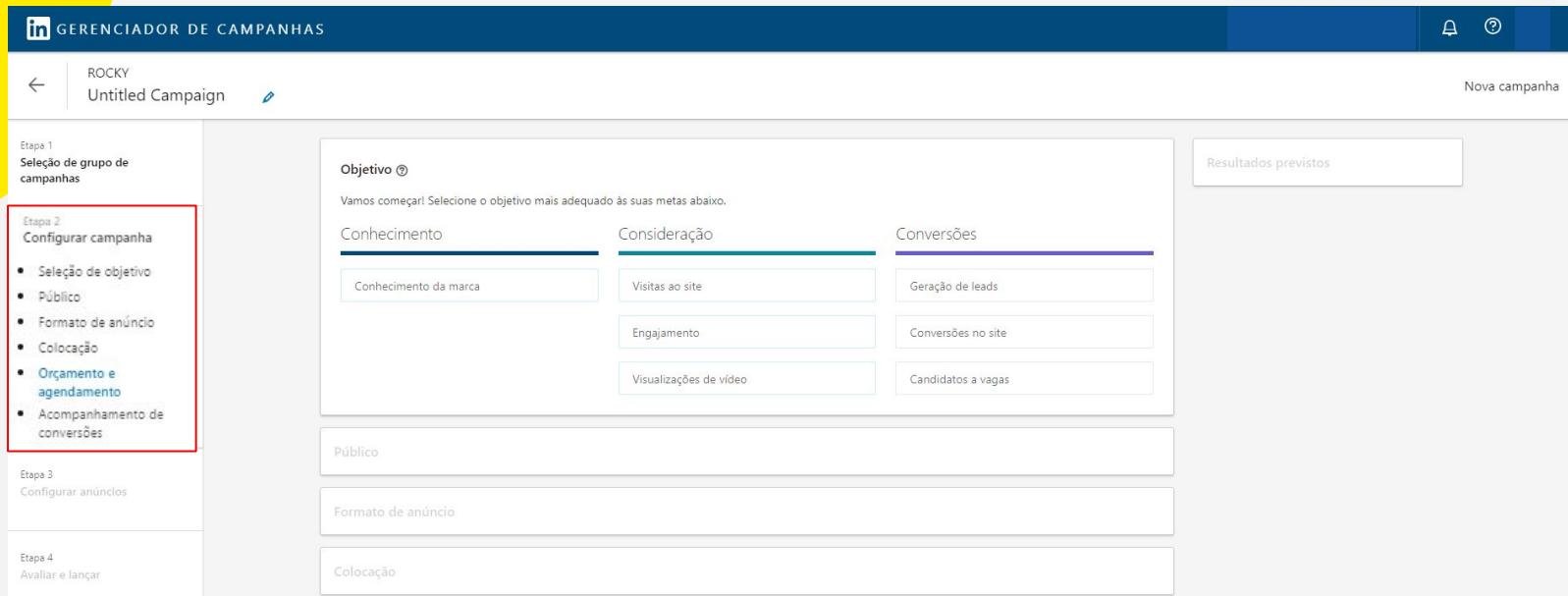
Criação de campanhas



The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS', and a search bar. Below the navigation is a breadcrumb trail: 'ROCKY' and 'Untitled Campaign'. On the right, there are buttons for 'Nova campanha' and help/symbol icons. The main content area is divided into sections: 'Etapa 1 Seleção de grupo de campanhas' (highlighted with a red box), 'Etapa 2 Configurar campanha' (list: Seleção de objetivo, Público, Formato de anúncio, Colocação, Orçamento e agendamento, Acompanhamento de conversões), 'Etapa 3 Configurar anúncios', and 'Etapa 4 Avaliar e lançar'. A 'Voltar à conta' button is at the bottom left. The central panel shows a 'Grupo de campanhas' section with 'ROCKY Rascunho' (Veicular sem interrupção a partir de 17/04/2019) and a note: 'Você selecionou um grupo de campanhas que está atualmente em modo inativo (rascunho, pausado ou arquivado). A campanha que você criar agora não será veiculada até que você altere o status do grupo de campanhas.' Buttons for 'Utilizar outro grupo' and 'Criar grupo novo' are at the top right, and 'Salvar e sair' and 'Avançar' are at the bottom right.

A criação de uma campanha tem início a partir da criação do grupo de campanhas, ou seleção de um grupo já existente. O grupo de campanhas permite controlar o orçamento, datas de veiculação, status e relatórios em várias campanhas. Depois de lançada, uma campanha não pode ser transferida para outro grupo de campanhas.

