

# Primeiros passos para agências



# Objetivos do guia

As Soluções de Marketing do LinkedIn ajudam as empresas a crescer. Isso porque, quanto mais clientes, mais negócios, e quanto mais negócios, maior é o crescimento econômico. Este guia detalha as etapas necessárias para as agências começarem a trabalhar com o LinkedIn. É o recurso ideal para pessoas que querem entender como realizar campanhas como uma agência, encontrar nossos estudos de caso ou até mesmo saber mais sobre opções de cobrança.

Para saber mais, confira [nossos estudos de caso](#) , que podem ser filtrados por setor, solução e muito mais.

<b>Por que o LinkedIn é importante?</b>	<b>3</b>
<b>Como começar a usar as Soluções de Marketing do LinkedIn?</b>	<b>6</b>
<b>Como faço para veicular campanhas como uma agência?</b>	<b>9</b>
<b>Quais são os valores de referência?</b>	<b>1 5</b>
<b>Qual é o investimento mínimo? Como posso obter suporte?</b>	<b>1 6</b>
<b>Quais são as opções de cobrança?</b>	<b>1 7</b>
<b>Como as marcas desenvolvem uma presença orgânica no LinkedIn?</b>	<b>18</b>
<b>Como posso aprender mais sobre as Soluções de Marketing do LinkedIn?</b>	<b>1 9</b>
<b>Preciso de ajuda, com quem devo entrar em contato?</b>	<b>20</b>
<b>Existem outros recursos disponíveis para agências?</b>	<b>2 1</b>



# Por que o LinkedIn é importante?

Pela primeira vez na história da mídia, você pode alcançar profissionais de todo o mundo em um único lugar. Como a maior comunidade de profissionais do mundo, o LinkedIn é o principal destino para descobrir e compartilhar conteúdos profissionais. Os usuários têm um propósito, um mindset e intenções muito diferentes do que em outras plataformas de mídias sociais.

## Estatísticas da plataforma

Em 2021, o LinkedIn tem mais de 722 milhões de usuários em mais de 200 países e territórios. Esses profissionais ao redor do mundo se reúnem no LinkedIn para se conectar e se informar, avançar na carreira e trabalhar de maneira mais inteligente.



