

# *Como utilizar públicos combinados no LinkedIn*



**LinkedIn** Marketing Solutions



# Este guia contém:

1. Visão geral sobre como funcionam os públicos combinados
2. Instruções para acesso antecipado a públicos combinados
3. Guia passo a passo para a configuração de públicos combinados
  - Retargeting do site
  - Segmentação com a combinação de listas de automação de marketing (Marketo e Liveramp)
  - Account Targeting
4. Guia de autorização da Insight Tag

Apresentando um novo modo de encontrar os públicos que mais importam para a sua empresa no LinkedIn

# Públicos combinados

## Retargeting do site

Desperte o interesse dos visitantes do seu site no LinkedIn

Utilize uma tag para retargeting e acompanhamento de conversões

## Segmentação de contatos de e-mail

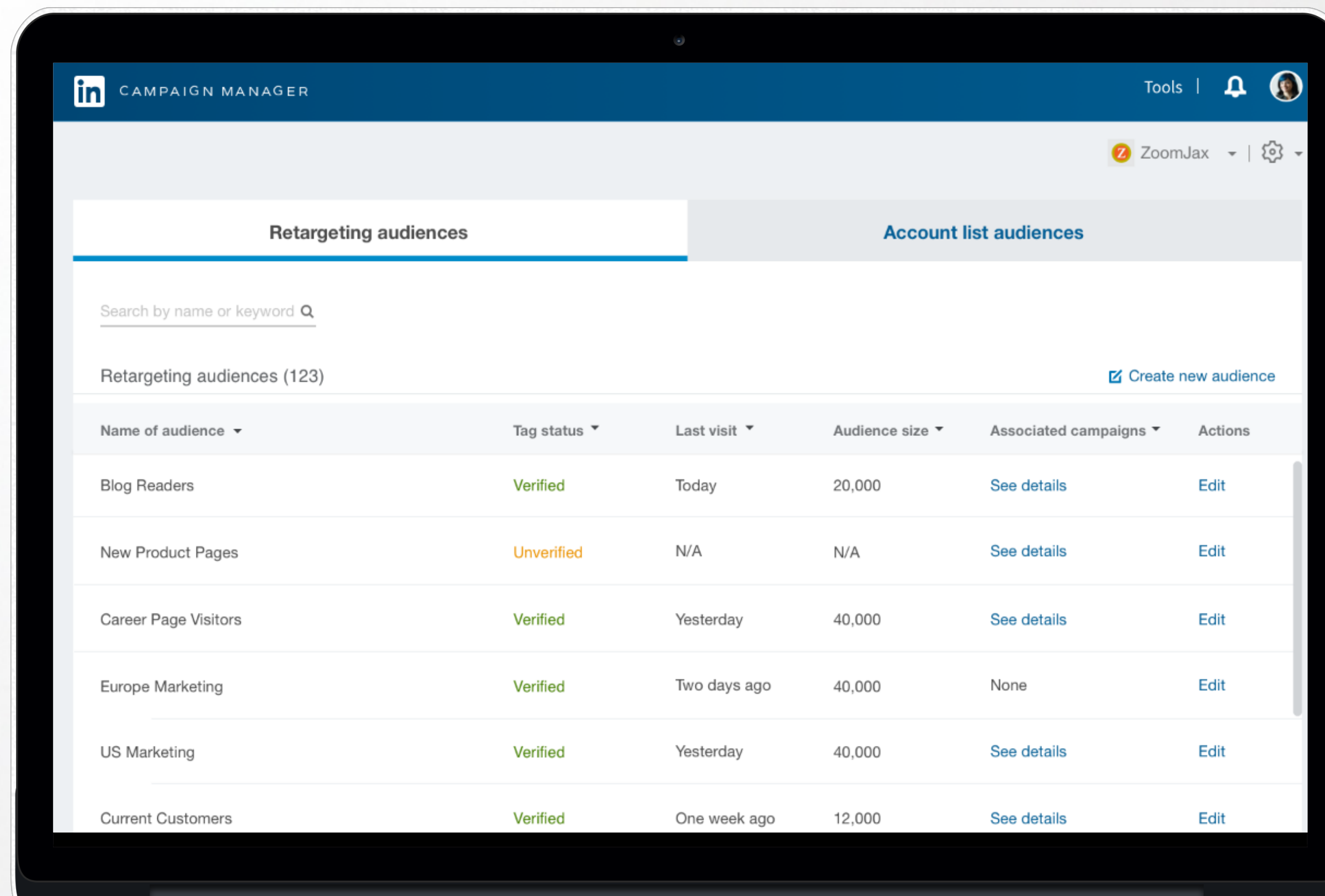
Importe suas listas de e-mail das plataformas de automação de marketing para o Gerenciador de campanhas

Desperte o interesse dos contatos que você já conhece

## Account Targeting

Combine a força da segmentação demográfica do LinkedIn com sua lista de empresas-chave para atrair as pessoas certas

# Gerencie seus públicos combinados em um único painel diretamente no Gerenciador de campanhas



The screenshot displays the LinkedIn Campaign Manager interface. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, 'CAMPAIGN MANAGER', and user information including 'Tools', a notification bell, and a profile picture. Below this, there is a search bar and a user profile for 'ZoomJax'. The main content area is divided into two tabs: 'Retargeting audiences' (selected) and 'Account list audiences'. Under the 'Retargeting audiences' tab, there is a search bar with the placeholder text 'Search by name or keyword' and a magnifying glass icon. Below the search bar, it says 'Retargeting audiences (123)' and a link to 'Create new audience'. The main part of the interface is a table with the following columns: 'Name of audience', 'Tag status', 'Last visit', 'Audience size', 'Associated campaigns', and 'Actions'. The table contains seven rows of data.

Name of audience	Tag status	Last visit	Audience size	Associated campaigns	Actions
Blog Readers	Verified	Today	20,000	See details	Edit
New Product Pages	Unverified	N/A	N/A	See details	Edit
Career Page Visitors	Verified	Yesterday	40,000	See details	Edit
Europe Marketing	Verified	Two days ago	40,000	None	Edit
US Marketing	Verified	Yesterday	40,000	See details	Edit
Current Customers	Verified	One week ago	12,000	See details	Edit

Faça retargeting dos visitantes do seu site, integre sua plataforma de automação de marketing ou carregue sua lista de contatos para alcançar os públicos que mais importam para a sua empresa.

# Bem-vindo ao nosso programa de acesso antecipado a públicos combinados

Previsão da disponibilidade dos recursos do programa

## Recursos do acesso antecipado **Janeiro de 2017**

- Retargeting do site
- Account Targeting
- Segmentação de contatos por ferramentas de automação
- Acompanhamento de conversões
- Relatórios demográficos

## Recursos adicionais **Lançamento ao longo de 2017**

- Segmentação de contatos/ emails em CSV
- Análise do site
- Formulários de geração de leads

# Nossa recomendação para o programa de acesso antecipado



Execute no mínimo uma campanha com acompanhamento de conversões habilitado, sem interrupção, por pelo menos seis semanas.



Garanta que a Insight Tag esteja instalada corretamente no seu site.



