LinkedIn

Mídia Kit

Por que anunciar no LinkedIn?

+ de **29 milhões** de usuários no Brasil[1]

+ de **61%** da audiência **mobile**[2]

Média de **30 minutos** por visitante[3]

Audiência

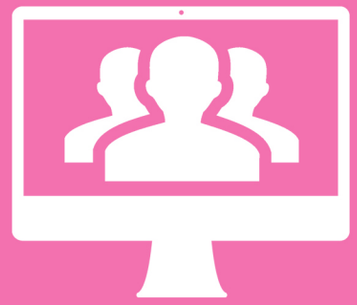
Masculino **49.6% .vs. 50.4%** Feminino[4]
69.9% têm de **18 a 44 anos**[5]

+ de **4.4 milhões** de Gerentes+[6]
+ de **2.9 milhões** de estudantes[7]

+ de 1.5 milhões de profissionais Mass Affluent[8]
+ de 2.1 milhões de profissionais no Comitê de TI[9]
+ de 1.7 milhões de Viajantes a negócio[10]

[1, 2]Fonte: Dados internos LinkedIn Abril 2017
[3, 4, 5]Fonte: comscore Brasil - Abril 2017
[6, 7]Fonte: dados internos LinkedIn - junho 2017
[8]Fonte: dados internos LinkedIn junho 2017 - nº de profissionais que tem entre R$100mil e R$800mil em ativos líquidos excluindo imóveis
[9]Fonte: dados internos LinkedIn junho 2017 - o Comitê de TI é formado por profissionais multifuncionais (marketing, TI, finanças, etc) que tomam decisões de compra sobre produtos e serviços de TI
[10]Fonte: dados internos LinkedIn junho 2017 - profissionais que demonstraram interesse ou comportamento online relacionados a viagem

Por que anunciar no LinkedIn?



Publicações com conteúdo são

15vezes

mais frequentes do que publicações com vagas[1]

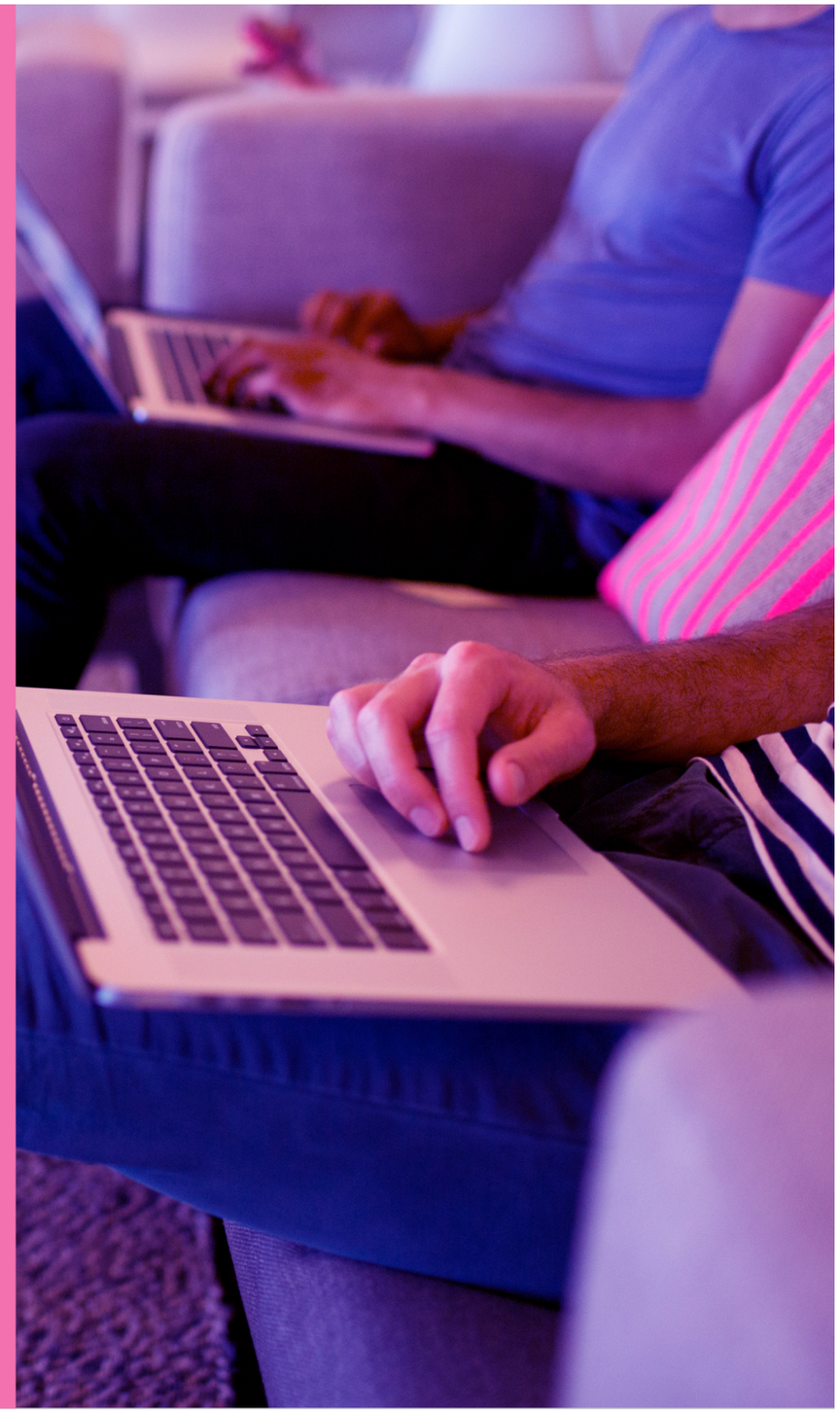
94% dos profissionais de marketing B2B utilizam o LinkedIn para distribuir conteúdo[2]