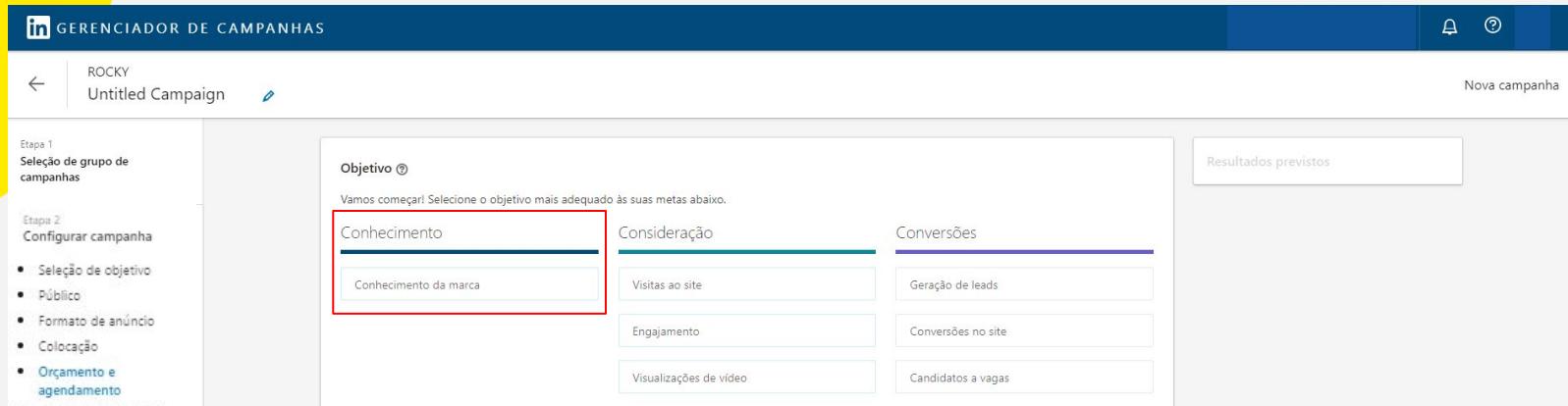
Criação de campanhas



The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, the title 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS', the campaign name 'ROCKY Untitled Campaign', and a 'Nova campanha' button. The left sidebar lists four steps: 'Etapa 1 Seleção de grupo de campanhas', 'Etapa 2 Configurar campanha' (which is highlighted with a red box), 'Etapa 3 Configurar anúncios', and 'Etapa 4 Avaliar e lançar'. The main content area is titled 'Objetivo' with the sub-instruction 'Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.' It features three tabs: 'Conhecimento' (selected), 'Consideração', and 'Conversões'. Under 'Conhecimento', the option 'Conhecimento da marca' is selected. Other options in this section include 'Visitas ao site', 'Geração de leads', 'Engajamento', 'Conversões no site', and 'Visualizações de vídeo'. The 'Conversões' tab includes 'Candidatos a vagas'. Below the objective section are three more sections: 'Público', 'Formato de anúncio', and 'Colocação'.

O LinkedIn possibilita a criação de anúncios para diferentes objetivos, além de possibilitar ao anunciar pagá-los por CPC, CPM ou por mensagem entregue, para anúncios de mensagem.

Criação de campanhas



GERENCIADOR DE CAMPANHAS

ROCKY
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

Objetivo

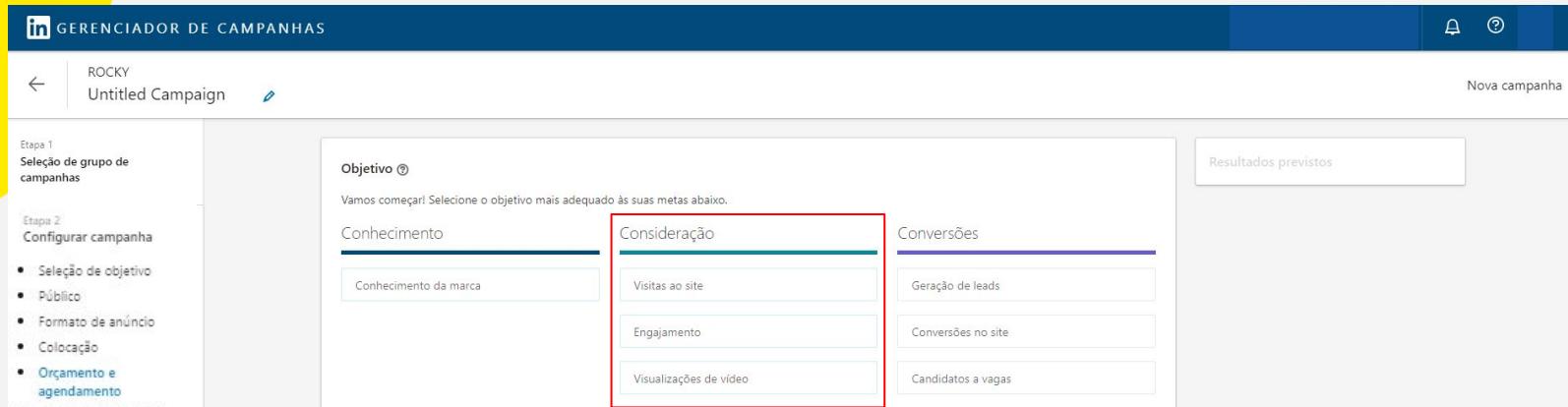
Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.

Conhecimento	Consideração	Conversões
Conhecimento da marca	Visitas ao site	Geração de leads
	Engajamento	Conversões no site
	Visualizações de vídeo	Candidatos a vagas

Resultados previstos

Para trabalhar o topo do funil, o LinkedIn disponibiliza o objetivo de conhecimento da marca. Selecione esse objetivo quando desejar que mais pessoas conheçam o meu negócio. A campanha será exibida a pessoas mais propensas a **visualizar** seus anúncios.

