



MARKETING NO LINKEDIN: O GUIA DA ROCK CONTENT

ESTE EBOOK É CERTO PRA MIM?

Um dos nossos principais objetivos aqui na Rock Content é ensinar. Para que consigamos alcançar este ideal, produzimos posts, ebooks, whitepapers, webinars, infográficos e uma infinidade de materiais que são feitos apenas para você. Apesar disso, alguns conceitos são mais introdutórios enquanto outros são avançados. 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!

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.

AVANÇADO

Estes são os materiais mais complexos produzidos pela Rock Content. Para usufruir ao máximo os 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 conhecimentos avançados.

[ESTE E-BOOK!]



SUMÁRIO

[04]

SOBRE OS
AUTORES

[05]

INTRODUÇÃO

[06]

PRINCIPAIS
CARACTERÍSTICAS

[07]

COMO TER UM PERFIL
EMPRESARIAL INCRÍVEL
NO LINKEDIN

[14]

TAMANHO DAS IMAGENS
NO LINKEDIN

[18]

COMO CRIAR UM
PERFIL PESSOAL CAMPEÃO
NO LINKEDIN

[23]

LINKEDIN
PULSE

[26]

LINKEDIN ADS:
UM GUIA BÁSICO

[33]

2 GRANDES EMPRESAS
BRASILEIRAS NO LINKEDIN PARA
SEGUIR E SE ESPELHAR

[35]

CONCLUSÃO

[37]

SOBRE A
ROCK CONTENT



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

TEXTO



REDATOR ROCK CONTENT

Este conteúdo foi produzido por um dos mais de 2000 redatores da base da Rock Content.

Quer conteúdo legal assim no seu blog?
[Fale com um consultor!](#)



LIZANDRA MUNIZ

Marketing Analyst
@ Rock Content
lizandra@rockcontent.com



LUIZA DRUBSKY

Community Manager
@ Rock Content
luiza@rockcontent.com

in



WERIK GONÇALVES

Marketing/Design Analyst
@ Rock Content
werik@rockcontent.com

in



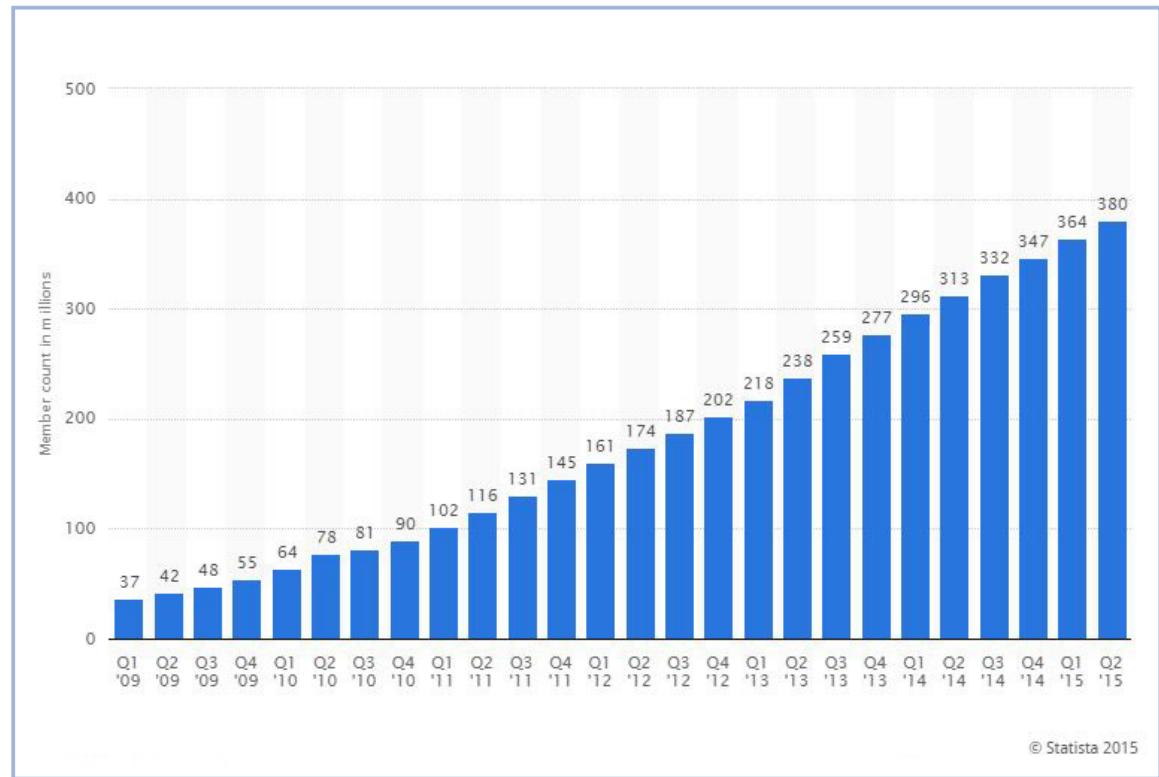
INTRODUÇÃO

Em 2015 o LinkedIn completou 12 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.