+ de 722 milhões

de usuários



+ de 55 milhões

de empresas têm uma Page no LinkedIn



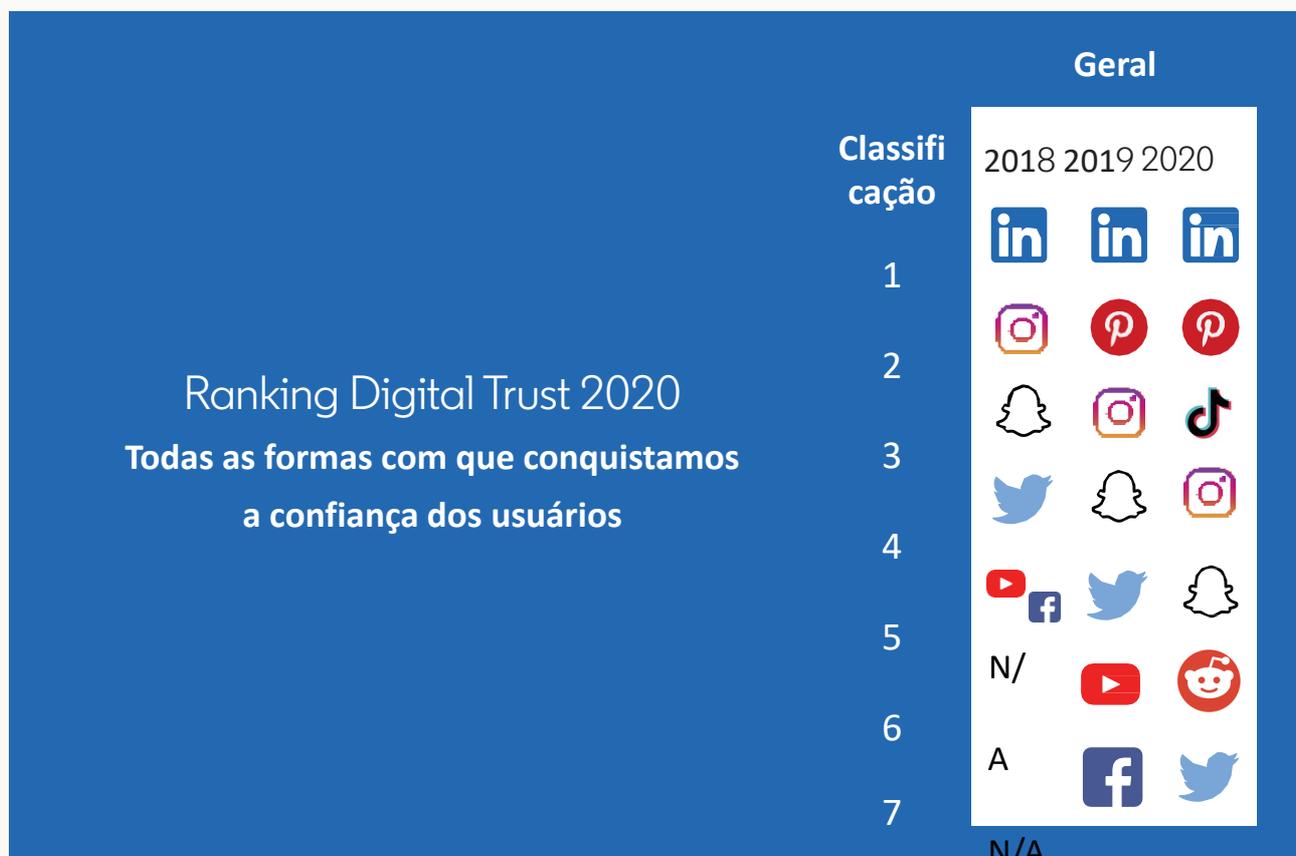
+ de 14 milhões

de vagas no LinkedIn

## A plataforma digital mais confiável

De acordo com a pesquisa do [Business Insider Intelligence](#), o LinkedIn figura como a plataforma mais confiável pelo quarto ano consecutivo (2020), e um destaque nos resultados gerais da pesquisa: o LinkedIn liderou em quase todos os critérios referentes à confiança. Saiba por quê:

- O LinkedIn continua a se beneficiar do caráter profissional de sua comunidade. Os usuários na plataforma apresentam bom comportamento e colocam menos informações pessoais em risco, o que cria um ambiente mais confiável.
  - Os usuários do LinkedIn são mais seletivos e conscientes quando interagem com suas redes profissionais, o que aumenta a confiança no conteúdo.
- O conteúdo no LinkedIn é tipicamente publicado por pessoas focadas em suas carreiras e organizações que buscam promover interesses profissionais e,
- portanto, são vistos como de qualidade mais alta do que o de outras plataformas. Isso contribui para que os anunciantes e canais sejam vistos como transparentes, honestos, convincentes e confiáveis.