Criação de campanhas

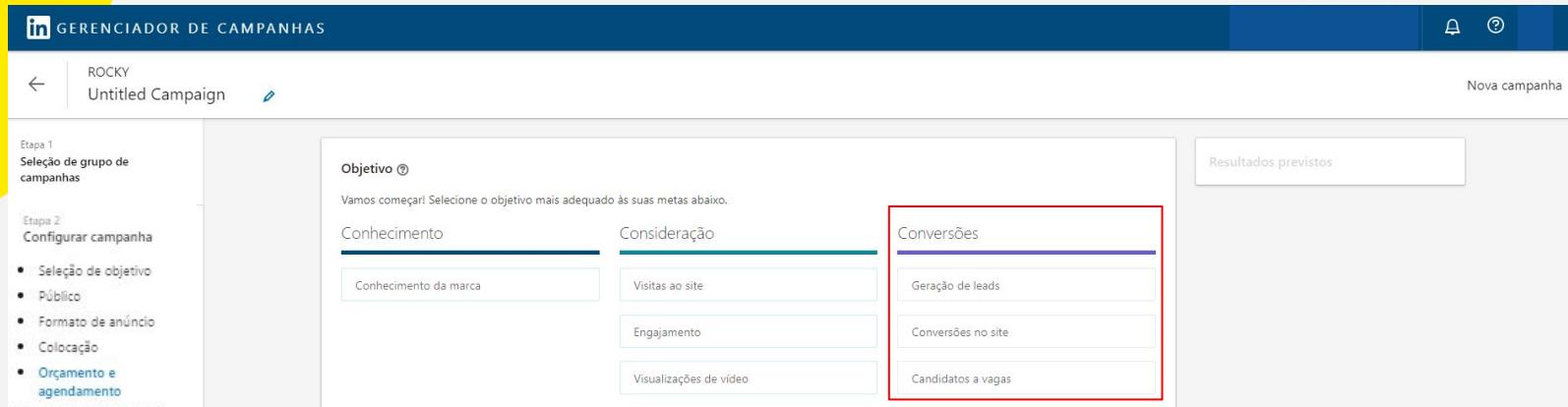


The screenshot shows the LinkedIn 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS' (Campaign Creator) interface. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, the campaign name 'ROCKY Untitled Campaign', and a 'Nova campanha' (New campaign) button. On the left, a sidebar lists 'Etapa 1: Seleção de grupo de campanhas' and 'Etapa 2: Configurar campanha' with sub-tasks: 'Seleção de objetivo', 'Público', 'Formato de anúncio', 'Colocação', 'Orçamento e agendamento'. The main content area is titled 'Objetivo' with the sub-instruction 'Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.' It shows three categories: 'Conhecimento' (with 'Conhecimento da marca' selected), 'Consideração' (with 'Visitas ao site', 'Engajamento', and 'Visualizações de vídeo' listed), and 'Conversões' (with 'Geração de leads', 'Conversões no site', and 'Candidatos a vagas' listed). The 'Consideração' section is highlighted with a red box.

Para trabalhar o meio do funil, os objetivos são:

- **Visitas ao site:** Selecione este objetivo quando desejar que mais pessoas visitem um site de destino dentro ou fora do LinkedIn. Gere tráfego para o seu site; para páginas de destino de marketing ou para seu evento do LinkedIn. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **clicar** em seus anúncios.
- **Engajamento:** Objetivo de gerar interação com seu conteúdo. Aumente o engajamento com seu conteúdo ou LinkedIn Event ou Aumente os seguidores da sua Company Page. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **interagir com seu anúncio ou seguir a sua empresa**.
- **Visualizações de vídeo:** Selecione esse objetivo quando desejar compartilhar seus vídeos com mais pessoas. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **visualizar** seus vídeos.

Criação de campanhas



GERENCIADOR DE CAMPANHAS

ROCKY
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

Objetivo

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

Conhecimento Consideração Conversões

Conhecimento da marca Visitas ao site Geração de leads

Engajamento Visualizações de vídeo Conversões no site

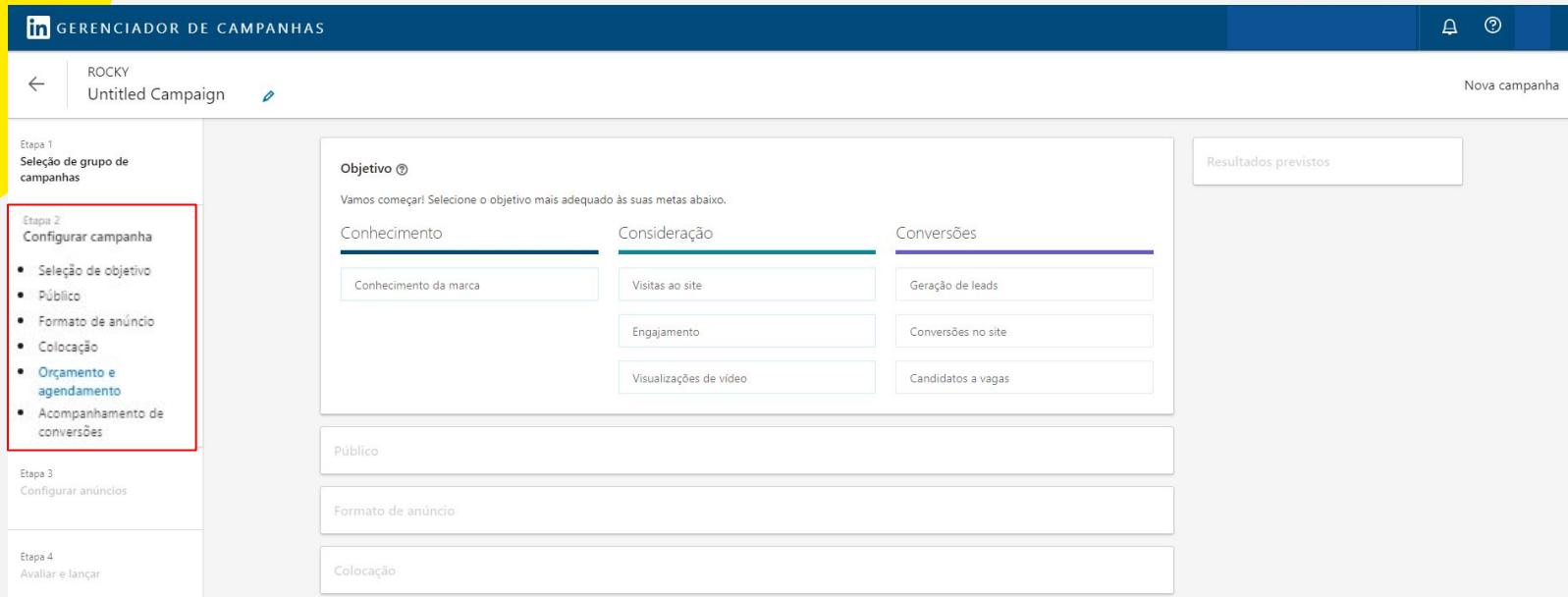
Candidatos a vagas

Resultados previstos

Para trabalhar o fundo do funil, os objetivos são:

- Geração de Leads:** Selecione este objetivo quando desejar obter mais leads de qualidade no LinkedIn. Capte leads no LinkedIn; Use um formulário de geração de leads preenchido automaticamente com dados de perfil do LinkedIn; Faça integração direta com uma plataforma de gerenciamento de leads. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **preencher um formulário** de geração de leads do LinkedIn.
- Conversões no site:** Objetivo de gerar mais compras, cadastros ou downloads. Selecione este objetivo para: Captar leads no LinkedIn ou gerar ações de valor para sua empresa. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **executar a ação que você definir** para a sua empresa.
- Candidatos a vagas:** Selecione esse objetivo quando desejar promover oportunidades de emprego na sua empresa. Informe as pessoas sobre oportunidades de emprego relevantes na sua empresa; Atraia mais candidaturas para suas oportunidades de emprego. A campanha será exibida para pessoas mais propensas a **visualizar ou clicar em seus anúncios com vagas**.

