



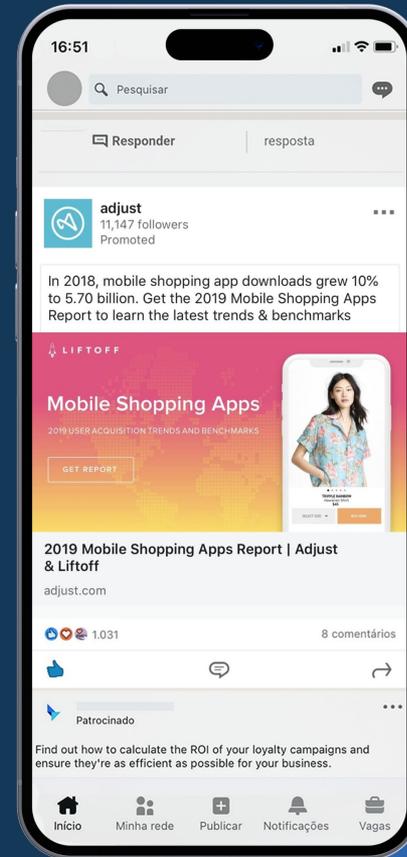
publya LinkedIn

MÍDIA KIT

LinkedIn

O LinkedIn é a **maior rede social corporativa do mundo**, e as marcas possuem a oportunidade de se posicionar em um ambiente onde os usuários buscam por informações relevantes, conteúdos, produtos e serviços para seus negócios e sua carreira profissional.

 **+78 milhões** de usuários no Brasil



Vantagens de anunciar no LinkedIn

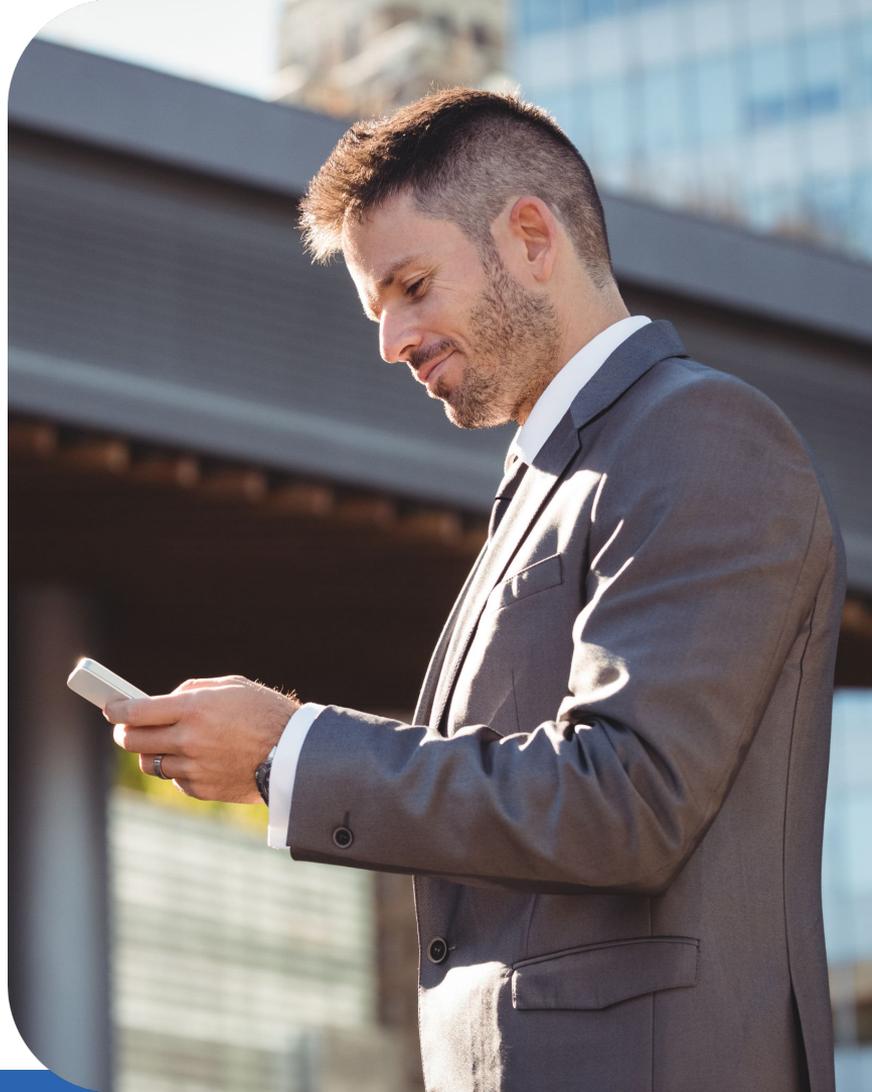
- ▶ Segmentações específicas para um público profissional
- ▶ Público engajado e interessado em conteúdos corporativos
- ▶ Impulsionamento de negócios
- ▶ Alcance de leads qualificados
- ▶ Posicionamento da marca