# Linhas de negócios do LinkedIn

Solução	Descrição	Casos de uso
 Soluções de Talentos do LinkedIn (LTS)	Atraia talentos e recrute candidatos no maior banco de talentos do mundo	Recrutadores, recursos humanos e agências de recrutamento que buscam desenvolver a marca empregadora, anunciar vagas e buscar candidatos
 Soluções de Marketing do LinkedIn (LMS)	Apresente suas ofertas para o maior público profissional do mundo	Profissionais de marketing, agências de publicidade, equipes de RP/comunicação que buscam desenvolver sua marca e promover seus produtos ou serviços por meio de mídia paga
 Soluções de Vendas do LinkedIn (LSS)	Impulsione sua abordagem de social selling com insights de vendas em tempo real	Equipes de vendas, desenvolvimento de negócios e executivos que buscam uma ferramenta de vendas para atingir os compradores certos, compreender insights importantes e interagir de forma personalizada
 Soluções de Aprendizagem do LinkedIn (LLS)	Capacite seus funcionários e você mesmo com aprendizagem on-line personalizada	Para indivíduos, equipes de aprendizagem e desenvolvimento e equipes de desenvolvimento de talentos que buscam uma plataforma de aprendizagem on-line que permite que pessoas e organizações alcancem seus objetivos e aspirações por meio de milhares de cursos on-line criados por especialistas

Acesse [este link](#) para saber mais sobre todas as nossas linhas de negócios. Este guia se concentra especificamente nos recursos das Soluções de Marketing do LinkedIn para agências.



# Como começar a usar as Soluções de Marketing do LinkedIn?

## 1. Comece com uma LinkedIn Page

Comece com uma LinkedIn Page. As LinkedIn Pages são um modo gratuito e fácil de estabelecer sua marca no LinkedIn. Para começar, você só precisa de uma conta do LinkedIn e um endereço de e-mail confirmado. Nós confirmaremos que você tem permissão para criar uma Page em nome da sua empresa. É obrigatório ter uma LinkedIn Page para exibir anúncios de Sponsored Content e Sponsored InMails. Saiba [como começar](#) ou crie uma LinkedIn Page gratuita.

Acesse a [Central de Recursos de Marketing do LinkedIn](#) para aprender, inspirar-se e ter ideias.

### [Guia para publicações orgânicas e patrocinadas](#)

Este guia fornece um plano simples, em 3 etapas, para cultivar uma estratégia orgânica e patrocinada no LinkedIn. Com este guia, você saberá como:

- Criar uma presença orgânica envolvente e
  - aumentar seu alcance e engajamento por meio
  - de serviços pagos
- Analisar, aprender e otimizar para gerar mais impacto

### [Guia das LinkedIn Pages para grandes empresas](#)

Descubra como as maiores empresas do mundo organizam-se internamente, criam estratégias de conteúdo e engajam seus funcionários para aproveitar ao máximo suas LinkedIn Pages.

### [Melhores práticas para LinkedIn Pages](#)

Melhores dicas e truques para ajudar você a aproveitar ao máximo sua LinkedIn Page.

## 2. Determine seu objetivo

Não importa qual for seu objetivo de marketing, o LinkedIn oferece uma linha completa de produtos e recursos que permitem que você alcance suas metas. Saiba mais sobre cada objetivo de campanha [aqui](#).

O gráfico abaixo destaca as soluções de anúncios adequadas de acordo com seu objetivo de campanha.

Objetivos	KPI	Solução	Segmentação recomendada
<b>Conhecimento</b>	<b>Conhecimento da marca</b>	Sponsored Content, anúncios em mensagem, Dynamic Ads, anúncios em conversa	Segmentação demográfica e por interesse própria, LinkedIn Audience Network
<b>Consideração</b>	<b>Visitas ao site</b>	Sponsored Content, Dynamic Ads, anúncios em mensagem, anúncios em conversa, Text Ads	Públicos lookalike e ampliação de público
	<b>Engajamento</b>	Sponsored Content, Dynamic Ads Anúncios em mensagem e em conversa	
	<b>Visualizações do vídeo</b>	Sponsored Content	
<b>Conversões</b>	<b>Geração de leads</b>	Sponsored Content, Dynamic Ads, anúncios em mensagem, anúncios em conversa, formulários de geração de leads*	Matched Audiences e retargeting
	<b>Conversões no site</b>	Sponsored Content, Dynamic Ads, anúncios em mensagem, anúncios em conversa, acompanhamento de conversões*	
	<b>Candidatos à vaga</b>	Sponsored Content, Dynamic Ads	

