



Lista de comprobación: saca todo el partido a tus campañas

1 Configuración de la cuenta

¿Has instalado la etiqueta **Insight Tag** en tu sitio web?



Cuando la tengas, no olvides añadir todos los dominios a tu cuenta desde «Insight Tag» en el Administrador de campañas.

¿Has configurado la **información detallada del sitio web**?



Lo que averigües te servirá para orientar tu segmentación.

¿Usas el **retargeting**?



Crema segmentos en Matched Audiences, para que dé tiempo a tener más de 300 miembros antes de lanzar la campaña.

¿Has configurado el **seguimiento de las conversiones**?



LinkedIn no puede recopilar información con carácter retroactivo, así que deberás configurarlo antes de poner en marcha la campaña.

2 Configuración de la campaña

¿Has elegido un **sistema para los nombres** de tus campañas?



Sigue un sistema que te permita buscar e identificar campañas fácilmente.
Ejemplo: Línea de negocio_Campaña_Iniciativa
Nombre del tipo de producto_Público
Segmentación_Otros aspectos obligatorios
Información (por ejemplo, números de pedidos)

¿Has elegido el **objetivo de tu campaña**?



No podrás cambiarlo una vez que la campaña esté en marcha.

¿Has elegido un **idioma** y el **formato de los anuncios**?



No podrás cambiarlo una vez que guardes la campaña, así que elige bien el idioma y el formato de los anuncios ahora.

3 Público

¿Has aplicado tu **segmentación** para llegar al público deseado?



Asegúrate de que el público sea lo bastante amplio para maximizar la difusión (consulta la pestaña «Previsión»).



¿Quieres activar la **expansión de público**?



Asegúrate de que el público sea lo bastante amplio para maximizar la difusión (consulta la pestaña «Previsión»).

¿Has elegido el **formato publicitario**?



Escoge un formato acorde al objetivo de tu campaña y los materiales disponibles.

¿Quieres activar **LinkedIn Audience Network**?



Esta funcionalidad permite llegar al público a través de una red de editores de primera calidad más allá del feed de LinkedIn. Por omisión, está activada. Márcala si quieres desactivarla.

¿Estás **pujando** de forma competitiva?



Te recomendamos pujar por el importe máximo del rango recomendado o usar la puja automática.

¿Has fijado el **presupuesto diario y total**?



Usa un calendario de contenidos para determinar tus presupuestos.

¿Has fijado la **fecha de finalización de la campaña**?



Puedes cambiar la fecha luego si es necesario, pero así te asegurarás de que la campaña acaba en la fecha indicada.

¿Has aplicado **conversiones** a tus campañas?



Logra el máximo alcance y frecuencia al tener siempre en marcha cuatro contenidos por cada campaña.

¿Dispones de **cuatro anuncios** por cada campaña?



Esta funcionalidad permite llegar al público a través de una red de editores de primera calidad más allá del feed de LinkedIn. Por omisión, está activada. Márcala si quieres desactivarla.

¿Haces un **seguimiento más allá de los clics**?



Asegúrate de usar rastreadores de terceros, el seguimiento de conversiones de LinkedIn o la supervisión de impresiones para controlar la actividad en el sitio web tras los clics.

¿Has fijado una frecuencia para los **informes o comprobaciones**?



Ten claro tu objetivo principal y cómo podrías conseguirlo. Consulta las estadísticas relacionadas con tu indicador de rendimiento clave para mejorar.

¿Estás usando **formularios de generación de contactos**?



Configura un recordatorio para descargar los contactos con frecuencia. Los contactos solo se guardan en LinkedIn durante 90 días.

4 Puja y presupuesto

5 Anuncios

6 Después del lanzamiento

Más información

Crear anuncio

