



 rockcontent

MARKETING NO  
**LINKEDIN**

## ESTE EBOOK É CERTO PRA MIM?

Um dos nossos principais objetivos da Rock Content é ensinar. Para isso, produzimos posts, ebooks, whitepapers, webinars, infográficos e uma infinidade de materiais que são feitos apenas para você. Agora você confere qual é o grau de conhecimento necessário para usufruir ao máximo deste conteúdo.

### BÁSICO

Se você está começando a trabalhar com Marketing de Conteúdo, Marketing Digital ou Inbound Marketing, este conteúdo é exatamente o que você precisa. Aqui abordaremos alguns assuntos de maneira bem introdutória e da forma mais didática possível. Estes são os principais conteúdos para quem deseja começar a aprender algo novo!

.....[ ESTE E-BOOK! ]

### AVANÇADO

Estes são os materiais mais complexos produzidos pela Rock Content. Para usufruir ao máximo dos conteúdos avançados que produzimos, é essencial que você esteja em dia com o que acontece no mundo digital. Nossos materiais avançados são para profissionais com experiência na área que estão em busca de aprofundar em sua área de conhecimento.

### INTERMEDIÁRIO

Nestes materiais o conteúdo é voltado para as pessoas que já estão mais familiarizadas com alguns dos conceitos de Marketing Digital. Este tipo de conteúdo costuma ser um pouco mais aprofundado, e aqui costumamos apresentar algumas soluções para problemas um pouco mais complexos.

### GUIA COMPLETO

Nesta categoria se encontram os materiais mais completos da Rock Content. Neles, os assuntos são tratados desde os seus conceitos mais básicos até os detalhes mais avançados e específicos. São indicados para qualquer pessoa que deseja começar, aprofundar ou reciclar o seu conhecimento em um determinado assunto.

Introdução	5
Principais características	7
Como ter um perfil empresarial incrível no LinkedIn	15
Tamanho das imagens no LinkedIn	16
Como criar um perfil pessoal campeão no LinkedIn	23
LinkedIn Pulse - O que é e como utilizar a ferramenta de publicações do LinkedIn	27
LinkedIn Ads: um guia básico	38
2 grandes empresas brasileiras no LinkedIn para seguir e se espelhar	42
Conclusão	46
Sobre a Rock Content	48

## TEXTO



**LIZANDRA MUNIZ**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[lizandra@rockcontent.com](mailto:lizandra@rockcontent.com)

## REVISÃO



**LAÍS BOLINA**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[lais.bolina@rockcontent.com](mailto:lais.bolina@rockcontent.com)

## DESIGN



**RAFAEL RALLO**

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

[rafael.rallo@rockcontent.com](mailto:rafael.rallo@rockcontent.com)



**THIERS FERREIRA**

Designer Gráfico

@ Rock Content

[thiers.ferreira@rockcontent.com](mailto:thiers.ferreira@rockcontent.com)

# INTRODUÇÃO

Em 2018, o LinkedIn completa 15 anos de idade. Estamos vivendo uma era onde novidades são lançadas a cada trimestre e que redes sociais são criadas, viralizam e desaparecem com certa velocidade.

No caso do LinkedIn a história tem sido completamente diferente. Com um crescimento expressivo ao longo dos anos, a rede social focada em profissionais cresce a cada trimestre e tem apresentado números surpreendentes nos últimos anos.

O LinkedIn conta com mais de **500 milhões de usuários ativos** e crescendo trimestre a trimestre.

Vale lembrar que no início de 2014 a rede social comemorava o marco de 300 milhões de usuários em todo o mundo. Além disso o Brasil é o terceiro país com maior adoção da rede social:

1. Estados Unidos

2. Índia

3. **Brasil**

4. Grã Bretanha

5. China

Neste ebook nós vamos explicar como você pode tirar o proveito de tantos usuários que estão ligados na rede diariamente. Seja para fazer negócios, promover sua marca ou até mesmo se estabelecer como profissional, fazer **Marketing no LinkedIn é essencial**.

Boa leitura!



# PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

O principal ponto que diferencia o LinkedIn das demais redes sociais existentes é seu **foco profissional**. Também conhecida como a rede social do networking, o LinkedIn tem alguns dados interessantes:

- # Mais de dois usuários se conectam no LinkedIn por segundo;
- # Atualmente existem mais de 40 milhões de estudantes e profissionais recém-graduados na rede;
- # O LinkedIn já possui um alcance de mais de 200 países;
- # 41% de todas as visitas são feitas através de dispositivos móveis;
- # 81% de profissionais de Marketing B2B realizam lançamento de novos produtos no LinkedIn;

Profissionais ao redor do mundo têm utilizado o LinkedIn para propósitos similares:

- # Se conectarem com outros profissionais e criar relacionamentos;
- # Obter informações através de notícias e conhecimentos diversos do mercado;
- # Encontrar oportunidades de trabalho e se conectarem com marcas e empresas que os interessam.

Já as empresas também perceberam o poder da rede social e dezenas de páginas empresariais são criadas diariamente para promover serviços, gerar autoridade e novas oportunidades de negócios. Não é uma regra, mas empresas B2B apresentam melhores resultados na rede social.



# COMO TER UM PERFIL EMPRESARIAL INCRÍVEL NO LINKEDIN

Agora que você já sabe a importância do LinkedIn, vamos te mostrar em detalhes como criar e ter uma página na rede social para sua empresa.

Os perfis organizacionais são a principal maneira de entrar em contato com clientes em potencial e possíveis funcionários. Se engana quem acredita que o LinkedIn é uma rede social voltada apenas para o networking.

## PRINCIPAIS OBJETIVOS DE UMA PÁGINA EMPRESARIAL NO LINKEDIN

Um dos pontos mais importantes dessa presença é a possibilidade de criar um relacionamento com os usuários que trará bons resultados para você.

Agora você me pergunta: *“Mas como é que nós conseguiremos criar esse relacionamento com os usuários do LinkedIn?”*

A resposta é simples! **Através da criação e compartilhamento de conteúdos que sejam relevantes para seu público-alvo.**

A seguir você confere um passo-a-passo com 4 ações que você deve desenvolver para criar esse engajamento com os assinantes de sua página no LinkedIn:

### 1. ESTABELEÇA PRESENÇA

Não basta apenas criar um perfil de empresa no LinkedIn. Ele deve estar completo e sempre atualizado.

Inclua todas as informações de sua empresa na descrição do perfil e seu site. Inclua também palavras-chave que façam sentido para o seu negócio, pois isso facilitará os usuários a te encontrarem na rede social.

### 2. ATRAIR SEGUIDORES

Após configurar seu perfil é chegada a hora de atrair os usuários. Para começar a divulgar sua página utilize seus funcionários como evangelizadores da página.