43% de crescimento no total de minutos que os usuários estão navegando[3]

59% de aumento na média de minutos navegados por visitante[4]

142% de crescimento na média de visitas por visitante[5]

[1]Fonte: dados internos LinkedIn 2016
[2]Fonte: B2B Content Marketing, 2016 Benchmarks, Content Marketing Institute/MarketingProfs
[3, 4, 5]Fonte: comscore - comparação entre abril 2016 a abril 2017.



Poderosos recursos de segmentação

Você pode encontrar seu público-alvo* dentro da maior rede social profissional por **demografia**, por **segmentos especiais** e/ou por **combinação de dados**:

Localidade	São Paulo, Brasil
Instituição de ensino	Fundação Getúlio Vargas
Áreas de estudo	Economia
Empresa	LinkedIn
Tamanho da empresa	+ de 10.001 funcionários
Setor	Internet
Função	Financeiro
Nível de experiência	Gerente
Habilidades	Relatórios financeiros, contabilidade
Segmentos especiais	Viajantes a negócio, Mass Affluent

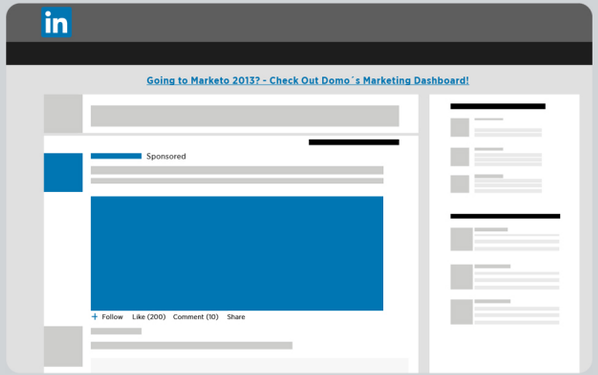
Além das segmentações disponíveis no Gerenciador de Campanhas, você pode criar um público-alvo com base nas pessoas que visitaram o seu site com **Retargeting**, carregar uma **lista de contas** (Account Based Marketing) ou uma **lista de emails.**

*Os filtros de segmentação podem variar de acordo com o formato ou solução.

Nossos formatos

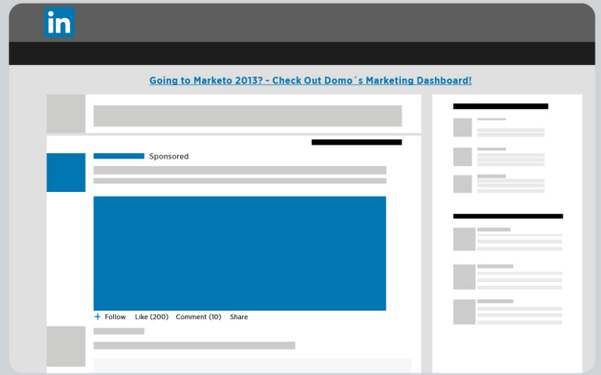
Utilize um ou mais formatos combinados para impulsionar o desempenho de suas campanhas de marketing:

Sponsored Content



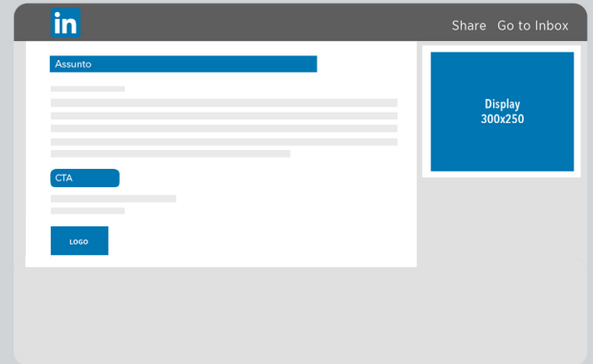
* Conteúdo nativo direto no feed do usuário
* Entregue em desktop, tablet e smartphone
* Esse formato é ideal para quem quer divulgar a marca (awareness), gerar leads e construir relacionamentos com o público-alvo através de conteúdo

Direct Sponsored Content



* Similar ao Sponsored Content, este formato auxilia nos testes de conteúdo pois fica oculto na Company Page
* Conteúdo nativo direto no feed do usuário
* Entregue em desktop, tablet e smartphone
* Esse formato é ideal para quem quer divulgar a marca (awareness), gerar leads e construir relacionamentos com o público-alvo através de conteúdo

Sponsored InMail



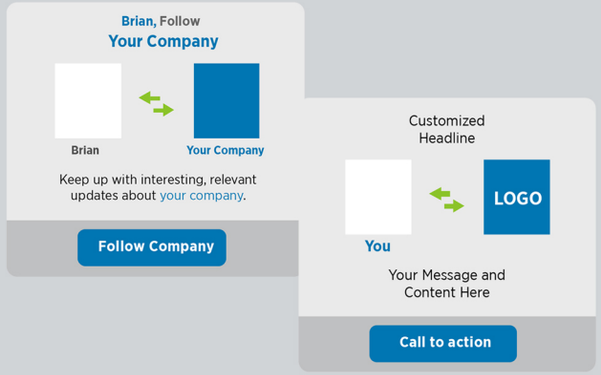
* Mensagem direta na caixa de entrada do usuário
* Entregue em desktop, tablet e smartphone
* Esse formato é ideal para quem quer gerar leads com segmentações específicas
* A mensagem é enviada quando o usuário já está navegando no LinkedIn e só é possivel impactá-lo a cada 60 dias

Consulte: *adspecs.liasset.com* para mais especificações técnicas.

Nossos formatos

Utilize um ou mais formatos combinados para impulsionar o desempenho de suas campanhas de marketing:

Dynamic Ads



* Tamanhos suportados: 300x250, 160x600 (IAB standard)
* Dynamic Ads serão entregue dentro do LinkedIn.com - apenas em desktop
* Esse formato é ideal para quem quer personalizar o anúncio Display de acordo com a audiência.
* Temos duas possibilidades: conquistar novos seguidores para Company Page ou com call-to-action editável.
* Conhecido também por ser um anúncio nativo

Text Ads

* Tamanhos suportados: anúncio em texto
* Text Ads serão entregues dentro do LinkedIn.com - apenas em desktop
* Esse formato é ideal para quem quer divulgar a marca dentro do LinkedIn (awareness)

Consulte: *adspecs.liasset.com* para mais especificações técnicas.

Display Ads

O Display Ads do LinkedIn será entregue apenas através de compra Programática.

Display Ads

* Tamanhos suportados: 300x250
* Display Ads serão entregue dentro do LinkedIn.com - apenas em desktop
* Esse formato é ideal para quem quer divulgar a marca dentro do LinkedIn (awareness)

Para divulgar sua marca com Display Ads, você pode entrar em contato conosco pelo email *marketingbrasil@linkedin.com* com seu pedido.

O inventário do LinkedIn está disponível pela AppNexus.