Forneça feedback à equipe de soluções do LinkedIn sobre configuração, experiência e resultados.



Considere esforços conjuntos de marketing como galeria de melhores práticas, estudos de casos, blogs, etc.



Configuração passo a passo

# Retargeting do site

Faça retargeting dos visitantes do seu site com anúncios cativantes e relevantes quando eles visitarem o LinkedIn

ETAPA  
**1**

# Como adicionar uma Insight Tag

*Importante:  
Pule esta etapa se já tiver uma  
Insight Tag na sua página*

## 1 Adicione um código javascript simples ao seu site

[Instruções/Perguntas frequentes \(em inglês\)](#)

[Vídeo: Como gerar uma Insight Tag \(em inglês\)](#)

## 2 Adicione apenas uma tag por domínio do site

Certifique-se de que todos os domínios sejam listados no menu da Insight Tag; caso contrário, a segmentação por retargeting pode não funcionar corretamente.

## 3 Aguarde um tempo para que a tag faça efeito

A tag pode levar até 30 dias para criar o público-alvo no seu site, mas mesmo assim, você pode definir a segmentação imediatamente.



**Importante: Pule esta etapa**  
se você já tem uma LinkedIn Tag  
no seu site



**Alternativa para tag global**  
Se não for possível adicionar a tag a  
um rodapé global no site, marque  
a(s) página(s) que deseja usar para  
o retargeting do site



**Suporte a pixel de imagem**  
Embora o retargeting do site possa  
funcionar com um pixel de imagem,  
recomendamos o uso de tag em  
JavaScript



### Set up your Insight Tag ×

Place the Insight Tag in your website's global footer, right before the <body> tag. This will let you retarget people who visit any part of your site.

We also support [Google tag manager](#).

Send the tag to your own email address for easy forwarding to your developer

[Email Insight Tag](#) Address: ygreyjoy@pyke.com

[Show Insight Tag](#) ▼

```
<script type="text/javascript">
  _linkedin_data_partner_id = "14";
</script>
<script type="text/javascript">
  (function() {
    var s = document.getElementsByTagName("script")[0];
    var b = document.createElement("script");
    b.type = "text/javascript";
    b.async = true;
    b.src = (window.location.protocol === "https:" ? "https://sjs" : "http://js") +
```

[Copy code to your clipboard](#)

[Back](#) [Next](#)

☆ Copie e cole o código da **Insight Tag** no rodapé global do seu site ou envie as instruções por e-mail à sua equipe de TI.


Etapa


2

## Como criar segmentos de público para retargeting do site

- 1 Após criar a sua conta, navegue pelo fluxo de criação de campanha até chegar à página de segmentação
- 2 Clique em “Criar um público para fazer o retargeting”
- 3 Defina URLs que formarão os segmentos de retargeting do seu site
- 4 Conclua as etapas de configuração e ative a sua campanha


Sua campanha começará a entregar impressões quando o seu público chegar a 300 usuários

 **Use a matched audience** (Optional) Hide  
Use website traffic to create audiences for your ads

**Retarget your website visitors**   
Create a target audience of LinkedIn members who recently visited your website


[Create an audience to retarget](#)



include  [See full list](#)


**Target a list of accounts**   
Create a target audience of LinkedIn members based on accounts you upload

[Create an audience](#)

include  [See full list](#)

include APAC ABM Campaign 

**Target by**   

 What location do you want to target? (required)



### Acesso para criação de públicos

O usuário deve ter acesso como “Gerente de conta” ou “Gerente de campanha” para acessar o retargeting do site

☆ Quando chegar na página de segmentação, clique em “Criar um público para fazer o retargeting”.

### Nome do segmento

Apenas você e os administradores que gerenciam sua campanha verão o nome do público

### Adicione a URL do site

As URLs devem pertencer a um domínio já inserido na sua Insight Tag

### Adicione mais URLs

É possível voltar e adicionar mais URLs ao seu segmento de público

### Relacionamento de URLs com operador “OR”

Use “OR” para incluir várias URLs em um segmento: “acme.com/produtos” OR “acme.com/servicos”



Dê um nome ao segmento de público e adicione as URLs específicas das páginas que você deseja utilizar para o retargeting do público.

## Retarget your website visitors



Create an audience based on people who visited URLs on your website. For privacy reasons, you will not be able to use this audience in your campaign targeting until LinkedIn has measured more than 300 visitors to the URLs you enter.

[Learn more](#)

### Audience name

Example: "Marketing pages"

### URL

Specify the URL's from your site that you want to use.

Starts with ▾

Example: "http or https://yourwebsite.com"

[+ Add another URL](#)

By clicking "Next" I agree to the [LinkedIn program terms](#).

Next

**“Começa com”** – Selecione esta opção para incluir **qualquer página cuja URL comece com esses caracteres**.

**“Exata”** – Selecione esta opção para páginas **cujas URLs correspondem integralmente a esses caracteres**.

**“Contém”** – Utilize apenas em páginas cuja URL contenha esses caracteres.

☆ Você terá 3 opções diferentes de URL ao definir o segmento de público para retargeting.

Tag your website segment x

Copy and paste the following code and add it to every page on your domains, preferably right before the end of the <body> tag.

```
<script type="text/javascript">
_linkedin_data_partner_id = "234";
</script><script type="text/javascript">
(function(){var s = document.getElementsByTagName("script")[0];
var b = document.createElement("script");
b.type = "text/javascript";b.async = true;
b.src = "https://snap.licdn.com/li.lms-analytics/insight.min.js";
s.parentNode.insertBefore(b, s);})();
</script>
```

Send instructions via email to yourself (**MsSkripnik@gmail.com**) Send



☆ **Pule esta etapa se você já tem uma Insight Tag.**

Como parte do acesso antecipado ao piloto, você já deve ter uma Insight Tag na sua página. A mesma tag que você já utiliza para LLA poderá ser usada para o retargeting do site.

The screenshot shows the LinkedIn ad targeting interface. At the top, there is a section titled "Use a matched audience (Optional)" with a "Hide" button. Below this is the "Retarget your website visitors" section, which includes a "Create an audience to retarget" button and a search bar with the placeholder text "Start typing to see your website traffic audiences". A "See full list" button is positioned to the right of this search bar. A blue arrow points from this "See full list" button to a callout box on the right. The callout box contains two unchecked checkboxes with the following text: "Acme Retargeting Segment Product Page (N/A)" and "Acme Retargeting Segment Services page (N/A)". Below the first section is the "Target a list of accounts" section, which includes a "Create an audience" button and a search bar with the placeholder text "Start typing to see your company list audiences". A "See full list" button is also present to the right of this search bar. Below the second section, there is a tag "include APAC ABM Campaign" with a close button. At the bottom, there is a "Target by" dropdown menu set to "the audience below" and a required field for "What location do you want to target?".

☆ Adicione seus segmentos à sua campanha, salve-a como rascunho ou avance para as próximas etapas da campanha.

Observação: você pode lançar sua campanha e ela será ativada assim que o público for suficientemente grande.

ETAPA

3

Deixe o público crescer

Ao terminar de definir o seu público, clique em “Concluído” para continuar.