Segundo o estudo do [Statista](#), o LinkedIn conta com mais de 380 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. CANADÁ

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, esperamos que você se divirta e aprenda um montão!



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.

Anote nossas dicas para ter um perfil matador no LinkedIn!

O QUE ESPERAR DOS PERFIS DE EMPRESAS

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?"

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

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:

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 palavras-chave que façam sentido para o seu negócio, isso facilitará os usuários a te encontrarem na rede social.

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.

TRABALHAR 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.





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, bichinhos (desculpas, nos empolgamos. Bichinho não!) são algumas das opções que você pode utilizar para tentar viralizar um conteúdo. Neste 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.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

O QUE ESPERAR DOS PERFIS DE EMPRESAS

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.

Veja como exemplo o banner na nossa página no LinkedIn:

The screenshot shows the LinkedIn profile of 'Rock Content' (Internet) with 51-200 funcionários. The profile picture is a blue square icon. Below it, the company name 'Rock Content' is displayed in bold black font, followed by 'Internet' and '51-200 funcionários'. A blue bar below the header reads 'Página inicial'. Below the bar is a large group photo of the Rock Content team, consisting of approximately 30 people in blue t-shirts with the text 'ROCK YOUR BLOG' printed on them. They are posed in three rows against a light-colored wall with some decorative elements.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Usamos uma imagem de capa que exalta nosso profissionalismo e nossa marca. Ele tem um design simples e que mostra quem são as pessoas por trás da Rock Content. Garanta que nenhum erro (na logo, na digitação, etc) apareça nesse banner, já que ele é a primeira coisa que seu cliente verá quando acessar seu perfil.

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

 **Rock Content**
Internet
51-200 funcionários

Página inicial



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 que ajudam as empresas a manter seus blogs sempre atualizados com conteúdos interessantes para seu público, transformando-o em uma poderosa ferramenta de marketing.

Além disso damos consultorias para que nossos clientes possam formatar e executar suas estratégias de marketing de conteúdo da melhor maneira possível.

Especializações
Content Marketing, Marketing de Conteúdo, Internet

AQUI VOCÊ PODE VER COMO ESCOLHEMOS NOS APRESENTAR NO LINKEDIN – USANDO POUCAS PALAVRAS PARA DESCREVER QUEM SOMOS E O QUE FAZEMOS.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

