



# Publicações orgânicas e patrocinadas

Aumente o potencial da sua marca no LinkedIn





# AGENDA

1

Introdução ao LinkedIn

2

Construa uma presença orgânica atraente

3

Aumente seu alcance e engajamento com conteúdo patrocinado

4

Analise, aprenda e otimize para gerar mais impacto

# O engajamento no LinkedIn cresce sem parar

Número de usuários que interagem com o feed do LinkedIn cresce mais de

50%

a cada ano

Milhões de profissionais criam mais de

130 mil

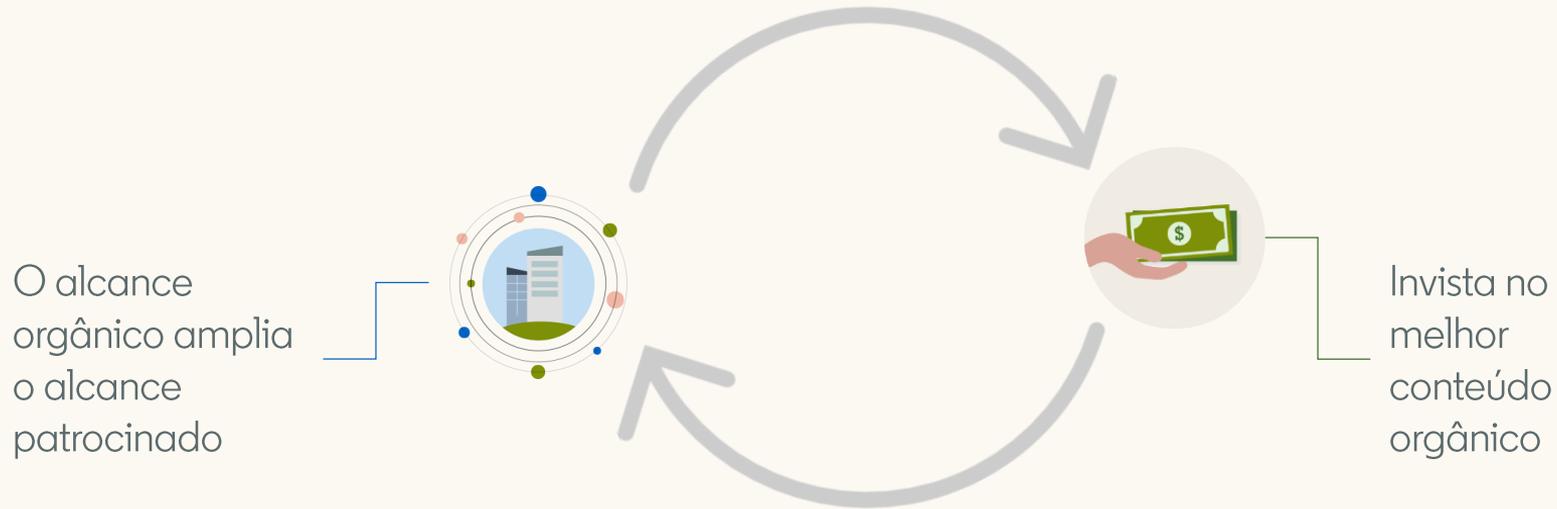
artigos a cada semana

# A maior comunidade global de profissionais



# Os profissionais engajam com propósito e conteúdo

Quanto maior for seu alcance orgânico, mais ele poderá ampliar seus esforços patrocinados.



# É os usuários confiam no conteúdo que consomem no LinkedIn

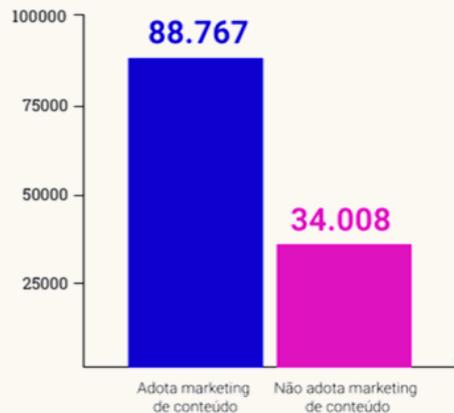
Rank	Geral		Segurança		Legitimidade		Comunidade		Experiência do usuário		Shareability		Relevância
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2018
1													
2													
3													
4													
5		 			 								
6													

# Conteúdo funciona

## Pesquisa Content Trends 2018 - RockContent

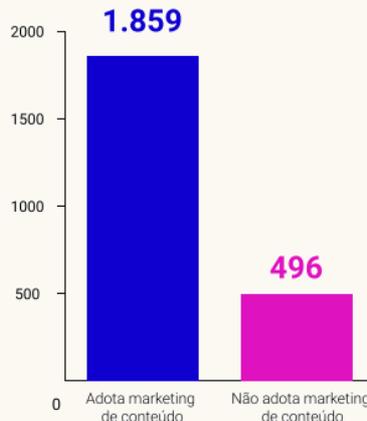
*“Ter um planejamento bem definido é essencial para poder calcular um orçamento adequado à realidade de sua empresa e que, claro, gere resultados” - Rock Content*