Você pode continuar e configurar sua campanha ao vivo ou salvá-la como rascunho até aumentar o público.

Se definir sua campanha ao vivo, ela começará a entregar impressões automaticamente, assim que o seu público chegar a 300 pessoas.



É preciso algum tempo para aumentar o seu público...

#### Estimated target audience ?

##### Your audience is building

The campaign will run when we can match more than 300 people to your web traffic or account list audience.

##### You're targeting:

###### Demographic audiences

Location: North America

###### Retargeting audiences

About page

[See full list](#)



# Dicas úteis



Os públicos serão combinados apenas se a Insight Tag estiver instalada corretamente. Certifique-se de que a Insight Tag apareça como Verificada antes de começar a criar os seus públicos.



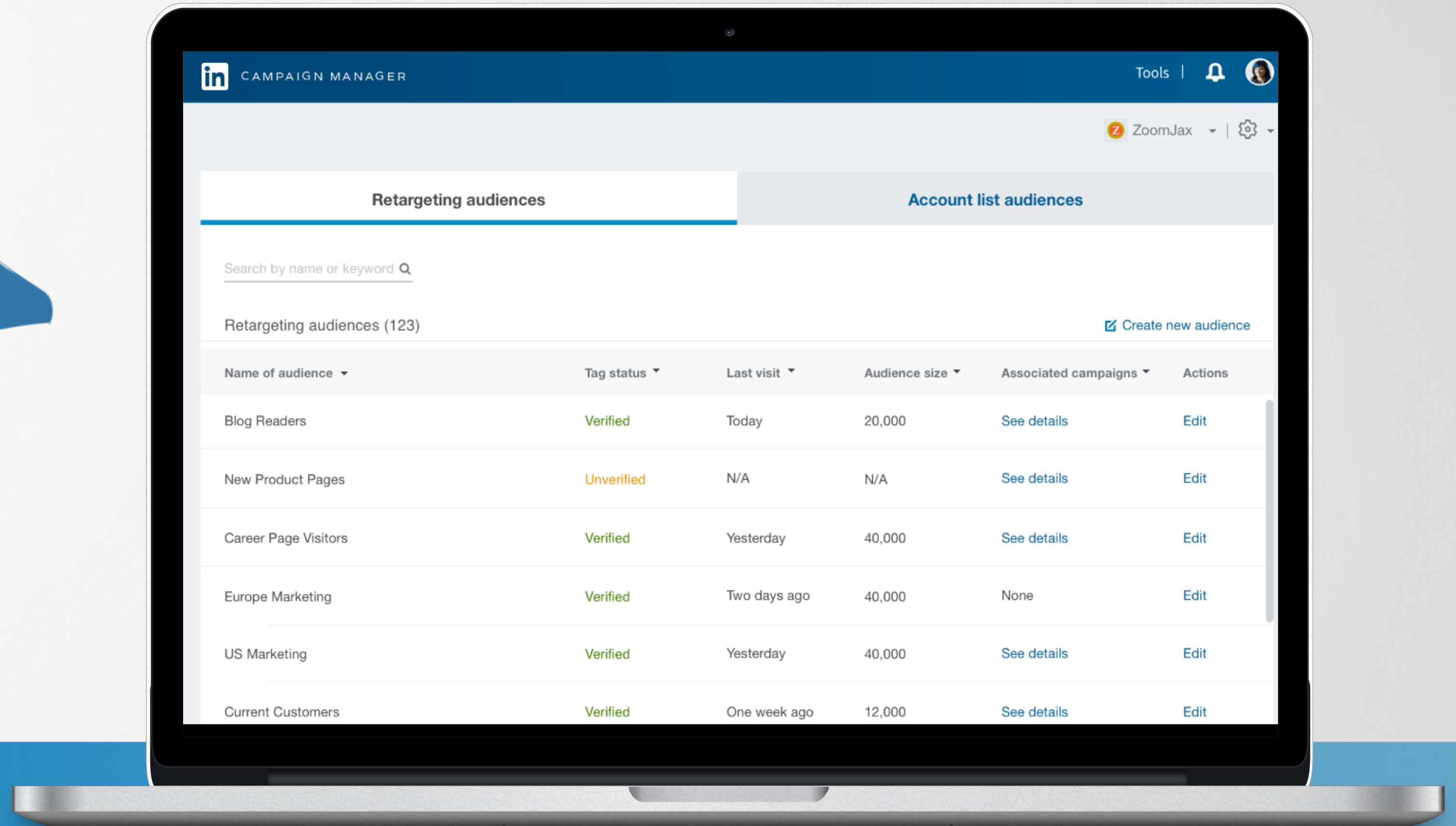
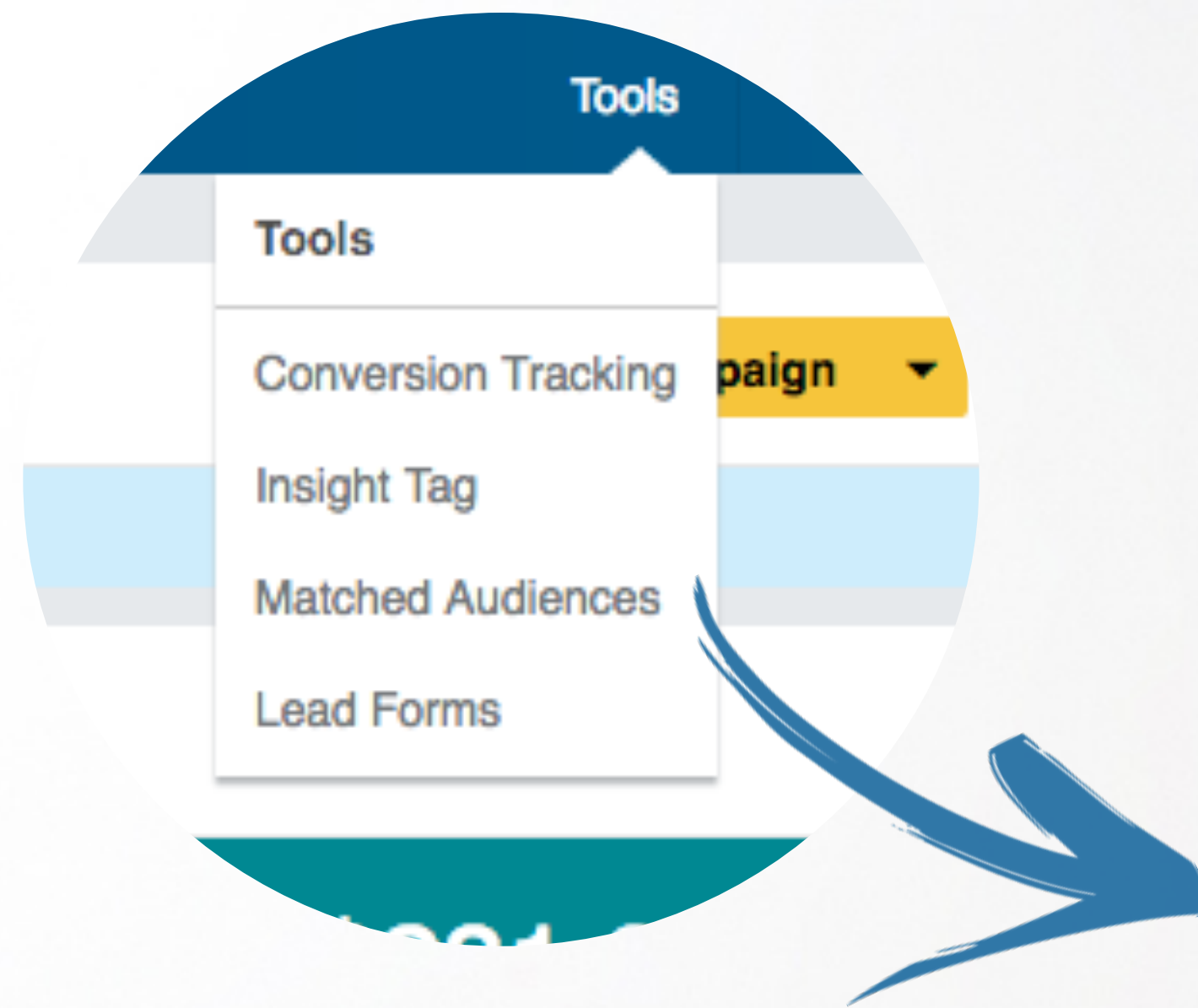
Se houver tráfego suficiente entre os segmentos do seu site, o seu público poderá começar a aumentar em menos de 24 horas ou em até 48 horas.