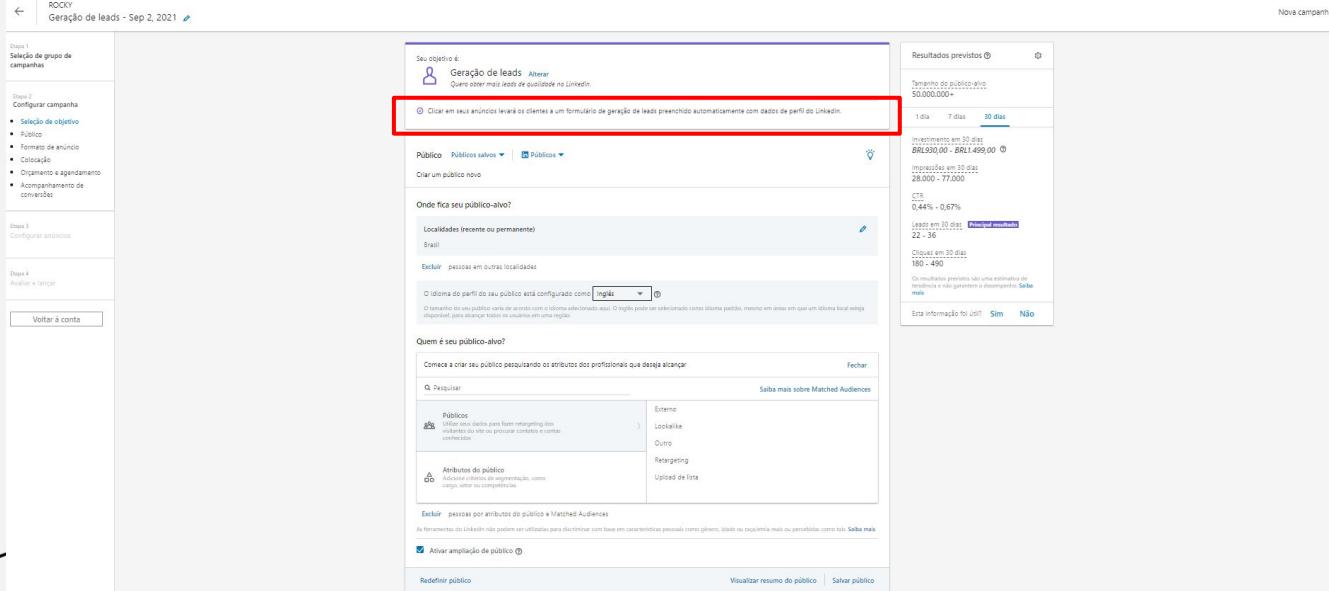
Criação de campanhas



The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar is dark blue with the LinkedIn logo, the text 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS', and user icons. Below the bar, the page title is 'ROCKY Untitled Campaign'. On the left, a sidebar lists four steps: 'Etapa 1 Seleção de grupo de campanhas', 'Etapa 2 Configurar campanha' (which is highlighted with a red box), 'Etapa 3 Configurar anúncios', and 'Etapa 4 Avaliar e lançar'. The main content area is titled 'Objetivo' with the sub-instruction 'Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo.' It shows three categories: 'Conhecimento' (with 'Conhecimento da marca' selected), 'Consideração' (with 'Visitas ao site' selected), and 'Conversões' (with 'Geração de leads' selected). Below these are sections for 'Público', 'Formato de anúncio', and 'Colocação'. In the top right corner, there is a 'Resultados previstos' button.

A etapa 2 da criação da campanha consiste na configuração dos tópicos destacados em vermelho. A **colocação** em específico consiste na habilitação ou não do LinkedIn Audience Network, exclusão de categorias de sites e aplicativos onde você não gostaria que seus anúncios fossem exibidos, e carregamento de lista de bloqueios - "Quando uma lista de bloqueio é adicionada à sua campanha, evitamos exibir anúncios nos aplicativos e sites selecionados" - LinkedIn.

Campanha de Geração de Leads



ROCKY
Geração de leads - Sep 2, 2021

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
Revisar e lançar

Voltar à conta

Seu objetivo é:
Geração de leads Alterar
Quero obter mais leads de qualidade no LinkedIn.

Clicar em seus anúncios levará os clientes a um formulário de geração de leads preenchido automaticamente com dados do perfil do LinkedIn.

Público Públicos salvos | Públicos

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente)
Brasil

Excluir pesquisar em outras localidades

O idioma do perfil do seu público está configurado como: Português

Os resultados do seu público variam de acordo com o idioma selecionado. Atual, o inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local seja 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

Públicos Utilizar seus dados para fazer retargeting dos usuários que já visitaram seu perfil, páginas e anúncios.

Atributos de público Utilizar seu perfil de segmentação, como: cargo, setor ou competências.

Excluir pesquisar por atributos do público | Matched Audiences

Ativar ampliação de público

Resultados previstos

Tamanho do público-alvo 50.000.000+

1 dia 7 dias 30 dias

Investimento em 30 dias R\$1.930,00 - R\$1.499,00

Impressões em 30 dias 28.000 - 77.000

CTR 0,44% - 0,67%

Leads em 30 dias 22 - 36

Principais resultados

Closeouts em 30 dias 180 - 490

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Saiba mais

Esta informação foi útil? Sim Não

A campanha de Geração de Leads permite o direcionamento os usuários que clicam no anúncio, para um formulário preenchido automaticamente a partir dos dados do linkedin do usuário.

Campanha de Geração de Leads

ROCKY
Geração de leads - Sep 2, 2021 

Nova campanha

Passo 1
Seleção de grupo de campanhas

Passo 2
Configurar campanha

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

Passo 3
Configurar anúncios

Passo 4
Avançar e lançar

[Voltar à conta](#)

Seu objetivo é:
Geração de leads [Alterar](#)
Quero obter mais leads de qualidade no LinkedIn.

Criar em seus anúncios levará os clientes a um formulário de geração de leads preenchido automaticamente com dados de perfil do LinkedIn.