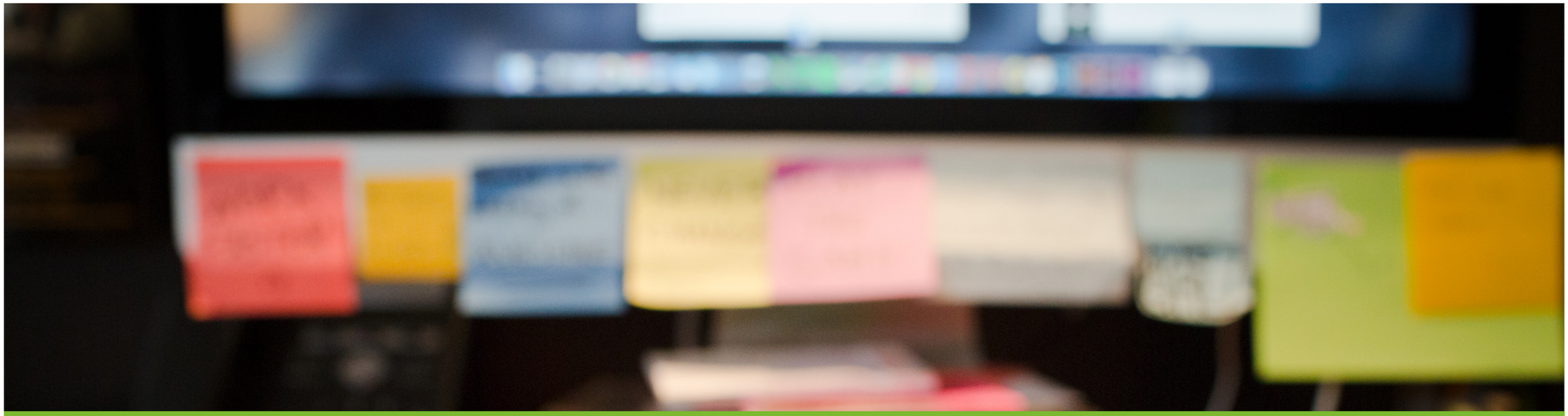
Veja as opções de segmentação possíveis na página 09 deste kit.

Como anunciar

Soluções de Marketing - Corporativo

Peça ao time do LinkedIn uma proposta e tenha suas campanhas gerenciadas pelo nosso time.
(para campanhas com investimento mínimo de R$15mil e pagamento com fatura)

1. Monte seu briefing (nome e indústria do cliente, target da campanha, período de veículação, orçamento)
2. Envie para: marketingbrasil@linkedin.com
3. Nós iremos encaminhar para o Account Executive responsável e entraremos em contato
4. Aguarde a primeira versão da proposta com indicação de formatos, levantamento de inventário e precificação
5. Aprove ou peça mudanças se necessário
6. Envie todas as peças criativas para o seu Account Manager com 2 dias de antecedência da data de lançamento
7. A campanha estará pronta para iniciar!



Como anunciar

Self-service

Crie e gerencie você mesmo suas campanhas dentro do LinkedIn sem investimento mínimo necessário.
(pagamento apenas no cartão de crédito)

1. Crie uma business account em linkedin.com/ads e insira suas informações de pagamento.
2. Selecione o tipo de campanha - Text Ads, Sponsored Content, Direct Sponsored Content ou Sponsored InMail
3. Crie o conteúdo e/ou o anúncio de acordo com seus objetivos
4. Segmente seu público-alvo dentro dos filtros disponíveis
5. Defina seu orçamento total, diário e o valor do seu lance para cada campanha
6. A campanha estará pronta para iniciar!
7. Acompanhe os resultados, métricas e otimize a performance.

Opções de Segmentação para Display Ads

Compra programática

Bring Your Own Data[1]

Run of Professionals (rotativo sem segmentação)

Nível de Experiência

Junior & Senior IC (colaboradores individuais)
Gerentes+
Gerentes+ (só PME)
Gerentes+ (não PME)

Personas

Mass Affluent
Estudantes
Graduados sem Pós-Graduação
Viajantes a negócio
Mudança de Carreira
Expatriados EUA

Cargos

Empreendedores
Gerente de Eventos
Consultor Financeiro
Trader Financeiro
Gerente de Frotas
Profissional de TI
Profissional Financeiro
Profissional de Marketing
Profissional de Criação
Profissional de Mídia
Profissional de Recursos Humanos
Profissional de Educação
Profissional de Saúde
Profissional de Construção
Profissional do Terceiro Setor
Profissional de Aviação

Tamanho da Empresa

Pequenas e Médias empresas
Empresa pequenas

O LinkedIn possui centenas de opções de segmentações agrupados por indústria, função, nível de senioridade, tamanho de empresa entre outros. Consulte um Account Executive para mais informações.
[1]Você pode combinar uma lista própria com a base de usuários do LinkedIn - sem segmentação.
- Essa tabela é uma tabela consultiva e as segmentações podem sofrer alterações de acordo com disponibilidade.
- Válido apenas para audiência brasileira.
- Nos reservamos o direito de alterar a tabela de segmentações sem aviso prévio.
- Nos reservamos o direito de revisar o plano de mídia final.
- Nos reservamos o discernimento final na interpretação desta tabela. Caso tenha dúvida, entre em contato com o Account Executive.

Vamos
começar?
LINUS
RALEIGH