Um mínimo de 300 usuários devem ser combinados para que a campanha possa começar a entregar impressões aos visitantes do site.



Depois que pelo menos 300 integrantes forem combinados, a campanha será iniciada automaticamente, se você a ativou clicando em “Lançar”.



☆ Ao concluir a configuração da sua campanha, você poderá acessar seus públicos de retargeting em **Ferramentas**, no menu de navegação na parte superior da página.

Retarget your website visitors ×

Create an audience based on people who visited URLs on your website. For privacy reasons, you will not be able to use this audience in your campaign targeting until LinkedIn has measured more than 300 visitors to the URLs you enter.

[Learn more](#)

**Audience name**

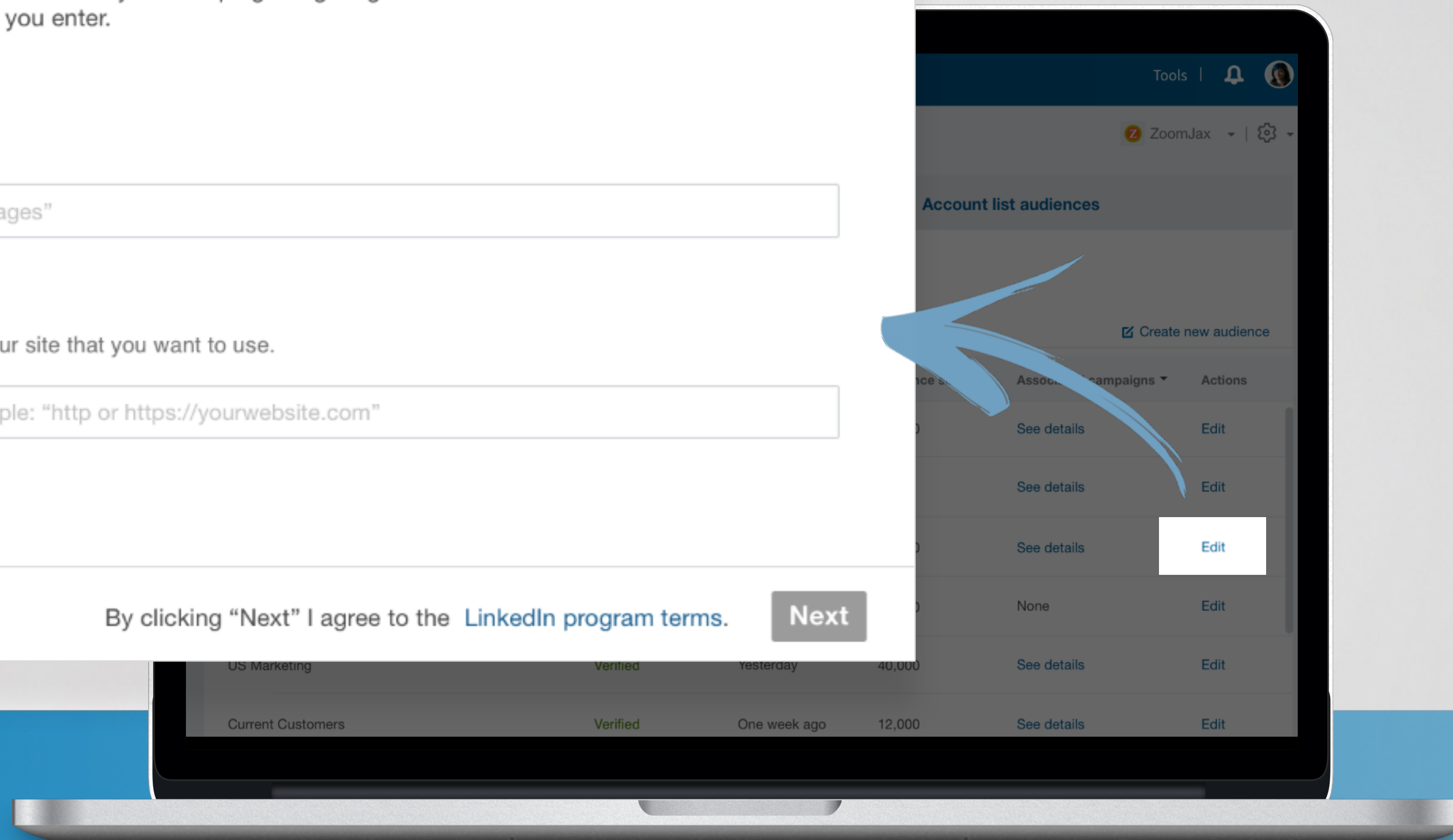
Example: "Marketing pages"

**URL**  
Specify the URL's from your site that you want to use.

Starts with ▾ Example: "http or https://yourwebsite.com"

[+ Add another URL](#)