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

[Criar um público novo](#)

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente)
Brasil

[Excluir](#) [passar](#) em outras localidades

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

O tamanho do seu público-alvo de acordo com o critério selecionado aqui. O inglês pode ser selecionado como idioma padrão, mesmo em áreas em que um idioma local seja predominante, para que todos os usuários se sintam em uma região.

Quem é seu público-alvo?

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

[Requisar](#) [Saber mais sobre Matched Audiences](#)

Públicos  Utilize seus dados para fazer retargeting. Utilize seu público-alvo para pesquisar, contactar e outras campanhas.	Externo  Utilize seu público-alvo para pesquisar, contactar e outras campanhas.
Atributos do público  Utilize seu público-alvo para pesquisar, contactar, como cargo, setor ou competências.	Rerargeting  Utilize seu público-alvo para pesquisar, contactar e outras campanhas.

[Excluir](#) [passar por atributos do público + Matched Audiences](#)

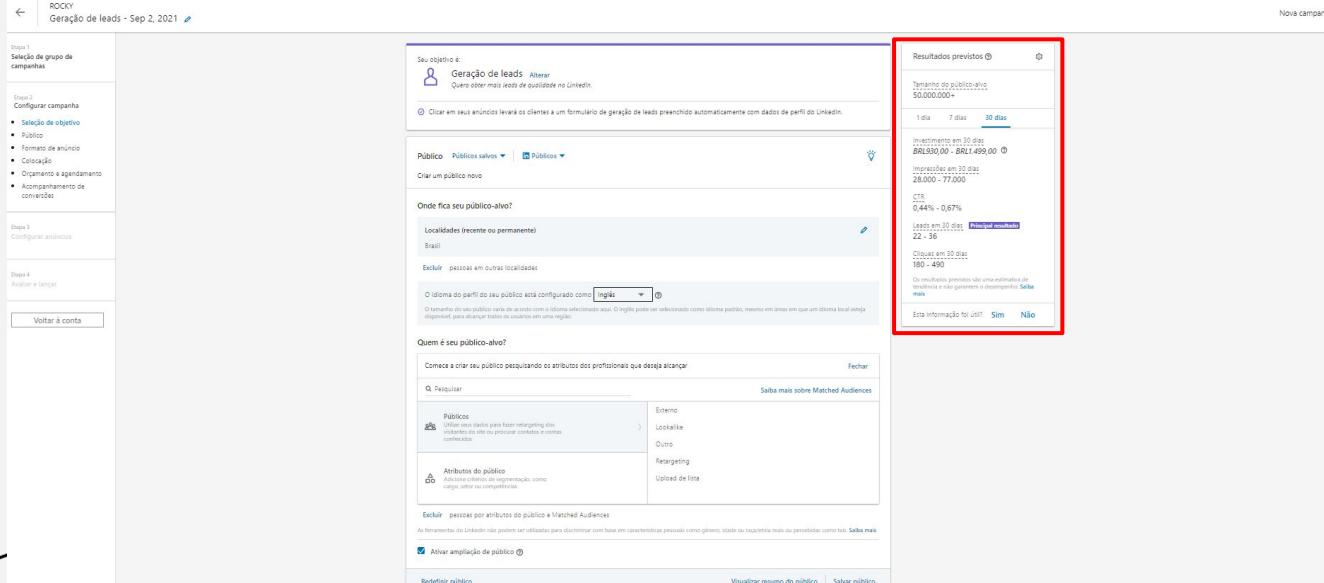
As ferramentas do LinkedIn não podem ser utilizadas para discriminar com base em características pessoais como gênero, idade ou raça/etnia, mas ou percepções como tal. [Saber mais](#)

[Ativar ampliação de público](#) 

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

Na configuração dos públicos é possível fazer o upload de listas de público-alvo, além de trabalhar listas de remarketing. Nos atributos do público é possível segmentar ainda mais o público com base em empresas, dados demográficos, formação, experiência profissional e interesses dos usuários.

Campanha de Geração de Leads



ROCKY
Geração de leads - Sep 2, 2021

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
Revisar e lançar

Voltar à conta

Seu objetivo é:
Geração de leads Alterar
Quero obter mais leads de qualidade no LinkedIn.

Clicar em seus anúncios levará os clientes a um formulário de geração de leads preenchido automaticamente com dados do perfil do LinkedIn.

Público: Públicos salvos ▾ | Públicos ▾
Criar um público novo

Onde fica seu público-alvo?

Localidades (recente ou permanente): Brasil
Excluir: pesquisar 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. Atual, 180.000 usuários selecionados foram selecionados como público-padrão, mesmo em áreas em que um idioma local está 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

Públicos Utilizar seus dados para fazer retargeting dos usuários que já visitaram seu perfil,马克思 e outras coisas.

Atributos de público Utilizar seu público para segmentação, como cargo, setor ou competências.

Excluir: pesquisar por atributos do público e Matched Audiences

Até o momento, os LinkedIn não podem ser utilizados para discriminar com base em características pessoais como gênero, idade ou raça/étnica mais ou menos relevantes para você. Saiba mais