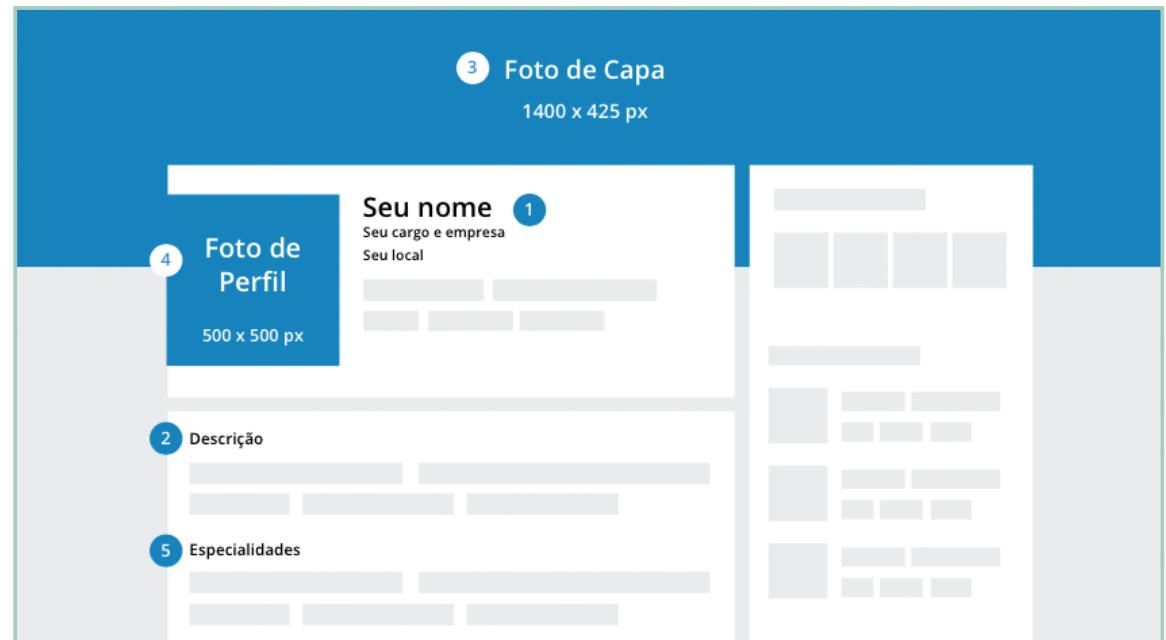
USE VIDEOS

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.



1. ADICIONE O NOME DA SUA EMPRESA;
2. INCLUA UMA DESCRIÇÃO;
3. COLOQUE UMA FOTO DE CAPA;
4. COLOQUE UMA FOTO DE PERFIL;
5. INCLUA AS ESPECIALIDADES DA SUA EMPRESA;

COMPARTILHE ESTE EBOOK!



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 vamos explicar tudo sobre tamanho de imagens no LinkedIn.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

TAMANHO DE IMAGENS NO LINKEDIN

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:

500 X 500

IMAGEM DE CAPA LINKEDIN:

1500 X 500

IMAGEM DE UPDATE DE STATUS (COMPARTILHAMENTOS):

698 X 400

TAMANHO DE LOGO NO LINKEDIN:

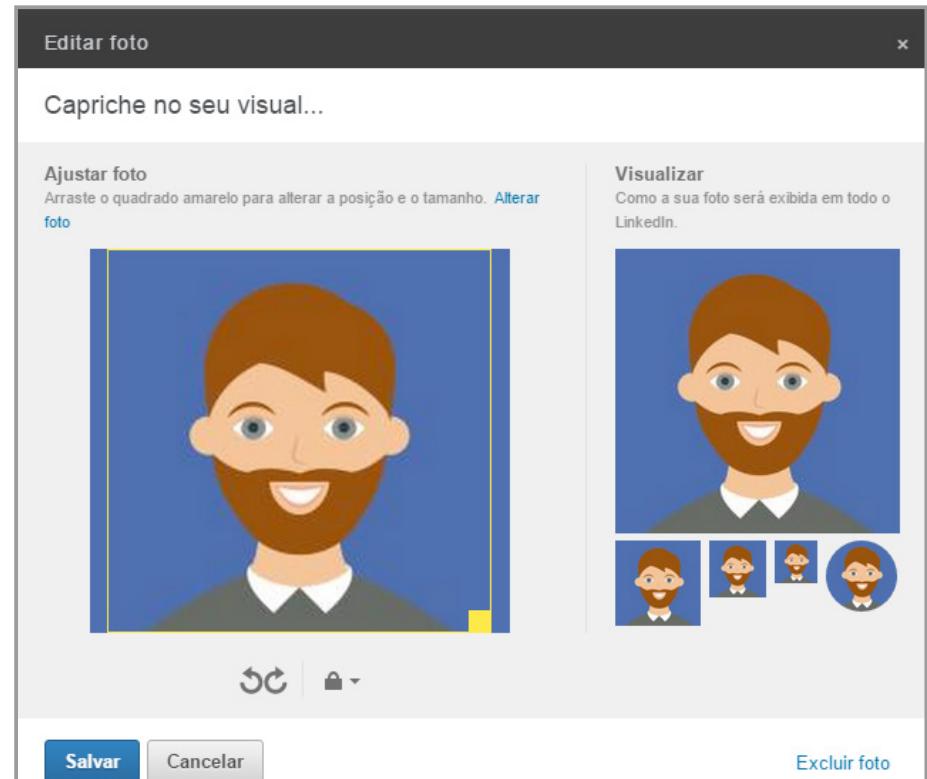
100 X 60 HORIZONTAL OR 50 X 50 QUADRADO

LEMBRE-SE DE CORTAR A IMAGEM ADEQUADAMENTE NA HORA E SELECIONÁ-LA!

