

5 etapas para *seguir em frente*

LinkedIn





Introdução

Enquanto nos adaptamos a este novo mundo e pensamos em maneiras de seguir em frente, o LinkedIn criou este guia para ajudar você a navegar pelos conteúdos que criamos. Este guia tem como objetivo orientá-lo passo a passo para entender a situação atual da sua empresa, como se preparar, a melhor maneira de se comunicar com executivos e como começar a pensar sobre o marketing futuro. O LinkedIn está aqui para ajudar os profissionais de marketing a entender o mercado da melhor maneira possível com os dados que temos. Esperamos que este guia ajude você a aproveitar todos os conteúdos que disponibilizamos enquanto trabalhamos juntos em direção ao futuro.



Etapa 1

Estabeleça e comunique seu propósito

As organizações e os profissionais de marketing B2B estão operando em um tempo sem precedentes. Embora a situação esteja em constante evolução, acreditamos que o primeiro passo para avançar é esclarecer e comunicar o **propósito da sua marca**. O marketing tem um papel fundamental para ajudar as empresas a se concentrarem em como elas podem apoiar funcionários, clientes e acionistas.

Reafirmar o propósito da marca criará os **princípios orientadores** que guiarão todas as decisões e comunicações:

- Leia o relatório “[Trust in a Time of Uncertainty \(Confiança em tempos de incerteza\)](#)”, (em inglês) da Edelman e do LinkedIn, com considerações, dados e exemplos para ajudar os profissionais de marketing e líderes a definir a estratégia e o propósito de marca nestes tempos difíceis.
- Veja como Mel Selcher, CMO do LinkedIn, comunicou os [princípios orientadores do LinkedIn](#) externamente (em inglês).