Anuncie a criação do perfil para colegas do mercado e clientes e lembre-se de incluir botões de redes sociais em seu site, blog e demais redes sociais.

Outra alternativa para conquistar seguidores é entrar em grupos de discussão da área da sua empresa.







### 3. TRABALHE O ENGAJAMENTO DOS SEGUIDORES

Ao chegar neste ponto, você já estabeleceu seu perfil no LinkedIn e também consolidou uma considerável base de seguidores. O próximo passo é criar o relacionamento com eles, ou seja: engajar seu público.

Relacionamentos duradouros são criados com diálogos, respeito e exemplos.

No LinkedIn não é diferente: você precisará tratar seus seguidores como amigos de verdade.

Seja amigável, respeitoso e não foque apenas em vender seus produtos e serviços.

Crie e compartilhe conteúdos que sejam relevantes para seu público, mesmo que eles não sejam de sua autoria.

Vale lembrar que é necessário criar uma periodicidade mínima semanal para ser visto na rede social, um post por mês não te auxiliará em nada!

Constância é tudo aqui.





#### 4. ESPALHE SUA MENSAGEM PELO LINKEDIN

Para conseguir que sua mensagem se espalhe pelo LinkedIn e vá além de seus usuários, o seu trabalho deve ser focado em criar e compartilhar conteúdos que tenham potencial de se tornar virais na rede.

Listas, guias, checklists, vídeos, são algumas das opções que você pode utilizar para tentar viralizar um conteúdo.

Nesse ponto, participar de grupos de discussão é essencial para conseguir difundir sua mensagem. Neles você encontra vários usuários que possuem interesses em comum que podem ser facilmente “captados”.

**Dica importante para atuar em grupos: não faça spam do seu artigo. Não saia publicando o mesmo conteúdo em todos os grupos. É melhor iniciar uma discussão sobre o assunto e então apresentá-lo como adicional informativo.**



## COMO CRIAR UM BOM PERFIL NO LINKEDIN

Agora, descubra como criar um perfil incrível!

### COLOQUE UMA IMAGEM DE CAPA DE QUALIDADE

Seus clientes gostam de reconhecer facilmente a sua marca. Assim, tenha certeza que o banner na sua página é bem feito, de alta qualidade e cria uma conexão com a marca da sua empresa.

É importante notar que o banner utilizado no LinkedIn deve ser diferente das fotos de capa usadas no Twitter e no Facebook.

O LinkedIn é uma rede profissional e deve ser usada de uma maneira única, diferente da postura do Facebook e Twitter, que permitem uma certa informalidade.

## OTIMIZE SEU PERFIL PARA FERRAMENTAS DE BUSCAS

Como empresa, você vai querer que sua página no LinkedIn seja um dos primeiros resultados quando alguém busca certas palavras-chave no Google, por exemplo.

Não use palavras-chave muito genéricas. Se você fizer isso corre o risco de ser engolido pelos seus concorrentes.

Seja objetivo – concentre-se na palavra-chave que realmente é a mais importante do seu negócio.

Aqui na Rock Content, por exemplo, otimizamos nosso perfis nas redes sociais para a palavra-chave “Marketing de Conteúdo”, já que esse é nosso principal serviço.

### Sobre nós

A Rock Content é referência em Marketing de Conteúdo no Brasil.

Através de nossa rede de escritores e sistemas de otimização, nós fornecemos textos de alto engajamento para transformar o blog de nossos clientes em uma poderosa ferramenta de Marketing.

E não escreva muito: ninguém tem paciência para ler uma bio de 6 parágrafos sobre a história da sua empresa.

Aqui você pode ver como escolhemos nos apresentar no LinkedIn – usando poucas palavras para descrever quem somos e o que fazemos.





## USE VIDEOS

Seu produto ou serviço não consegue ser explicado somente com um texto objetivo? Use vídeos! Um vídeo curto pode ser perfeito para explicar quem é a sua marca, além de proporcionar uma maior interação e humanização com seus possíveis clientes.

Se você acha que essa é uma boa alternativa para você, faça um pequeno vídeo no Youtube e o personalize para sua página no LinkedIn. Mantenha o vídeo curto e interessante – você pode ganhar bons clientes através dele.

## PREENCHA SEU PERFIL COM TODAS AS INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS

O LinkedIn permite que perfis empresariais coloquem no seu perfil dados como tipo de empresa, tamanho, indústria e status.

Preencha todos esses dados e tenha certeza que eles estão corretos e atualizados — eles são a porta para seus consumidores saberem mais informações sobre você.

É importante não deixar essa área em branco! Quanto mais informações sobre seu negócio, mais seus clientes confiarão em sua marca.

Confira nossa checklist abaixo para saber exatamente o que você precisa preencher no seu perfil.

Adicione o nome da sua empresa;

Inclua uma descrição;

Coloque uma foto de capa;

Coloque uma foto de perfil;

Inclua as especialidades da sua empresa;



## MANTENHA SEU PERFIL ATUALIZADO

A dica final – e talvez a mais importante – é: mantenha o perfil da sua empresa sempre atualizado.

Pouca informação, pouco compartilhamento, pouca interação com seu público – isso diminui o interesse dos seus clientes no seu produto. Interaja na rede, compartilhe conteúdo de qualidade, participe de grupos e discussões.

# TAMANHO DAS IMAGENS NO LINKEDIN

Assim como outras redes sociais que evoluíram com o tempo para gerar experiências cada vez mais interessantes para o usuário, o LinkedIn também não fica para trás.

Apesar do caráter mais sóbrio, a rede social recentemente sofreu uma atualização onde foram criadas imagens de capa para perfis pessoais e empresariais.

O que isso representa? **Que imagens são de extrema importância em qualquer investida online.**

Seja em um post, um compartilhamento, descrição de vaga e qualquer outra situação que você pensar, as imagens são grandes responsáveis por otimizar e melhorar os resultados, em termos de cliques.

Seja você o dono de uma empresa em busca de mais informações sobre imagens no LinkedIn ou um profissional que quer aprender como deixar seu perfil pessoal perfeito, este conteúdo é para você.