By clicking "Next" I agree to the [LinkedIn program terms](#). Next

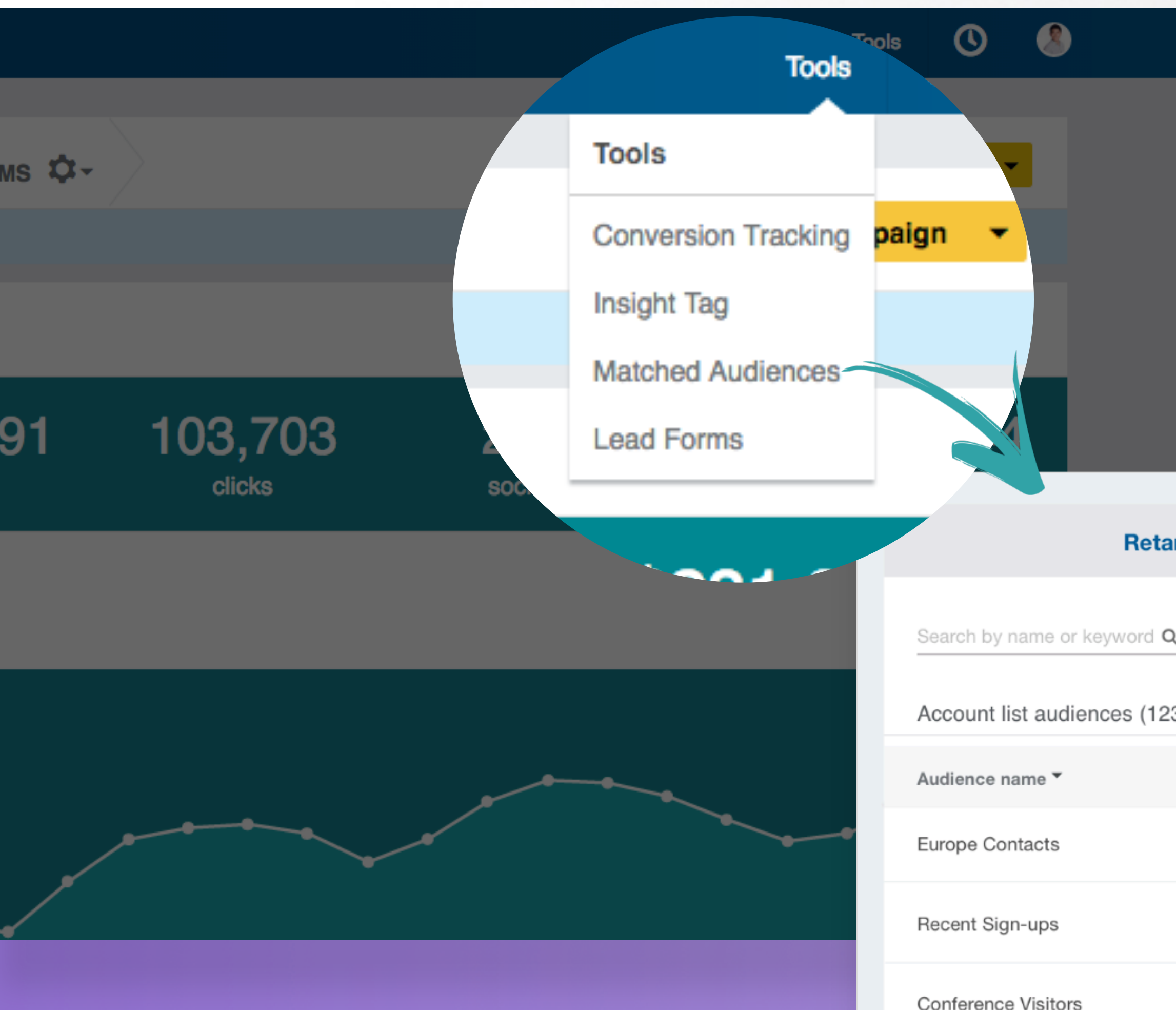


Ao clicar em Editar, você poderá editar detalhes dos públicos de retargeting que criou. Você pode adicionar mais URLs aqui, caso necessário (observe que o acréscimo de públicos adicionais levará 48 horas).



**Configuração passo a passo**

Segmentação de contatos de e-mail utilizando integrações com Marketo ou LiveRamp



☆ Comece acessando “Gerenciamento de público” no menu Ferramentas, na barra de navegação superior. No menu Públicos de listas de contas, clique em “Conectar à automação de marketing”.

Account list audiences

[Connect to marketing automation](#) [Create account list audience](#)

Source	Match rate	Last modified	Audience size	Actions
CSV file	83%	09/08/2016	20,000	<a href="#">Edit</a>
CSV file	Pending	05/25/2016	N/A	<a href="#">Edit</a>
Eloqua	N/A	09/08/2016	40,000	<a href="#">Edit</a>

### Connect to a marketing automation service ×

Add the API keys on the next screen to your marketing automation service's account. Within 48 hours, your marketing automation lists will show up as contact lists.  
Currently supported marketing automation services: Eloqua, LiveRamp and Marketo.

[Learn more](#)

