

# Dentro do Programa de Atualização Patrocinada

- **O anunciante:** Anunciantes procuram o LinkedIn para atingir profissionais e construir relacionamentos de longo prazo com eles. O LinkedIn possui um público exclusivo e contexto profissional de escala muito difícil de encontrar em qualquer outro lugar.
- **O membro do LinkedIn:** Aqui no LinkedIn, colocamos nossos membros em primeiro lugar. Nosso objetivo é fornecer aos participantes o conteúdo mais atraente possível.
- **LinkedIn:** O LinkedIn é o anfitrião do leilão. Nosso objetivo é fazer com que o leilão seja justo e eficiente para todas as partes que se beneficiem de sua participação.

Toda vez que uma página for carregada no LinkedIn ou um membro percorra sua feed, uma Atualização Patrocinada é gerada periodicamente. Em cada oportunidade de exibição de uma atualização patrocinada, o LinkedIn opera um leilão. Para qualquer leilão, pode haver dezenas, ou mesmo centenas de lances de anunciantes concorrentes que buscam alcançar os mesmos membros do LinkedIn.

O LinkedIn pode alterar o seu Programa de Atualização Patrocinada a qualquer momento, sem qualquer responsabilidade. O uso por parte do Cliente do Programa após a notificação de qualquer alteração implica em aceitação das alterações por parte do Cliente.

## Lances

Você pode optar por fazer o pagamento quando a atualização for exibida (CPM) ou apenas quando as pessoas clicarem (CPC) no leilão.

Uma vez que o leilão é um leilão de segundo preço generalizado, você só terá que pagar o suficiente para bater o segundo maior lance. Por exemplo, digamos que o anunciante vencedor tenha uma oferta de US\$ 10 o custo por clique, mas o próximo lance mais alto seja de apenas US\$ 7. Isso significa que o anunciante vencedor só paga US\$ 7,01. Este método de segundo preço deixa a cada anunciante sua disponibilidade máxima absoluta de pagar, porém eles só são cobrados o suficiente para vencer o leilão.

## Pontuação de Relevância

O leilão não é apenas sobre o quanto cada anunciante está disposto a pagar para a exibição de seu conteúdo. Como o LinkedIn coloca os seus membros em primeiro lugar, nós somente mostraremos o conteúdo quando estivermos certos de que será bom para os membros. Medimos isso com a nossa pontuação de relevância, que é uma medida de quão valioso o seu conteúdo é ao membro que você está tentando alcançar. O Índice de Relevância é calculado usando vários fatores, incluindo a taxa de cliques, comentários, *likes*, compartilhamentos e o *feedback* que recebemos de usuários do LinkedIn sobre o seu conteúdo. Se uma atualização patrocinada não receber cliques e não gerar interesse dos membros, ela pode receber uma má Pontuação de Relevância e deixar de ser exibida. Sua Pontuação de Relevância pode mudar ao longo do tempo, com base em como os membros do LinkedIn interagem com o seu conteúdo.

## Ganhar o leilão

Não obstante a exibição do conteúdo de sua Atualização Patrocinada no LinkedIn, o feed é uma função de seu lance e Pontuação de Relevância máximos. Ao utilizar o lance e a Pontuação de Relevância, iremos mostrar as atualizações patrocinadas mais relevantes, colocando assim o membro do LinkedIn em primeiro lugar.

Há duas maneiras de aumentar o seu sucesso no leilão: aumentar seu lance ou melhorar a relevância de seu conteúdo. Ao enviar conteúdo relevante, envolvente, você pode melhorar o sucesso no leilão, sem aumentar seus custos.

Em resumo, certifique-se que você está oferecendo o suficiente para ser competitivo, que sua taxa de cliques é alta, e que seu conteúdo é de boa qualidade. Comece com um lance alto e publique o conteúdo do LinkedIn que os membros de seu público-alvo irão considerar valioso. É isso!

