

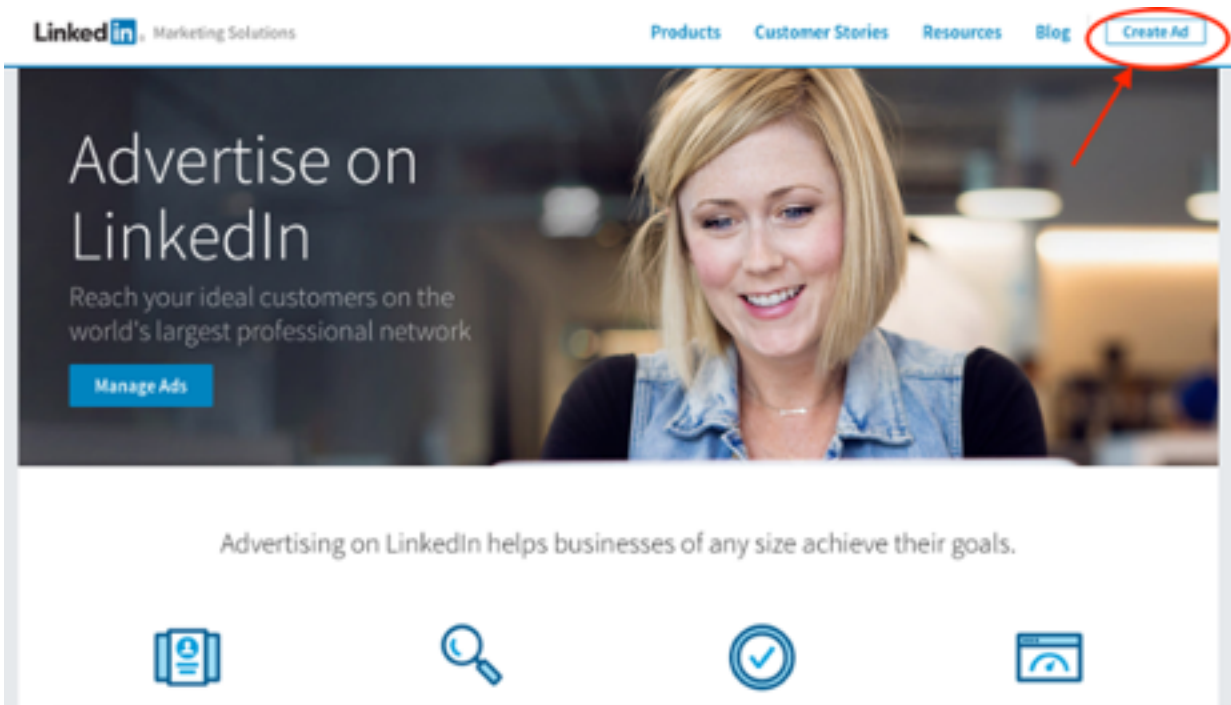
Cara menjalankan LinkedIn Ad Campaigns bagi pemula



LinkedIn merupakan platform yang sangat berguna untuk membangun jaringan dengan para profesional dalam bidang yang sama. Selain itu, LinkedIn juga merupakan platform pemasaran yang cukup efektif. Hal ini karena LinkedIn memiliki platform iklan yang kuat. Bagi Anda yang baru saja berkenalan dengan LinkedIn Ad, saya rekomendasikan untuk mengikuti panduan ini.