### 3. Conheça as soluções e segmentação de anúncios do LinkedIn

A seguir, apresentamos nosso pacote completo de soluções e recursos:

- [Sponsored Content](#) (imagem única, carrossel e anúncios em vídeo no feed)
- [Anúncios em mensagem](#) (anúncios em mensagem exibidos na caixa de entrada do LinkedIn)
- [Anúncios em conversa](#) (experiência personalizada)
- [Text Ads](#) (anúncios à direita e banner superior, somente para computador)
- [Dynamic Ads](#) (anúncios para seguidores, Spotlight e de conteúdo, somente para computador)
- [Recursos de segmentação](#) + [Webinar sobre retargeting](#)

Acesse a [página inicial de Soluções de Marketing](#) e posicione o cursor sobre “Anúncios” para ver a lista completa de produtos, recursos e muito mais.

	Tipo de publicação	Colocação	Tipo de lance	Métricas externas		
Sponsored Content	Anúncio em vídeo	Computador, dispositivo móvel	Automático, CPC, CPM, CPV	Moat - (somente anúncios em vídeo) Google Ads Manager Acxiom Sales Lift Analytic Partners Media Mix Modeling Brand Effects with Nielsen		
	Anúncio com imagem única		Automático, CPC, CPM			
	Anúncio em carrossel					
	Anúncio com vaga única					
Dynamic Ads	Anúncio em destaque	Computador	CPC, CPM		Moat - (somente anúncios em vídeo) Google Ads Manager Acxiom Sales Lift Analytic Partners Media Mix Modeling Brand Effects with Nielsen	
	Anúncio para seguidores					
	Anúncio com vaga					
Text Ads	Text Ad	Computador	CPC, CPM	Moat - (somente anúncios em vídeo) Google Ads Manager Acxiom Sales Lift Analytic Partners Media Mix Modeling Brand Effects with Nielsen		
Sponsored Messaging	Anúncio em mensagem	Computador, dispositivo móvel	CPS			Moat - (somente anúncios em vídeo) Google Ads Manager Acxiom Sales Lift Analytic Partners Media Mix Modeling Brand Effects with Nielsen
	Anúncio em conversa					

### 4. Crie uma conta no Gerenciador de campanhas

O Gerenciador de campanhas é a plataforma de publicidade completa do LinkedIn. Você poderá criar contas de anúncios, veicular campanhas e controlar seu orçamento assim que entrar na sua conta. Você só precisa de uma conta pessoal do LinkedIn para começar. Consulte a próxima seção para ver instruções específicas para agências.



# Como faço para veicular campanhas como uma agência?

Como agência, você pode [criar uma nova conta de anúncios](#) no Gerenciador de campanhas para veicular campanhas em nome de seu cliente ou pode [solicitar acesso](#) à conta de anúncios do cliente (se eles tiverem uma). A maneira correta de configurar seu Gerenciador de campanhas é concedendo acesso a funcionários individuais da agência para cada conta de anúncios, fornecendo a URL de perfil do LinkedIn deles. No momento, não é possível acessar o Gerenciador de campanhas com um único login para toda a empresa.

Não crie um perfil de agência compartilhado, pois isso viola nossos Termos de Serviço. Os perfis compartilhados serão desativados. Se o perfil for denunciado, todas as contas de anúncios associadas a tal perfil serão marcadas como spam, o que interromperá todas as campanhas ativas. O LinkedIn não reativará o perfil falso, mas a conta de anúncios pode ser reativada após a remoção desse perfil.

No caso de rotatividade de funcionários da agência, recomendamos que pelo menos dois funcionários tenham acesso de gerente para cada conta, a fim de evitar um bloqueio.