**ADOÇÃO DE MARKETING DE CONTEÚDO E MÉDIA DE VISITAS**



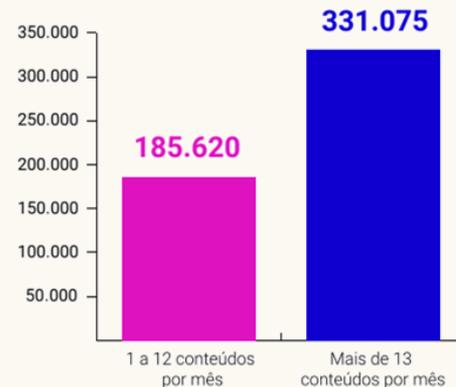
2.6x mais visitantes

**ADOÇÃO DE MARKETING DE CONTEÚDO E MÉDIA DE LEADS**



3.7x mais leads

**MÉDIA DE VISITAS POR VOLUME MENSAL DE PUBLICAÇÃO**



1.8x maior

# Desenvolva uma estratégia que integra publicações orgânicas e patrocinadas no LinkedIn seguindo 3 simples etapas



## 1ª ETAPA

Construa uma presença orgânica atraente



## 2ª ETAPA

Aumente seu alcance e engajamento com conteúdo patrocinado



## 3ª ETAPA

Analise, aprenda e otimize para gerar mais impacto



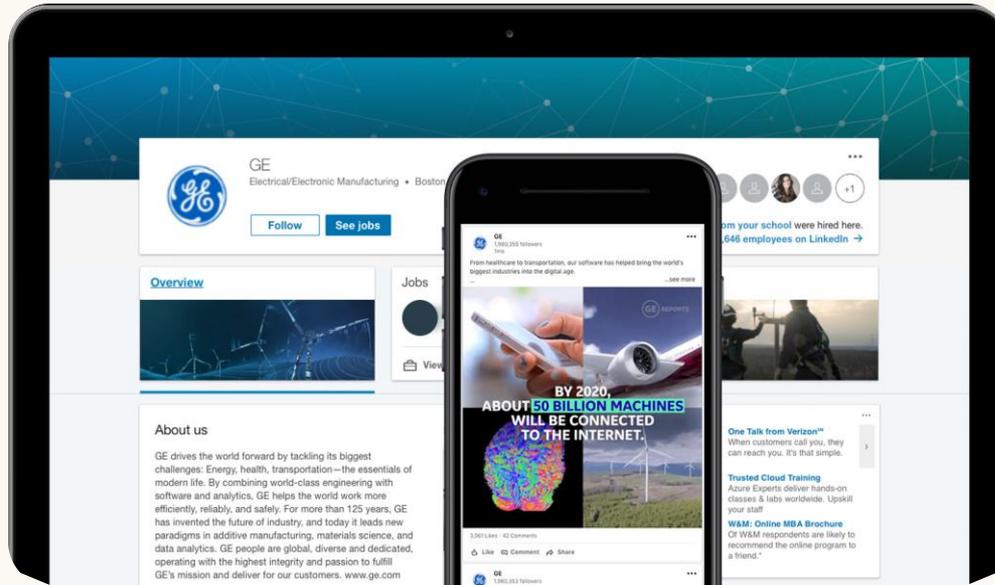
## 1ª ETAPA

Construa uma  
presença orgânica  
atraente

# Adote uma abordagem “always-on”

As empresas que interagem nas redes sociais têm **40% mais chances** de serem vistas como competitivas do que as empresas que não interagem

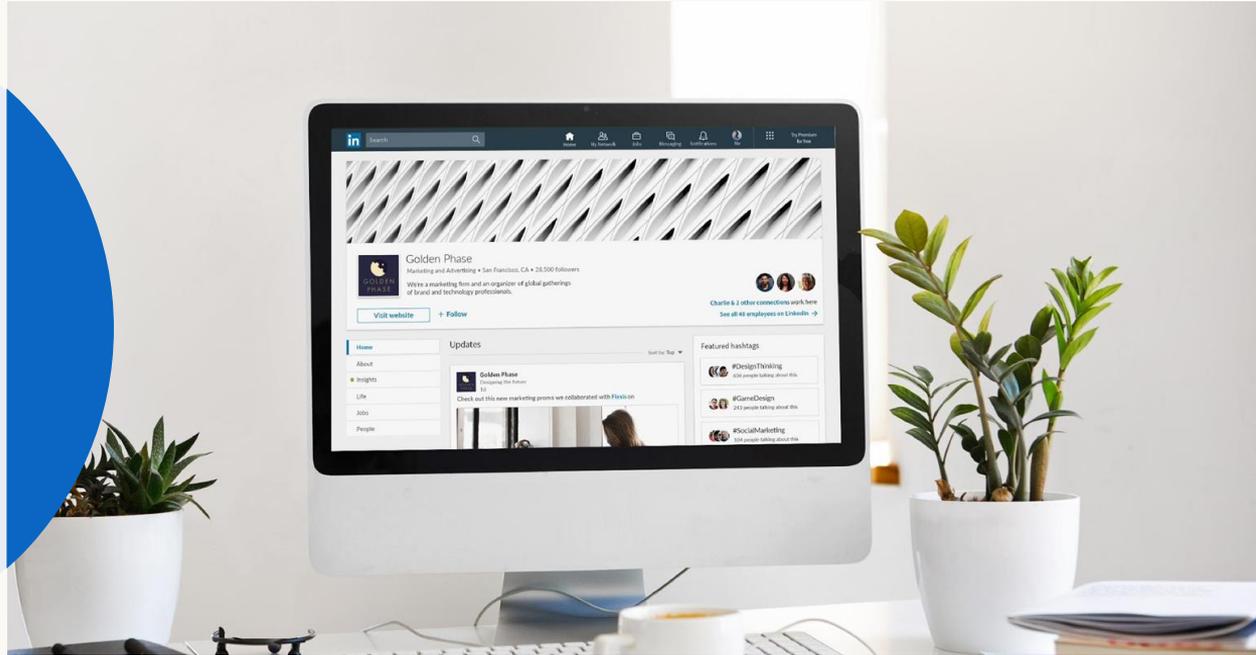
A equipe de marketing da GE publica conteúdo relevante e interessante periodicamente, gerando engajamento do público da empresa.



Preste atenção para a **descrição, nome, imagens de capa e links**, para deixar claro o objetivo de sua Page a potenciais e atuais clientes.



# LinkedIn Pages

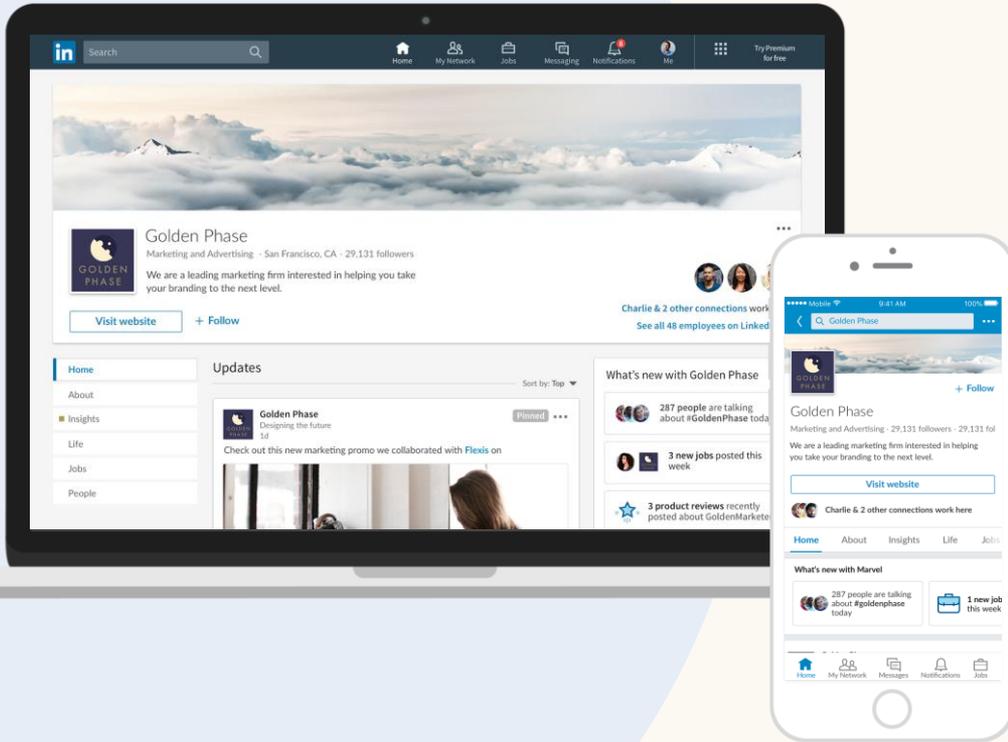




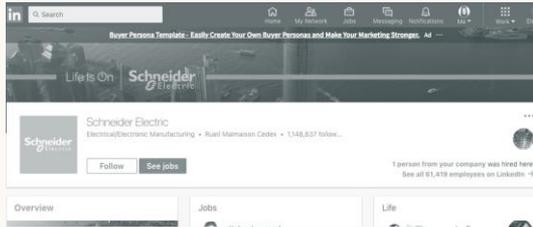
# LinkedIn Pages

Empresas com Pages completas e ativas têm mais sucesso na conquista de seus objetivos