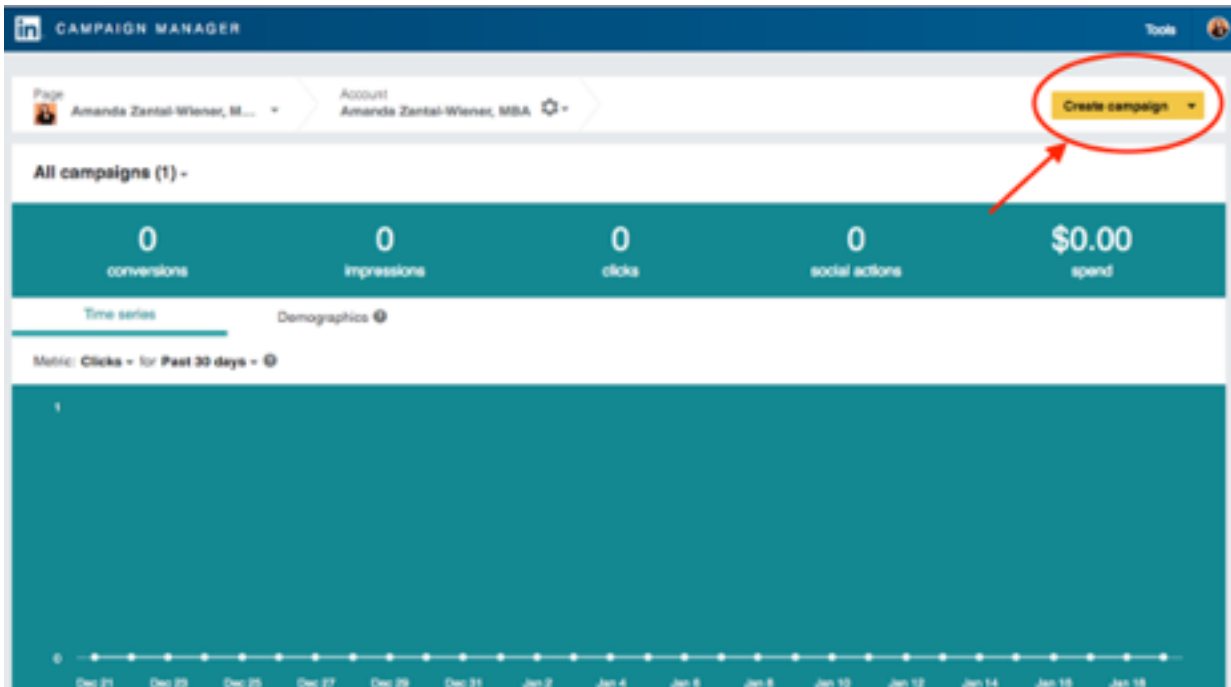
Buat New Ad Campaign

Untuk memulai, buka <https://www.linkedin.com/ads/> kemudian pilih "Create Ad":

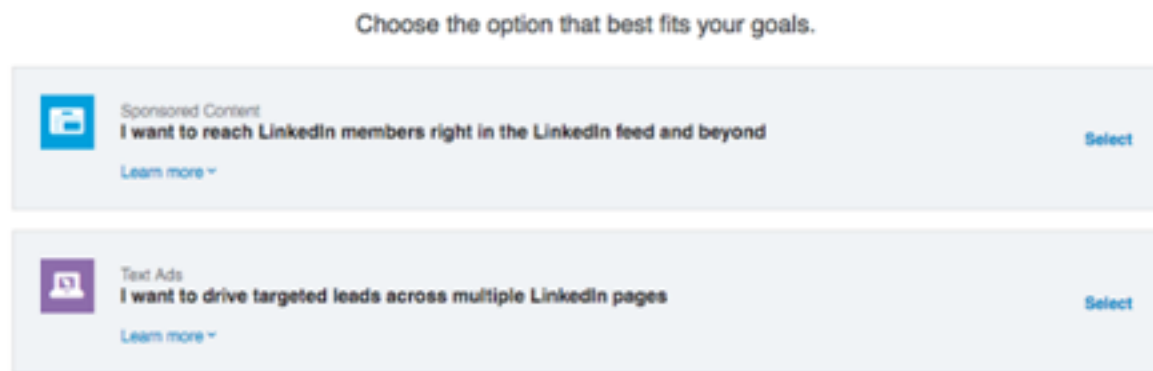


Anda akan dibawa ke dasbor member, kemudian diminta untuk menambahkan informasi billing ke akun Anda. Anda tidak akan dikenai biaya hingga kampanye aktif.

Di Campaign Manager, klik CTA untuk membuat campaign kemudian akan dialihkan ke situs tempat Anda memilih jenis iklan yang ingin dibuat:



Ada dua jenis campaign yang dapat Anda buat:



- **Sponsored Content.** Campaign ini digunakan untuk menarik pengikut baru ke situs perusahaan atau mendorong keterlibatan dengan konten khusus perusahaan.
- **Text Ads.** Bisa dikatakan sebagai opsi anggaran yang lebih murah, tetapi masih "sangat bertarget."