Ativar ampliação de público

Redefinir público Visualizar resumo do público Salvar público

Resultados previstos

Tamanho do público-alvo: 50.000.000+

1 dia 7 dias 30 dias

Investimento em 30 dias: R\$1.930,00 - R\$1.499,00

Impressões em 30 dias: 28.000 - 77.000

CTR: 0,44% - 0,67%

Lançado em 30 dias: 22 - 36

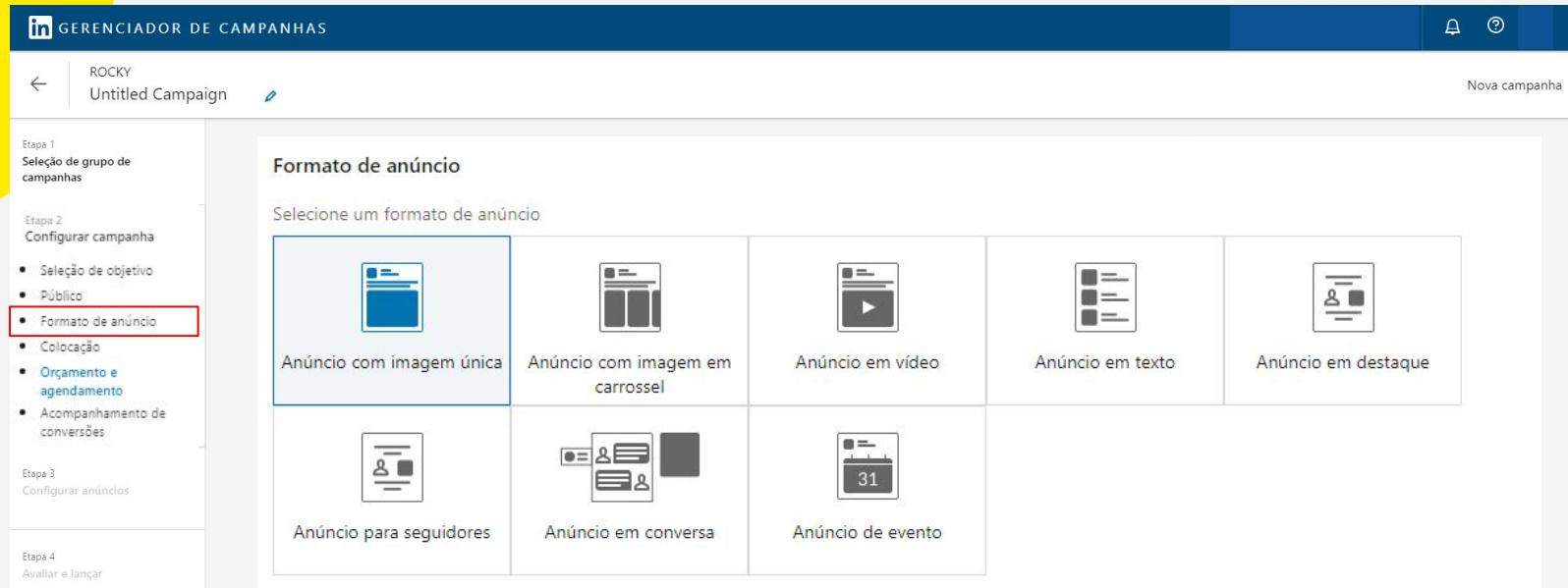
Clubes em 30 dias: 180 - 490

Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Saiba mais

Esta informação foi útil? Sim Não

Durante a configuração das campanhas o LinkedIn exibe os resultados previstos, que são ajustados a cada configuração realizada. Para o cálculo da previsão, o sistema do LinkedIn analisa lance, orçamento, segmentação e datas de início/termino da campanha, entre outras informações. Campanhas e anunciantes semelhantes também são levados em conta. Em resumo, é a simulação um leilão de anúncios em tempo real.

Campanha de Geração de Leads



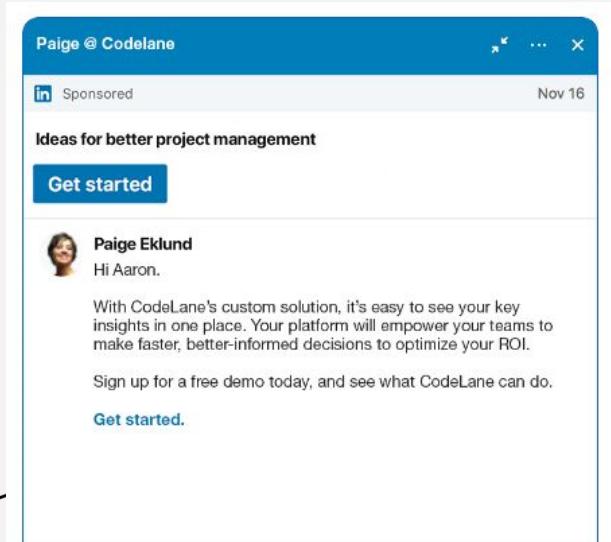
The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, the title 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS', the campaign name 'ROCKY Untitled Campaign', and a 'Nova campanha' button. On the left, a vertical sidebar lists four steps: 'Etapa 1 Seleção de grupo de campanhas', 'Etapa 2 Configurar campanha' (with 'Formato de anúncio' selected and highlighted with a red box), 'Etapa 3 Configurar anúncios', and 'Etapa 4 Avaliar e lançar'. The main content area is titled 'Formato de anúncio' and contains the sub-instruction 'Selecione um formato de anúncio'. Below this, there are nine grid cells representing different ad formats, each with an icon and a label: 'Anúncio com imagem única', 'Anúncio com imagem em carrossel', 'Anúncio em vídeo', 'Anúncio em texto', 'Anúncio em destaque', 'Anúncio para seguidores', 'Anúncio em conversa', and 'Anúncio de evento'. The 'Anúncio com imagem única' cell is highlighted with a blue border.

A fase de formato de anúncio o LinkedIn disponibiliza diversos formatos, à depender do objetivo da campanha.