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:
500 x 500

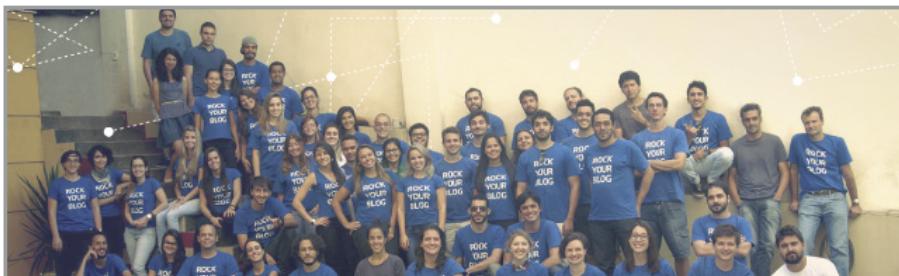


COMPARTILHE ESTE EBOOK!

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.

Imagen de capa LinkedIn:
1500 x 500



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 que ajudam as empresas a manter seus blogs sempre atualizados com conteúdos interessantes para seu público, transformando-o em uma poderosa ferramenta de marketing.

Além disso damos consultorias para que nossos clientes possam formar e executar suas estratégias de marketing de conteúdo da melhor maneira possível.

Especializações

Content Marketing, Marketing de Conteúdo, Internet

Site
<http://rockcontent.com>

Setor:
Internet

Tipo
Empresa privada

Sede
Rua Alagoas 1160 Quarto Andar
Belo Horizonte, MG 30330120
Brasil

Tamanho da empresa
51-200 funcionários

Fundada em
2013

Já em perfis pessoais, ela possui uma característica semelhante a imagem de capa do Facebook e Twitter:



EM PERFIS EMPRESARIAIS,
A IMAGEM DE CAPA É EXIBIDA DE
UMA FORMA DIFERENTE.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

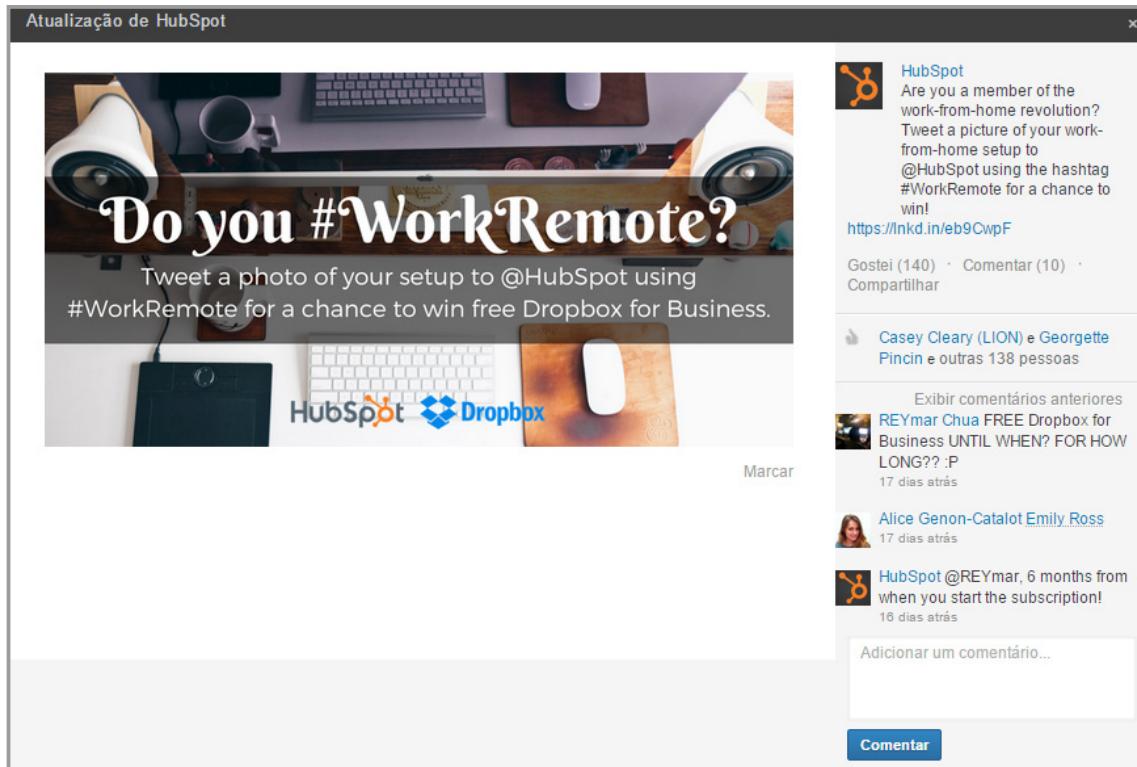


IMAGEM DE PERFIL REDUZIDA (LOGO)

As pequenas imagens que são publicadas toda vez que você compartilha algo. Nesta publicação existem duas imagens: a logo e a do compartilhamento.