Perbedaan antara keduanya sebagian besar bersifat visual, silakan pilih sesuai kebutuhan.

Set parameter dasar iklan

Setelah memilih jenis campaign, Anda akan diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan dasar, seperti bahasa yang diinginkan untuk menampilkan iklan. Anda juga akan diminta untuk memilih nama promosi Anda. Nama ini hanya terlihat secara internal, jadi semakin informatif namanya, semakin baik. Misal seperti ini:

A screenshot of the LinkedIn Campaign Manager interface. The top navigation bar shows "Page", "Account", and "Campaign" tabs. The main heading is "Create Unicorn Food Ad Test-North America 18 to 24-female campaign". Below this, there's a question about the campaign language, followed by input fields for "Enter a campaign name" and "Choose language". At the bottom, there are buttons for "Cancel campaign", "Save as draft", and "Next".

Perlu diingat bahwa LinkedIn tidak akan menerjemahkan iklan Anda ke bahasa lain, tetapi dapat ditulis dalam bahasa apa saja yang didukung LinkedIn, termasuk Spanyol, Prancis, dan Jerman. Kemudian klik Next.


Tetapkan media dan format iklan


Setelah menetapkan parameter dasar iklan, selanjutnya tentukan di mana Anda ingin pengunjung diarahkan ketika mereka mengklik iklan tersebut. Berikut beberapa poin yang dapat Anda jadikan pedoman pada tahap ini:

- **Judul iklan.** Judul iklan tidak boleh lebih dari 25 karakter.
- **Body iklan.** Body iklan LinkedIn dapat mencapai 75 karakter.
- **Call-to-action (CTA).** Memiliki CTA yang dapat ditindaklanjuti dalam iklan juga akan membantu meningkatkan rasio klik-tayang iklan. Coba pertimbangan frasa-frasa seperti "Download e-book Anda sekarang" atau "Klik sekarang untuk sampel gratis".
- **Value.** Sertakan proposisi nilai perusahaan ke dalam salinan iklan untuk mendorong orang mengklik iklan, misal: "Diskon 20% untuk pembelian pertama Anda".
- **Pengujian.** Jangan takut untuk menguji salinan iklan. Coba buat beberapa varian iklan kemudian uji satu per satu, cari yang paling efektif.

Targetkan iklan Anda

Menargetkan siapa yang melihat iklan Anda dapat membantu meningkatkan konversi. Semakin spesifik dan relevan iklan bagi audiens, semakin banyak klik yang kemungkinan besar diduplikatnya. LinkedIn memungkinkan Anda untuk menargetkan iklan berdasarkan beberapa kategori berbeda, misal:



CAMPAIGN MANAGER

Page

Amanda Zantal-Wiener, M...

Account
Amanda Zantal-Wiener, MBA

Campaign
Create campaign

Create Unicorn Food Ad Test-North America 18 to 24-female campaign



OK, now let's target your audience
Reach the right people by selecting specific targeting criteria like job title, location and more.

Target by the audience below

What location do you want to target? (required)

include

Start typing a country, state, city, or town...

[Hide list](#)

☐ Africa

☐ Antarctica

☐ Asia

☐ Europe

☐ Latin America

☐ Middle East

☐ North America

☐ Oceania

- **Lokasi.** Anda harus memilih setidaknya satu lokasi untuk iklan Anda. Coba identifikasi di mana mayoritas pelanggan Anda tinggal kemudian targetkan iklan di wilayah tersebut.
- **Perusahaan.** Jika audiens target Anda memiliki perusahaan tertentu, Anda dapat menargetkannya secara langsung, bahkan berdasarkan nama.
- **Job Title.** Anda dapat memilih jabatan pekerjaan tertentu, atau memilih fungsi pekerjaan, senioritas, dan lama pengalaman.
- **Sekolah.** Jika Anda ingin menargetkan orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan tertentu, targetkan iklan berdasarkan sekolah.
- **Skill.** Target audiens Anda mungkin memiliki keahlian tertentu, misal pemasaran email, perencanaan keuangan, manajemen risiko. Gunakan iklan untuk menargetkan orang-orang dengan kemampuan serupa.
- **Grup.** Salah satu atribut terbaik LinkedIn adalah kemampuan untuk bergabung dengan grup profesional yang berpikiran sama, di mana Anda dapat mendiskusikan tren dan topik industri. Manfaatkan ini.