Aqui vai a lista com o tamanho de todas as imagens que você precisa saber. Abaixo explicaremos detalhadamente um pouco mais sobre cada uma delas:

- # **Foto de perfil no LinkedIn:** 130 x 130 pixels
- # **Imagem de capa LinkedIn:** 1536 x 768 pixels
- # **Post com imagem:** 520 X 320 px
- # **Post com link:** 520 X 272 px



## FOTO DE PERFIL NO LINKEDIN

A principal imagem de qualquer página é o perfil. Aqui você deve utilizar uma imagem de boa qualidade, já que ela será a responsável pela identificação de sua página empresarial ou seu perfil pessoal:

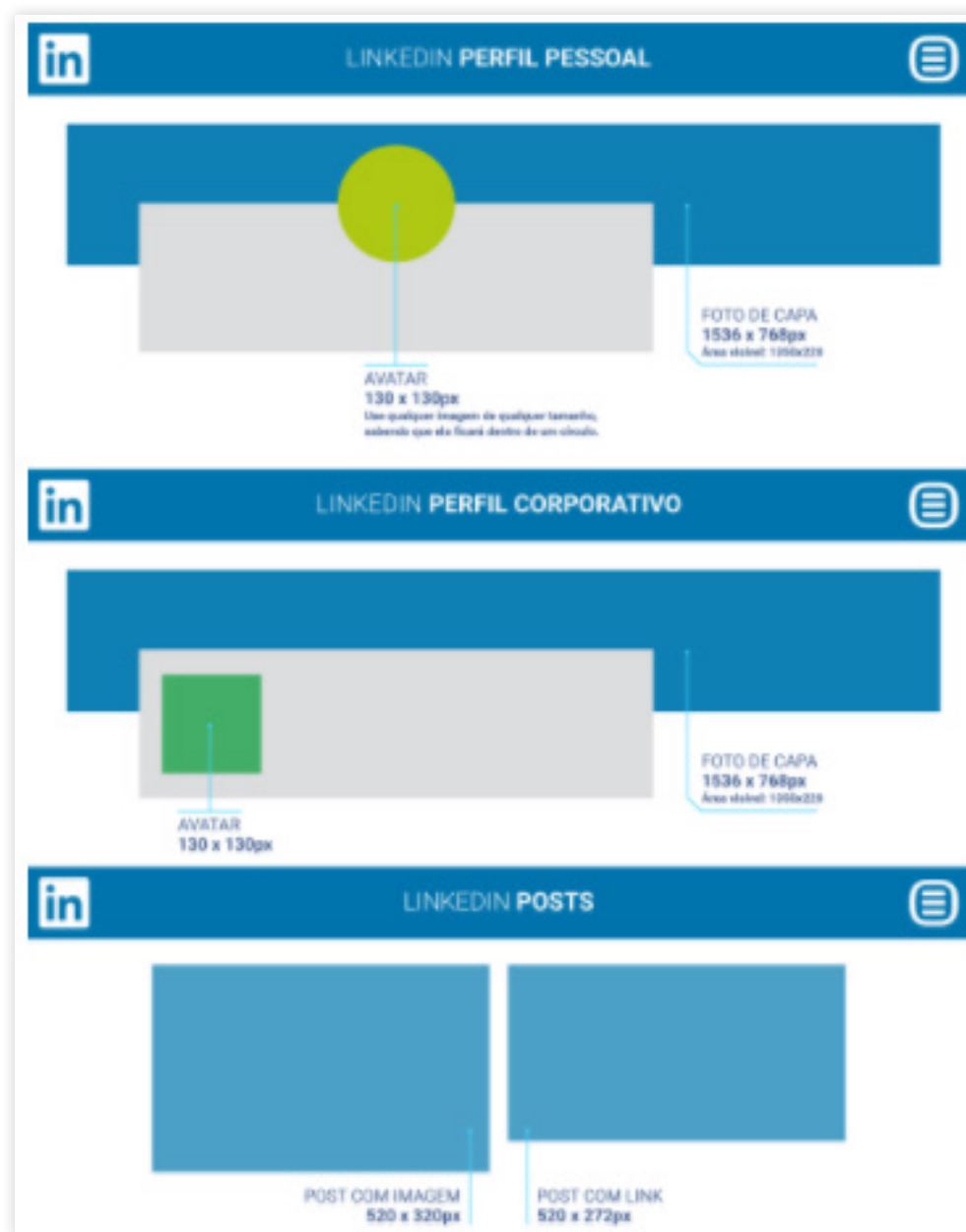
# **Foto de perfil no LinkedIn:** 130 x 130 pixels

Lembre-se de cortar a imagem adequadamente na hora e selecioná-la!

## FOTO DE CAPA NO LINKEDIN

A última atualização do LinkedIn no que diz respeito a imagens dentro da rede social é uma ótima forma de customizar seu perfil. Além, é claro, de deixar os perfis dentro do LinkedIn um pouco mais descontraídos.

# **Imagem de capa LinkedIn:** 1536 x 768 pixels





# COMO CRIAR UM PERFIL PESSOAL CAMPEÃO NO LINKEDIN

Te ensinamos a criar um perfil incrível para sua empresa mas... e perfis pessoais? Se você quer criar boas conexões no LinkedIn também é importante que seu perfil pessoal esteja bem feito e otimizado.

Aqui valem muitas dicas similares às que já falamos acima (como uma boa foto de perfil, uma boa foto de capa e participar ativamente de grupos).

Mas o que mais você pode fazer para um bom perfil no LinkedIn?





## CAPRICHE NO RESUMO

Nesta sessão você tem a oportunidade de se descrever em 2 mil caracteres. Descreva para o mundo como é que as pessoas devem te ver. Para utilizá-lo da melhor maneira possível, siga o pequeno roteiro a seguir:

- # Apresente-se
- # Fale sobre seus interesses profissionais
- # Defina sua área de atuação
- # Fale o que te motiva
- # Inclua informações de contato

Para finalizar, você se lembra do número de usuários que o LinkedIn possui? No mundo inteiro, são mais de 500 milhões. Como é que você conseguirá ser achado no meio de tantos profissionais?

Inclua palavras-chave que sejam referentes à sua atuação.

Isso aumentará, consideravelmente, as chances do seu perfil ser encontrado por alguém que busque por um termo que você tenha utilizado no resumo.





## DEFINA SEU TÍTULO PROFISSIONAL

Logo abaixo de seu nome está uma das informações mais importantes do perfil no LinkedIn: o título profissional. Para otimizá-lo da maneira correta você deve incluir sua função (palavra-chave) e a empresa que você trabalha.

Seu título é um dos principais responsáveis por atrair visitantes e fazer com que eles continuem lendo o seu perfil.

## CAPRICHE NA SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Na hora de criar o coração do seu perfil, não meça esforços para torná-lo o mais completo possível. Além de incluir as datas específicas sobre o período que você trabalhou em cada empresa, liste detalhadamente todas as atividades que foram desenvolvidas no cargo.

A riqueza dos detalhes neste ponto pode ser o diferencial para um possível avaliador, head hunter ou até mesmo um profissional da área em busca de novas conexões para fazer networking.





## PERSONALIZE A URL DO SEU PERFIL

Compartilhar seu perfil do LinkedIn em seu currículo ou na assinatura do e-mail pode ser um pouco complicado sem uma url amigável.

Acesse o painel de edição de perfil e modifique a url destino da sua página para um termo que lembre seu trabalho, marca / empresa ou seu próprio nome.