- 5x mais visualizações da página
- 7x média de impressões por seguidor
- 11x mais cliques por seguidor



# Pages campeãs

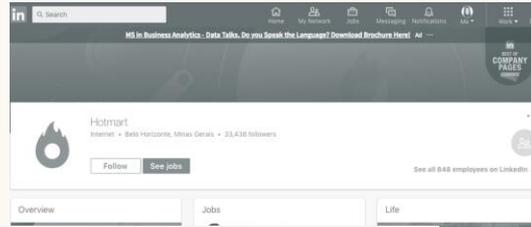


**Schneider Electric**  
1,148,837 followers  
1d

"It's amazing to see the solution [WaterForce SCADAfarm] that Schneider Electric has built and what it can do for us as a society" **Satya Nadella**, CEO, Microsoft - Discover more on our sustainability report: ...

299 Likes · 1 Comment

Like Comment Share

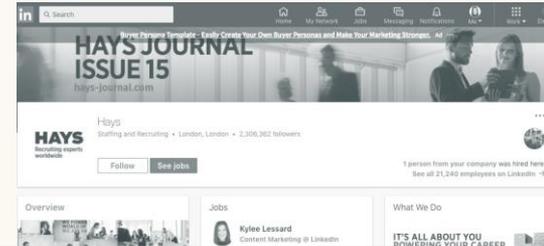


**Hotmart**  
33,440 followers  
2mo

Anote esta data na sua agenda: nos dias 18 e 19 de maio, chega a Madrid o Hotmart Camp - Infoproducto Edition, um dos eventos mais esperados do ano, no Círculo de Bellas Artes: <https://lnkd.in/d-SmxUQ>

O Hotmart Camp é a oportunidade ideal para aprender, empreender e desenvolver um negócio, junto aos maiores nomes do mercado digital da América Latina e Europa, que compartilharão suas experiências e maiores desafios.

Conhece alguém na Espanha que não pode perder este evento? Marque aqui nos comentários!



**Hays**  
2,306,362 followers  
3d

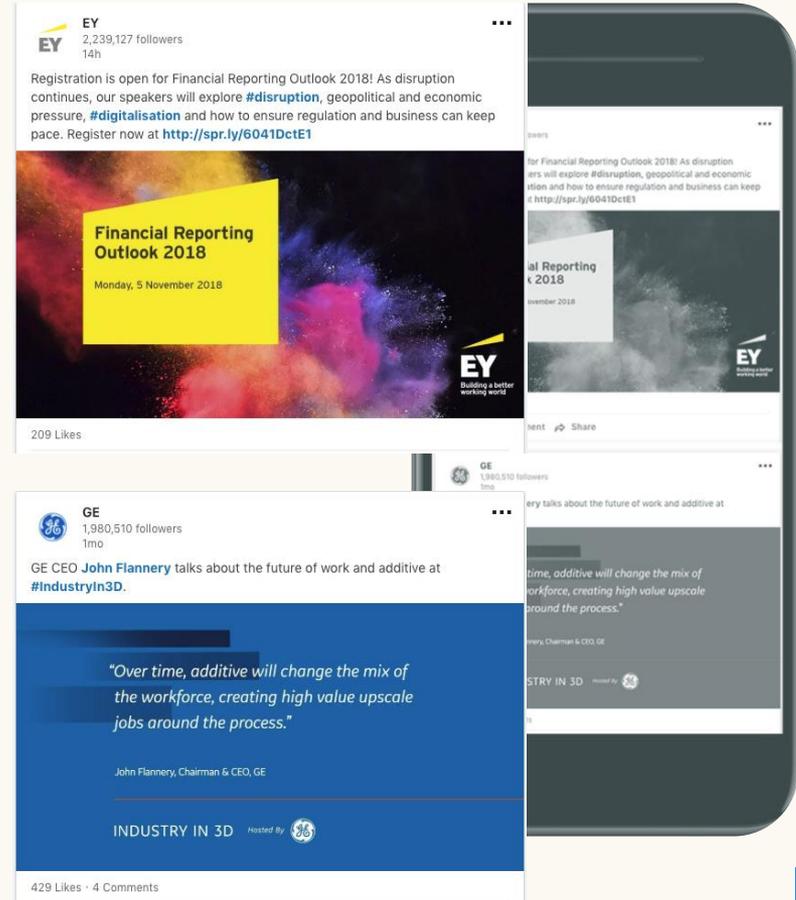
Keeping your skills fresh is easier than you think.

Here are nine simple ways to upskill and stay relevant:  
<https://bdy.me/2JC6Zhs>

**Nine ways to upskill yourself outside of the office**  
social.hays.com

# Aumente o conhecimento da sua marca

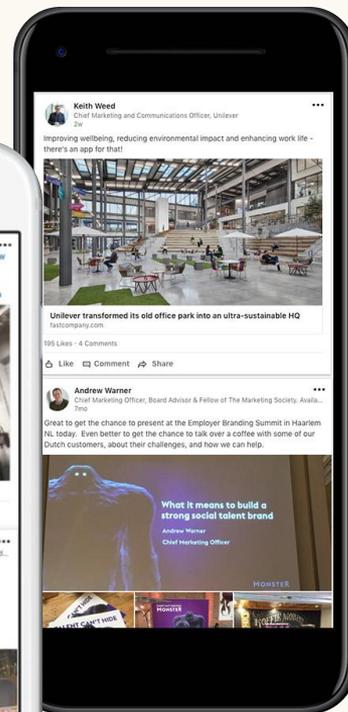
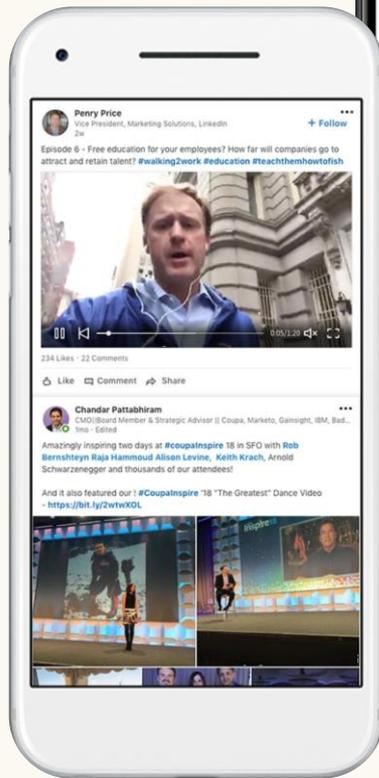
- Aproveite tendências e notícias do setor.
- Use @ para mencionar pessoas associadas a um determinado conteúdo para ampliar a exposição nas redes delas.
- Adicione hashtags à sua publicação para participar de conversas em alta.
- Fique de olho nos artigos que o LinkedIn seleciona diariamente - eles são um excelente recurso para conhecer notícias oportunas que estão sendo gerando engajamento LinkedIn.



