



Bem vindo ao novo Gerenciador de Campanhas



Apresentadora



Kiara Sauer
Client Solutions Manager

Escolher o seu objetivo vai simplificar a sua configuração de campanha e otimizar a entrega.

Configuração mais fácil

Criação de campanha simplificada de acordo com o seu objetivo

Mensuração otimizada

Acompanhe os principais resultados baseado nos seus objetivos

Melhores resultados

Pague pela performance. Alcance o público certo no momento ideal.

EM BREVE

Nova experiência do Gerenciador de campanhas

Botão “Voltar”

De uma nova versão para sua campanha, você pode voltar para a lista de campanhas. Definir seu objetivo nos ajuda a otimizar sua campanha (otimização por custo em breve!)

O acompanhamento de conversões está integrado no fluxo de criação da campanha

The screenshot shows the 'Gerenciador de Campanhas' interface. At the top, there's a navigation bar with 'GERENCIADOR' on the left, 'Demo LATAM' and 'Conta de publicidade' on the right, and a 'Beta' badge with 'Prefere como era antes? Voltar | Deixar feedback' below it. The main content area is titled 'Campanha 1 NOME' with a back arrow and an edit icon. Below this, 'Etapa 1 Configurar campanha' is shown with a list of steps: 'Seleção de objetivo', 'Público', 'Formato', 'Posicionamento', and 'Orçamento e agendamento'. The 'Seleção de objetivo' step is active, displaying a modal window with the heading 'Objetivo ?' and the text 'Vamos começar! Selecione o objetivo mais adequado às suas metas abaixo. Alguns objetivos e formatos de anúncios ainda não estão disponíveis na versão beta.' The modal contains three columns: 'Conhecimento' (with 'Conhecimento da marca ?'), 'Consideração' (with 'Visitas ao site', 'Engajamento', and 'Visualizações de vídeo'), and 'Conversões' (with 'Geração de leads', 'Conversões do site ?', and 'Candidatos a vagas ?'). At the bottom of the modal is a 'Salvar e continuar' button. The background interface also shows a 'Privacidade' dropdown at the bottom.

Acompanhamento de conversões

Salvar e continuar

Todas as suas campanhas ficam no modo rascunho até você “Salvar e continuar”

Nova experiência do Gerenciador de campanhas

Se você não adicionar um **nome de campanha**, a plataforma escolherá um nome para você

Clique no ícone de configuração para escolher a **rotação de anúncios** entre “Otimizar para desempenho” ou “Alternar igualmente”

Sua campanha **está salva** quando você chegar na Etapa 2

The screenshot displays the 'Gerenciador de Campanhas' interface. At the top, it shows 'Campanha 1' and 'Untitled Campaign'. A 'Beta' badge is present with options to 'Preferir como era antes?' and 'Deixar feedback'. The left sidebar lists configuration steps: 'Configurar campanha', 'Selecionar objetivo', 'Formato de anúncio', 'Posicionamento', 'Orçamento e agendamento', and 'Acompanhamento de desempenho'. The main area is titled 'Anúncios nesta campanha' and features a 'Pesquisar' button. A modal window titled 'Opções de rotação de anúncios' is open, showing two options: 'Otimizar para desempenho (recomendado)' and 'Alternar anúncios igualmente'. To the right, a 'Lançar campanha' button is highlighted. Below it, a 'Resultados previstos' panel displays: 'Tamanho do público-alvo: 36.000.000+', 'Investimento em 30 dias: BRL5.820,00 - BRL18.000,00', 'Impressões em 30 dias: 604.000 - 3.596.000', and 'CTR: 0,020% - 0,030%'. A note at the bottom states: 'Observação: resultados previstos são uma estimativa, e não garantem o desempenho real da campanha. Saiba mais sobre como fazemos a previsão dos resultados'.

Botão “**Lançar campanha**”
NOVA previsão de resultados mostra uma estimativa baseado nas suas escolhas de segmentação e orçamento

Objetivos de marketing em todo o funil

CONHECIMENTO

- Conhecimento da marca
“Eu quero que as pessoas aprendam sobre o meu negócio.”

CONSIDERAÇÃO

- Visitas ao site
“Eu quero que as pessoas visitem uma página de destino do meu site.”
- Engajamento
“Eu quero que as pessoas interajam com as minhas publicações.”
- Visualizações de vídeo
“Eu quero que mais pessoas assistam aos meus vídeos.”

CONVERSÕES

- Conversões do site
“Eu quero gerar conversões para o meu site.”
- Geração de leads
“Eu quero obter mais leads de qualidade no LinkedIn.”