Veja alguns exemplos:

- # br.linkedin.com/in/seunome/
- # br.linkedin.com/in/suaempresa/
- # br.linkedin.com/in/suamarca/
- # br.linkedin.com/in/  
umamensagemqualquer/

## SOLICITE RECOMENDAÇÕES

No LinkedIn as recomendações que suas conexões te enviam são extremamente valiosas.

Caso você não tenha recebido nenhuma até o momento, uma ótima alternativa para conquistar algumas seria começar a escrever recomendações para pessoas que você tenha trabalhado. Ao criar recomendações sem pedir nada em troca, elas se sentirão na obrigação de retribuir.

Se isso não adiantar, nada impede que você solicite formalmente para alguns conhecidos, pessoas que estudaram com você ou colegas de trabalho, que escrevam recomendações em seu perfil.

## LISTE SUAS HABILIDADES

Utilize a aba de habilidades a seu favor. Liste pelo menos cinco delas em seu perfil e deixe que suas conexões te recomendem. Assim como as recomendações, você não poderá se avaliar, apenas criar a lista.

Para ganhar pontos em suas habilidades, utilize uma estratégia semelhante à utilizada para garimpar novas recomendações. Visite diversos perfis e comece a listar as principais habilidades de seus conhecidos que sejam verdadeiras. Nesta aba o LinkedIn também permite que você crie uma habilidade para um contato, caso ele não possua.

A sessão de habilidades é extremamente relevante para seu perfil. Não deixe ela em branco, mas também não inclua quaisquer informações apenas para encher linguiça.

## SIGA EMPRESAS E FAÇA PARTE DE GRUPOS

Para manter-se ativo no LinkedIn é imprescindível fazer parte de grupos sobre assuntos que sejam pertinentes à sua atuação. Participe de discussões construtivas sobre assuntos que você conheça. Este tipo de conversa te auxiliará a ganhar visibilidade, além de se posicionar perante outros profissionais da área.

Lembrete: não se envolva em discussões desnecessárias. Elas são públicas e sim, você estará sendo julgado pelos outros membros do grupo.

Outra dica para ficar atualizado no que acontece no mercado é seguir o perfil de algumas empresas que sejam referência em seu segmento.

## CUSTOMIZE OS CONVITES PARA NOVAS CONEXÕES

Diferente do que algumas pessoas podem pensar, você não precisa conhecer alguém para querer que ela faça parte de sua rede de conexões.

Assim como disse anteriormente, adicionar pessoas que trabalhem na mesma área que você é uma ótima maneira de fazer networking.

Na hora que for solicitar uma nova conexão, certifique-se de se apresentar devidamente e deixar claro porque você deseja fazer parte da rede de contatos da pessoa.

## NÃO COMETA ERROS DE PORTUGUÊS

Pode torcer o nariz para isso, mas você não está entrando em uma rede social comum.

Diferente do Twitter e Facebook, em que pouco importa a forma como você se comunica com seus amigos e com o mundo, no LinkedIn o buraco é mais embaixo.

Cuidado redobrado para todo conteúdo que você incluir em seu perfil. Certifique-se que não existem erros de digitação em nenhuma das áreas onde você especifica sua experiência.

Assim como em qualquer outro momento de sua vida profissional, erros de português serão prejudiciais para sua imagem.

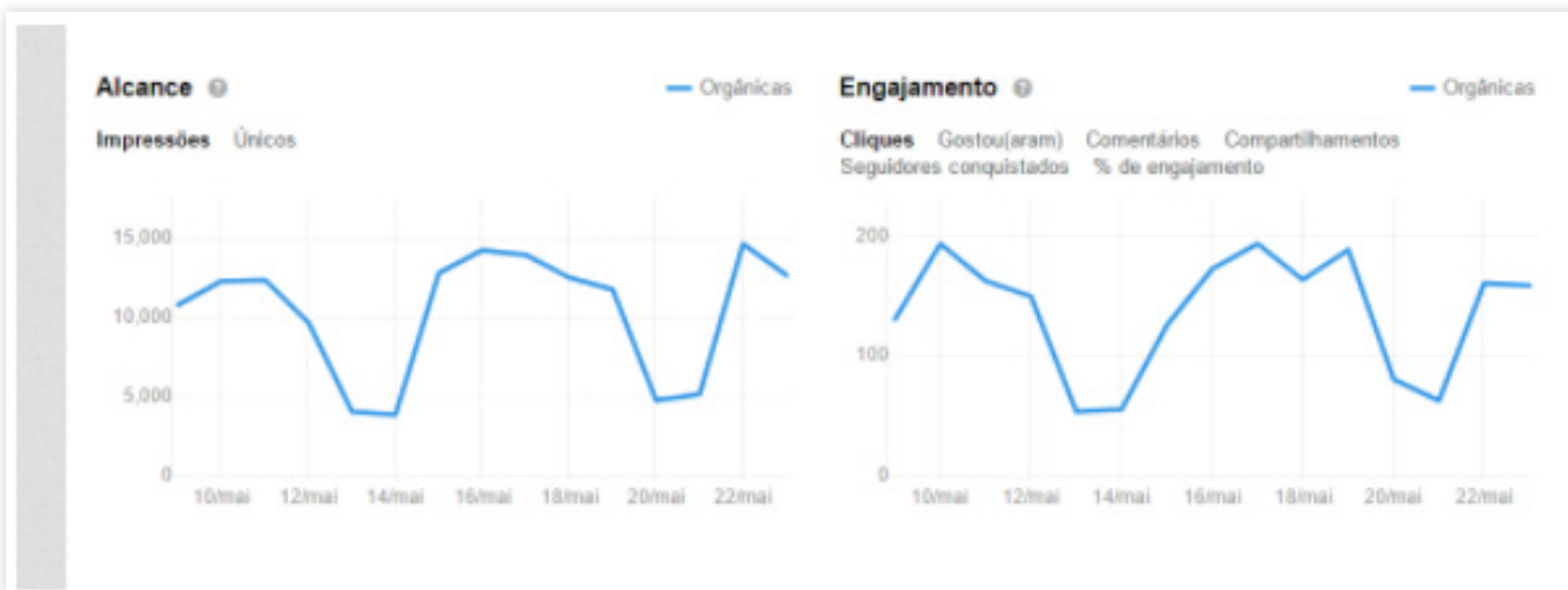
## SAIBA ANALISAR SUAS MÉTRICAS

O Analytics do LinkedIn pode oferecer insights muito interessantes!

Além de poder ver a performance de cada uma das suas publicações, você também pode ver a demografia dos seus seguidores (além de outros recursos), o que ajuda (e muito) a entender com quem você está falando na maior rede social profissional do mundo.