- **Jenis kelamin dan usia.** Berlaku jika audiens Anda lebih condong pada satu jenis kelamin atau kelompok usia tertentu.

Pilih opsi penawaran

Setelah memilih opsi penargetan, Anda dapat mengatur opsi penawaran yang paling sesuai untuk Anda. Ada dua opsi yang dapat dipilih:

- **Cost Per Click (CPC).** Anda akan dikenai biaya setiap kali seseorang mengklik iklan. LinkedIn akan merekomendasikan rentang tawaran tergantung pada anggaran dan persaingan untuk iklan Anda.
- **Pay Per 1,000 Impressions (CPM).** Anda akan dikenakan biaya sejumlah tertentu setiap kali iklan Anda dilihat oleh 1.000 orang di LinkedIn.

The screenshot shows the LinkedIn Ads campaign creation interface. At the top, it says "Create Unicorn Food Ad Test-North America 18 to 24-female campaign". Below this is a section titled "Let's figure out how much you'd like to spend on your campaign" with the subtitle "Tell us your bid type and budget and when you'd like your campaign to start.".

The main form has several sections:

- Bid type:** Two radio buttons are present: "Cost per click (CPC)" (selected) and "Cost per impressions (CPM)". Below the radio buttons is the text "Pay when someone clicks your ad."
- Bid:** A text input field contains "7.84". To the right, it says "Suggested bid to reach the majority of your audience is \$7.84. (Other advertisers are bidding between \$7.84 - \$11.90) Minimum bid: \$2.00."
- Daily budget:** A text input field contains "25.00". To the right, it says "Minimum budget: \$10.00 Your campaign's actual daily spend may be up to 20% higher. [Learn more.](#)"
- Start Date:** Two radio buttons are present: "Start immediately" and "Schedule start" (selected). Below the radio buttons is a date picker showing "1/20/2017".
- End Date:** A date picker shows "1/21/2017". To the right, it says "Campaigns will end at midnight (UTC time zone) on the date selected. [Run indefinitely](#)"

At the bottom of the form, there is a link "Show less" and a link "I want to learn more about campaign budgeting".

Below the form, there is a disclaimer: "By clicking Launch Campaign, you agree to the [LinkedIn Ads Agreement](#) and [Advertising Guidelines](#)".

At the very bottom, there are four buttons: "Cancel campaign", "Save as draft", "< Previous", and "Launch Campaign".

Tetapkan anggaran harian

Tetapkan anggaran harian iklan terbaik bagi perusahaan Anda. Sebelum berinvestasi banyak dalam satu campaign, uji dan ukur keberhasilan setiap campaign serta variasi iklan. Eksperimen penting untuk dilakukan sejak awal, jika Anda mengamati campaign berkinerja baik, maka Anda dapat menempatkan anggaran yang lebih besar untuk campaign tersebut.

Create Unicorn Food Ad Test-North America 18 to 24-female campaign

Let's figure out how much you'd like to spend on your campaign
Tell us your bid type and budget and when you'd like your campaign to start.

Bid type ☒ Cost per click (CPC) ☐ Cost per impressions (CPM)
Pay when someone clicks your ad.

Bid Suggested bid to reach the majority of your audience is \$7.84.
(Other advertisers are bidding between \$7.84 ~ \$11.90)
Minimum bid: \$2.00.

Daily budget Minimum budget: \$10.00
Your campaign's actual daily spend may be up to 20% higher. [Learn more.](#)

Start Date ☐ Start immediately ☒ Schedule start

End Date Campaigns will end at midnight (UTC time zone) on the date selected.
[Run indefinitely](#)

[Show less](#) [I want to learn more about campaign budgeting](#)

By clicking Launch Campaign, you agree to the [LinkedIn Ads Agreement](#) and [Advertising Guidelines](#)

[Cancel campaign](#) [Save as draft](#) [Previous](#) [Launch Campaign](#)

Akhirnya, Anda dapat memilih apakah Anda ingin kampanye Anda ditampilkan terus-menerus, atau sampai tanggal tertentu.

Source:

<https://blog.hubspot.com/marketing/linkedin-advertising-campaigns>

<https://unsplash.com/>