Objetivos e formatos (parte 1)

	Formato de anúncio	Observações
Conhecimento de marca 	Sponsored Content (imagem única, imagens em carrossel, vídeo), Text Ads (texto), Dynamic Ads (em destaque, para seguidores, de vaga)	Para campanhas baseadas em impressão (CPM) . Utilize “Visitas ao site” e o lance automático até que esse objetivo esteja disponível.
Visitas ao site	Sponsored Content (imagem única, imagens em carrossel, vídeo), Text Ads (texto), Dynamic Ads (em destaque, para seguidores, de vaga) e Sponsored InMail (mensagem)	
Visualizações de vídeo	Anúncio em vídeo	Permite que você dê um lance por CPV
Engajamento	Sponsored Content (imagem única, imagens em carrossel, vídeo)	Ações sociais no LinkedIn assim como cliques nos anúncios. Todos os anúncios devem ter um botão para seguir a empresa .

Objetivos e formatos (parte 2)

	Formato de anúncio	Observações
Conversões do site 	Sponsored Content (imagem única, imagens em carrossel, vídeo), Text Ads (texto), Dynamic Ads (em destaque), Sponsored InMail (mensagem)	Utilize “ Visitas ao site ” e o lance automático até que esse objetivo esteja disponível.
Geração de Leads	Sponsored Content (imagem única, imagens em carrossel, vídeo), Dynamic Ads (download), Sponsored InMail (mensagem)	Todos os formatos devem utilizar o Formulário de Geração de Leads

Definição de segmentação mais organizada e intuitiva

Agora utilize a pesquisa global para procurar os critérios de segmentação

Configuração mais fácil e intuitiva para filtros avançados

Localidades Localidade recente ou permanente ▼ ⓘ

INCLUIR

✓ Brasil + Adicionar localidades

Excluir pessoas em outras localidades

Comece a criar seu público pesquisando ou procurando pessoas que correspondam a um ou mais desses critérios

Q Pesquisar

Atributos do público
Adicione critérios de segmentação, como experiência profissional, setor ou competências

Matched Audiences
Utilize seus dados para fazer retargeting dos visitantes do site ou procurar contatos e contas conhecidos

Saiba mais sobre os critérios de segmentação

- Empresa
- Dados demográficos
- Formação
- Experiência profissional
- Interesses

Os filtros estão organizados por grupos em uma nova lista detalhada

Os filtros de segmentação estão divididos em 5 grupos

Empresa

- Nome de empresa
- Conexões de empresa
- Seguidores de empresa
- Setor da empresa
- Tamanho da empresa

Dados demográficos

- Gênero
- Idade

Formação

- Diploma
- Áreas de estudo
- Instituições de estudo

Experiência profissional

- **Cargo**
- Função
- Nível de experiência
- Anos de experiência
- Competências do usuário

Interesse

- Grupos do usuário
- **Interesses do usuário**

Novo painel de resultados previstos

The screenshot displays a campaign configuration interface. On the left, there are sections for 'Localidades' (with 'Brasil' selected) and 'Funções' (with 'Marketing' selected). On the right, a 'Resultados previstos' panel is highlighted with an orange box, showing metrics for a 30-day period: 'Tamanho do público-alvo' (260.000+), 'Investimento em 30 dias' (BRL540,00 - BRL1.800,00), 'Impressões em 30 dias' (54.000 - 330.000), and 'CTR' (0,019% - 0,029%). Below these metrics is a note about the predictive nature of the results and a feedback question: 'Esta previsão foi útil? Sim Não'.

Os resultados previstos são baseados nas suas escolhas durante a configuração da campanha e os resultados para públicos-alvo similares

Verifique o painel de resultados previstos apenas depois de preencher todas as informações de orçamento e lance. Os resultados variam de acordo com suas opções.

Tipos de lance para publicidade baseada por objetivo

	Lance automático	Lance máximo (manual)
Utilização	Otimiza o resultado enquanto aproveita ao máximo o orçamento diário	Quando você quiser mais controle e tem um lance aproximado para seguir
Prós	<ul style="list-style-type: none">• Melhor entrega do orçamento / escala na campanha• Sem gerenciamento do lance• Mais resultados	<ul style="list-style-type: none">• Controle maior sobre o investimento• Não será cobrado mais do que o lance máximo
Contras	<ul style="list-style-type: none">• Menor controle• Potencial para ultrapassar a entrega	<ul style="list-style-type: none">• Ajuste manual do lance• Provavelmente perde alguns leilões (se o lance for muito baixo)

Acompanhamento de conversões

O QUE MUDA: agora existe uma sessão dedicada e não mais o módulo na página de lance e orçamento. Você pode criar uma nova conversão ou atribuir uma conversão existente.

VERSÃO CLÁSSICA

Acompanhamento de conversões (opcional) ?

Mensure as conversões dos seus anúncios no LinkedIn.

