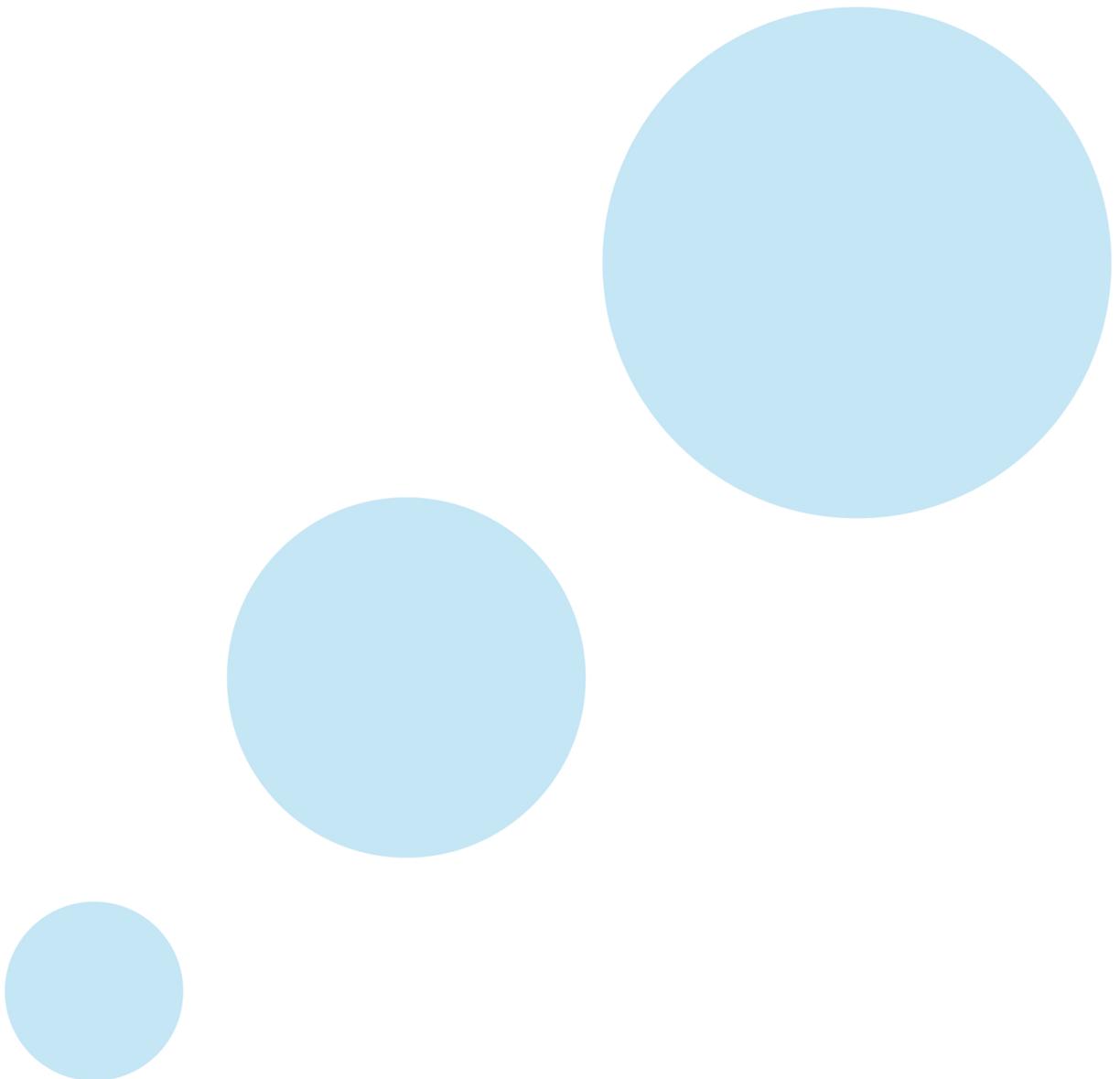


CRIAR PRESENÇA NO LINKEDIN



CRIAR UMA PÁGINA NO LINKEDIN

Etapas do processo de criar uma página para o seu negócio no LinkedIn: Company Page.



Entrar em www.linkedin.com e iniciar sessão

NOTA: Precisa criar um perfil do LinkedIn com o seu nome e sobrenome reais antes de poder concluir as próximas etapas e criar uma Company Page.



Selecionar o símbolo de menu no canto superior direito e escolher “Create a Company Page” na lista de opções



Selecionar o tipo de negócio, clicando em “Small Business” se a sua empresa tiver menos de 200 empregados.



Preencher o quadro com os dados do seu negócio (Nome comercial, URL do link, website, indústria, dimensão...).



Clicar em “Create Page” e a página é criada.



Adicionar mais informações sobre o seu negócio e completar a página com o seu logo e foto de capa (fundo da página)

CONFIGURAR CAMPANHAS DE LINKEDIN

Sistematização do processo de promoção em LinkedIn



Pré-Lançamento: Definir o assunto, objetivos audiência e nome da campanha, garantindo que o LinkedIn é a melhor plataforma para a campanha.



Implementação:

1. Criar conta o LinkedIn ou Iniciar Sessão
2. Ir a <https://www.linkedin.com/ads/>
3. Selecionar “New Ad Campaign” e clicar em “Start New”
4. Adicionar Nome da Campanha
5. Em “Ad Language”, escolher a língua de acordo com a preferência.
6. Selecionar “Media Type” e escolher entre “Basic” ou “Vídeo”
7. Escrever um texto de anúncio cativante. - Definir quem irá ver o anúncio (por localização, empresa, cargo profissional, etc.)
9. Escolher o método de pagamento preferencial.
10. Definir orçamento diário.
11. Fazer “Check” na caixa “Lead Collection” caso se queira dar ao cliente a opção de contactar a empresa clicando apenas num botão.
12. Lançar o anúncio clicando em “Launch Campaign”



Manutenção e Avaliação

1. Ir ao “LinkedIn Campaign Manager” e clicar na campanha a avaliar.
2. Investir mais recursos nas campanhas mais bem sucedidas.
3. Ligar a informação dos Leads a um software de relação com o cliente (ex: Mailchimp).
4. Comparar desempenho atual com desempenho passado e prever futuras campanhas, aprendendo com os erros e sucessos.