## Como criar uma nova conta de anúncios

1. Entre na sua conta pessoal do LinkedIn.com.
2. Clique no ícone Soluções no topo da página inicial do LinkedIn e selecione Veicular anúncio.
3. Clique em Criar anúncio.
4. Selecione o tipo de anúncio que deseja exibir. Clique em Saiba mais para ver uma descrição e imagem para cada tipo de anúncio.
5. Insira o nome da nova conta de anúncios no campo Nome da conta. Um nome será exibido, mas poderá ser alterado posteriormente.
6. Selecione a moeda a ser usada para a cobrança no menu suspenso Moeda. A moeda não poderá ser alterada após a criação da conta.
7. Se desejar vincular uma LinkedIn ou Showcase Page à sua campanha:

selecione o ícone ao lado de Sim.

- Selecione o ícone ao lado de Pesquisar nome ou URL.
- Insira o nome ou URL da LinkedIn Page no campo de texto. (Para vincular a página da instituição de ensino ou a Showcase Page, pesquise o nome e selecione-o no menu suspenso.)
- Selecione sua Page no menu suspenso.

**Observação:** uma conta de anúncios deve estar vinculada a uma LinkedIn Page para exibir campanhas de Sponsored Content e anúncio em mensagem.

## Como adicionar funcionários de agência a uma conta de anúncios

1. No Gerenciador de campanhas, dentro da conta selecionada, clique no ícone de configurações, no canto direito superior, e selecione Gerenciar acesso.
2. Clique em Editar para conceder acesso. Existem várias opções de [cargos e funções no Gerenciador de campanhas](#). Observação: você pode adicionar apenas conexões de 1º a 3º grau.

## Permissões exigidas por tipo de anúncio

Dependendo do tipo de anúncio que será veiculado, você talvez precise solicitar [níveis de acesso](#) adicionais. A tabela a seguir lista o nível de acesso exigido para cada solução:

Acesso exigido para	Sponsored Content	Anúncio de Sponsored Message	Text Ads, Dynamic Ads	Formulários de geração de leads
Conta de anúncios	Gerente de contas ou de campanhas	Gerente de contas ou de campanhas	Gerente de contas ou de campanhas	Gerente de contas ou de campanhas (para criar formulários de geração de leads)
LinkedIn Page do cliente (somente administradores atuais podem conceder acesso)	Administrador da Page ou anunciante de Sponsored Content	Não exigido	Não exigido	Administrador da Page ou gerente de formulários de leads (necessário para visualizar/baixar dados de leads)
Remetente de anúncio em mensagem	N/D	Solicite permissão do cliente para adicioná-lo como o remetente  Nome (mais detalhes abaixo)	N/D	N/D

Se você pretende criar campanhas de Sponsored Content em nome do cliente, também precisará de permissão do administrador da página para acessar a LinkedIn Page deles. O administrador da LinkedIn Page deve ser uma conexão de 1º grau da pessoa que solicitar o acesso. Após se conectarem, o [administrador da Page concede o acesso solicitado](#). As agências poderão solicitar o acesso de [“Anunciante de Sponsored Content”](#) se o acesso de administrador completo não for necessário.

Se pretende enviar mensagens de Sponsored InMail em nome de um funcionário na empresa de seu cliente, você precisará adicionar aquele funcionário como um remetente da campanha de Sponsored InMail. Você precisa ser a conexão de 1º grau com essa pessoa. Saiba mais sobre como adicionar ou alterar remetentes em sua campanha [aqui](#). Observação: as mensagens de Sponsored InMail só poderão ser enviadas em nome da empresa se você estiver trabalhando com um executivo de contas do LinkedIn.

## Como criar campanhas (demonstrações em vídeo)

O Gerenciador de campanhas agora oferece anúncios baseados em objetivos, um formato simplificado para criar campanhas no LinkedIn alinhadas às metas dos anunciantes.

Você pode utilizar a nova experiência de criação de campanha baseada em objetivos clicando no botão Criar campanha no seu Gerenciador de campanhas.