# Capacite seus melhores funcionários

Para divulgarem seus conhecimentos

As empresas que mais  
publicam têm um  
crescimento médio  
de **120%** nos  
seguidores de  
suas Pages



Identifique 3 a 5 funcionários  
na sua empresa que podem  
fortalecer as suas mensagens de  
marketing.

# Melhores práticas

## Artigos

### Seja autêntico

---

Os usuários do LinkedIn querem ouvir a sua voz, e não algo enlatado.

Certifique-se de que seus artigos tenham a sua voz.

### Tendência

---

Participe dos assuntos do momento. Preste atenção às tendências nas notícias e no seu setor. Utilize # (hashtags).

### Título

---

A importância dos títulos. Pergunte-se: “Em um dia super ocupado, eu clicaria para ler isso?”

### Tamanho

---

Escreva um texto longo, mas não exagere. O tamanho ideal de um artigo é entre 600 e 1.000 palavras.

# Descubra o conteúdo em alta entre seus seguidores

## Conheça seu público

Refine insights por função, setor, nível de experiência e mais.

**Location**

- Greater San Francisco Area
- Greater Seattle Area
- Greater New York Area
- Greater Chicago Area

---

**Industry**

- Information Technology and Services
- Engineering
- Gaming
- Manufacturing

---

**Job function**

- Design
- Engineering
- Product Management
- Product Marketing

LinkedIn interface showing 'Topics by audience size' with trending topics: Video Games (7,000), Microsoft (3,235), Blockchain (925), Coding (464), Digital Reality (212), and Amazon (25). Below the topics, there are articles such as 'Helping employ the next generation of gamers' and 'The newest technologies in gaming'.

Veja conteúdo e tópicos com os quais seus seguidores/público estão interagindo em todo o LinkedIn.

# Melhores práticas

## Publicações curtas

### Compartilhe

---

Quanto mais eles compartilharem, maiores serão as chances de o seu conteúdo ser descoberto

### Conversa

---

Inicie uma conversa. Interaja com seus leitores. Quanto maior for a interação, mais a sua publicação será compartilhada e visualizada

### Tom & Voz

---

Fale com um tom pessoal. Compartilhe conteúdo do seu interesse, mesmo que ele não esteja diretamente relacionado aos seus negócios

### Diversifique

---

Combine insights com atualizações de negócios para oferecer valor para seus seguidores

Publicações com conteúdos, como fotos ou vídeo, têm um engajamento **38%** maior do que apenas links

# Aproveite a influência

dos seus funcionários

O conteúdo compartilhado pelos funcionários tem engajamento **2x maior** que aquele compartilhado por uma empresa.

## Distribuição

Os profissionais de marketing mais eficazes estão deixando as mensagens de marketing nas mãos dos funcionários para distribuição em redes sociais, pessoalmente e durante telefonemas de atendimento ao cliente.

## Alcance

Os funcionários não só entregam uma mensagem mais confiável, mas também têm maior alcance.

A base de funcionários de uma empresa típica tem **10x mais alcance** social do que a própria empresa



## 2ª ETAPA

Aumente seu alcance  
e engajamento com  
conteúdo patrocinado

# Analise seu conteúdo orgânico

Para determinar seu investimento em publicidade

O conteúdo orgânico que tem melhor engajamento te ajudará a identificar o conteúdo mais apropriado para criar um anúncio.

Agora, é preciso implementar uma estratégia patrocinada que conecte a sua marca com seus clientes ideais em grande escala.



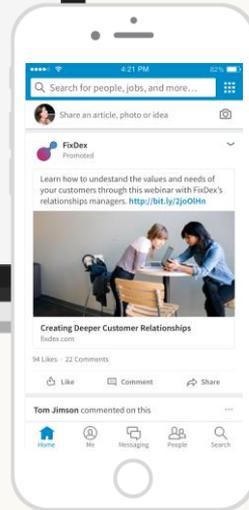
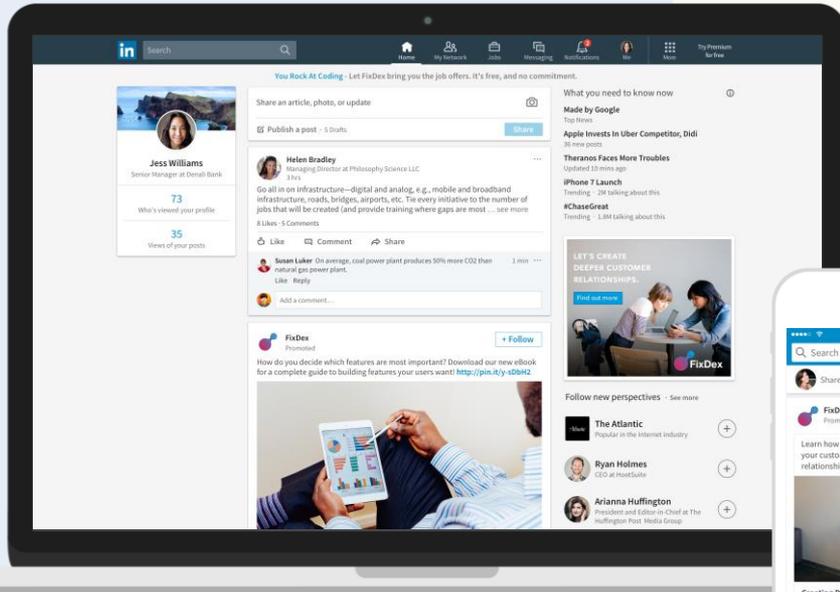
# Sponsored Content

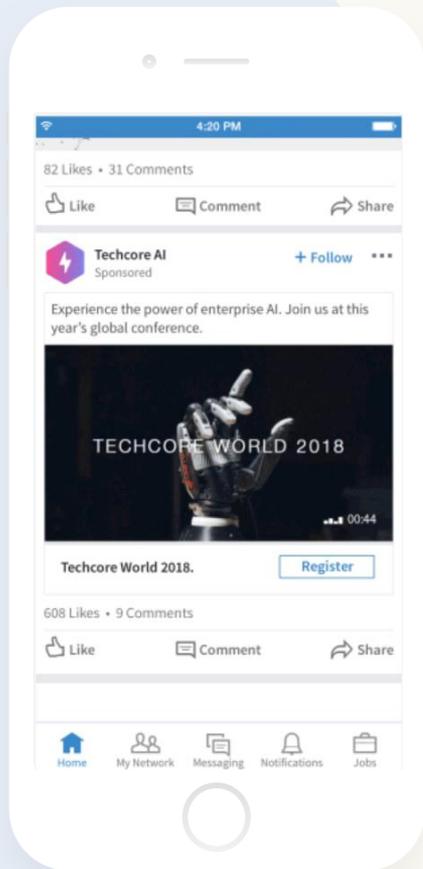
Engaje seus clientes em potencial com conteúdo relevante no único feed profissional do mundo

Construa o relacionamento com seus clientes durante toda a jornada de compra no celular, desktop e tablet.