Atualizações								
Atualizações ⓘ								
Posicione o mouse sobre o título de cada coluna para saber mais.								
Visualizar	Data	Público	Patrocinadas	Impressões	Cliques	Interações	Seguidores conquistados	Engajamento
A Rock Content foi eleita como uma ...	19/01/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	14.050	129	105	-	1,67%
[EBOOK] O que faz um departament...	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	66	0	0	-	0,00%
[FERRAMENTA] Sabia que um bom t...	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	546	6	7	-	2,38%
Você já ouviu falar no WI Reynolds?...	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	810	10	9	-	2,35%
Você sabia que vídeos nativos do Fa...	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	563	4	3	-	1,24%
[Imagem] Procurando aquela vaga do..	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	2.111	77	12	-	4,22%
Como o Marketing Digital consegue ...	24/05/2017	Todos os seguidores	Patrocinar	508	2	5	-	1,38%





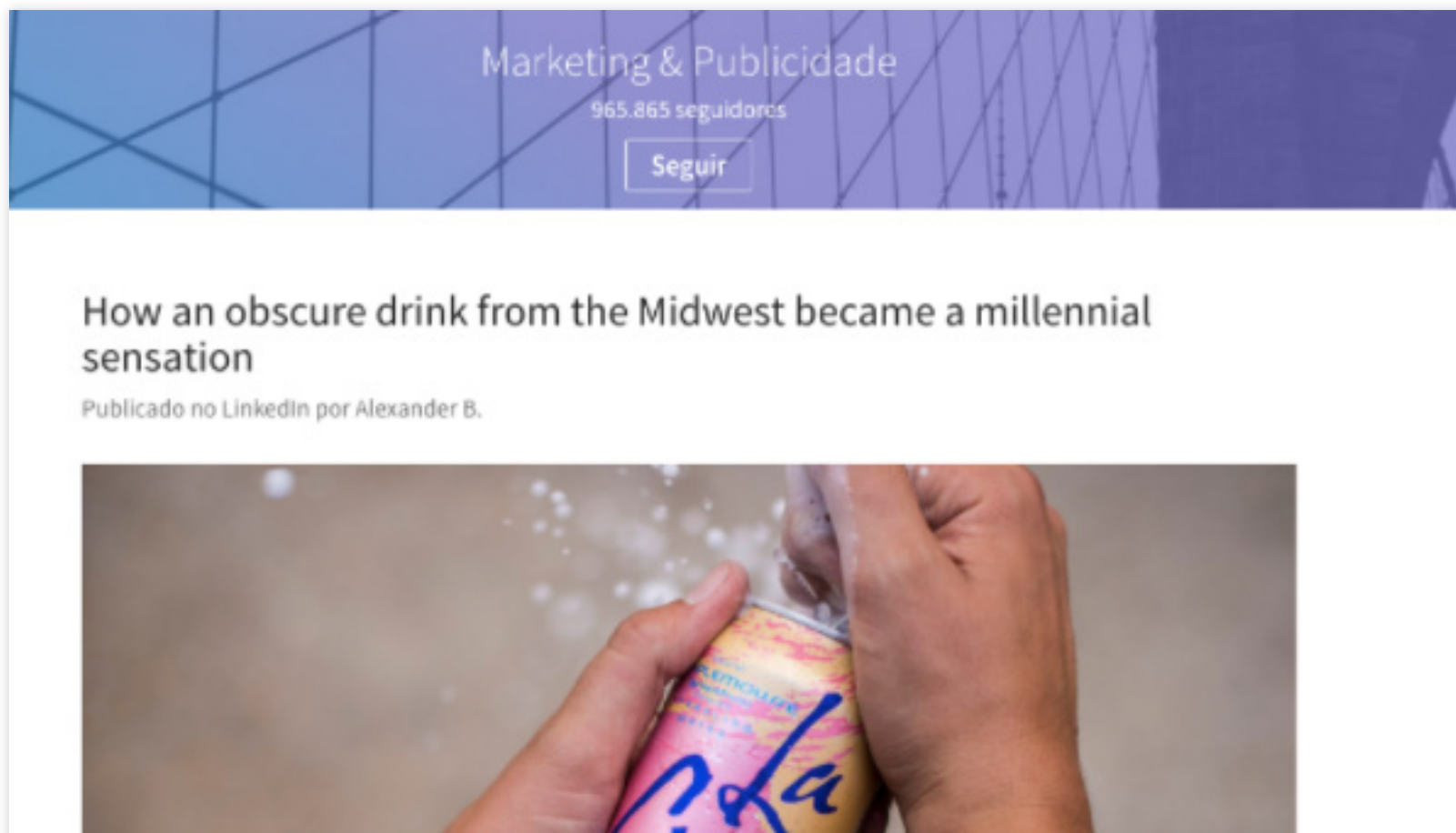


## NÃO MINTA

Você está chegando ao final do ebook e aqui ficou reservada a dica mais importante para que seu perfil do LinkedIn seja imbatível: não minta. Nunca, em momento algum.

Não minta para parecer melhor e não minta para parecer menos pior.

# LINKEDIN PULSE - O QUE É E COMO UTILIZAR A FERRAMENTA DE PUBLICAÇÕES DO LINKEDIN





Se você utiliza o LinkedIn com certa frequência, acreditamos que em algum determinado momento você tenha se deparado com o Pulse.

Caso isso ainda não tenha acontecido, aproveite para conhecer uma incrível oportunidade de ganhar visibilidade, gerar autoridade e promover conteúdos na rede social.

Em 2013 o LinkedIn comprou o Pulse, uma plataforma de notícias em formato de flipboard que agregava conteúdos de acordo com temas que o usuário selecionava mais relevantes.

Após a aquisição, o LinkedIn Pulse se tornou uma aba dentro da rede social onde grandes profissionais, chamados de influenciadores, publicavam conteúdos únicos e originais para a rede social.

Naquele momento, apenas os convidados podiam produzir e compartilhar conteúdos utilizando o pulse e as demais pessoas podiam seguir estes influenciadores para receberem notificações a cada nova publicação na plataforma.

A história mudou quando o Pulse recebeu uma atualização que encerrou a restrição de publicações. Agora, toda pessoa que possui uma conta no LinkedIn pode criar um artigo no Pulse.

O que isso significa?

- # 500 milhões de usuários podem produzir conteúdos únicos para o LinkedIn
- # Todos os seus contatos recebem uma notificação quando você publica um novo artigo
- # Você ganha autoridade e consegue aumentar sua base de contatos | seguidores
- # Não existe limite de publicações, tamanho dos posts ou limitações de imagens

Oportunidades, oportunidades e mais oportunidades. Através do LinkedIn Pulse você consegue construir uma reputação para você como profissional, além de conquistar autoridade por seus conteúdos.





## BENEFÍCIOS DO PULSE

Um dos pontos principais da plataforma de conteúdos do LinkedIn está ligada à forma como os conteúdos são compartilhados e publicados.