A seguir, apresentamos links para vídeos com instruções no canal do YouTube das Soluções de Marketing do LinkedIn, que guiarão você pelos diversos objetivos e tipos de anúncios no Gerenciador de campanhas:

## Vídeos

Confira nossos tutoriais [aqui](#)

## Dica: instale a LinkedIn Insight Tag

A LinkedIn Insight Tag é um curto código JavaScript que pode ser facilmente instalado no seu site para obter relatórios de campanha detalhados e acessar insights valiosos sobre quem visita seu site.

Os dados captados pela Insight Tag possibilitam:

- Acompanhamento de conversões
- Retargeting de visitantes do site
- Dados demográficos profissionais dos visitantes do site
- Insights adicionais sobre os usuários que interagem com seus anúncios

Saiba como [configurar a LinkedIn Insight Tag](#).

O pixel de imagem específico do evento acompanha conversões sem Pages associadas, como formulários que não contêm páginas de agradecimento. Você também pode utilizar a opção de pixel de imagem para um evento específico para acompanhar cliques. Este método requer a instalação de código no local apropriado para cada evento de conversão que você deseja acompanhar. Saiba mais sobre como [configurar um pixel de imagem para um evento específico](#).

A LinkedIn Insight Tag é compatível com vários sistemas de gerenciamento de tags. Consulte seu fornecedor de tags para garantir que a LinkedIn Insight Tag é compatível ou siga as instruções nos seguintes artigos:

- [Google Tag Manager](#)
- [Tealium Tag Management](#)
- [Adobe Tag Management](#)
- [DDX/Coremetrics](#)
- [Ensighten/TagMan](#) [DFA](#)
- [Floodlight](#)



# Quais são os valores de referência?

## Valores de referência gerais do LinkedIn por solução

Os valores de referência são baseados nos dados dos três meses anteriores de todas as campanhas no LinkedIn globalmente em 17 de dezembro de 2020. Eles NÃO garantem desempenho futuro.

Anúncio com imagem única	
CTR	0,51%
Taxa de engajamento	1,00%
Média de CPC	US\$ 8 - US\$ 10
Anúncio em carrossel	
CTR de unidade de anúncio	0,41%
CTR de cartão de carrossel	0,17%
Taxa de engajamento	0,85%
Anúncio em vídeo	
Taxa de visualização	30,20%
Taxa de conclusão (0-:15s)	23,00%
Taxa de conclusão (:16-:30s)	11,00%
CTR de vídeo	0,41%
Taxa de engajamento com vídeo	2,69%
Sponsored Messaging	
Taxa de abertura	55,40%
Taxa de cliques por abertura	2,80%
Text Ads	
CTR	0,02%
Dynamic Ads	
CTR	0,14%
Custo por seguidor (para Dynamic Ads de seguidores)	+ de US\$ 10
Geração/conversão de leads	
Taxa de preenchimento de formulário de geração de leads	8,15%
Taxa de conversão (não relacionada ao formulário de geração de leads)	3,00%

## Qual é o investimento mínimo? Como posso obter suporte?

O investimento mínimo exigido para exibir uma campanha no LinkedIn é de US\$ 10 por dia. Trabalhe com seus representantes de vendas para definir orçamentos com base nas metas da campanha, no tamanho e composição do público, nos períodos de veiculação etc. Além disso, consulte o [guia de melhores práticas de lances](#).

Com base nos investimentos anuais com LMS, clientes individuais (e as agências que gerenciam seu planejamento e compra) podem se qualificar para receber suporte de um executivo de contas. Esse tipo de suporte tem como objetivo orientar clientes sobre a estratégia ideal de configuração da campanha, otimizações durante o andamento, entre outros. Se a conta se qualificar, um executivo de contas (representante de vendas) entrará em contato.

Com base nos investimentos anuais em várias contas, as agências também podem se qualificar para receber suporte para toda a agência por meio de uma parceria. Esse tipo de suporte tem como objetivo ampliar o conhecimento coletivo da agência sobre o valor e as ofertas das Soluções de Marketing do LinkedIn. Se a agência se qualificar, um representante de agências entrará em contato.