### Um exemplo de leilão

Anunciante	Lance	Pontuação de Relevância	Pontuação Combinada	Posição
Anunciante A	\$12	4	48	#2
Anunciante B	\$8	9	72	#1
Anunciante C	\$4	3	12	#3

Neste caso, os anunciantes A, B, e C estão todos competindo uns com os outros pelo mesmo membro do LinkedIn. O anunciante A tem um lance de US\$ 12, o Anunciante B oferece US\$ 8, e o Anunciante C oferece US\$ 4. Nós também atribuímos a cada anunciante uma Pontuação de Relevância. Você pode ver aqui que as respectivas pontuações de relevância são 4, 9 e 3. A partir desta informação, calculamos uma pontuação combinada, que é simplesmente o produto do lance e da Pontuação de Relevância de cada Anunciante. Assim, para o Anunciante A, calculamos uma pontuação combinada de 48 multiplicando-se o preço do lance de US\$ 12 pela pontuação de relevância de 4.

Após a determinação da pontuação combinada de cada anunciante, podemos classificá-los para determinar o vencedor do leilão. O anunciante na posição 1 é o vencedor. Neste exemplo, é o anunciante B, pois sua combinação de lance e Pontuação de Relevância é a mais alta.

O Anunciante B só tem de pagar o suficiente para bater a pontuação combinada do segundo melhor anunciante. O Anunciante A tem a segunda melhor pontuação combinada. Isso significa o anunciante B só pagaria US\$ 5,34 de custo por clique com base nos seguintes cálculos:

- Pontuação combinada do Anunciante A: 48
- Dividido pela Pontuação de Relevância do Anunciante B: 9
- Mais um centavo: 0,01
- $(48/9) = 5,33 + 0,01 = 5,34$

Este é o preço que o Anunciante B pagaria para bater a pontuação combinada do Anunciante A.

## Gerenciamento de campanha

Existem duas opções para a gestão do Programa de Atualizações Patrocinadas - (i) O Padrão de Serviço ou (ii) o Serviço Assistido. Você não pode mudar de Serviço Padrão para Serviço Assistido ou vice-versa, sem a execução de uma nova ordem de inserção.

i. Serviço Padrão: Você será responsável por toda a gestão de campanhas e licitação para atualizações patrocinadas por meio da ferramenta de *self-service*, o que inclui, entre outros itens: criar o alvo, estabelecer lances, com base nos custos, especificar níveis de orçamento máximos e/ou diários, estabelecer quadros de mensagem, promover as mensagens individuais e qualquer otimização de campanha relacionada ao alvo e à licitação, a fim de maximizar o desempenho de uma campanha.

ii. Serviço Assistido: Você autoriza o LinkedIn a completar todas as tarefas de gerenciamento de campanha relativas ao Programa de Atualizações Patrocinadas, o que inclui, entre outros itens: criar o alvo, estabelecer lances, com base nos custos, especificar níveis de orçamento máximos e/ou diários, estabelecer quadros de mensagem, promover as mensagens individuais e qualquer otimização de campanha relacionada ao alvo e à licitação, a fim de maximizar o desempenho de uma campanha. Você será capaz de ver a ação de promoção em sua página empresarial e promover uma mensagem individual. Não há outras ações permitidas sob esta opção. Com esta opção, você não será capaz de alterar diretamente o alvo, lances ou orçamentos diários para a sua campanha.

Você deve gastar um mínimo com o LinkedIn para receber o Serviço Assistido.

## Valor agregado

---

Ao adquirir Atualizações Patrocinadas, o LinkedIn pode lhe conceder uma quantidade de bônus a ser determinada exclusivamente pelo LinkedIn ("Valor Agregado"). Caso o LinkedIn lhe conceda um valor agregado e você tenha gasto o seu orçamento máximo ("Gasto"), estabelecido na ordem de inserção, o LinkedIn aplicará automaticamente o valor agregado a atualizações patrocinadas adicionais para a mesma campanha sob a mesma ordem de inserção. Se você não atingir o seu Gasto sob a ordem de inserção aplicável, você perderá o valor agregado. Se você não gastar todo o valor agregado sob a ordem de inserção aplicável, o valor agregado não poderá ser transferido a outros pedidos de inserção.