Diferente de redes sociais como o Facebook, aqui não existe limitação de tráfego orgânico e você também não precisa se preocupar com Ads para ganhar uma força a mais em sua publicação.

O que dita o sucesso de um artigo no Pulse depende de alguns fatores:

## CONTEÚDO DE BOA QUALIDADE QUE SEJA CAPAZ DE GERAR ENGAJAMENTO

Na hora de produzir artigos para o LinkedIn é importante levar em consideração a necessidade de criar algo original.

Não é incomum encontrar algumas publicações que foram retiradas de blogs ou traduzidas, mas em pouco tempo no Pulse você consegue perceber que as publicações originais são as que recebem maior engajamento.

A ideia do LinkedIn Pulse é que profissionais criem, compartilhem e se relacionem através de conteúdo rico e que agregue valor.

Você quer gerar autoridade, certo? Crie algo único que faça as pessoas quererem curtir, comentar e compartilhar.

## NÚMERO DE SEGUIDORES | CONTATOS DO AUTOR

Este é um dos maiores benefícios do Pulse.

Toda vez que você publica um novo conteúdo na plataforma, **todos os seus contatos e seguidores** recebem uma notificação com um alerta.

Sim, 100% dos seus contatos receberão uma notificação. Precisamos dizer mais alguma coisa?

Investir nos artigos para o Pulse é uma ótima maneira de se posicionar como profissional no mercado e mostrar para sua rede que você é uma autoridade no assunto.

# LINKEDIN ADS: UM GUIA BÁSICO

Anunciar no LinkedIn é conectar-se a uma grande rede de profissionais dinâmicos e influentes.

## Conquiste novos clientes.



### Público profissional

Conecte-se à maior rede de profissionais dinâmicos e influentes do mundo. Lance sua campanha em minutos. Tudo o que você precisa é de uma conta do LinkedIn.



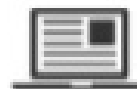
### Segmentação B2B precisa

- Por cargo e função
- Por setor e tamanho da empresa
- Por nível de experiência.



### Estipule seu próprio orçamento

- Pague por cliques ou impressões.
- Suspenda seus anúncios quando desejar.
- Sem contratos de longo prazo
- Sem compromissos



### Formatos dos anúncios

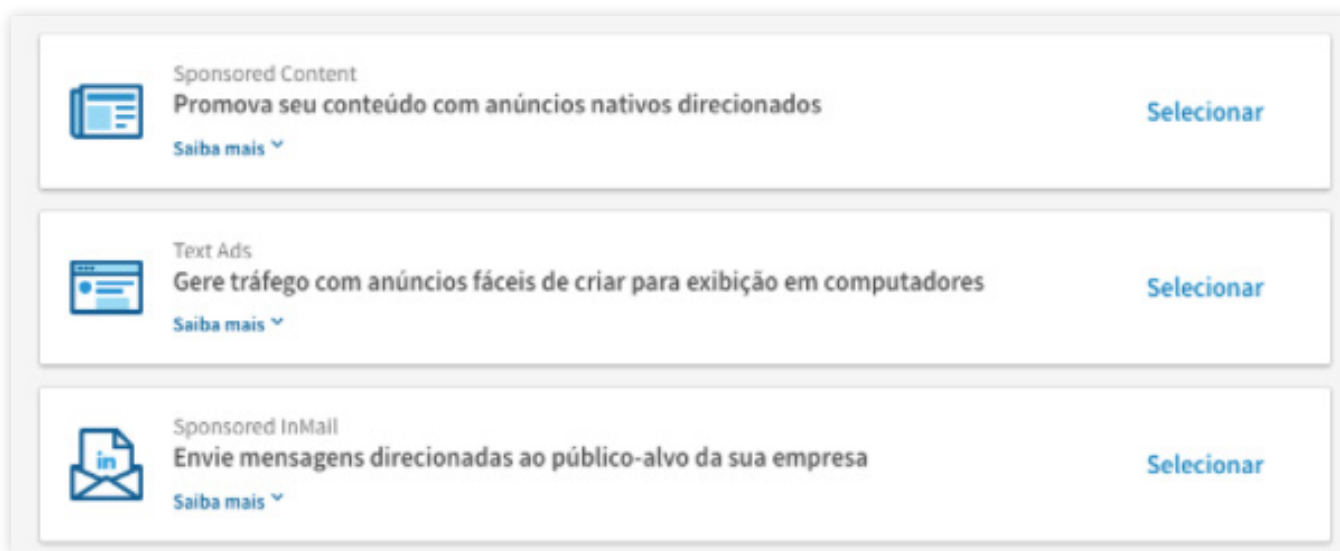
- Anúncios com textos e imagens
- Anúncios com vídeos
- Anúncios de texto



Vamos ver passo a passo para criar e configurar anúncios no LinkedIn.

## 1º PASSO: CRIE UMA NOVA CAMPANHA NO LINKEDIN

Para iniciar uma campanha, clique [aqui](#).  
Ao acessar essa plataforma de anúncios, clique no seu objetivo de campanhas.



Nesta fase você já poderá escolher o nome de sua campanha, lembrando que com este título poderá garantir uma maior facilidade de visualização, identificação e o LinkedIn também te oferece a funcionalidade de criar links com outras campanhas publicitárias.

A escolha deste nome é essencial para sucesso no seu trabalho. Quanto mais clara forem as informações, melhor, tanto para filtrar o público-alvo, como para atingir os resultados que você espera com mais exatidão.

## 2º PASSO: ESCOLHA O IDIOMA

Escolha o idioma que desejar. Lembre-se que o LinkedIn não utiliza de ferramentas de tradução simultânea online, mas te oferece uma boa variedade de línguas para você escolher e segmentar seu público-alvo.

Nome da campanha ?

Minha campanha de Sponsored Content

50

Idioma do público-alvo ?

English



### 3º PASSO: ESCREVA O SEU ANÚNCIO

Pronto, chegou na parte mais prazerosa: hora de criar a imagem, texto ou idéias que deseja transmitir ao seu público.

Tenha sempre em mente quem você deseja atingir com sua mídia, quem você quer entrar em contato ou quem você quer que clique no seu anúncio.

Você poderá enviar um link para que mesmo quem ainda não tem uma conta no LinkedIn possa acessar seu anúncio ou incluir um link para direcionar diretamente para a página de ofertas em seu site e também divulgar a página do LinkedIn de sua empresa, blogs, área de orçamento.