FORMATOS:

- IMAGEM ÚNICA
- CARROSSEL
- VÍDEO

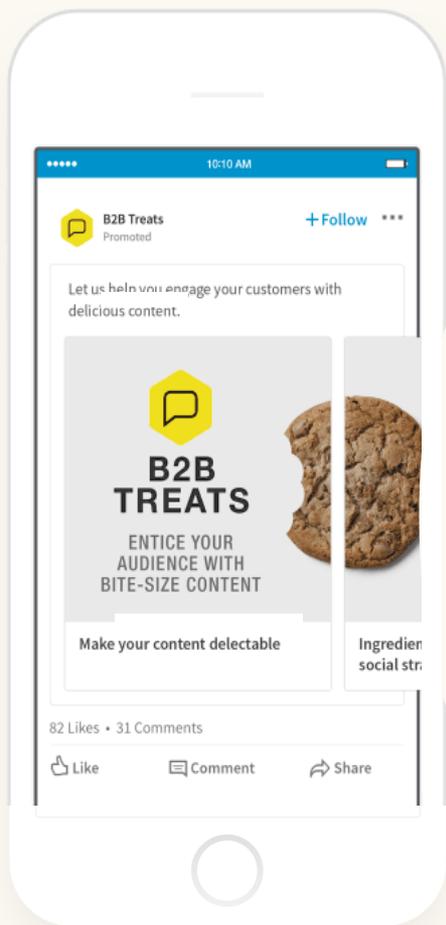




## Anúncio em vídeo (Sponsored Content)

Os anúncios em vídeo impulsionam a consideração de compra dos tomadores de decisão em comparação a outros formatos

Mais de 50% dos usuários assistem vídeos em seus feeds diariamente



## Anúncios em Carrossel (Sponsored Content)

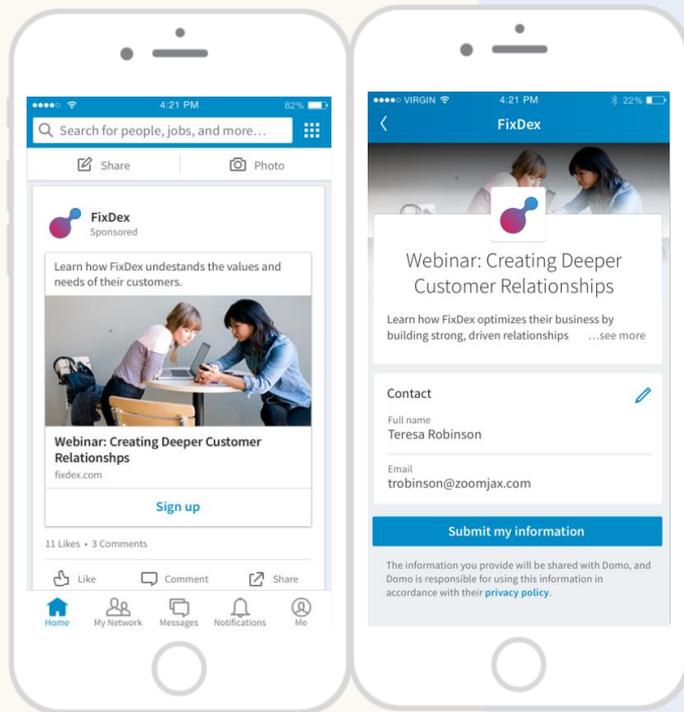
Conduza os decisores que mais importam para o seu negócio com ilustrações cativantes que geram a interação no computador ou dispositivos móveis

Conte uma história com uma **série de cartões em um único carrossel** para se aprofundar mais em um tema, apresentar uma ou múltiplas ofertas, ou fornecer insights para sua audiência

# Formulário de Geração de Leads (Sponsored Content)

Gere leads de qualidade utilizando formulários automaticamente preenchidos com os dados do perfil do usuário do LinkedIn

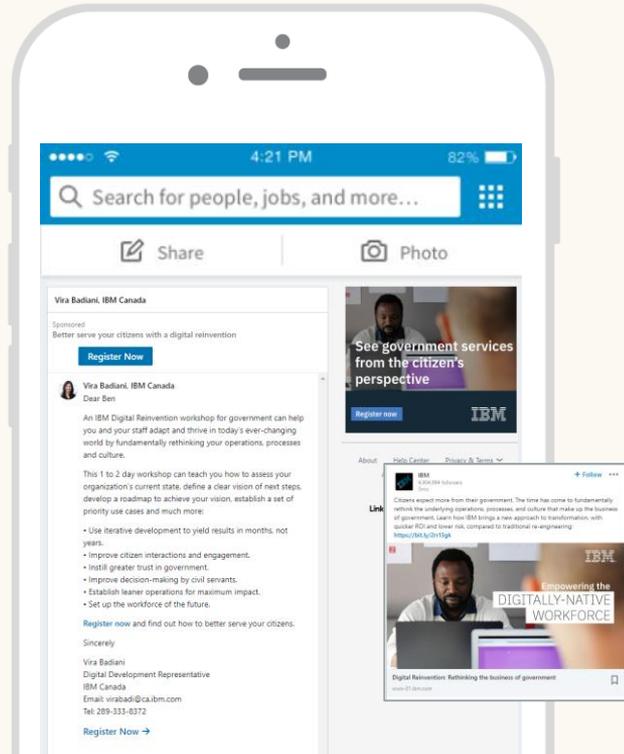
Tenha de **3 a 5X** mais conversões através do nosso formulário em comparação ao formulário de seu site



Integrações com CRMs:



# Sponsored InMail



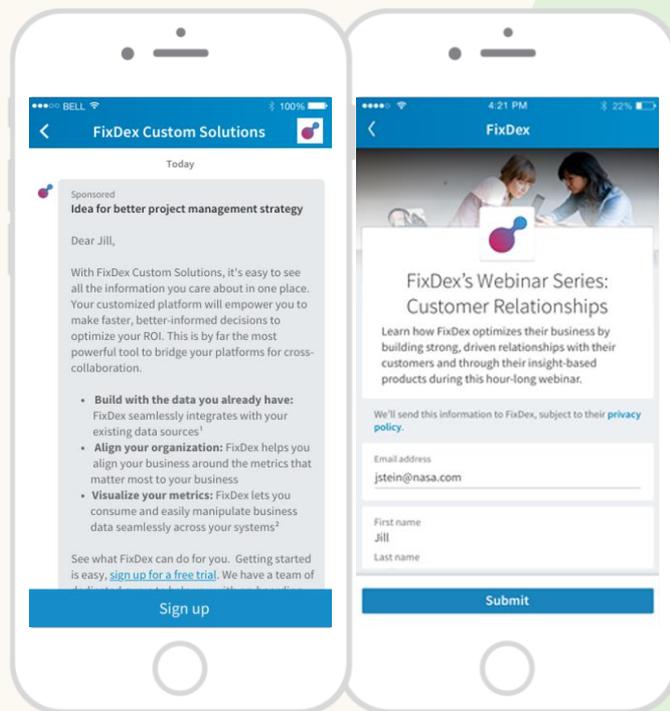
As taxas de abertura do Sponsored InMail são **128% maiores** quando os usuários são impactados por um Sponsored Content. Combinando produtos você consegue maximizar o impacto da sua audiência.