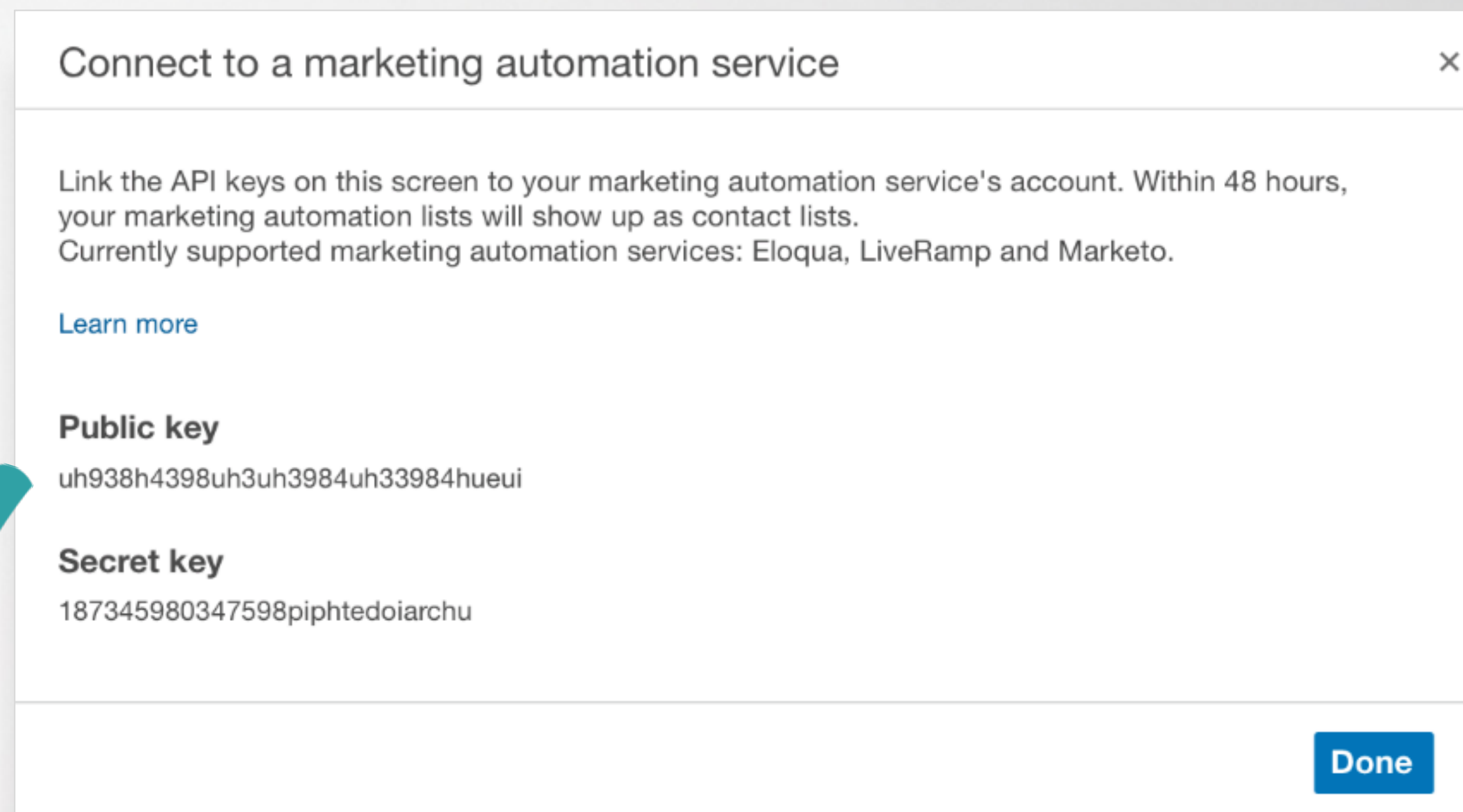
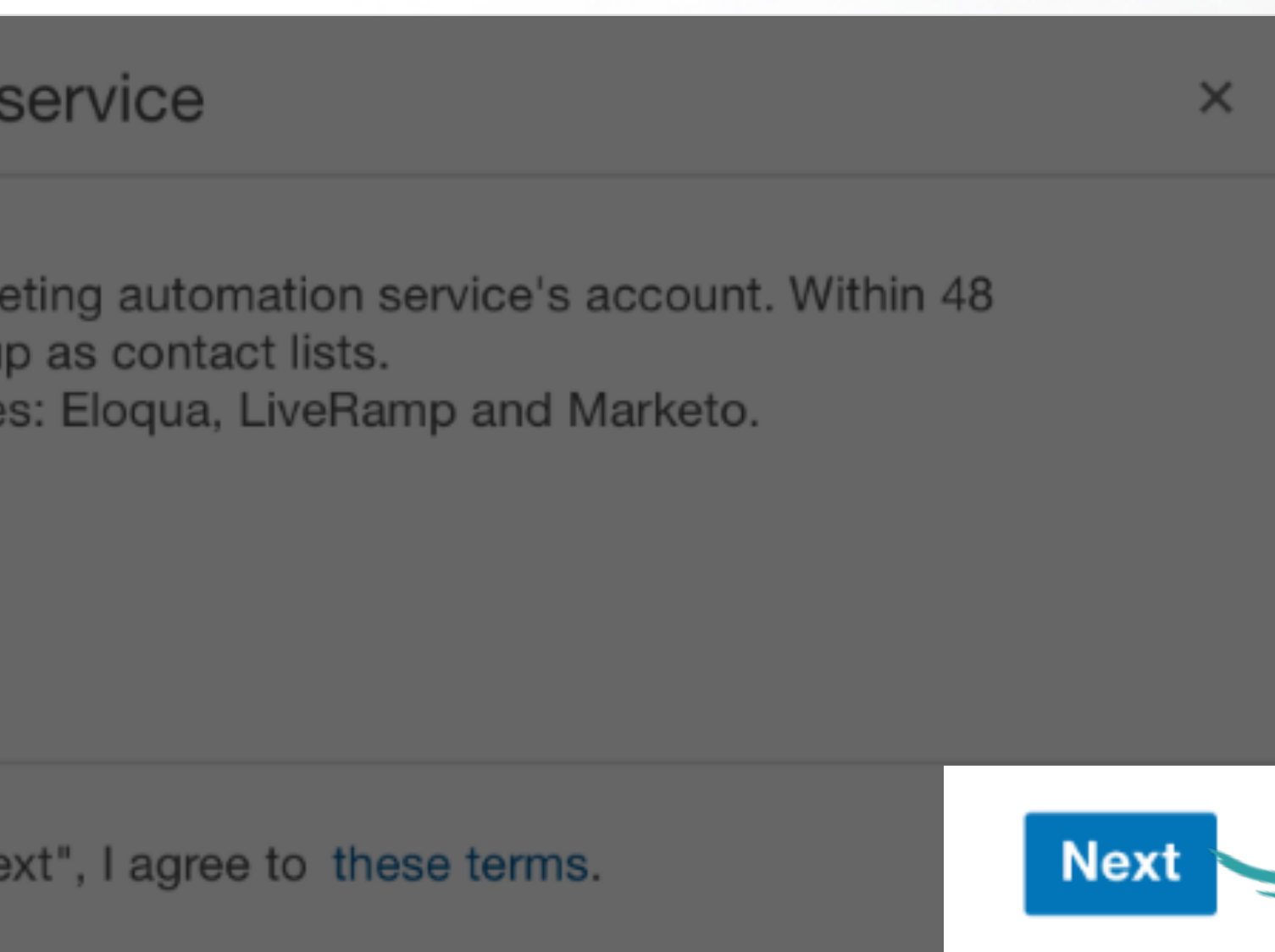
By clicking "Next", I agree to [these terms](#).

[Next](#)



Será exibida uma janela pop-up.

Leia e concorde com os termos do programa do LinkedIn e clique em **Avançar**.



Será exibida uma janela pop-up.

Leia e concorde com os termos do programa do LinkedIn e clique em **Avançar**.

LinkedIn Campaign Manager interface showing account list audiences. The interface includes a search bar, a table of audiences, and a button to create a new audience.

Account list audiences (123) [Connect to marketing automation](#) [Create account list audience](#)

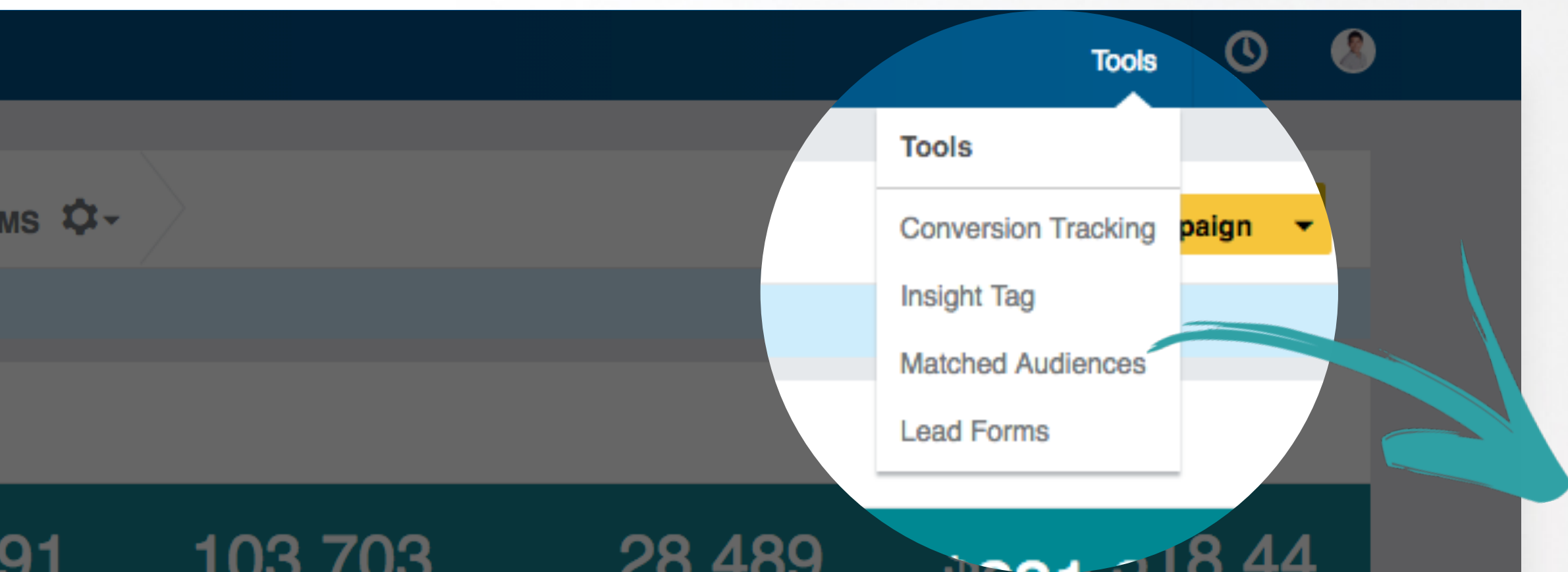
Audience name	Source	Match rate	Last modified	Audience size	Actions
Europe Contacts	CSV file	83%	09/08/2016	20,000	Edit
Recent Sign-ups	CSV file	Pending	05/25/2016	N/A	Edit
Conference Visitors	Eloqua	N/A	09/08/2016	40,000	Edit
Marketing Outreach	CSV file	80%	09/08/2016	40,000	Edit
Close Competitors	Marketo	75%	09/08/2016	40,000	Edit
Current Customers	CSV file	82%	09/08/2016	12,000	Edit