[Selecionar conversões](#)

Selecionar conversões		
Pesquisar por nome ou palavra-chave		
Gerenciar conversões		Criar nova conversão
<input type="checkbox"/>	Whitepaper Download	Não verificada 13 de setembro de 2018
<input type="checkbox"/>	Tipsfor_Student leads	Ativa 16 de novembro de 2017
<input type="checkbox"/>	Thank you page Lilian	Não verificada 16 de novembro de 2017

O acompanhamento de conversões fazia parte da página de “Orçamento”

NOVO

Acompanhamento de conversões (opcional) ?

Avalie as ações que os visitantes tomam no seu site após verem ou clicarem no seu anúncio no LinkedIn.

[+ Adicionar conversões](#)

Criar conversão

Dê um nome para a conversão

Página de agradecimento

77

1. Insira suas configurações

Selecione o tipo que melhor descreve a ação a ser completada pelos visitantes do seu site

Cadastro

Faça uma estimativa de quanto a conversão vale para seu negócio e avalie o retorno sobre o investimento (opcional)

BRL

Defina o prazo depois da visualização ou do clique em que uma conversão deve ser contada.

Cliques

30 dias

Visualizações

7 dias

Como criar uma Insight Tag

O QUE MUDA: a Insight Tag pode ser gerada depois de criar uma conversão no site. Não precisa criar ou permitir uma Insight Tag antes de adicionar essa conversão.

VERSÃO CLÁSSICA

NOVO

GERENCIADOR DE CAMPANHAS

DESEMPENHO DA CAMPANHA DADOS DEMONSTRATIVOS DO SITE MATERIAIS DA CONTA

Compartilhamento do site

Instalar Insight Tag

Vincule Use seu site para o cam Para começar, i Saiba co

Selecione como instalar a tag

Instalei a tag eu mesmo
Obtenha o código da tag para adicionar ao seu site

Cole o código da Insight Tag abaixo no rodapé global do seu site, logo como da tag final de HTML, <body>. Ao adicionar a tag ao rodapé global, será possível acompanhar conversões ou fazer o retargeting dos visitantes de qualquer página do seu site.

```
<script type="text/javascript">
  _linkedin_partner_id = "83423";
  window._linkedin_data_partner_id = window._linkedin_data_partner_id || [];
  window._linkedin_data_partner_id.push(_linkedin_partner_id);
</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.ltda.com/li-ma-analytics/insight-min.js";
  s.parentNode.insertBefore(b, s);})();
</script>
<script>
</script>

</script>
```

Envie a tag ao desenvolvedor
Envie a tag à sua equipe de entrada com estas instruções para a instalação

Usarei um gerenciador de tags
Adicione a tag sem alterar o código do seu site

Terminar

Domínio → Insight Tag

2. Define how you would like to track your conversion

- Use my site-wide Insight Tag (recommended)
- Place a pixel to track a non page load event

Count conversions from people who visit any of the following pages:

Visit Visits to pages that start with this URL

Enter a URL

Add URLs +

DICA: Se o seu cliente já tem uma Insight Tag, lembre-se de obter as permissões necessárias na conta principal (a não ser que você crie uma na nova campanha).

Configuração do anúncio

A URL de destino tem uma sessão única sem que você precise adicionar no texto introdutório.

Criar conteúdo

Dê um nome para este anúncio (opcional)

Mídia Kit _ Teste A 236

Texto introdutório

Quer saber mais sobre as soluções de marketing e publicidade do LinkedIn? Leia agora nosso mídia kit. 499

URL de destino

<https://business.linkedin.com/pt-br/marketing-solutions/dicas-e-insights/lin>

O título e a imagem do anúncio serão tirados desta URL.

Compartilhamento de artigo

Imagem do anúncio

social share.jpg X

Título

Mídia Kit LinkedIn 182

Descrição

Conheça as Soluções de Marketing do LinkedIn e anuncie na maior rede profissional do mundo. 209

Cancelar Adicionar à campanha  **Criar**

Pré-visualização

Computador Dispositivos móveis

Demo LATAM
999 seguidores
Promoted

Quer saber mais sobre as soluções de marketing e publicidade do LinkedIn? Leia agora nosso mídia kit.



Mídia Kit LinkedIn
business.linkedin.com



A Pré-visualização te mostra exatamente como o seu anúncio vai aparecer.

Esse recurso está disponível para Text Ads e Sponsored Content (imagem única).



Cronograma de funcionalidades

Relatório por objetivo

- Navegação mais simples
- Funcionalidade de pesquisa
- Análises mais robustas

(2018)



Criação de campanha por objetivo

- Configuração otimizada
- Criação de campanha por objetivo será o padrão a partir do final de fevereiro

(início 2019)



Otimização de preço baseada no objetivo

- Conhecimento de marca e Conversões do site
- Preço por clique de destino para Conversões do site e Visitas ao site

(final 2019)





Obrigada!