Sponsored InMail é um ótimo formato para ações de aquisição

- Mensagens 1:1 personalizadas
- Otimização em mobile
- Contexto profissional

Nós queremos que sua mensagem seja vista, então o Sponsored InMail só é entregue quando o usuário está online no LinkedIn. E cada usuário só recebe um Sponsored InMail a cada 45 dias.

# Formulário de Geração de Leads (Sponsored InMail)



Integrações com CRMs:

zapier

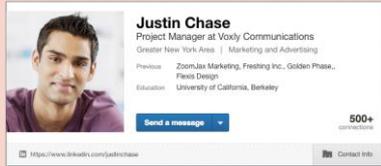
driftrock

Microsoft  
Dynamics 365

Marketo

eloqua

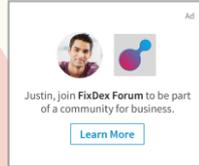




**Justin Chase**  
Project Manager at Voxly Communications  
Greater New York Area | Marketing and Advertising  
Previous: Zoom, Jax Marketing, Firething Inc., Golden Phase, Fiverr Design  
Education: University of California, Berkeley  
500+ connections  
Send a message  
Contact info



Ad  
Get the latest jobs and industry news by following us in LinkedIn from now  
Justin, follow us to explore relevant opportunities from **FixDex**  
Follow

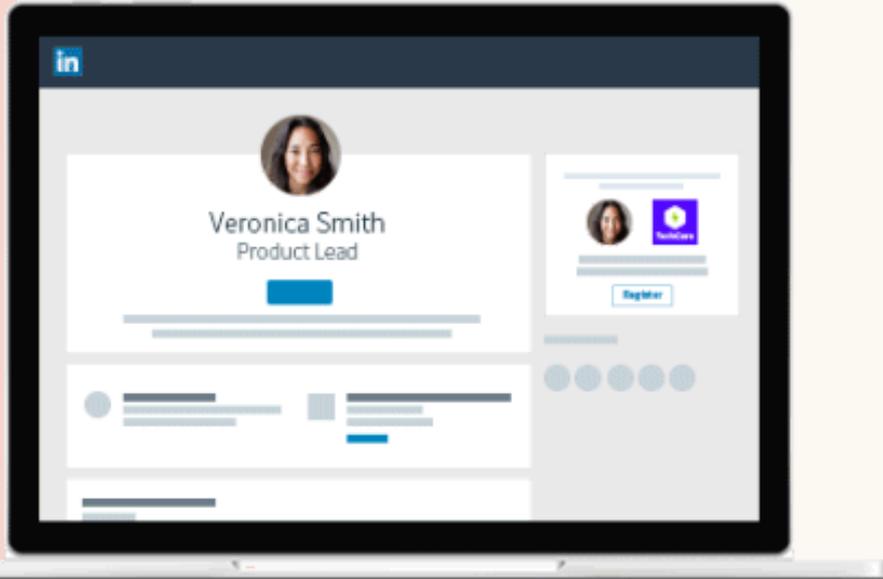


Ad  
Justin, join **FixDex Forum** to be part of a community for business.  
Learn More

# Dynamic Ads

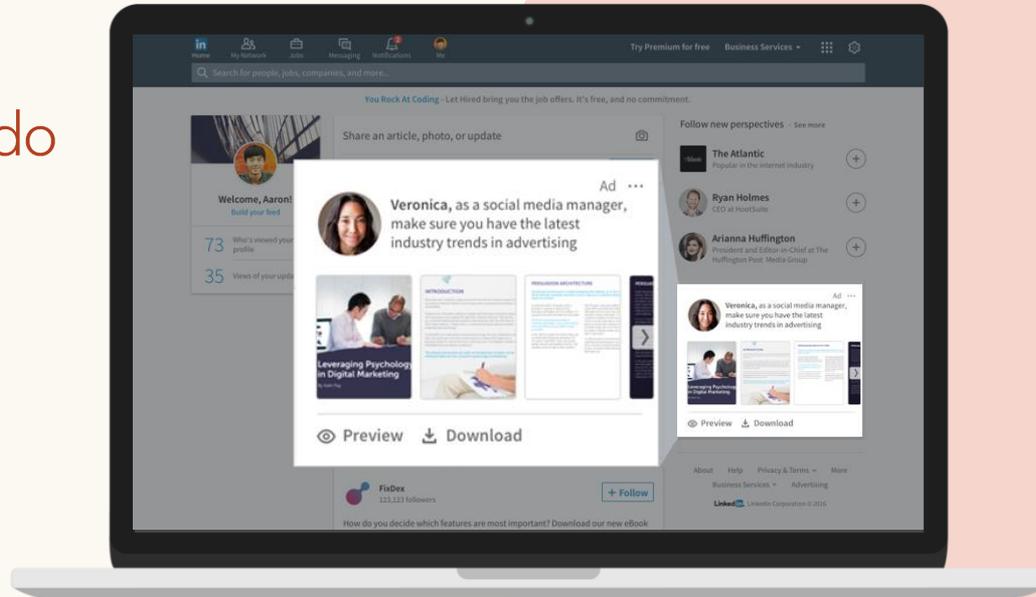
Crie engajamento entre seu público com anúncios gerados dinamicamente, otimizados com dados do perfil e personalizáveis para alcançar os objetivos da sua campanha.

Personalize seu anúncio de acordo com o público-alvo.



# Anúncios de Conteúdo (Dynamic Ads)

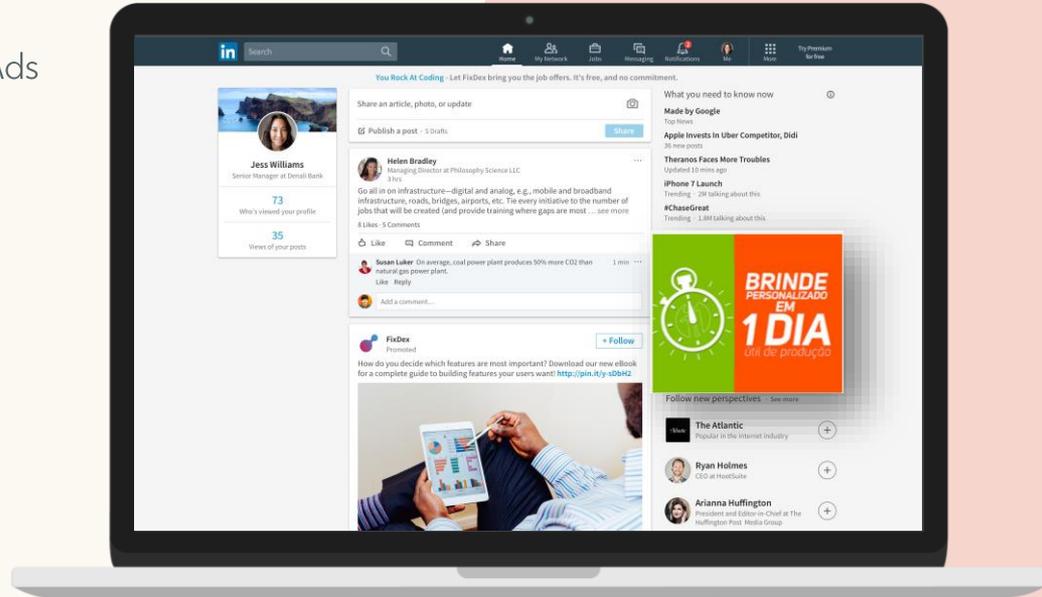
Gere leads quando os usuários  
baixarem seu conteúdo.