The screenshot shows the LinkedIn Ad creation interface. On the left, under the heading "Para onde usuários serão direcionados quando clicarem no seu anúncio?", there are two radio button options: "Minha página no LinkedIn" (with a dropdown menu "Selecionar página") and "Meu site" (selected, with a text input field containing "http://www.exemplo.com.br"). Below this, a section titled "Adicione um título cativante, uma imagem e o texto" features a placeholder image of a building and a text box with the example text "ex.: Gostaria de ser promovido?" and a character count of "25". Another text box below it says "Descreva por que alguém deveria clicar no seu anúncio." with a character count of "75". A link "Dicas para criar um bom anúncio" is at the bottom left. On the right, under the heading "Visualizar", there are three tabs: "Quadrado" (selected), "Horizontal", and "Longo". Below the tabs, a preview of the ad is shown with a placeholder image of a building and the text "Anúncios", "Título", and "Descrição".

Há grande variedade de opções, aproveite-as para pensar qual se adequa melhor ao seu planejamento.



# **Vale lembrar:** O título do anúncio tem um limite de 25 caracteres. O corpo do anúncio tem a limitação de 75 caracteres. Objetividade para criação do texto é essencial: quanto mais relevante for as informações, maior demanda de acesso.

# **Call-to-Action (CTA):** disponibilizar um CTA dentro da cópia de seu anúncio, como “Baixe seu Ebook” ou “Receba uma amostra grátis”, garante também uma melhora na taxa de cliques no seu anúncio.

# **Valor:** Informação extremamente importante e chamativa. Aproveite, coloque a informação do desconto disponível para clientes, brindes, coloque prazos para não deixar o cliente pensando demais, faça ele se sentir convidado a te conhecer hoje mesmo. Deixe ele sentir que a maior vantagem para ele será entrar na sua loja agora.

Infelizmente (ou felizmente) não há uma regra fechada ou uma receita mágica para ter sucesso. Por isso, teste vários formatos e vários atrativos para seu anúncio para ter sucesso com seu público em específico. Há um número enorme de variações e com certeza haverá algumas que te darão um melhor resultado.



## 4º PASSO: SEGMENTE SEU ANÚNCIO

Sair atirando para todos os lados não é uma boa estratégia. Por isso não se esqueça de segmentar seu anúncio!

Se seu produto é para um público específico, segmentar seu anúncio pode ajudar a aumentar suas conversões – quanto mais relevante sua segmentação, mais cliques você terá.

O LinkedIn possibilita a segmentação do seu público por localização, empresa, cargo, escola, grupo, sexo e idade.

The screenshot shows the LinkedIn ad targeting interface. At the top, there's a section titled "Utilizar público do Matched Audience (opcional)" with a "Selecionar" button. Below this, the "Segmentação" dropdown is set to "utilizar público definido abaixo". A section titled "Qual localidade deseja segmentar? (obrigatório)" includes a dropdown menu set to "incluir" and a text input field with the placeholder "Comece a inserir um país, estado ou cidade...". A "Visualizar lista completa" link is next to the input field. A red error message states "Ao menos uma localidade deve ser incluída." Below this, a section titled "Selecione critérios específicos para alcançar seu público exato:" displays a grid of 15 criteria with corresponding icons: Nome da empresa, Setor da empresa, Tamanho da empresa, Cargo, Função, Nível de experiência, Instituições de ensino do usuário, Áreas de estudo, Diplomas, Competências do usuário, Grupos do usuário, Gênero do usuário, Idade do usuário, Anos de experiência, Seguidores da empresa, and Conexões na empresa.

**Utilizar público do Matched Audience (opcional)** [Selecionar](#)  
Personalize as opções de segmentação para alcançar visitantes do seu site, contatos e contas-alvo.

**Segmentação** utilizar público definido abaixo

**Qual localidade deseja segmentar? (obrigatório)**  
incluir  [Visualizar lista completa](#)  
Ao menos uma localidade deve ser incluída.

**Selecione critérios específicos para alcançar seu público exato:**

Nome da empresa	Setor da empresa	Tamanho da empresa	Cargo	Função
Nível de experiência	Instituições de ensino do usuário	Áreas de estudo	Diplomas	Competências do usuário
Grupos do usuário	Gênero do usuário	Idade do usuário	Anos de experiência	Seguidores da empresa
Conexões na empresa				

**Defina seu público-alvo** [Saiba mais](#)  
**Ampliação do público:** Ativada  
LinkedIn tools may not be used to discriminate based on personal characteristics like gender, age, or actual or perceived race/ethnicity. [Learn more](#)

## 5º PASSO: ESCOLHA A FORMA DE PAGAMENTO

Após segmentar seu anúncio, escolha o método de pagamento.

Você pode escolher por custo por clique (CPC), que seria a cobrança cada vez que alguém clica no seu anúncio, ou pagar por 1000 impressões (CPM).

O próprio LinkedIn irá sugerir algumas ofertas dependendo do seu orçamento e da concorrência do seu produto. Se escolher pagar por 1000 cliques será cobrado o valor a cada vez que seu anúncio for mostrado para mil pessoas no LinkedIn.

Acompanhamento de conversões (opcional) ⓘ

[Instalar Insight Tag](#)

Tipo de lance ⓘ

☒ CPC = Custo por clique

☐ CPM = Custo por impressão

Orçamento diário ⓘ

A despesa diária com a sua campanha pode ser até 20% maior. [Saiba mais](#)

(Orçamento mínimo: USD10,00)

Lances ⓘ

Outros estão dando lances de USD2,78 – USD4,79 para alcançar um público semelhante. [Saiba mais](#)

(Lance mínimo: USD0,00)

Data de início da campanha ⓘ

☒ Iniciar imediatamente

☐ Marcar data de início

[Exibir a data final, o orçamento total e as opções de variação](#)

**Qual deve ser o valor do seu lance?**

Nossa faixa de lances sugerida é uma estimativa dos lances atuais dados por outros anunciantes que visam alcançar o mesmo público.

Tente dar lances com valor próximo ao máximo da faixa, especialmente no início da campanha. Isso ajudará você a vencer no leilão com mais frequência e a fazer bom uso do orçamento desde o início.

**Artigos de ajuda relacionados**

[Definir o lance, o orçamento diário e a data final da sua campanha](#)

[Comportamento relativo a cliques e cobrança para anúncios no Gerenciador de campanhas](#)

[Custos de publicidade](#)



## 6° PASSO: DEFINA UM ORÇAMENTO E HORÁRIOS

Antes de decidir um valor alto para investimento no seu anúncio, teste primeiro o sucesso das variações do seu anúncio. Não é o valor alto que definirá o sucesso, mas sim conquistar e atingir seu público-alvo.

Para melhor planejamento, o LinkedIn disponibiliza também a ferramenta de contato com os clientes que acessam seu anúncio. Assim, eles podem solicitar orçamento, pedir outras informações e você consegue estreitar o relacionamento com seu público.

Você também pode escolher quando será disponibilizado seu anúncio: de forma contínua ou em horários determinados. Fica à sua escolha.



