

Gestão de
TRÁFEGO ORGÂNICO

Métricas para analisar no LinkedIn
Carolina Martins

SUMÁRIO MÓDULO 3

03

Introdução
Time: 00:02

03

Métricas importantes
no LinkedIn
Time: 02:48

00'02"

INTRODUÇÃO

Eu sei que muitos gestores de tráfego orgânico ficam perdidos na hora de analisar suas redes sociais. Por isso, neste material eu vou te apresentar quais são as principais métricas no LinkedIn para que você olhe para o lado certo.

Então, bora aprender mais?

02'48"

MÉTRICAS IMPORTANTES NO LINKEDIN

Quais métricas são importantes?

Antes de te mostrar, vamos aos dados.

O LinkedIn tem 20 anos, ou seja, uma maioria no mercado digital. Existe um bilhão de usuários no LinkedIn ao redor do mundo, sendo que o Brasil é o quarto país do mundo que mais usa a plataforma. Nós temos 75 milhões de usuários ativos brasileiros no LinkedIn.

Há um tempo uma pesquisa buscou quais são as 16 maiores empresas do Brasil. A primeira busca foi feita no Instagram. De 16 nomes encontrados, apenas três perfis estavam no Instagram, sendo que desses três perfis, dois perfis eram privados.

Ou seja, você só tem acesso a um perfil no Instagram de 16 sendo as maiores empresas do país. A mesma busca foi feita depois no LinkedIn. E dos 16 CEOs das maiores empresas do país, 15 tinham uma conta no LinkedIn. Destes 15, 7 são top voices.

Quando você tem um perfil que produz um conteúdo tão legal que a própria plataforma do LinkedIn seleciona você para fazer parte do time de conteúdo. Então você tem ali um selo top voice, você recebe informações privilegiadas sobre produção de conteúdo e a comunidade do LinkedIn quando chega no seu perfil encontra aquele selinho azul que tende a dar mais credibilidade para você.

Sendo assim, o LinkedIn é um lugar onde você tem acesso muito facilitado a empresas e pessoas em níveis altíssimos da hierarquia e, de novo, para quem é do mercado B2B, nós temos uma oportunidade gigantesca.

Então, eu estou falando de um público muito grande. Outro ponto super importante de entender quando a gente fala do LinkedIn é sobre a distribuição orgânica de conteúdo. A tração orgânica do LinkedIn se assemelha muito com o TikTok. E o que eu quero dizer com isso? Por lá, você consegue que os seus conteúdos alcancem muitas pessoas.

Existem algumas diferenças entre o LinkedIn para o Tikt, mas a principal é a seguinte: 72% dos usuários do LinkedIn tem pós-graduação. Então, nós estamos falando de usuários adultos e usuários com um nível de qualificação maior, ou seja, usuários que estão prontos para consumir conteúdos mais densos, mais técnicos, que têm um nível de consciência maior.

Por isso, se você trabalha no mercado B2B, se você vende algum produto, algum serviço, que esteja aí no rolê de desenvolvimento profissional, seja

um curso profissionalizante, você ensina alguém a passar em alguma certificação, tem muito mercado para você no LinkedIn.

Se você vende serviços diretamente para empresas, então você tem uma empresa de viagem corporativa, você tem um software, nesse universo, o LinkedIn, ele é um lugar incrível para você estar.

Só que você precisa estar do jeito certo. E ainda nessa aula, eu vou começar a mostrar para você como dar os primeiros passos, mas a gente vai aprofundar. Vou te mostrar como produzir conteúdo, através de exemplos, modelos.

Eu gosto sempre de começar esse conteúdo trazendo dados para quem gosta de dados, porque muitas pessoas olham para o LinkedIn com aquela impressão de que é uma modinha, sabe?

Não é assim que funciona. Existem algumas diferenças entre o LinkedIn para o TikTok, mas a principal é a seguinte: 72 % dos usuários do LinkedIn tem pós-graduação. Então, nós estamos falando de usuários adultos e usuários com um nível de qualificação maior, ou seja, usuários que estão prontos para consumir conteúdos mais densos, mais técnicos, que têm um nível de consciência maior.

Por isso, se você trabalha no mercado B2B, se você vende algum produto, algum serviço, que esteja aí no rolê de desenvolvimento profissional, seja um curso profissionalizante, você ensina alguém a passar em alguma certificação, tem muito mercado para você no LinkedIn.

Se você vende serviços diretamente para empresas, então você tem uma empresa de viagem corporativa, você tem um software, nesse universo, o LinkedIn, ele é um lugar incrível para você estar.

Não é assim que funciona. O LinkedIn tem 20 anos, ou seja, uma maioria no mercado digital. Existe um bilhão de usuários no LinkedIn ao redor do mundo, sendo que o Brasil é o quarto país do mundo que mais usa a plataforma. Nós temos 75 milhões de usuários ativos brasileiros no LinkedIn.

Então, eu estou falando de um público muito grande. Outro ponto super importante de entender quando a gente fala do LinkedIn é sobre a distribuição orgânica de conteúdo. A tração orgânica do LinkedIn se assemelha muito com o TikTok. E o que eu quero dizer com isso? Por lá, você consegue que os seus conteúdos alcancem muitas pessoas.

Existem três pontos de atenção que são pontos estéticos que você precisa prestar bastante atenção lá ao que você começa. O primeiro é a sua foto de perfil, então tem que dar pra ver bem o teu rosto. O LinkedIn é um lugar que não tem uma conexão muito próxima a seguidor e o produtor de conteúdo, mas o teu rosto é importante nesse momento, eu preciso saber quem é que tá falando, quem é que tá produzindo esse conteúdo legal.

E aqui é legal que você use elementos importantes para você. Então, no meu caso, eu botei meu nome, coloquei uma foto de novo, porque eu trabalho muito a mim mais de no LinkedIn, e usei um elemento de autoridade. Então, maior especialista em arregar do LinkedIn.

Fechou?

Agora que você já sabe para onde olhar, coloque em prática tudo o que acabou de ler. Não é fácil avaliar seu próprio conteúdo através da plataforma, mas eu te garanto que será mais fácil do que imagina.

Tamo junto!