Tamanho de logo no LinkedIn: 100 x 60 horizontal ou 50 x 50 quadrado / Compartilhamento: 110 x 180



IMAGEM DE COMPARTILHAMENTO

Neste caso as imagens podem ter até 698 x 400 pixels. Digo até, porque caso você queira utilizar algo menor que isso o LinkedIn aceitará perfeitamente.

Imagen de update de Status (compartilhamentos):

698 x 400

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 300 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.

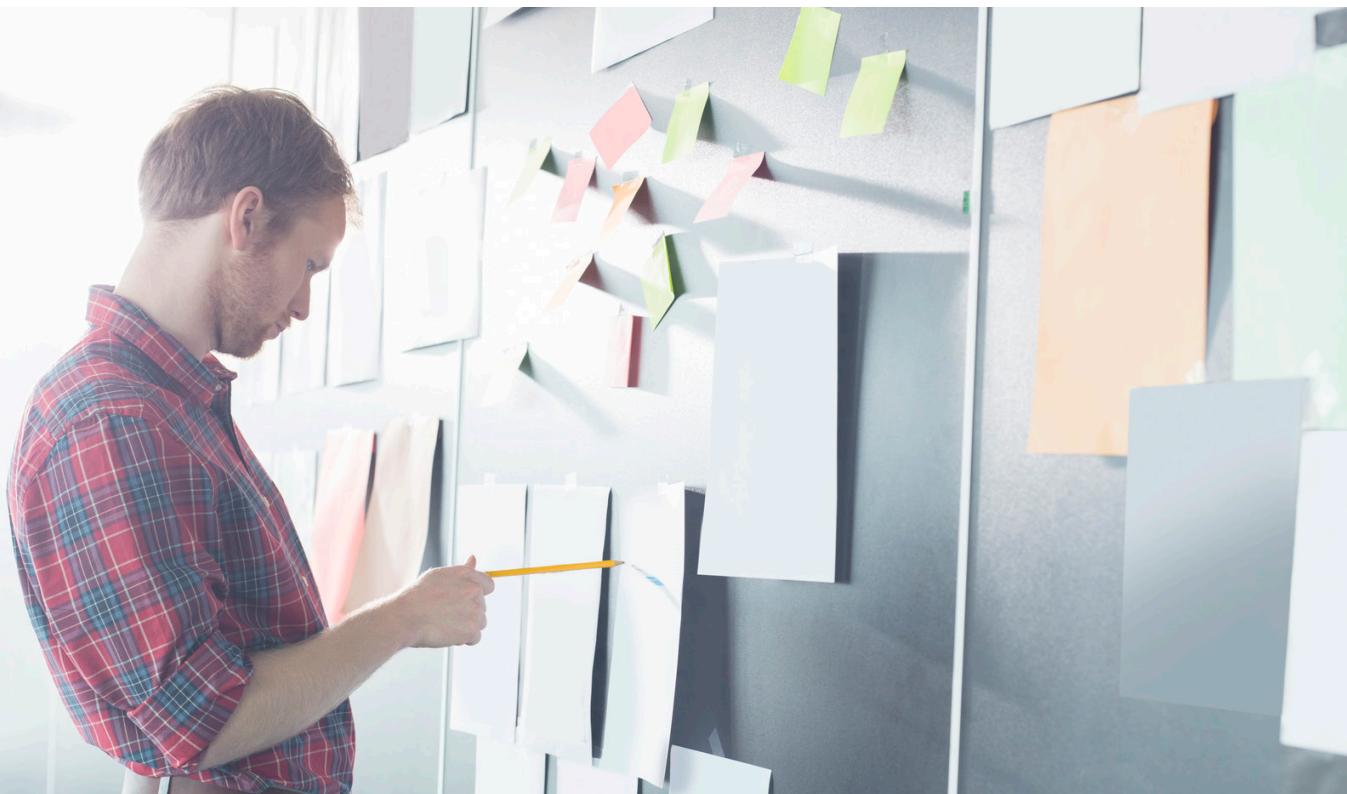
DEFINA SEU TÍTULO PROFISSIONAL

Logo abaixo de seu nome está um 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.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

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. Abaixo listaremos alguns exemplos:

- # [BR.LINKEDIN.COM/IN/SEUNOME/](https://br.linkedin.com/in/seunome/)
- # [BR.LINKEDIN.COM/IN/SUAEMPRESA/](https://br.linkedin.com/in/suaempresa/)
- # [BR.LINKEDIN.COM/IN/SUAMARCA/](https://br.linkedin.com/in/suamarca/)
- # [BR.LINKEDIN.COM/IN/UMAMENSAGEMQUALQUER/](https://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



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

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.