# Display Ads

A compra programática\* para Display Ads combina eficiência e controle com inventário de qualidade

- Gere reconhecimento no início do processo de decisão de compra
- Direcione sua mensagem com precisão e alcance os seus objetivos de marca
- Desperte o interesse de seu público-alvo em um contexto profissional de alto nível



\*SSP: Appnexus

Promovido



**Converge You School**  
Curso de Big Data & Marketing Intelligence em São Paulo



**Social Marketing 101**  
Turn your customers into social media marketers with our referral platform



**Faça um MBA de Qualidade!**  
MBA FGV, Referência para sua carreira e para sua vida. Consulte Valores.

Promovido



**Faça um MBA de Qualidade!**  
MBA FGV, Referência para sua carreira e para sua vida. Consulte Valores.

Saiba mais



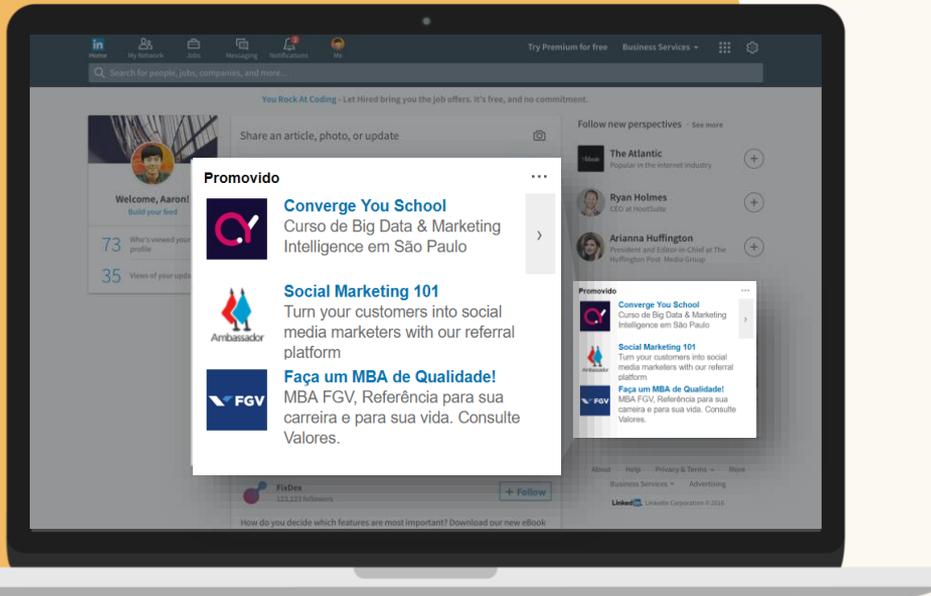
**Converge You School**  
Curso de Big Data & Marketing Intelligence em São Paulo

Saiba mais

# Text Ads

Crie, gereencie e otimize campanhas direcionadas e personalizadas em apenas alguns minutos e com qualquer orçamento

Gere reconhecimento no início do processo de compra com uma solução de self-service fácil de usar



# Como utilizar as soluções

Brand

Utilize **Display Ads** para alcançar uma nova audiência

Alcance mais pessoas com a **expansão de público alvo do LinkedIn** no Gerenciador de Campanhas

Crie anúncios simples e com alcance através dos **Text Ads**

Brand

Utilize os posts e através do **Sponsored Content** traga novos conteúdos para seu público alvo

Atraia novos seguidores com os **Dynamic Ads Follow Ad**

Utilize os **Dynamic Ads** para levar seus usuários para seu site

Leads

Gere consideração de compra e atraia novos leads com o **Carrossel Ads – Download de Conteúdo**

Com o **InMail**, personalize sua mensagem para gerar leads em potencial

Leads

Traga seus dados para o LinkedIn. Segmente utilizando **Suas listas de e-mails e/ou empresas**

Amplie seu conteúdo e gere mais clientes com **Sponsored Content – Formulário de Leads**

Mapeie seu site e entenda o comportamento do seu cliente com a **Insight Tag**

Melhores práticas



# Sponsored Content

## Utilize imagens

---

- Opte por imagens atraentes e interessantes, relacionadas à mensagem do seu conteúdo.
- Não inclua muito texto na sua imagem.
- Lembre-se de que 75% das interações com Sponsored Content acontecem em dispositivos móveis, portanto certifique-se de que seu conteúdo seja bem exibido em telas pequenas

## Seja breve e interessante

---

- Atualizações mais curtas, com 150 caracteres ou menos, tendem a ter melhor desempenho.
- Na atualização curta, concentre-se em como o seu público-alvo se beneficiaria ao clicar no link

## Estatísticas curtas

---

- Estatísticas e citações curtas retiradas de conteúdos mais longos contribuem para publicações com grande engajamento.
- Uma lista numerada ou estatísticas interessantes são boas táticas para atrair atenção.
- Todos estão mais propensos a compartilhar conteúdos que os façam parecer mais inteligentes.

# Sponsored InMail

## Seja informal e conciso

---

- Evite parágrafos confusos e, em vez disso, experimente utilizar listas com indicadores no seu parágrafo.
- Mantenha o texto com menos de 1.000 caracteres para não precisar rolar a tela.

## Priorize o seu público

---

- Utilize uma macro dinâmica para colocar o nome do usuário ou da empresa na saudação.
- Vincule a experiência do público ao contexto da mensagem

## Públicos de alto valor

---

- Tentar convencer executivos a abrir um e-mail ou comparecer a um webinar é um desafio.
- Utilize o Sponsored InMail para conversar individualmente com eles.