## 7º PASSO: MEÇA SEUS RESULTADOS COM O RELATÓRIO DE DESEMPENHO DE ANÚNCIOS

Sua campanha publicitária no LinkedIn está pronta! Na tela inicial do LinkedIn você poderá acompanhar seu progresso na plataforma.

Aqui você terá o mapeamento de gráficos de seus cliques, gastos, CTR, tanto por completo como por períodos. Você acessará estatísticas e CPC médio para cada campanha, auxiliando assim sua decisão de investimento para otimizar suas campanhas. No LinkedIn, uma boa referência para um CTR é de cerca de 03% ou superior.

Se você constatar que as campanhas estão com acessos baixos, há várias formas de otimizar e aumentar a visualização. Ao clicar no anúncio você terá todas as informações disponíveis e classificadas por variações para melhor análise.

Utilize para seu benefício esta ferramenta, pois assim poderá definir quais serão os próximos anúncios e quais serão as metodologias que você irá empregar neles.







# 2 GRANDES EMPRESAS BRASILEIRAS NO LINKEDIN PARA SEGUIR E SE ESPELHAR

Você leu esse guia e ainda está em dúvida de como é uma página incrível no LinkedIn? Sabemos que a teoria e a prática podem ser bem diferentes, especialmente quando estamos falando de Marketing Digital.

Para facilitar sua visualização, separamos 2 perfis brasileiros de marcas que realmente entenderam como o LinkedIn funciona para você se espelhar. Inspire-se!



## NATURA

A Natura entendeu bem como funciona o LinkedIn.

É só dar uma olhada em seu perfil e atualizações - todas com imagens personalizadas para cada postagem que a marca faz na rede - para perceber como é uma página bem feita no LinkedIn. A marca conversa bem com seu público, utilizando uma linguagem que demonstra quais são os reais valores da Natura.

The screenshot shows the LinkedIn profile of Natura, a cosmetics company based in São Paulo. The header includes the Natura logo, company name, location, and follower count (470,446). It also mentions that Natura is classified as a LinkedIn Top Company. Below the header, there are buttons for 'Seguindo' (Following) and 'Visualizar vagas' (View jobs). A banner image at the top features a smiling woman. The main content area is divided into several sections: 'Visão geral' (Overview) with a yellow background and the text 'Viva sua beleza viva'; 'Vagas' (Jobs) featuring a profile for Lizandra Muniz, an expert in social networks, with a button to 'Visualizar vagas em aberto na Natura'; 'Dia a dia' (Daily) showing a building; 'Sobre nós' (About us) with a detailed description of the company's mission and values; 'Atualização recente' (Recent update) featuring a post about Natura receiving the 2017 Pró-Ética seal; and an 'Anúncio' (Advertisement) for Oi! promoting social transformation. At the bottom, there is a section for 'As pessoas também viram' (People also viewed) featuring Avon Cosmetics.

**Natura**  
Cosmética • São Paulo, São Paulo • 470.446 seguidores  
Classificada na lista LinkedIn Top Companies  
Seguindo Visualizar vagas

13 ex-alunos da sua instituição trabalham aqui.  
Visualizar todos os 19.512 funcionários no LinkedIn

**Visão geral**  
Viva sua beleza viva

**Vagas**  
Lizandra Muniz  
Especialista em Redes Sociais n...  
Visualizar vagas em aberto na Natura

**Dia a dia**  
Natura em Colônia SP

**Sobre nós**  
Somos uma marca brasileira que nasceu da paixão pela cosmética e pelas relações. Estamos presentes em sete países da América Latina e na França, e contamos com uma rede de 7 mil colaboradores, 1,5 milhão de consultoras e consultores Natura, além de fornecedores e parceiros.  
Acreditamos na inovação como um dos pilares para o alcance de um modelo de desenvolvimento sustentável. Buscamos criar valor para a sociedade como um todo, gerando resultados integrados nas dimensões social, econômica e ambiental.

**Atualização recente** Visualizar tudo  
Natura recebe selo Pró-Ética 2017  
natura.com.br  
234 gostaram • 5 comentários 11 h

**Anúncio**  
#JuntosTransformamos a sociedade, conectando pessoas,  
oi!  
Siga o Instituto de Inovação e criatividade da Oi  
Seguir

**As pessoas também viram**  
AVON  
Avon  
Cosmética  
+ de 10.001 funcionários

Visualizar mais

## HOTMART

Mestres do employer branding, a Hotmart é genial na hora de captar talentos, sempre mostrando pela sua página no LinkedIn qual é a cultura da empresa. É impossível não acreditar que lá é um lugar incrível para se trabalhar.

**Hotmart**  
Internet • Belo Horizonte, Minas Gerais • 27.142 seguidores

Seguindo Visualizar vagas

9 conexões trabalham aqui.  
Visualizar todos os 693 funcionários no LinkedIn →

**Visão geral**

**Vagas**

Lizandra Muniz  
Especialista em Redes Sociais n...

Visualizar vagas em aberto na Hotm...

**Dia a dia**

go beyond your limits

**Sobre nós**

Hotmart is a platform for digital products. With it, you can sell products such as ebooks, video lessons, software, online courses, for example, and also become affiliated to them, helping in the promotion and earning commissions for it, or buy something you want easily, fastly and safely.

Hotmart started operating in 2011 and it has been the market leader in the segment since then. Currently, we are expanding our business globally and, after opening offices in Madrid and Paris, we are

**Atualização recente** Visualizar tudo

HotTroopers no cinema | Os Últi...  
youtube.com

17 gostaram • 2 comentários 8 h

**Anúncio**

#JuntosTransformamos a sociedade, conectando pessoas,

Siga o Instituto de inovação e criatividade da Oi

Seguir

As pessoas também viram





# CONCLUSÃO


O LinkedIn pode ser um grande aliado para que você tenha sucesso com Marketing digital. Suas características fazem dele uma rede social incrível para conseguir contatos e boas oportunidades de negócios.

Não existe uma receita certa para dar certo no LinkedIn: teste o que funciona para você. Cada marca é única, mas lembre-se de sempre se adaptar ao que a rede social pede de você.

Esperamos que nossas dicas tenham sido úteis para você e sua empresa e que te ajudem a conseguir incríveis resultados com o LinkedIn.

Boa sorte!





# VOCÊ SE INTERESSOU PELO CONTEÚDO, MAS QUER IR ALÉM?

O QUE VOCÊ ACHA DE RECEBER UMA  
AVALIAÇÃO GRATUITA DE SUA  
ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL  
OFERECIDA PELA ROCK CONTENT?

QUERO RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA



A **Rock Content** é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de **conteúdo fantástico** e blogs corporativos sem monotonia.

Através de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelance qualificados.

Possuímos vários **materiais educativos** gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do **Marketing de Conteúdo**.