NÃO MINTA

Você está chegando ao final do post 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.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

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.

The screenshot shows the LinkedIn Pulse interface. At the top, there's a navigation bar with icons for search, notifications, and profile. Below it, a sidebar lists recent publications by other users:

- Aprenda como aumentamos em 615% o tráfego orgânico do nosso blog by Renato Mesquita
- Sobre carros, cafés e desemprego: Dar dinheiro para setores em crise é justo? by Bruno Ribeiro
- Você não vai acreditar em que lugar estamos no ranking mundial da produtividade by Andre Marchesi
- Governo brasileiro: Quem quer dinheiro? by José Victor Vendramini de...
- O FED não subirá as taxas de juros em setembro, mas os mercados derretem by Pedro Paulo Silveira

The main content area features a post by Renato Mesquita titled "Aprenda como aumentamos em 615% o tráfego orgânico do nosso blog". The post includes a profile picture of Renato Mesquita, his name, title ("Jornalista | Growth Hacker na Rock Content"), and a "Visualizar estatísticas" button. Below the post, there are engagement metrics: 20 de ago de 2015 | 32 visualizações | 4 pessoas gostaram | 0 comentários | with sharing icons for LinkedIn, Facebook, and Twitter.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

A história mudou quando o Pulse recebeu uma recente 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?

- # 380 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, não é mesmo?

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 em Criar um anúncio.



Criar um anúncio

Alcance públicos-alvo com anúncios de texto, imagens ou vídeo.

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.

Escolha um nome para esta campanha

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

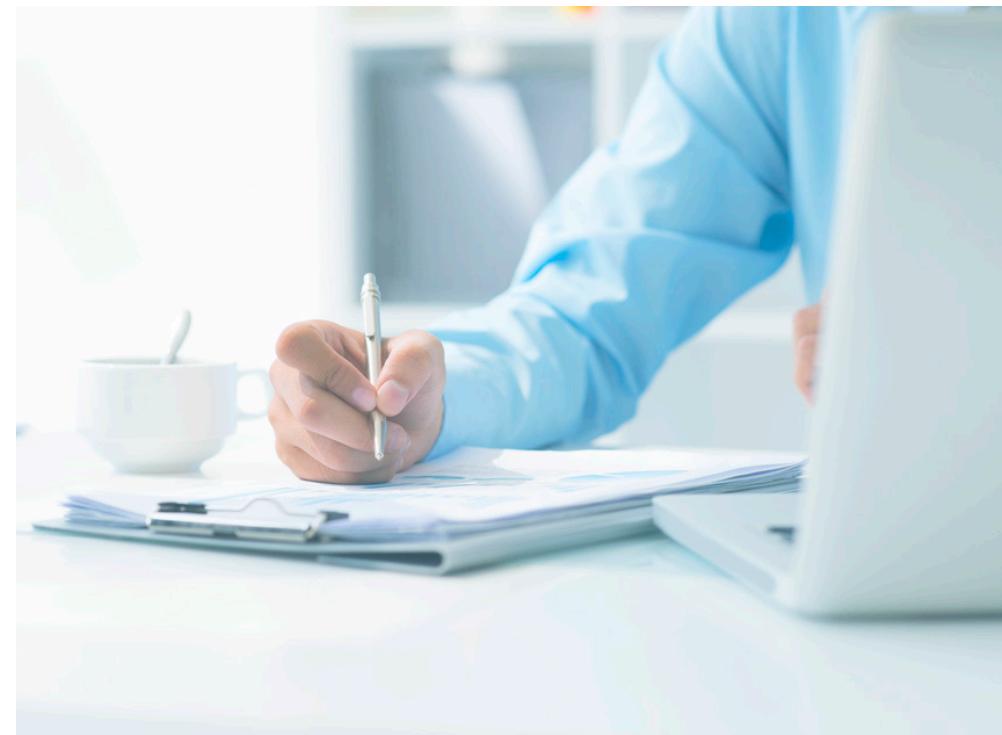
Idioma do anúncio

Português ▾

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.