 **Mais de 1,5 milhão de atualizações** de feed são visualizadas por minuto

 Aproximadamente **138 horas de conteúdo de aprendizagem** são consumidas a cada minuto

 **Mais de 13 mil conexões** são feitas por minuto

Fonte: <https://news.linkedin.com/about-us#Statistics>



Objetivos de Campanha



Consideração da Marca

Ideal para que mais pessoas conheçam o seu negócio.



Visualização de Vídeo

Sua campanha será exibida a pessoas mais propensas a assistirem o vídeo.



Candidatos à vaga

Gere mais candidaturas às suas oportunidades de emprego



Visitas ao Site

Ideal para que mais pessoas visitem um site fora do LinkedIn. A campanha será entregue para usuários mais propensos a clicarem no anúncio.



Geração de Lead

Ideal para obter leads qualificados. Ao clicar no anúncio, o formulário é preenchido automaticamente com dados do perfil do LinkedIn.



Mensagens

Interaja com o seu público por meio de mensagens.



Compromisso

Sua campanha será exibida para pessoas mais propensas a gostar, compartilhar, comentar, visualizar ou clicar em seus anúncios ou seguir a sua empresa.



Conversão

Ideal para gerar mais compras, cadastros ou downloads. Sua campanha será exibida a pessoas mais propensas a executar a ação no site (como preencher um formulário ou fazer uma compra).

Formatos de Anúncios

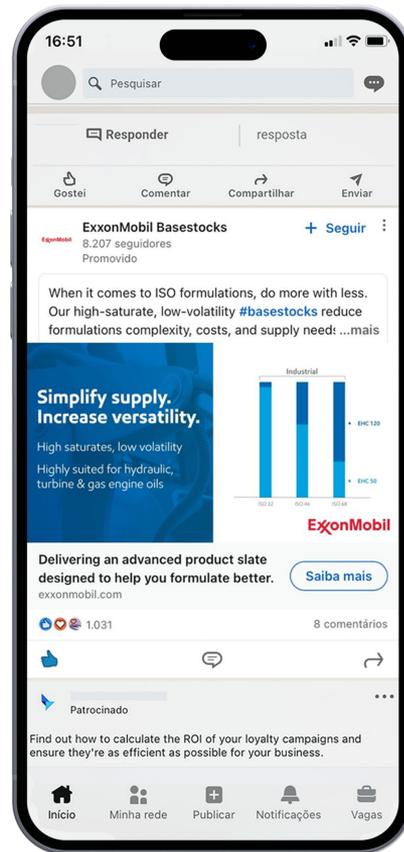
Sponsored Content

Conteúdo patrocinado que desenvolve relacionamento com o usuário, trazendo informações relevantes e gerando interesse no feed de notícias.

Formatos possíveis:

Como você pode montar seu anúncio:

- Anúncio com imagem única
- Anúncio com carrossel de imagens
- Anúncio com vídeo



Formatos de Anúncios

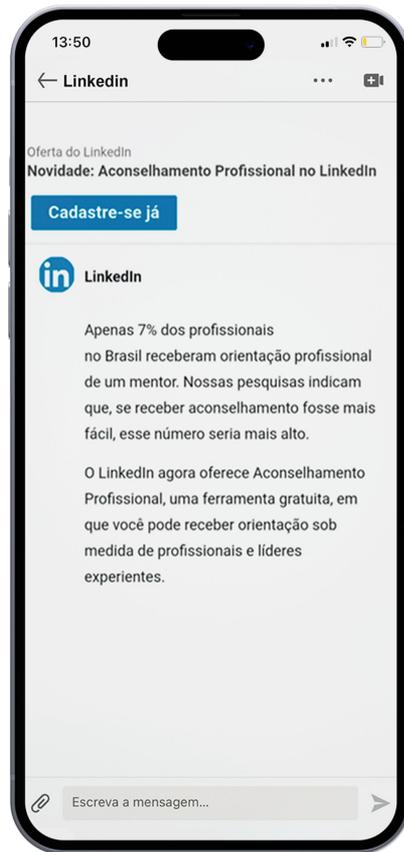
In Mail (anúncio em mensagem)

Crie anúncios que serão entregues na caixa de entrada do LinkedIn, para o seu público-alvo.