## Tenha um CTA Claro

---

Os CTAs mais usados são:

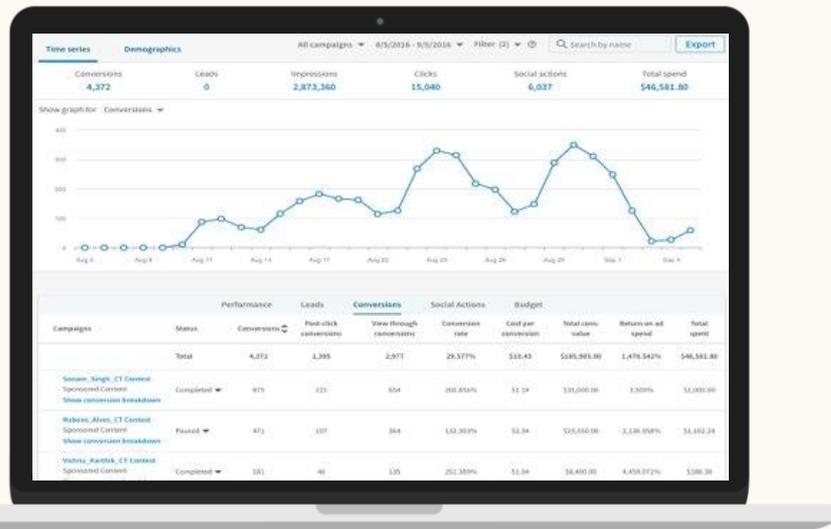
- Teste
- Registre-se
- Reserve
- Junte-se
- Confirme
- Faça o Download



## 3ª ETAPA

Analise, aprenda e  
otimize para gerar  
mais impacto

# Mensure as conversões dos seus anúncios



Veja quantos leads você está gerando com suas campanhas

Registre as conversões do site relacionadas às suas campanhas. Saiba quantas vezes os usuários converteram após clicarem ou simplesmente visualizarem seus anúncios.

## Entenda o ROI dos seus anúncios

Utilize recursos de análise disponibilizados diretamente no Gerenciador de campanhas do LinkedIn incluindo o retorno do investimento em anúncios, custo por conversão e taxa de conversão.

## Otimize para obter os resultados certos

Utilize essas informações para otimizar seu conteúdo, sua segmentação e ofertas, entre outros, sem precisar sair do Gerenciador de campanhas.



# Modelos de atendimento

# Atendimento Self-Service

Investimento abaixo de  
R\$15.000,00 líquido por mês



Auto-gerenciamento das campanhas sem atendimento dedicado da equipe do LinkedIn.

Acesso de visualização e download dos relatórios e desempenho de campanha.

Pagamento apenas via cartão de crédito, em dólares (USD), direto na plataforma.

Para começar:

1. Crie uma conta em [linkedin.com/ads](https://linkedin.com/ads) e insira suas informações de pagamento.
2. Selecione seu objetivo de campanha e formatos.
3. Segmente seu público-alvo dentro dos filtros disponíveis.
4. Defina seu orçamento total, diário e o valor do seu lance para cada campanha.
5. A campanha estará pronta para iniciar!
6. Acompanhe os resultados, métricas e otimize a performance.

*Caso tenha alguma dúvida, entre em contato com a nossa Central de Ajuda.*

\*Os valores de Mínimos de investimento são mensais e podem mudar sem prévio aviso

# Atendimento Mid-Market

Investimento entre R\$15.000,00  
e R\$ 29.000,00 líquido por mês



Consultoria de um Account Strategist.

Acesso de visualização e download do dashboard de desempenho e relatórios da campanha.

Calls quinzenais de acompanhamento e otimização de campanhas.

Guias e Webinars on Demand, com o passo a passo para configuração e mensuração dos anúncios na plataforma.

Pagamento via boleto, em BRL (reais) com emissão de Nota Fiscal no final de cada mês de veiculação.

# Atendimento Corporativo

Investimento acima de  
R\$30.000,00 líquido por mês



Consultoria de Account Executive e Client Solutions Manager, acompanhamento e otimização de campanhas, envio de relatórios mensais de performance.

Treinamentos sobre o Gerenciador de Campanhas por telefone.

Acesso de visualização e download dos relatórios e desempenho de campanha.

Pagamento via boleto, em reais (BRL) com emissão de Nota Fiscal no final de cada mês de veiculação.

\*Os valores de Mínimos de investimento são mensais e podem mudar sem prévio aviso

# Casos de sucesso





BECOMEX gera resultado equivalente a 67x o valor do investimento no atendimento Self Service do LinkedIn

Veja como



MASTERCARD e RAPP conquistam mais de 2500 leads com campanha no LinkedIn

Veja como



Campanha personalizada no LinkedIn divulga o novo Lexus NX

Veja como



SAS gera 910 registros em apenas 1 mês de campanha e aumenta sua geração de Leads qualificados.

Veja como



Geofusion dobra a geração de clientes e aumenta seus leads usando as Soluções de Marketing do LinkedIn

Veja como



Youse gera awareness, aumenta o engajamento e sua base de seguidores no LinkedIn.

Veja como



# Resumindo



## Construa sua presença orgânica

- Conte a narrativa da sua marca, publicando conteúdo de alta qualidade periodicamente
- Expanda seu alcance para aumentar o conhecimento da marca
- Capacite seus melhores funcionários para divulgarem seus conhecimentos
- Aproveite a influência dos seus funcionários

## Aumente seu alcance

- Analise seu conteúdo orgânico para determinar seu investimento em publicidade patrocinada
- Faça contato e interaja com as pessoas certas em grande escala, com nossos formatos de publicidade

## Analise e gere mais impacto

- O LinkedIn pode ajudar você a entender o que interessa mais ao seu público, com insights sobre engajamento
- Descubra os atributos profissionais dos visitantes do seu site com os dados demográficos do site
- Entenda seu ROI de publicidade com o acompanhamento das conversões do LinkedIn

# Lista de TUTORIAIS & WEBINARS



# TUTORIAIS & WEBINARS

On Demand

- [ACOMPANHAMENTO DE CONVERSÃO](#)
- [ADMINISTRADORES](#)
- [ANÚNCIO COM IMAGEM ÚNICA](#)
- [ANÚNCIO EM CARROSSEL](#)
- [ANÚNCIO EM VÍDEO](#)
- [ANÚNCIO DE TEXTO \(TEXT AD\)](#)
- [ANÚNCIO EM MENSAGEM \(SPONSORED INMAIL\)](#)
- [ANÚNCIO PARA SEGUIDORES \(FOLLOW AD\)](#)
  
- [PRIMEIROS PASSOS - PUBLICIDADE NO LINKEDIN](#)

## TUTORIAIS

- [APRESENTAÇÃO DOS OBJETIVOS](#)
- [ANÚNCIOS EM DESTAQUE](#)
- [CRIAR CONTA](#)
- [CRIAR LINKEDIN PAGES](#)
- [DADOS DEMOGRÁFICOS](#)
- [DADOS E ACESSOS DA PAGE](#)
- [FORMATOS DE ANÚNCIO](#)
- [FORMULÁRIO DE GERAÇÃO DE LEADS](#)

## WEBINARS

- [MARKETING DE CONTEÚDO B2B](#)

- [CONVERSÕES](#)
- [INSIGHT TAG](#)
- [LISTAS CARREGADAS](#)
- [ORÇAMENTO E DATAS](#)
- [PÁGINA DE PAGAMENTO](#)
- [PÚBLICO-ALVO](#)
- [RELATÓRIOS](#)
- [RETARGETING](#)
  
- [TUDO SOBRE LINKEDIN PAGES](#)

Comece a criar a presença  
da sua marca no LinkedIn  
ainda hoje!

Ainda tem dúvidas ou precisa de ajuda?  
Mande um e-mail para: [marketingbrasil@linkedin.com](mailto:marketingbrasil@linkedin.com)

OBRIGADO!