Para receber assistência geral, entre em contato com o [suporte das Soluções de Marketing do LinkedIn](#).

Clique no link acima, selecione “Outro” e digite sua consulta  
Role a página para baixo e selecione “Criar ticket de suporte”



# Quais são as opções de cobrança?

Para agências, recomendamos uma conta com faturamento mensal, cartão de crédito ou pedido de inserção.

## Faturamento mensal (recomendado)

O faturamento pode ser definido para uma conta de anúncios individual mediante o preenchimento deste [formulário](#). Esta não é uma linha de crédito para a agência. Você precisará preencher este formulário para cada anunciante/conta separadamente. Com faturamento, você tem a opção de cobrar o cliente diretamente ou de cobrar a agência. A aprovação é baseada no histórico de crédito. Já está pagando por fatura, mas deseja atualizar os detalhes de faturamento? Você pode fazer isso [aqui](#).

## Cartão de crédito

Esta é a maneira mais rápida de veicular sua conta de anúncios on-line. Você terá que inserir suas informações de cobrança ao criar uma nova conta de anúncios.

Não há valor mínimo para pagamentos com cartão de crédito e as cobranças são aplicadas: diariamente, se o investimento for maior que US\$ 100 por dia; semanalmente, se o saldo for igual ou maior que US\$ 20; no primeiro dia do mês se o saldo for igual ou maior que US\$ 0,01. Não há flexibilidade para alterar a frequência de cobranças.

## Pedido de inserção

Qualquer conta que realizar compras por meio de pedido de inserção precisará de um representante de contas dedicado do LinkedIn. Essa é uma compra contratual com um orçamento inicial, datas de veiculação e tipos de anúncios acordados previamente e exige investimento mínimo de US\$ 25 mil por trimestre por cliente. Há menos flexibilidade com os pedidos de inserção, pois qualquer alteração precisa ser feita pelo representante de contas por meio de uma alteração no contrato e a configuração da conta também deve ser feita pelo representante.

# Conta on-line x Conta de pedidos de inserção

## Benefícios das contas de pedido de inserção (campo):



A equipe de contas do LinkedIn cria uma conta corporativa inicial



As faturas são baseadas no investimento real do mês anterior



Suas campanhas não contarão com investimentos além da data final do pedido de inserção



Desconto linear incluído na mesma conta do Gerenciador de campanhas



Fundos adicionais podem ser adicionados ao pedido de inserção



Temos a capacidade de cobrar antecipadamente, o que significa que você pode investir agora e pagar depois

## Considerações sobre as contas de pedido de inserção (campo):

- A criação de um pedido de inserção leva tempo e exige uma verificação de crédito
- Neste momento, não temos a capacidade de agrupar campanhas dentro da conta
- Se novas soluções forem adicionadas, será necessário emendar o pedido e fazer novas verificações de crédito, independentemente do processo realizado no início da campanha
- As faturas de pedidos de inserção informam o investimento total na conta, e não mostram detalhes por campanha
- Só podemos veicular um tipo de solução em uma conta com pedido de inserção. Se adicionarmos novas soluções, como anúncios em mensagem ou Dynamic Ads, precisaremos criar novas contas para cada produto

## Benefícios das contas on-line:



A conta e faturamento são definidos pelo cliente e geralmente o processo leva de 2 a 5 dias



Não há um contrato ou compromisso inicial. A cobrança é feita com base nos valores do mês anterior.\*



Oferecemos acesso antecipado a versões beta e pilotos, pois os clientes on-line recebem prioridade nessas ofertas



As fatura on-line incluem mais detalhes e valores de investimento por campanha



A opção on-line oferece a você (o anunciante) maior flexibilidade, porque você pode veicular todas as campanhas (todas as soluções de publicidade) em uma única conta de anúncios com várias ordens de compra, desde que os números delas estejam incluídos no nome da campanha