Formatos possíveis:

Anúncio em mensagem: A mensagem é entregue acompanhada com um banner companheiro (300×250).

*A criação desse anúncio com remetentes sendo uma página e não uma pessoa ainda está em beta e pode não ser aprovada.



Formatos de Anúncios

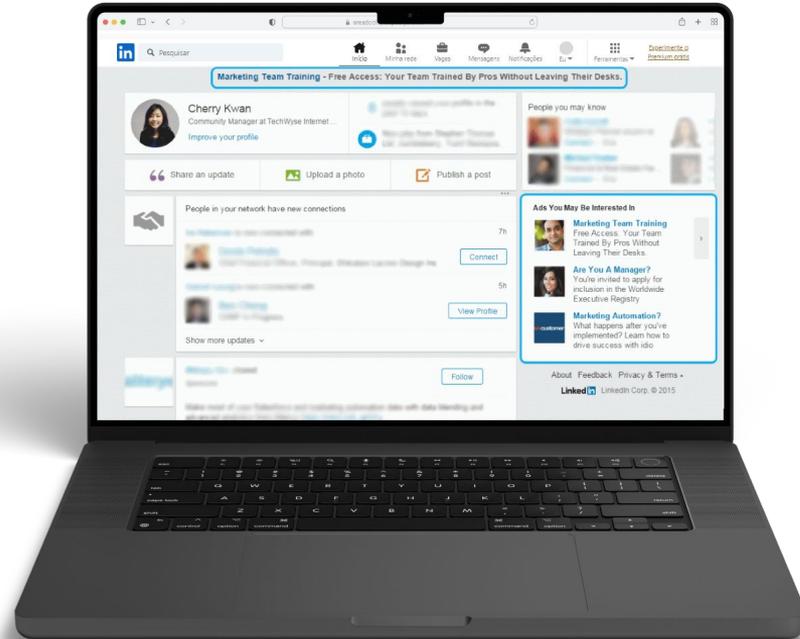
Text Ads

São anúncios de texto que aparecerão na coluna da direita ou parte superior do LinkedIn.

Formatos possíveis:

Anúncio de texto: anúncio de texto

*A criação desse anúncio com remetentes sendo uma página e não uma pessoa ainda está em beta e pode não ser aprovada.



Formatos por Objetivos de Campanha

	Reconhecimento de Marca	Visualização de Vídeo	Visitas no Site	Engajamento	Conversões no Site	Geração de Leads
Sponsored Content	✓	✓	✓	✓	✓	✓
In Mail (anúncio em mensagem)			✓		✓	✓
Text Ads	✓		✓			

Segmentações Disponíveis



Região geográfica

cidade, estado ou país.



Dados Demográficos

Direcione campanhas para usuários de determinada faixa etária ou gênero.



Interesses e Características

Busque usuários com determinados interesses, como Economia, Marketing, Industria etc e por perfil comportamental, como viajantes frequentes.



Experiência Profissional

Alcance usuários com base em anos de experiência, cargos, funções e competências do usuário.



Formação

Crie audiências buscando por usuários de determinadas áreas de estudo, instituições de ensino ou diplomas. Exemplos: pessoas que se formaram na USP, pessoas com áreas de estudo em economia aplicada.



Empresas

Segmente seu público pelo nome da empresa onde trabalham, setores que atuam, tamanho da empresa que trabalham ou os seguidores da sua company page. Exemplos: empresas do setor de agricultura com 2-10 funcionários.

Estratégias para públicos personalizados

- ▶ **Retargeting:** Reimpactar usuários que foram impactados na campanha.
- ▶ **LookaLike:** Impactar uma base de audiência semelhante aos usuários que interagiram com a campanha.
- ▶ **Upload de Lista:** Segmentação de empresas e contatos para criar segmentos de público com base em listas de empresas e organizações ou informações de contato..
- ▶ **Contato Externo:** Segmentação de contatos conectando sua plataforma de gerenciamento de contatos ou carregando uma lista de endereços de e-mail de forma segura, enviando um arquivo CSV com uma lista de endereços de e-mail.
- ▶ **Público preditivo:** criação de um público previsto para executar ações semelhantes às dos dados de origem, combinamos sua fonte de dados e a IA do LinkedIn para gerar automaticamente um novo público personalizado para expansão do alcance da campanha. Para inclusão na campanha, é necessário audiência de dados 1st party de campanhas anteriores.



 +55 (48) 3025-7221

 publyya.com

    /publyya



Rodovia José Carlos Daux, 500 – Sala 302
Techno Towers | João Paulo, Florianópolis - SC