3º PASSO: SELECIONE O TIPO DE MÍDIA

Tenha em mente que para escolher o tipo de mídia você pode selecionar tanto o modo vídeo – que deve ter 30 segundos ou menos para garantir que não se tornará uma mídia cansativa ou que causará desistência antes de passar a informação completa – ou poderá selecionar anúncio em texto. Essa escolha depende apenas do seu planejamento.



4º 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. Há grande variedade de opções, aproveite-as para pensar qual se adequa melhor ao seu planejamento.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

Anúncios nesta campanha
Crie até 15 anúncios diferentes para visualizar as melhores combinações de texto e imagem.

Variação do anúncio 1

Destino do anúncio

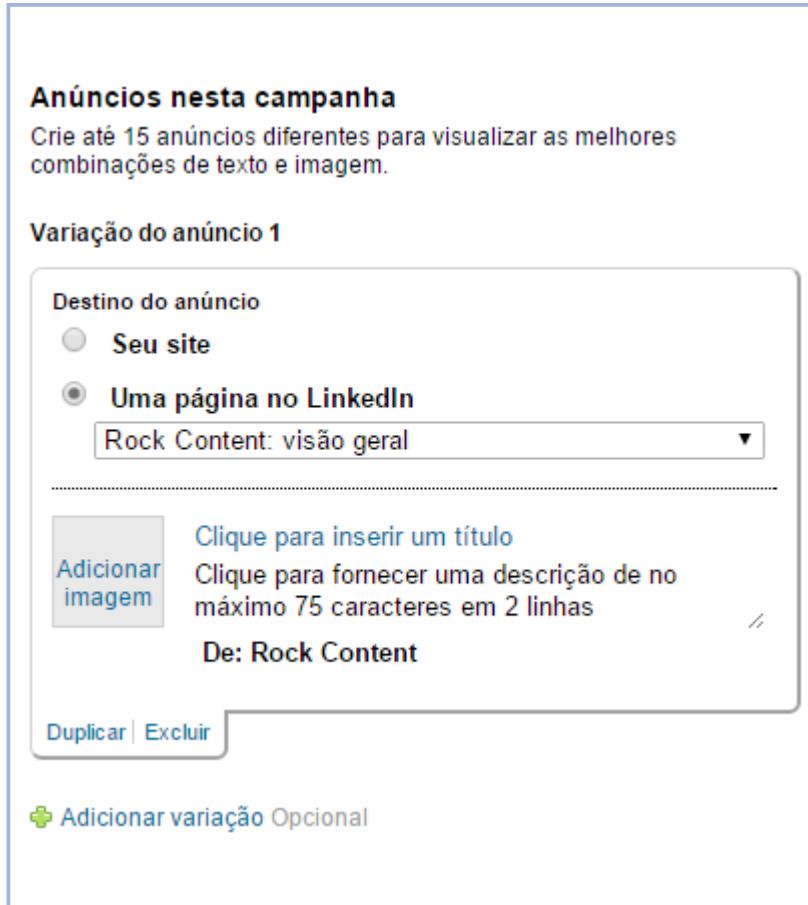
Seu site
 Uma página no LinkedIn
Rock Content: visão geral

Adicionar imagem

Clique para inserir um título
Clique para fornecer uma descrição de no máximo 75 caracteres em 2 linhas
De: Rock Content

Duplicar | Excluir

+ Adicionar variação Opcional



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 REGRAS 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.

5º 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.

Qual é o público-alvo desta campanha?

Localidade	Especifique pelo menos uma localidade
Empresas	<input checked="" type="radio"/> Tudo <input type="radio"/> Por nome <input type="radio"/> Por categoria (setor, tamanho da empresa) ▶ Insira as empresas que você deseja excluir
Função e/ou nível de experiência	<input checked="" type="radio"/> Tudo <input type="radio"/> Por categoria (função, nível de experiência) ▶ Insira as funções e níveis de experiência que gostaria de excluir.
Instituição de ensino	<input checked="" type="radio"/> Tudo <input type="radio"/> Por nome da instituição de ensino ▶ Insira a instituição de ensino para excluir alunos atuais e ex-alunos
Grupo	<input checked="" type="radio"/> Tudo <input type="radio"/> Por nome do grupo ▶ Insira o nome do grupo para excluir os seus integrantes
Sexo	<input checked="" type="radio"/> Tudo <input type="radio"/> Feminino <input type="radio"/> Masculino
Idade	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-54 <input type="checkbox"/> + de 55
Ampliação de público <small>?</small>	<input checked="" type="checkbox"/> Alcance usuários com características semelhantes às do seu público-alvo para aumentar o alcance da sua campanha.