☆ Após vincular as chaves API à sua plataforma de automação de marketing, suas listas serão preenchidas automaticamente no menu de lista de contas **dentro de 24 horas**. Você verá o seu público em **Ferramentas** → **Gerenciamento de público**.





**Configuração passo a passo**  
**Account Targeting**



Lembre-se de que listas de públicos personalizados são armazenadas no nível de conta. Isso significa que diferentes campanhas na mesma conta podem utilizar a mesma lista.

Website traffic audiences | **Account lists audiences**

Search by name or keyword

Account lists audiences (38) [Connect to marketing automation](#) [Create an audience](#)

Name of audience ▲	Source	Match rate	Last modified	Size	Action
Ad Week LMS	CSV File	Ready	11/3/2016	N/A	
APAC ABM Campaign	CSV File	Ready	11/3/2016	N/A	
AU Agency Event Chrome audience	CSV File	Error	11/3/2016	N/A	
AU APAC Agency Influencer contest	CSV File	Error	11/3/2016	N/A	

☆ Comece acessando “**Públicos combinados**” no menu **Ferramentas**, na barra de navegação superior. No menu **Públicos de listas de contas**, clique em “**Criar um público**”.

Dê o nome “nomedaempresa” à linha de cabeçalho.

	A
1	companynome
2	Fixdex
3	Company B
4	Company C
5	Company D
6	Company E
7	Company F
8	
9	

### Create an account list

**Audience name**

**Your account list**

We accept CSV files, max 20 MB. Your list needs to contain a minimum of 300 people and it may take 48 hours until your audience is built

[Learn more](#)

By clicking "Upload file", I agree to [these terms](#).

[Upload file](#)

[Next](#)



Carregue um arquivo .CSV com os nomes das empresas em uma coluna. Lembre-se de limitar a uma lista por arquivo. Recomendamos 500 empresas ou mais (mínimo obrigatório de 100 e máximo de 30.000).

Você pode incluir ou excluir uma lista de contas.

Create **APAC ABM Campaign Q1 FY 17** campaign

OK, now let's target your audience  
Reach the right people by selecting specific targeting criteria like job title, I

**Use a matched audience** (Optional)  
Use website traffic to create audiences for your ads

**Retarget your website visitors** ⓘ  
Create a target audience of LinkedIn members who recently visited your website

Create an audience to retarget

include Start typing to see your website traffic audiences

**Target a list of accounts** ⓘ  
Create a target audience of LinkedIn members based on accounts you upload

Create an audience

include Start typing to see your company list audiences [See full list](#)

include APAC ABM Campaign x

**Target by** the audience below ⓘ

What location do you want to target? (required)

include Start typing a country, state, city, or town... [See full list](#)

Let's figure out how much you'd like to spend on your campaign  
Tell us your bid type and budget and when you'd like your campaign to start.

**Bid type** ⓘ  Cost per click (CPC)  Cost per impressions (CPM) [Show forecasting](#) ⓘ  
Pay when someone clicks your ad.

**Bid** ⓘ 4.24 Suggested bid to reach the majority of your audience is \$4.24.  
(Other advertisers are bidding between \$4.24 – \$6.61)  
Minimum bid: \$1.25.

**Daily budget** ⓘ 25.00 Minimum budget: \$10.00  
Your campaign's actual daily spend may be up to 20% higher. [Learn more.](#)

**Start Date** ⓘ  Start immediately  Schedule start

[Show more](#) [I want to learn more about campaign budgeting](#)

By clicking Launch Campaign, you agree to the [LinkedIn Ads Agreement](#) and [Advertising Guidelines](#)

[Cancel campaign](#) [Save as draft](#) [< Previous](#) [Launch Campaign](#)

Não se esqueça de lançar sua campanha!  
A entrega de impressões começará apenas depois que o LinkedIn combinar um número suficiente de contas.



Termine de configurar a segmentação e lance a sua campanha.

Depois que a campanha for lançada e o LinkedIn combinar pelo menos 100 contas, a entrega de impressões será iniciada. (Lembre-se de que podem ser necessárias até 48 horas ou mais para a combinação de um número suficiente de contas).

LinkedIn Campaign Manager interface showing Account list audiences.

Search by name or keyword

Account list audiences (123) Connect to marketing automation Create account list audience

Audience name	Source	Match rate	Last modified	Audience size	Actions
Europe Contacts	CSV file	83%	09/08/2016	20,000	Edit
Recent Sign-ups	CSV file	Pending	05/25/2016	N/A	Edit
Conference Visitors	Eloqua	N/A	09/08/2016	40,000	Edit
Marketing Outreach	CSV file	80%	09/08/2016	40,000	Edit
Close Competitors	Marketo	75%	09/08/2016	40,000	Edit
Current Customers	CSV file	82%	09/08/2016	12,000	Edit



As listas que você criou aparecerão na guia **Públicos da lista de contas**. Você pode ver as campanhas às quais as listas estão associadas ou editar as listas de contas existentes.

# Account Targeting: alguns lembretes



Utilize uma lista no formato .CSV **com apenas o nome da empresa na primeira coluna**

- Verifique a ortografia para garantir a eficiência do processo de correspondência.
- Evite caracteres especiais e URLs.
- Remova toda a formatação para obter os melhores resultados.



Evite segmentar demais, pois isso pode limitar o alcance e divulgação da sua campanha.


- Inclua no mínimo 500 empresas
- Não defina um número excessivo de critérios na lista de contas



Segmente influenciadores ou decisores para otimizar a taxa de respostas.



Listas maiores obterão melhores resultados.