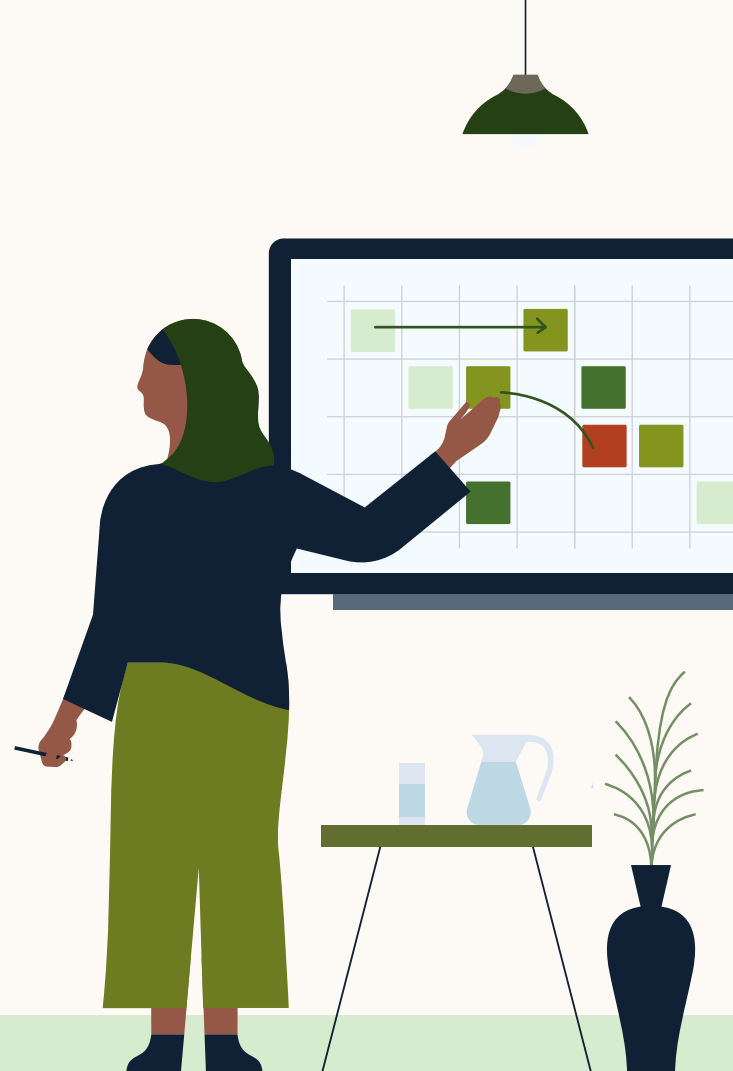


Etapa 2 Priorize e planeje

Com um plano de operação, a empresa poderá **priorizar e se preparar** para enfrentar os desafios atuais e futuros. O marketing tem uma posição privilegiada para fornecer informações em tempo real à organização, como mudanças nos padrões de demanda, sentimento do cliente, respostas dos concorrentes e situação econômica geral.

Com mais de 690 milhões de usuários, o LinkedIn pode fornecer aos profissionais de marketing **insights baseados em dados** para ajudar as empresas a priorizar e desenvolver planos de negócios e de marketing, a fim de atender às necessidades atuais e em evolução dos seus clientes, bem como identificar novas oportunidades, modelos de negócios e parcerias que surgirão com esta crise.

- Seu representante do LinkedIn pode ajudar você a entender as informações mais recentes sobre as [conversas acontecendo na plataforma](#) (em inglês)
- Leia o artigo (em inglês) "[How Marketers can start to Prepare for the way Forward](#)" (Como os profissionais de marketing podem começar a se preparar para o futuro) de Michel Betz, sócio da McKinsey



Etapa 3 Prepare-se e alinhe-se

Durante as mudanças de prioridades e planos, é importante garantir que a equipe de marketing esteja pronta para o desafio, além de ter as competências e o mindset certos. O LinkedIn está aqui para ajudar os profissionais de marketing a enfrentar a evolução no mundo do trabalho com informações e recursos.

- Saiba como ser produtivo e ficar conectado com [16 cursos on-line gratuitos do LinkedIn Learning](#)
- Explore nossa [Central de Recursos](#) para ver dicas e práticas relacionadas a como trabalhar e se comunicar de novas maneiras

Neste estágio, é essencial que as diferentes funções em toda a organização se reúnam para definir

metas de recuperação de curto e longo prazo e formem parcerias a fim de alcançá-las. A necessidade de alinhamento entre vendas e marketing sempre foi conhecida, mas agora é fundamental que os líderes de vendas estejam em sintonia sobre como o marketing apoiará os negócios neste momento.

Os líderes de marketing precisam estar alinhados com seus parceiros executivos e de finanças. Muitas empresas tendem a reduzir ao mínimo os custos de marketing e publicidade. No entanto, essa é uma abordagem de curto prazo, e a análise do desempenho de marcas em recessões passadas aponta para a importância do investimento contínuo na marca para que as empresas possam se recuperar ao final da crise.

- Leia a publicação (em inglês) [“Advertising in a Recession - long, Short, or Dark?” \(Publicidade em uma recessão\)](#), de Peter Field, para defender o investimento em marketing ao conversar com executivos
- Leia a [explicação de Fran Cassidy, do B2Bi, sobre como comunicar seu plano para o financeiro \(em inglês\)](#)



Etapa 4

Defina sua estratégia de comunicação

Após estabelecer o propósito e entender os fundamentos da sua equipe e do alinhamento, é preciso definir sua estratégia de comunicação. Sua equipe precisará definir de maneira clara o que será dito, quando e de que maneira.

É importante usar o tom certo, adequado ao momento, sem perder a consistência com os seus fundamentos. Estes guias ajudarão você a entender como as marcas e os executivos estão se comunicando com seus públicos de maneira autêntica.