COMPARTILHE ESTE EBOOK!

6º PASSO: ESCOLHA A FORMA DE PAGAMENTO

Após segmentar seu anúncio, escolha o método de pagamento.

Como gostaria de pagar por esta campanha?

- Pagar quando alguém clicar no anúncio - custo por clique (CPC)

Selecione um lance (quantia máxima que você está disposto a pagar quando alguém clica no anúncio)

5,04 BRL

Lance sugerido: entre 5,04 e 11,11 BRL.
Lance mínimo: 4,00 BRL

- Pagar toda vez que o anúncio for apresentado - custo por mil impressões

4,00 BRL

Lance sugerido: entre 4,00 e 6,41 BRL.
Lance mínimo: 4,00 BRL

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.



7º PASSO: DEFINIR UM ORÇAMENTO E HORÁRIOS

Qual é o seu orçamento para esta campanha?

Apresentaremos sua atualização com a maior frequência possível até você alcançar esse limite.

- Diário

50,00 BRL

O orçamento diário deve ser, no mínimo, 20,00 BRL.

As despesas diárias da sua campanha podem ser até 20% maiores. Saiba mais.

Qual é a duração da sua campanha?

- Indeterminada

- Até

25/08/2015

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.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

E, POR FIM: 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 varias 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
Cosmética
5.001-10.000 funcionários

Página inicial Carreiras

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.

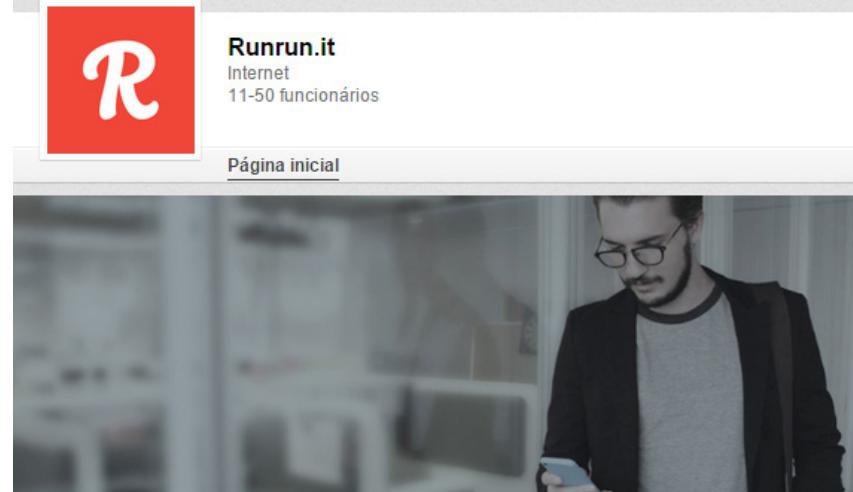
RAZÃO DE SER
Nossa Razão de Ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o bem-estar/estar bem.

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.

RUNRUN.IT



O Runrun.it é um software de Gestão de Equipes e Projetos, criado por gestores para gestores.

Seu objetivo é aumentar a produtividade das equipes, permitindo que você:

- priorize e distribua atividades;
- garanta que todos têm a informação necessária;
- acompanhe o que está acontecendo na empresa em tempo real.

O Runrun.it é um produto SaaS, o que significa que você pode usá-lo na web, sem custos de instalação.

Experimente grátis: <http://runrun.it/pt-BR>

O Runrun.it é uma marca especialista em divulgar bem seu produto no LinkedIn. Com o uso de diferentes formatos (vídeos, imagens, posts) eles conseguem informar seus seguidores com conteúdo de qualidade e promover seus serviços sem que isso pareça forçado.

O Runrun.it é um bom exemplo de como divulgar seu produto no LinkedIn sem cansar seus seguidores.

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 boa 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.

Caso você tenha alguma dúvida sobre algum ponto que não conseguimos esclarecer aqui, não deixe de conferir o [Fórum do Marketing de Conteúdo](#)! Lá você encontra uma das maiores comunidades do assunto no Brasil. E se precisar de uma ajudinha, [não deixe de falar com um dos consultores da Rock Content](#).

VOCÊ JÁ SEGUE AS REDES SOCIAIS DA ROCK CONTENT?

Fique por dentro de tudo que acontece na Rock Content e fique de olho nos nossos canais no [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), e [Google+](#).



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.