Você pode veicular campanhas (todas as soluções) em uma única conta do Gerenciador de campanhas (conta principal) relacionadas a várias ordens de pedido, desde que o número das ordens de pedido seja incluído no nome da campanha



Você pode criar "grupos de campanhas" separados para cada iniciativa específica, que tornará o gerenciamento das campanhas MUITO mais fácil

\*A conta on-line usa a mesma interface do usuário do Gerenciador de campanhas e tem as mesmas soluções e recursos que a conta gerenciada por pedido de inserção. Essa opção é uma outra forma de comprar mídia que elimina muita burocracia. Você ainda terá o mesmo nível de atendimento e suporte de qualidade do LinkedIn.

## Considerações sobre as contas on-line:

- Não podemos fazer cobranças antecipadas
- Após a configuração de faturamento mensal, não é possível voltar a pagar com cartão de crédito
- Não podemos oferecer valor agregado dentro da conta on-line. No caso de concessão de valor agregado, ele ficaria em uma conta de pedido de inserção separada
- No caso de mudança para uma conta on-line, teremos que reconstruir as campanhas e os conteúdos. Mas a equipe do LinkedIn está aqui para ajudar!



# Como posso aprender mais sobre as Soluções de Marketing do LinkedIn?

## [Webinars on-demand](#)

## [Webinars ao vivo](#)

Inscreva-se em um dos próximos webinars ao vivo para turbinar suas campanhas.

## [Guias essenciais de marketing no LinkedIn](#)

Os novos guias essenciais de publicidade no LinkedIn apresentam insights sobre nossa plataforma, seus recursos e funcionalidades e mostra como você pode aproveitá-los da melhor forma para alcançar todos os seus objetivos de marketing.

- [Como anunciar melhor](#)
- [Gere mais leads](#)
- [Conhecimento de marca](#)

## [Central de Ajuda das Soluções de Marketing](#)

## [Assine o blog do LMS \(em inglês\)](#)

Enviaremos a você um resumo diário ou semanal de todos os conteúdos no blog, incluindo novos guias, infográficos, vídeos, dicas e truques internos e informações sobre lançamento de soluções.



## Preciso de ajuda, com quem devo entrar em contato?

### [Entre em contato com a equipe de suporte das Soluções de Marketing](#)

Use este link no caso de dúvidas ou problemas relacionados ao Gerenciador de campanhas, tipos de anúncios, configuração de campanhas, otimizações ou resoluções de problemas.

### [Entre em contato com a equipe de cobrança](#)

Use este link para qualquer solicitação a respeito de cobranças, faturamento, alteração no administrador de cobrança, solicitação de recibos, dúvidas sobre cobranças, configurações de faturamento, etc.

### [Entre em contato com as LinkedIn Pages](#)

Use este link para perguntas ou solicitações sobre as LinkedIn Pages e as Showcase Pages, como rebranding de uma Page, consolidação de Pages, abandono de páginas, o que fazer com uma empresa adquirida e muito mais.



# Existem outros recursos disponíveis para agências?

## [Diretório de parceiros de marketing](#)

Encontre soluções confiáveis para divulgar sua empresa no LinkedIn.

## [Programa de desenvolvedor de marketing \(em inglês\)](#)

Desenvolva tecnologias para alcançar, engajar e converter públicos profissionais em grande escala.

Nosso programa de desenvolvedor de marketing oferece:

- 
- Relatórios de APIs de gerenciamento de campanhas e APIs de ROI
- APIs de gerenciamento de páginas
- APIs de públicos\*
- APIs de geração de leads\* APIs de insights\*

\* Essas APIs têm acesso limitado e exigem aprovação adicional após a aprovação da plataforma de desenvolvedor de marketing do LinkedIn



LinkedIn