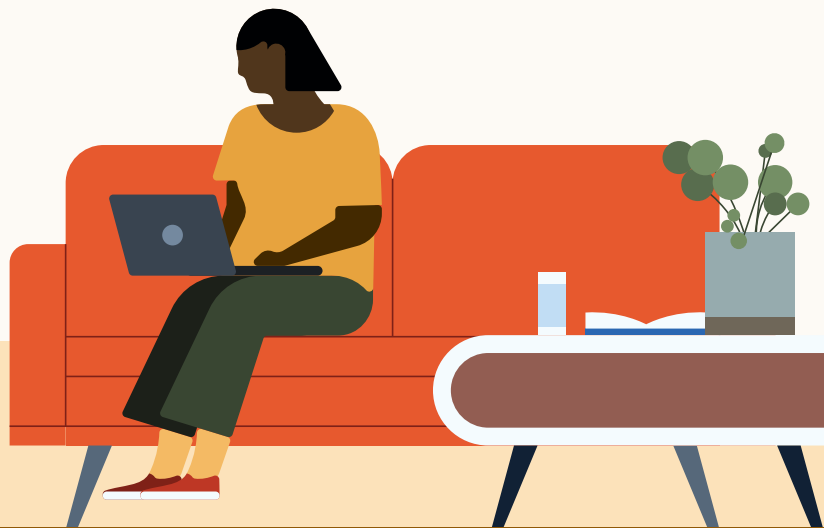
- Leia a [pesquisa de Orlando Wood sobre os tipos de conteúdo que funcionam melhor nos dias atuais \(em inglês\)](#)
- Consulte nosso guia (em inglês) [Trust in a Time of Uncertainty \(Confiança em tempos de incerteza\)](#)



Etapa 5 Ative e amplifique

O LinkedIn é um recurso valioso para divulgar seus conteúdos de maneira orgânica e paga. Estamos aqui para ajudar você a mapear suas metas de marketing em todo o funil da marca e a utilizar o LinkedIn para divulgar sua mensagem e interagir com o público. Desenvolvemos diversos recursos para entender como alinhar melhor suas metas às soluções de marketing do LinkedIn.

- Veja na próxima página como o LinkedIn pode ajudar com base em novas metas de marketing.



Categoria	Necessidade	Soluções de produtos do LinkedIn	
Necessidades de produtividade	Conecte-se com os funcionários	Grupos Recurso de reconhecimento	Convites de conexão Notificações a funcionários
	Forneça oportunidades de aprendizado	LinkedIn Learning	
Criação de comunidades	Mantenha contato com os clientes	LinkedIn Live Publicações de vídeo orgânicas Publicações e atualizações #hashtags	@menções Convites para seguir Matched Audiences
Liderança inovadora	Demonstração de liderança executiva	Artigos	Anúncios em vídeo
	Distribuição de recursos úteis	LinkedIn Pages Sponsored Content	Anúncios em conversa

Categoria	Necessidade	Soluções de produtos do LinkedIn	
Eventos	Organização de eventos virtuais	LinkedIn Live	LinkedIn Events
	Divulgação de eventos virtuais	Sponsored Content Anúncios em conversa	Formulários de geração de leads
Planejamento e continuidade dos negócios	Segmente os públicos certos	Segmentação	LinkedIn Audience Network
	Compartilhe atualizações oportunas	LinkedIn Pages LinkedIn Live Sponsored Content	Anúncios em mensagem Anúncios em conversa
	Divulgue os seus negócios	Sponsored Content Anúncios em vídeo Anúncios em mensagem	Anúncios em conversa Formulários de geração de leads



Conclusão

Parece que tudo muda a cada dia e semana que passa. Por isso, reunimos nossos recursos neste guia para ajudar você a enfrentar essas mudanças da melhor maneira possível. O LinkedIn está comprometido em trabalhar com o mundo profissional para promover a continuidade dos negócios. Estamos aqui para disponibilizar aos profissionais de marketing dicas dos maiores especialistas e dados repletos de insights para ajudar a fundamentar suas decisões de planejamento futuro.

Crie um plano de ativação impactante definindo seu propósito, depois planeje e priorize, enquanto promove o alinhamento com sua estratégia.

[#JuntosNessa](#)