## Configuração passo a passo

# Autorizações

Se você já tem uma Insight Tag no seu domínio

Manage Insight Tag permissions ×

Accounts that have access to this Insight Tag **Add another account**

Full-access accounts

FixDex Q4 2015 FixDex Q3 2015 FixDex Q2 2... ×

Use-only accounts

FixDex Q1 2015

Cancel Save

- ☆ Com a autorização, você e seus colegas de equipe podem utilizar a mesma Insight Tag para acompanhamento de conversões, retargeting e outras atividades.



The screenshot displays the LinkedIn Campaign Manager interface. At the top, the LinkedIn logo and 'CAMPAIGN MANAGER' are visible on the left, and 'Tools', a clock icon, and a user profile icon are on the right. Below the header, there are navigation elements for 'Page' (LinkedIn) and 'Account' (Linkedin\_House SU Campaigns\_Internal). A 'Tools' dropdown menu is open, showing options: 'Tools', 'Conversion Tracking Campaign', 'Insight Tag' (circled in red), and 'Matched Audiences'. Below the menu, the main content area shows 'All campaigns (1,277)' and a table of metrics: conversions, impressions, clicks, social actions, and spend. The 'Time series' tab is selected, showing a chart for 'Metric: Clicks' for the period '1/7/2013-1/10/2017'. The chart area is currently blank, with a y-axis scale from 75k to 100k.

☆ Comece passando o mouse sobre o menu Ferramentas e selecionando **Insight Tag**.

Manage permissions

Copy and paste the following code and add it to every page on your domains, preferably right before the end of the <body> tag. [Learn more.](#)

```
<script type="text/javascript">
  _bizo_data_partner_id = "14";
</script>
<script type="text/javascript">
  (function() {
    var s = document.getElementsByTagName("script")[0];
    var b = document.createElement("script");
    b.type = "text/javascript";
    b.async = true;
    b.src = (window.location.protocol === "https:" ? "https://sjs" : "http://js") + ".bizographics.com/insight.min.js";
    s.parentNode.insertBefore(b, s);
  })();
</script>
```

Send instructions via email to yourself (sparker@fixdex.com) ?

Send

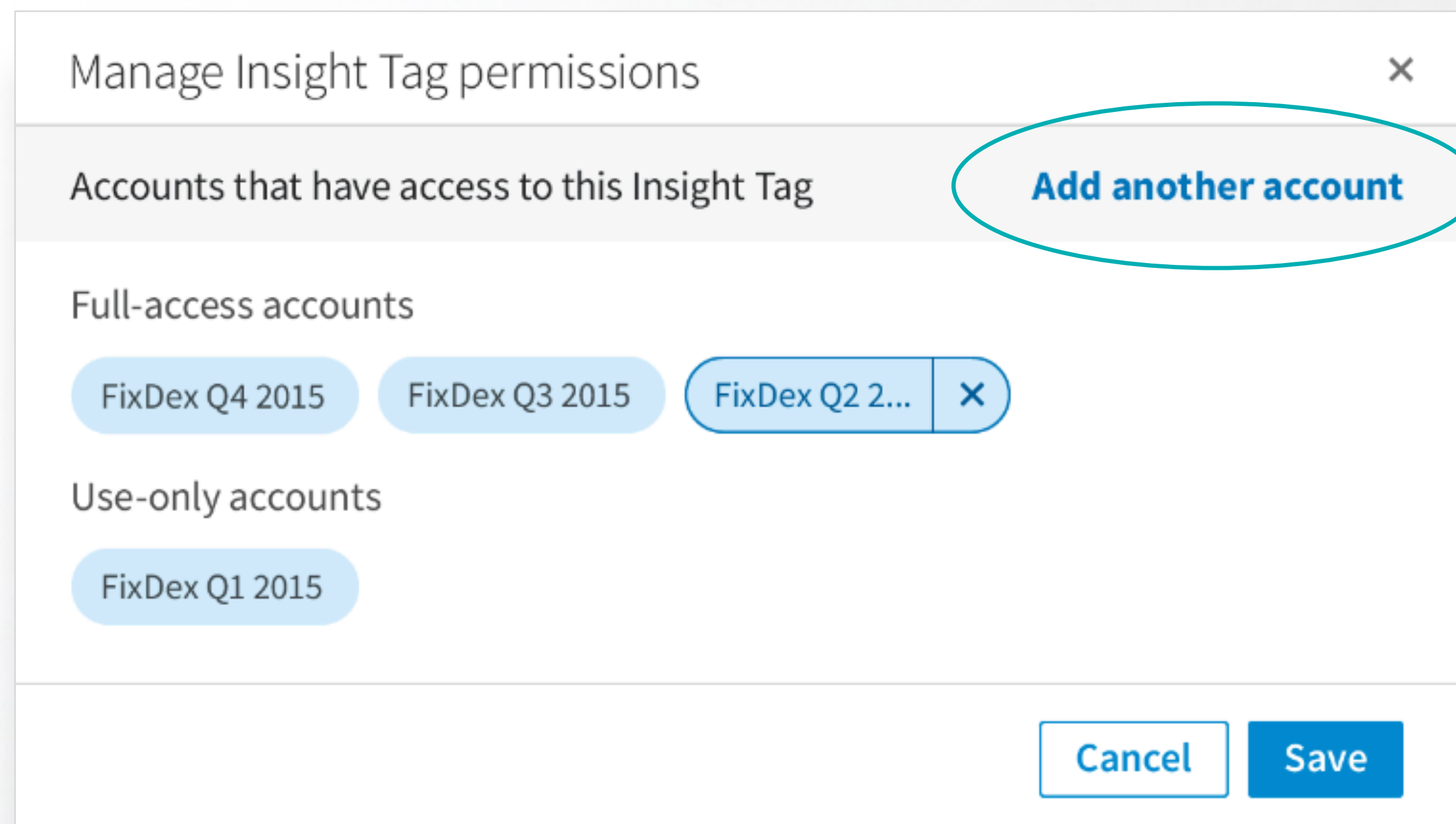
### Domains ?

fixdex.com	Verified ✕
zoomjax.com	Verified ✕

example.com

Add

★ Na tela da Insight Tag, clique em Gerenciar permissões.



### Tipo de acesso

Personalize o nível de acesso à tag que gostaria de conceder a outras contas publicitárias do LinkedIn.

Assista ao nosso vídeo sobre permissões da Insight Tag (em inglês):

 <http://bit.ly/lms-permissioning-insight-tags>

- ☆ Aqui, você pode ver as contas com acesso à sua **Insight Tag**.  
Clique em **Adicionar outra conta** se quiser adicionar outra conta à sua tag.

### Tipo de acesso

**Acesso completo:** Pode acompanhar conversões utilizando os domínios na Insight Tag. Também pode conceder ou remover o acesso à tag.

**Apenas utilização:** Pode acompanhar conversões utilizando a tag, mas não pode conceder ou remover acesso à tag.

Manage Insight Tag permissions ×

What account do you want to add?

Account URL

E.g.

Access type ?

▼

☆ Para conceder acesso à tag, insira a **URL da conta de publicidade** e selecione o tipo de acesso. Clique em **Adicionar conta** ao concluir.