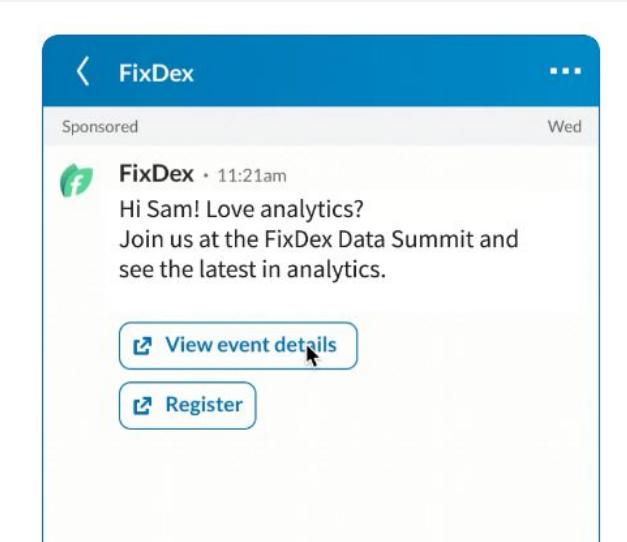
Tipos de anúncios

- **Sponsored Messaging (Mensagem patrocinada):** Anúncios em mensagens ou conversas (inbox) no LinkedIn. Pode ser usado para gerar consideração e interação com a marca ou gerar leads.
- **Sponsored Content (Conteúdo patrocinado):** Utilização de conteúdos existentes.
- **Text Ads (Anúncio de texto):** São anúncios que podem ser pagos por clique (CPC) ou por impressão (CPM). Com eles é possível:
 - Criar seus próprios anúncios e lançar uma campanha
 - Personalizar mensagens enviadas para os profissionais que quer alcançar
 - Pagar apenas pelos anúncios que derem resultados (por clique ou por impressão)
- **Dynamic Ads (Anúncio dinâmico):** São anúncios personalizados automaticamente com foco em engajamento ou reconhecimento de marca. Através do anúncio é possível falar diretamente com seu público com anúncios personalizados para cada usuário com base nos dados do perfil do LinkedIn, aumentando a taxa de conversão.

Exemplo: Sponsored Messaging

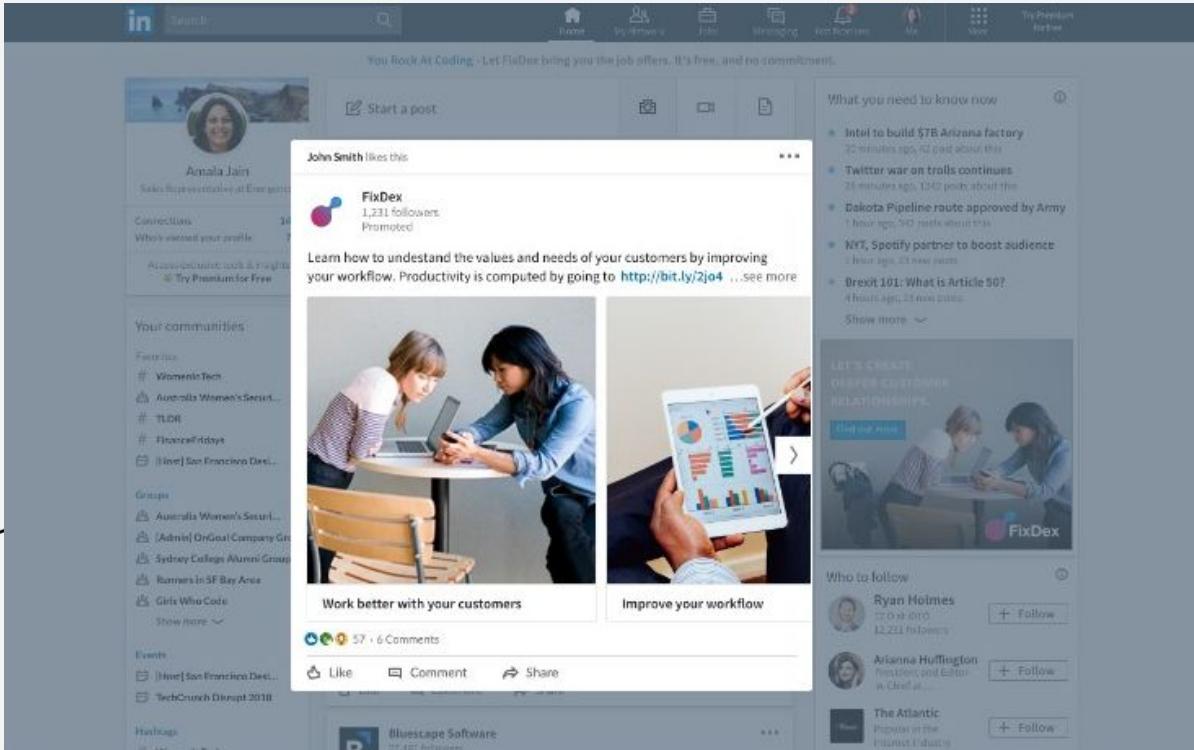


Anúncio em mensagem



Anúncio em conversa

Exemplo: Sponsored Content



You Rock At Coding. Let FixDex bring you the job offers. It's free, and no commitment.

John Smith likes this

FixDex
1,231 followers
Promoted

Learn how to understand the values and needs of your customers by improving your workflow. Productivity is computed by going to <http://bit.ly/2jo4...> see more

Work better with your customers

Improve your workflow

57 + 6 Comments

Like Comment Share

What you need to know now

- Intel to build \$7B Arizona factory
- Twitter war on trolls continues
- Dakota Pipeline route approved by Army
- NYT, Spotify partner to boost audience
- Brexit 101: What is Article 50?

Show more

LET'S CREATE DEEPER CUSTOMER RELATIONSHIPS.

Work better with your customers

Improve your workflow

Who to follow

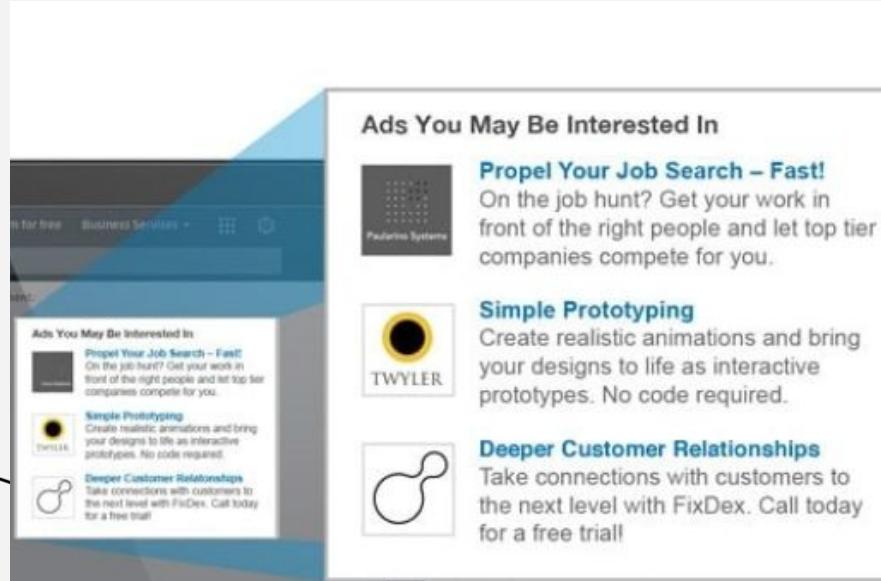
Ryan Holmes
12,049,610
12,231 followers

Arianna Huffington
President and Editor-in-Chief at...
+ Follow

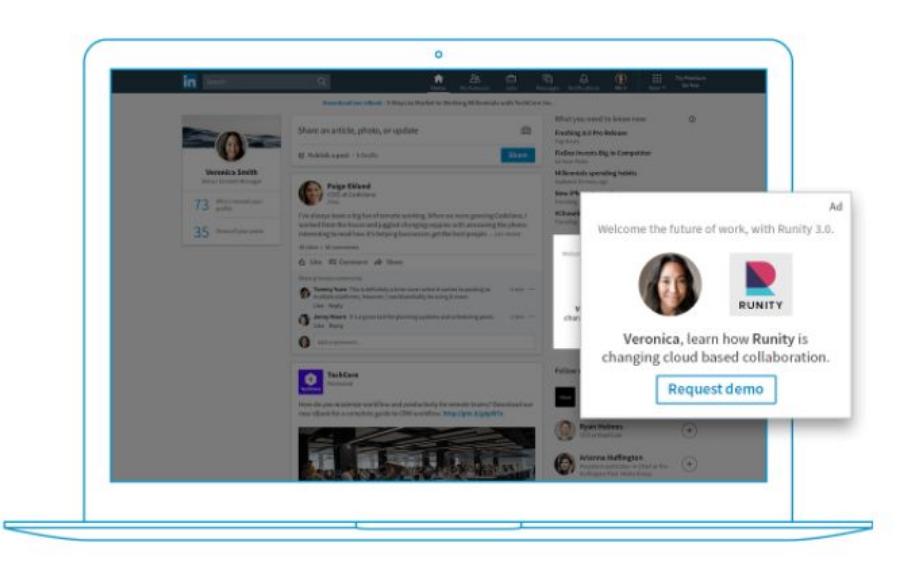
The Atlantic
Popcorn in the Internet Industry
+ Follow

Bluescape Software
Smart Inboxes

Exemplo: Text Ads

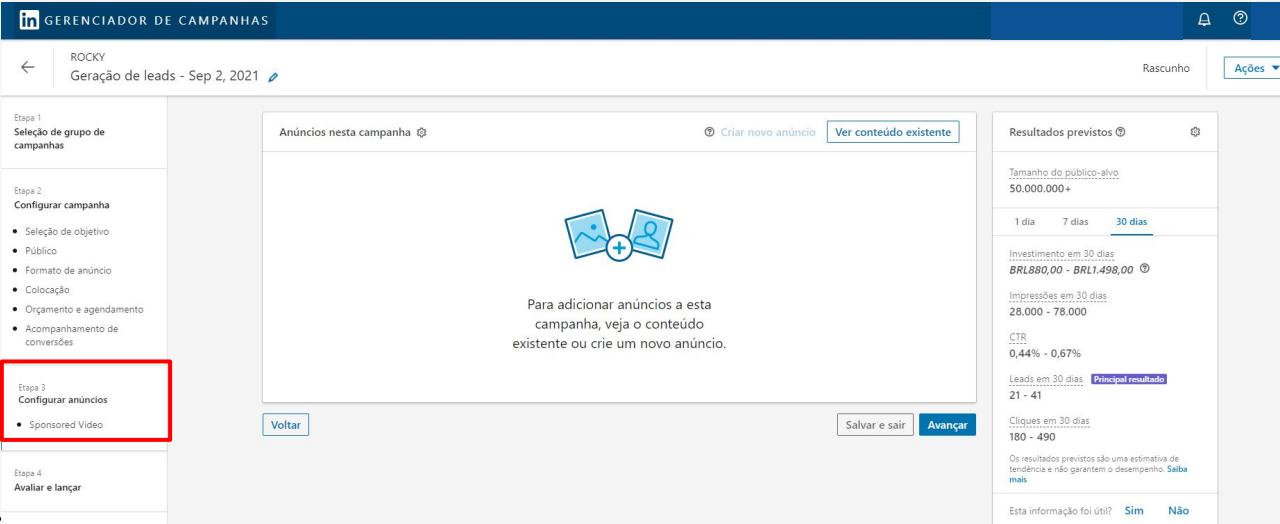


Exemplo: Dynamic Ads



Anúncio com imagem de fundo personalizada

Etapa 3



The screenshot shows the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, 'GERENCIADOR DE CAMPANHAS', a back arrow, the campaign name 'ROCKY', the date 'Geração de leads - Sep 2, 2021', and buttons for 'Rascunho' (Draft) and 'Ações' (Actions). The main content area is divided into several sections:

- 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 Video** (highlighted with a red box)
- Etapa 4: Avaliar e lançar**

The central section displays 'Anúncios nesta campanha' with a 'Criar novo anúncio' button and a 'Ver conteúdo existente' button. It features a placeholder image of two profile pictures with a plus sign. Below this, text reads: 'Para adicionar anúncios a esta campanha, veja o conteúdo existente ou crie um novo anúncio.' Buttons for 'Salvar e sair' and 'Avançar' are at the bottom.

Resultados previstos

- Tamanho do público-alvo: 50.000.000+
- 1 dia, 7 dias, **30 dias** (selected)
- Investimento em 30 dias: BRL880,00 - BRL1.498,00
- Impressões em 30 dias: 28.000 - 78.000
- CTR: 0,44% - 0,67%
- Leads em 30 dias: 21 - 41
- Principais resultados
- Cliques em 30 dias: 180 - 490

Text at the bottom: 'Os resultados previstos são uma estimativa de tendência e não garantem o desempenho. Saiba mais.'

Feedback at the bottom: 'Esta informação foi útil? Sim Não'

Depois de definir o formato do anúncio na etapa 2, o LinkedIn permite a criação de um novo anúncio, à partir da inserção de vídeo (para o caso do Sponsored vídeo) ou ainda, utilizar um vídeo já existente no perfil.

ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE

Ew
34

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia