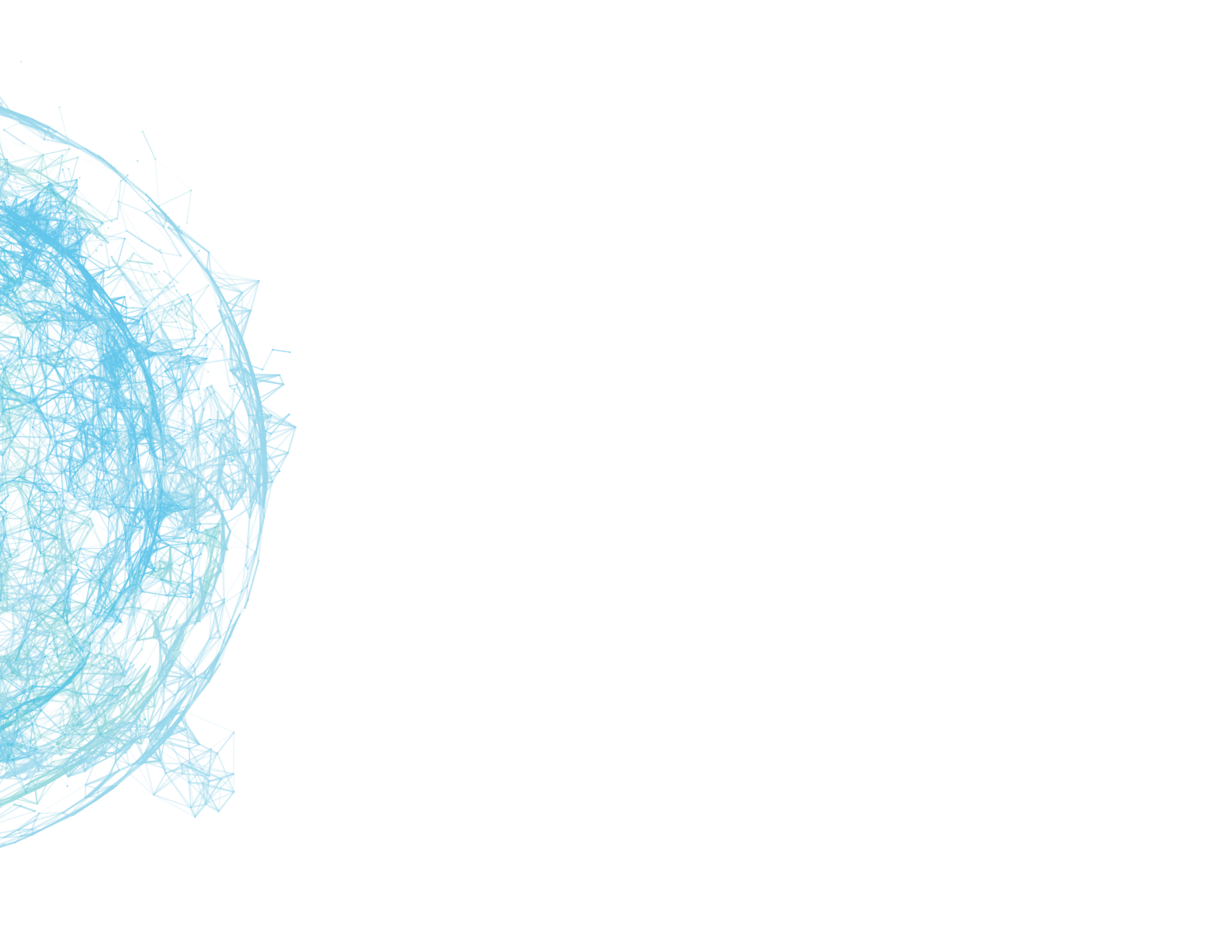


LinkedIn Marketing Solutions

Resumen de la plataforma

*Dirige tu marketing
a quien te interese*







Índice

- 4 Dirige tu marketing a quien te interese
- 9 Define tu objetivo
- 11 Dirígete al público adecuado
- 14 Interactúa con ellos con contenido
 - › Sponsored Content de LinkedIn
 - › Sponsored InMail de LinkedIn
 - › Display Ads de LinkedIn
 - › Dynamic Ads de LinkedIn
 - › Text Ads de LinkedIn
 - › Cómo empezar
- 22 Optimiza tu impacto
- 25 Únete a las más de 150.000 marcas que confían en LinkedIn
- 27 Próximos pasos

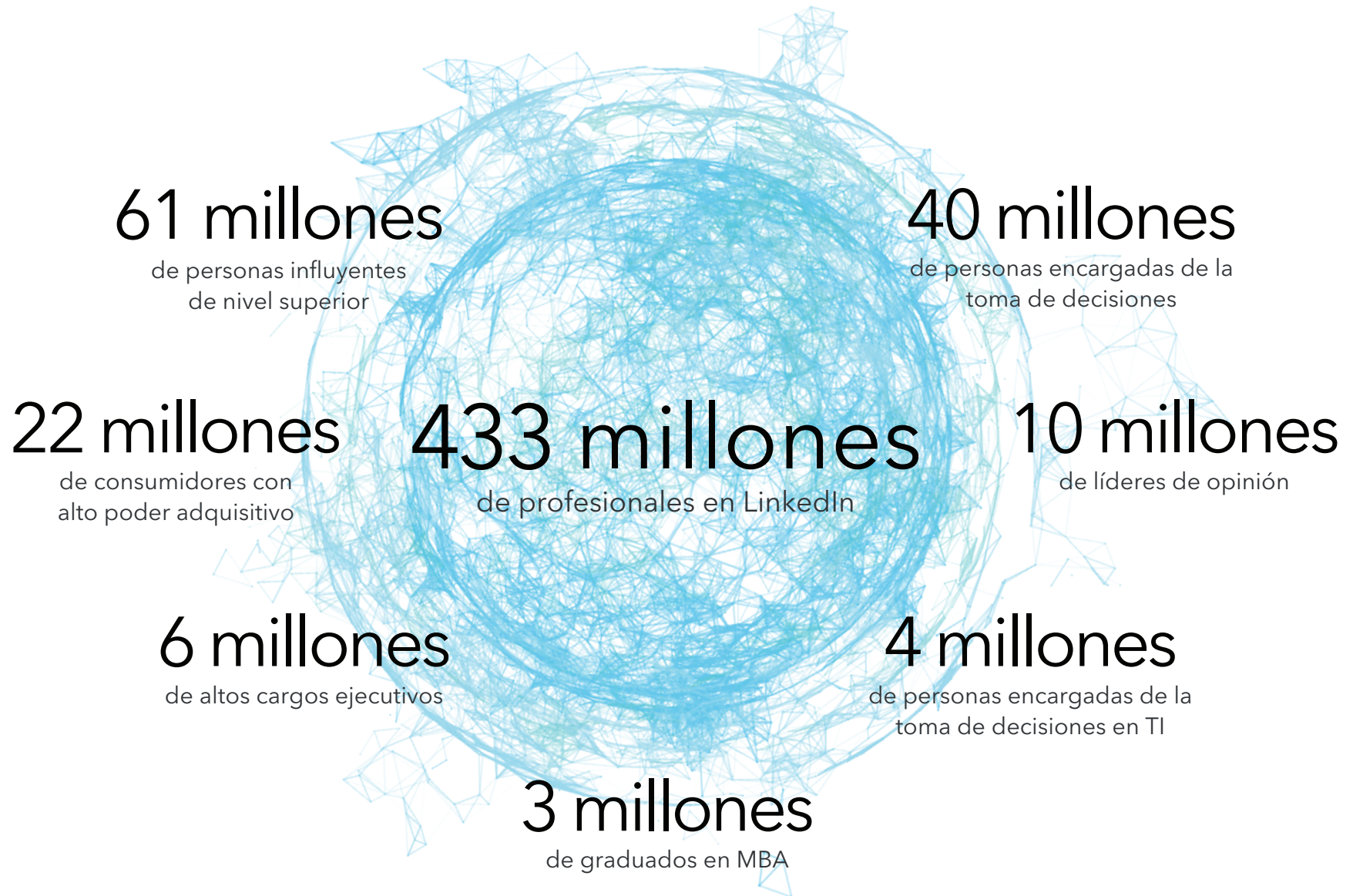



LinkedIn Marketing Solutions

Dirige tu marketing a quien te interese

LinkedIn presenta una oportunidad única para las marcas. Por primera vez en la historia de los medios de comunicación, puedes llegar a profesionales de todo el mundo en un solo lugar.

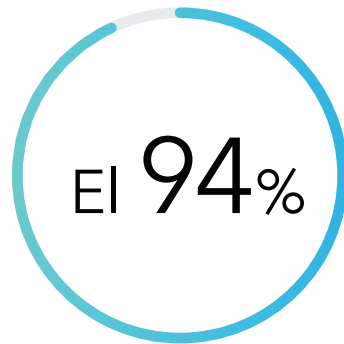
Más de 433 millones de personas se reúnen en LinkedIn para estar conectadas e informadas, avanzar en su carrera profesional y trabajar de forma más inteligente. Juntas forman la mayor comunidad global de profesionales empresariales. Estas son las personas encargadas de la toma de decisiones, personas influyentes y los líderes de hoy y del mañana: justamente la gente a la que quieres dirigirte.



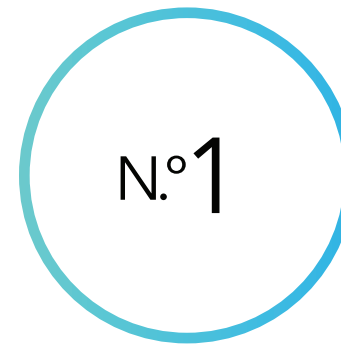


LinkedIn es la plataforma más efectiva para interactuar con las personas que más le interesan a tu empresa.

Los profesionales del mundo vienen a LinkedIn con un propósito y consumen una gama de contenido profesional, incluidas noticias del sector, consejos de expertos, aprendizaje profesional, información de colegas y recomendaciones. Alcanzarás tus objetivos en LinkedIn dirigiéndote al público adecuado y compartiendo contenido valioso mediante productos adaptados a la manera en la que los profesionales interactúan con la plataforma.



de los representantes de marketing B2B utilizan LinkedIn para distribuir contenido¹



LinkedIn está considerada como la red social más importante para generar posibles contactos²

¹ «B2B Content Marketing, 2016 NAMER Benchmarks» (Marketing de contenido B2B, referencias de América del Norte 2016), Content Marketing Institute/MarketingProfs.

² «The State of B2B Digital Marketing», (El estado del marketing digital B2B), otoño de 2015, Demandwave.



Llega a un público codiciado en un contexto profesional.

Los miembros de LinkedIn interactúan con nuestra plataforma para fomentar sus objetivos profesionales. Llegan a LinkedIn específicamente para conectar con gente, marcas y oportunidades, y para interactuar con contenido de gran calidad que aborda su deseo de ser más productivos y tener más éxito.

Esta es una mentalidad y un propósito muy diferentes a los de otras plataformas sociales. Y es precisamente esta mentalidad orientada a las aspiraciones la que ha llevado a una explosión de contenido que ahora se comparte semanalmente en el feed de LinkedIn.

Las impresiones de contenido lo incluyen todo, desde las actualizaciones del perfil hasta contenido multimedia, artículos de gran formato y mucho más. Actualmente hay 9.000 millones de impresiones de contenido en el feed cada semana, 15 veces más que los anuncios de empleo que se publican en el feed. Y la mayoría de esta interacción se hace a través del móvil. De hecho, en más del 57 por ciento de los casos, los miembros acceden al contenido de LinkedIn desde su dispositivo móvil.

LinkedIn te permite llegar a un público codiciado en un contexto profesional e interactuar con él con contenido valioso cuando está activo en la plataforma y, por lo tanto, más receptivo respecto a tu mensaje.



9.000 millones
de impresiones de contenido

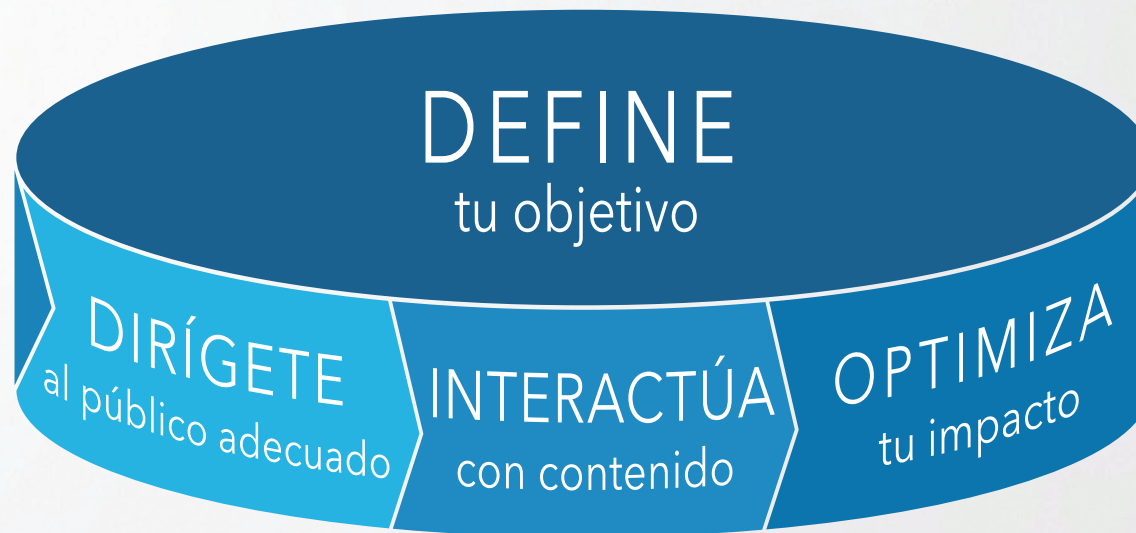


15 veces más
impresiones de contenido que anuncios de empleo



57%
desde el móvil

Cómo utilizar LinkedIn para alcanzar tus objetivos, desde la visibilidad hasta la interacción y las nuevas oportunidades comerciales.





Define tu objetivo

Una estrategia ganadora de LinkedIn empieza por tus objetivos. Fíjate objetivos que se puedan medir y utiliza LinkedIn para alcanzar tus indicadores de éxito (KPI).



Utiliza LinkedIn para alcanzar tus objetivos de marketing compartiendo contenido con los públicos profesionales adecuados.



Sean cuales sean tus objetivos, puedes aprovechar la plataforma de LinkedIn para lograr eficazmente lo siguiente:



Hacerte visible
en una etapa temprana del proceso de compra



Interactuar con el público
con contenido



Conseguir contactos de calidad.
y generar nuevas oportunidades comerciales



Dirígete al público adecuado

La segmentación es el núcleo de lo que hace posible que triunfes en LinkedIn. Nuestros datos auténticos de primera mano ofrecen a los responsables de marketing un nivel de precisión que no encontrarán en ninguna otra parte.



Tu público está en LinkedIn.

Dirígete a él con precisión utilizando datos generados por los miembros de primera mano. Segmenta solo a los profesionales adecuados y contacta con ellos utilizando:



Datos demográficos abundantes

Fíltralos por función laboral, antigüedad, nombre de la empresa, ubicación geográfica, sector y mucho más.



Filtración basada en intereses

Dirígete a los miembros según el grupo de LinkedIn al que pertenezcan, su disciplina académica, las aptitudes que identifican ellos mismos y mucho más.



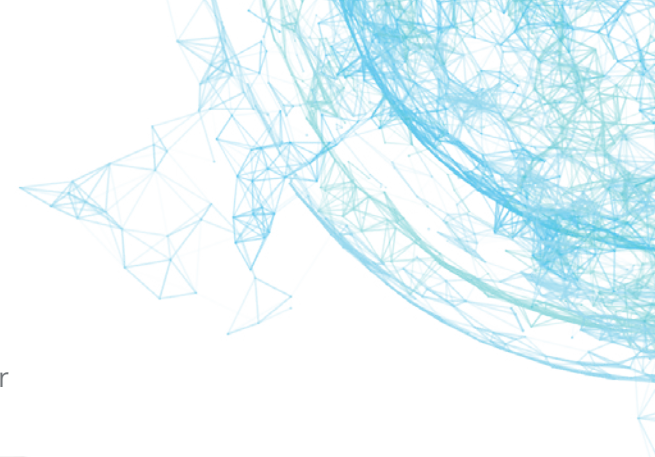
Segmentación por tipo de persona

Llega a segmentos clave, como buscadores de empleo, líderes de opinión, personas que viajan por trabajo y más, basándote en los datos del perfil y el comportamiento de los miembros.



Tu propia información del público

Compara tu lista de cuentas objetivo con los más de ocho millones de páginas de empresa en LinkedIn para alcanzar tus objetivos de marketing de cuentas (ABM).



La información precisa y en tiempo real de los miembros hace que la segmentación de LinkedIn sea única.

El perfil de LinkedIn de un miembro contiene información profesional importante.

Cargo, empresa, ubicación geográfica y sector



Pertenencia a grupos

Empresas que sigue

Universidad, disciplina académica y año de graduación

Utiliza la segmentación de cuentas de LinkedIn para interactuar a la perfección con personas influyentes y encargadas de la toma de decisiones en todas tus cuentas clave. Más información en: lnkd.in/account-targeting



Interactúa con ellos con contenido

Alcanza tus objetivos de marketing con Sponsored Content, Sponsored InMail y una gama de formatos de anuncios con imágenes, de texto y dinámicos.

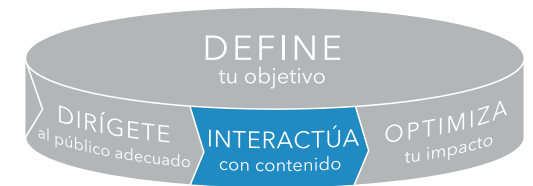


Utiliza una mezcla de canales generales y de pago.

Basándote en tus objetivos y en los parámetros de medición que utilizarás para calcular el éxito de tus programas, te recomendamos que te sirvas de un equilibrio entre contenido general y publicidad de pago para asegurarte de que llegas a posibles clientes en cada etapa del ciclo de compra.

Puedes promover tu presencia de marca y contenido en LinkedIn de forma general distribuyendo contenido a través de la página de tu empresa de LinkedIn, páginas de productos, publicaciones de gran formato y presentaciones de SlideShare.

Para llegar a un público segmentado más amplio, puedes utilizar publicidad de pago para promover tu valioso contenido en el feed y en el buzón de LinkedIn, así como con otros formatos de anuncios nativos diferenciados y atractivos, y anuncios estándar con imágenes en la plataforma.



Para obtener más información sobre cómo utilizar LinkedIn para ofrecer experiencias de contenido positivas, lee la «Guía sofisticada del marketing de contenido» (en inglés), el manual definitivo para conseguir resultados reales:

lnkd.in/content-marketing

Sponsored Content de LinkedIn

Establece relaciones con los clientes suministrando contenido relevante a los posibles contactos en el único feed profesional del mundo.

Los primeros responsables de marketing en proporcionar contenido e información útiles en una etapa temprana y con frecuencia durante el recorrido del comprador tienen la oportunidad de conseguir atención, consideración y compras. De hecho, el 74% de los compradores B2B eligen una empresa que los ayude con contenido útil.¹

Comparte tu valioso contenido en la única plataforma adaptada para generar interacción entre los profesionales.

- Dirígete a las personas que más te interesan utilizando información precisa de primera mano.
- Publica tu contenido para un público premium de personas encargadas de la toma de decisiones en empresas.
- Interactúa con posibles clientes cuando tengan una mentalidad profesional para así forjar relaciones que hagan crecer tu empresa.

¹ SAVO, técnicas de venta en redes sociales: Just Do It!, 2014



Dirige tu contenido a tus públicos más valiosos, allá donde inviertan su tiempo.

Utiliza Sponsored Content para: Llegar a un público profesional premium de personas encargadas de la toma de decisiones en empresas allá donde más interactúan.

Ideal si pretendes: Aumentar la visibilidad de tu marca, establecer relaciones con posibles clientes y generar posibles contactos de gran calidad.

Más información sobre el Sponsored Content de LinkedIn en: lnkd.in/sponsored-content

Sponsored InMail de LinkedIn

Envía mensajes privados relevantes, oportunos y útiles a las personas más importantes para tu empresa.

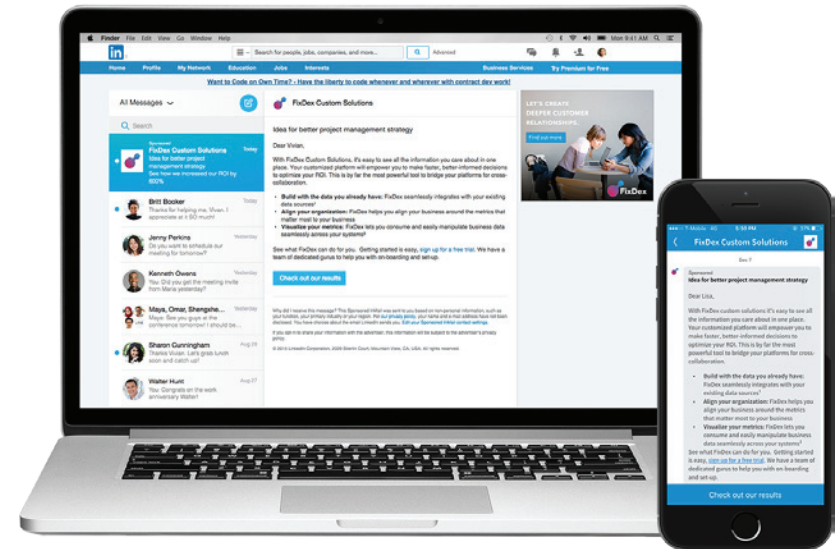
Personaliza tu mensaje. Los Sponsored InMail ayudan a los responsables de marketing a superar las limitaciones del marketing de correo electrónico tradicional:

- Llegando a los miembros solo cuando están activos en la plataforma de LinkedIn.
- Captando el interés del público objetivo clave en ordenadores y dispositivos móviles.
- Enviando mensajes personalizados dentro del entorno despejado del buzón de LinkedIn.

Utiliza Sponsored InMail para: Interactuar con tus posibles clientes de la manera más directa posible en LinkedIn y convertir a los destinatarios en posibles contactos y clientes altamente cualificados.

Ideal si pretendes: Impulsar las conversiones, la asistencia a eventos y las descargas, así como generar posibles contactos de gran calidad.

Más información sobre los Sponsored InMail de LinkedIn en: lnkd.in/sponsored-inmail



Interactúa con tus posibles clientes de la manera más directa posible en LinkedIn.

Display Ads de LinkedIn

Llega a más posibles compradores que nunca e interactúa con ellos con anuncios extremadamente segmentados y contextuales en un entorno profesional de calidad.

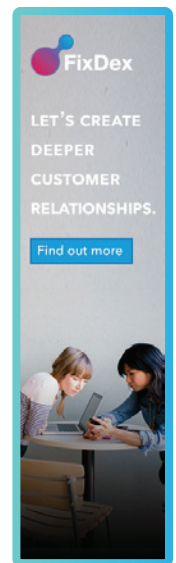
Promueve tu marca entre públicos profesionales premium. Aumenta tu visibilidad a gran escala reservando impresiones para tu público preferido por un precio fijo.

- Llega a tu público objetivo e incrementa tu visibilidad en una etapa temprana del ciclo de compra.
- Genera interacción con compradores de calidad en un contexto profesional perfecto para promocionar tu marca.
- Aprovecha tu propio material creativo utilizando formatos de anuncios con imágenes estándar del IAB.

Utiliza Display Ads para: Segmentar a los miembros de LinkedIn con precisión para impulsar los objetivos de la marca.

Ideal si pretendes: Hacerte visible en una etapa temprana para promover tu marca y aumentar tu presencia.

Más información sobre los Display Ads de LinkedIn en: lnkd.in/display-ads



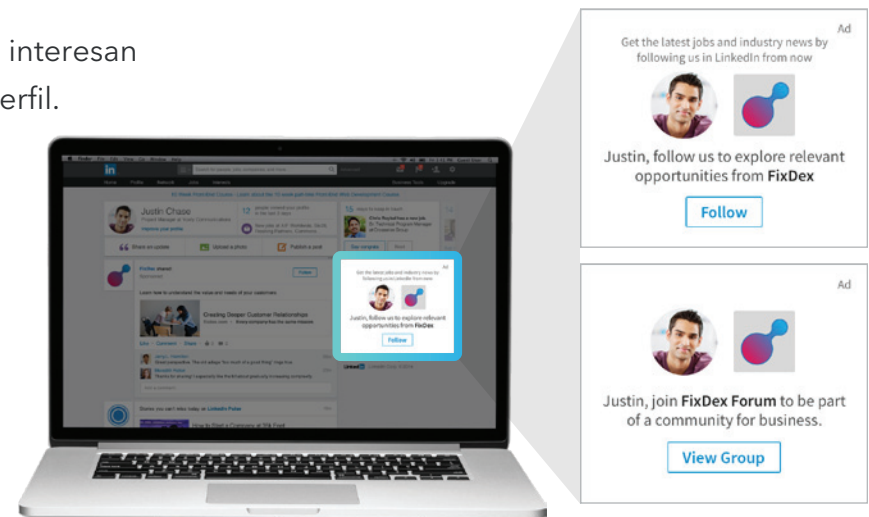
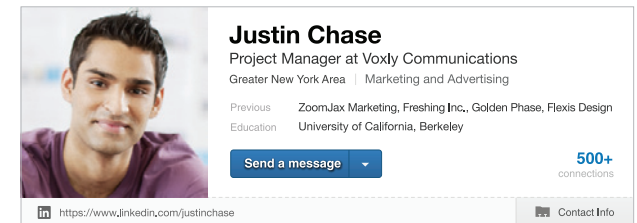
Utiliza formatos de anuncios publicitarios estándar del IAB, en la columna derecha de la versión de sobremesa.

Dynamic Ads de LinkedIn

Interactúa con los profesionales que más le interesan a tu empresa con anuncios personalizados generados dinámicamente en LinkedIn.

Fomenta las respuestas con anuncios adaptados a la actividad de tu público en LinkedIn. Los Dynamic Ads de LinkedIn te permiten segmentar con precisión a las personas influyentes y encargadas de la toma de decisiones con material creativo personalizable y muy relevante.

- Motiva una interacción de calidad: Destaca tu marca con material creativo que impulse interacciones de calidad, visitas y posibles contactos.
- Establece relaciones: Fomenta las relaciones y aumenta el número de seguidores de tu empresa en LinkedIn utilizando formatos de anuncios exclusivos.
- Segmenta con precisión: Contacta con las personas que más te interesan utilizando información precisa de primera mano basada en el perfil.



Utiliza los Dynamic Ads para: Personalizar tu material creativo para calar en tu público objetivo.

Ideal si pretendes: Aumentar tu número de seguidores y generar interacciones de calidad.

Más información sobre los Dynamic Ads de LinkedIn en: lnkd.in/dynamic-ads

Personaliza tu material creativo con los formatos de anuncios publicitarios estándar del IAB, en la columna derecha de la versión de sobremesa.

Text Ads de LinkedIn

Crea y lanza fácilmente tus propias campañas personalizadas y bien segmentadas en cuestión de minutos y con un presupuesto adaptado a tus necesidades.

Los Text Ads de LinkedIn son la manera más rápida de presentar tu empresa a la mayor red profesional del mundo. Utilizando una interfaz intuitiva de uso libre, puedes crear, gestionar y optimizar fácil y rápidamente tus propias campañas personalizadas a la vez que controlas los costes:

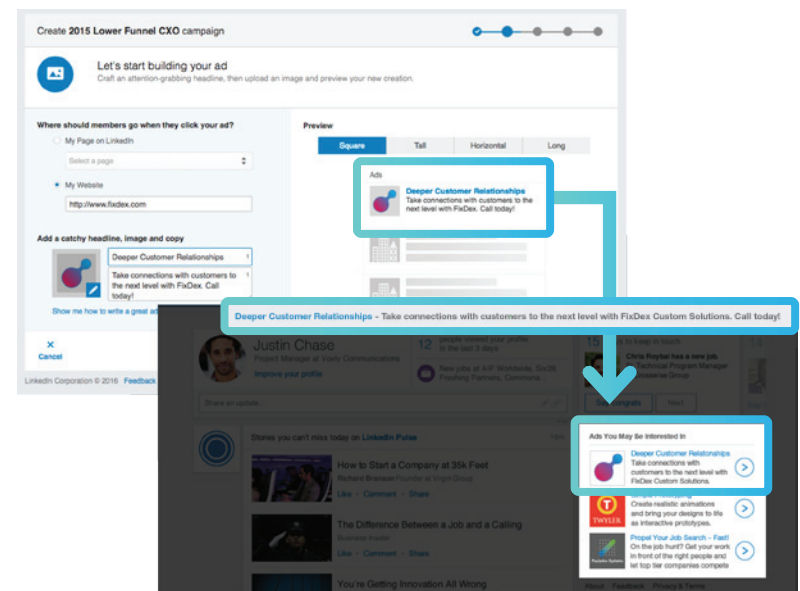
- Empieza fácilmente: Crea tus propios anuncios y empieza a utilizarlos enseguida sin compromisos de gasto mínimos.
- Segmenta con precisión: Contacta con las personas que más te interesan utilizando información precisa de primera mano basada en el perfil.
- Consigue contactos de calidad: Comunícate con un público profesional premium de personas influyentes y encargadas de la toma de decisiones.

Utiliza Text Ads para: Conectar con un público premium de profesionales y llevarlos directamente a tu sitio web o a tus páginas de destino.

Ideal si pretendes: Generar posibles clientes de calidad al mismo tiempo que controlas tus gastos.

Más información sobre los Text Ads de LinkedIn en:

lnkd.in/text-ads



Genera posibles clientes de calidad con una solución sencilla de uso libre. Los Text Ads aparecen en la columna derecha de la versión de sobremesa y están disponibles en cuatro formatos: cuadrados, alargados, horizontales y apaisados.

Cómo empezar.

La plataforma de LinkedIn Marketing Solutions se adapta a empresas y presupuestos de todos los tamaños con una variedad de productos de uso libre y respaldados por un equipo de cuentas.

Uso libre

Los productos de uso libre de LinkedIn te facilitan la creación y gestión de tus propias campañas y la configuración de tu propio presupuesto.

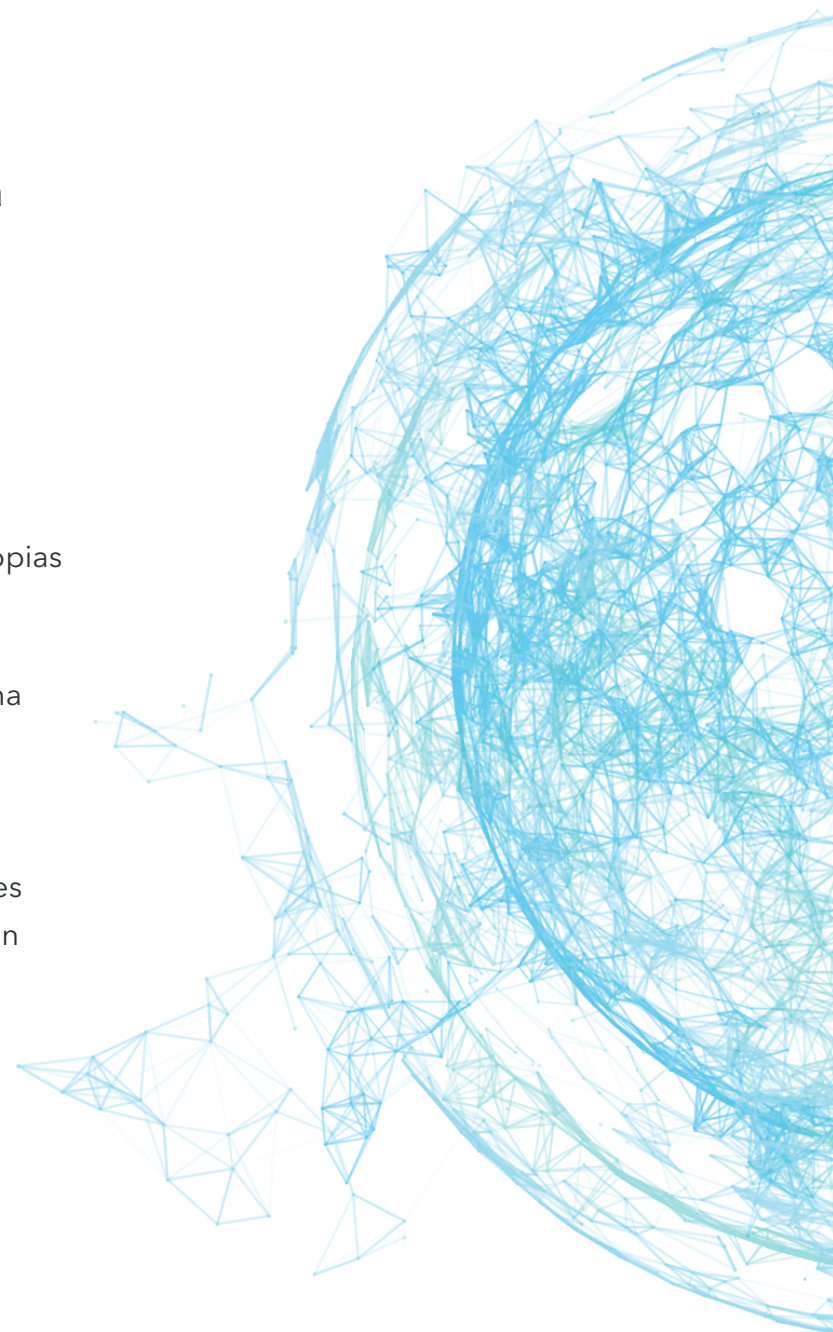
Puedes empezar con Text Ads y Sponsored Content de LinkedIn configurando una cuenta publicitaria en el administrador de campaña.

Solo necesitas indicar una tarjeta de crédito y crear una cuenta en LinkedIn.

Con las opciones de precios de pago por clic (PPC) o de coste por mil impresiones (CPM), seguirás teniendo acceso a análisis de campaña intuitivos que te permitirán hacer un seguimiento de los resultados y optimizar tus estrategias a lo largo del tiempo.

Atención del equipo de cuentas

El equipo de LinkedIn Marketing Solutions ofrece gestión de cuentas y ayuda especializada para todos nuestros productos, con la excepción de los Text Ads.



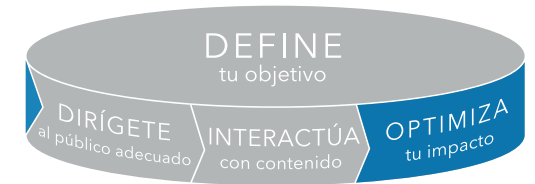


Optimiza tu impacto

LinkedIn te ofrece una visibilidad clara de los resultados y el impacto de tus campañas en cada etapa del proceso de compra de tus clientes.



LinkedIn proporciona información útil y parámetros de medición clave que demuestran el valor de tus programas de marketing.



Rendimiento de la campaña

Ve impresiones segmentadas, porcentajes de clics (CTR) y más elementos para calcular el éxito.



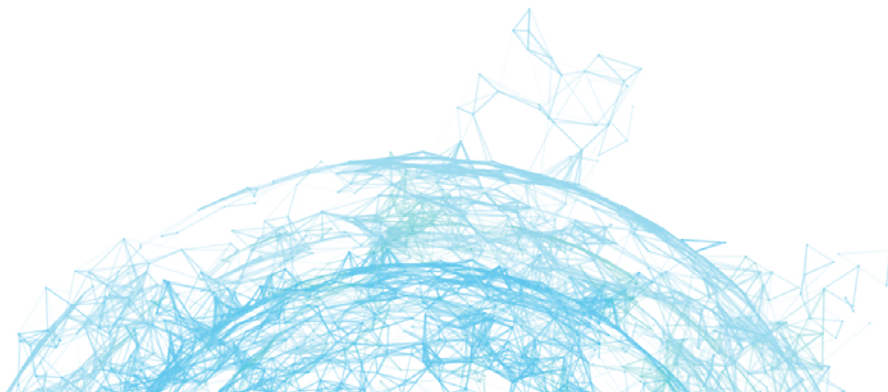
Información del público

Visualiza los detalles de los datos demográficos de los miembros de LinkedIn que hacen clic en tu contenido.



Acciones sociales e interacción

Haz un seguimiento de las recomendaciones, contenido compartido, comentarios y seguidores generales que tus campañas te ayudan a conseguir.





Utilizando informes y análisis sencillos, aunque eficaces, puedes ver qué funciona y qué no en tus estrategias actuales, para así poder optimizar de forma efectiva tu enfoque y tus programas de segmentación a lo largo del tiempo.

CAMPAIGN MANAGER

Page: **FixDex** | Account: **United States Design** | **Create campaign**

All campaigns (11)

3,054,562 Impressions | 28,849 Clicks | 2,295 Social Clicks | \$327,752 Spend

Time series | Click intelligence

Metric: Clicks

25,000

20,000

15,000

10,000

5,000

0

Nov 16 Nov 18 Nov 20 Nov 22 Nov 24 Nov 26 Nov 28 Nov 30 Dec 2 Dec 4 Dec 6 Dec 8 Dec 10 Dec 12

Search by name

Campaign status: On + Off

| Campaigns | Status | Impressions | Clicks | Avg. CTR | Social | Avg. Eng. | Avg. CPC | Avg. CPM |
|-------------------------------------------------------|--------|-------------|--------|----------|--------|-----------|----------|----------|
| NYC Advertising campaign Sponsored Updates | On | 158,921 | 2,881 | 1.88% | 215 | 2.01% | \$4.21 | \$8.91 |
| CXO NYC Engineering campaign Sponsored Updates | On | 589,789 | 4,781 | 0.81% | 457 | 0.88% | \$2.56 | \$7.56 |
| Run NYC Sponsored Updates Sponsored Updates | On | 124,562 | 1,284 | 1.03% | 378 | 1.33% | \$3.84 | \$8.91 |
| Spring 2014 campaign Sponsored Updates | On | 212,589 | 1,598 | 0.75% | 257 | 0.87% | \$2.56 | \$8.78 |
| Summer 2014 campaign Text Ads | On | 189,481 | 971 | 0.51% | - | 0.51% | \$2.23 | \$7.66 |
| US, Function: Marketing Text Ads | On | 124,341 | 1,561 | 1.26% | - | 1.26% | \$4.32 | \$5.71 |
| Spring 2014 campaign Text Ads | Off | 212,589 | 1,482 | 0.70% | - | 0.70% | \$2.56 | \$6.78 |
| US, CA, Function: Engineering Text Ads | Off | 315,723 | 4,217 | 1.34% | - | 1.34% | \$5.21 | \$7.56 |
| Southern California CXO Sponsored Updates | Off | 326,521 | 2,987 | 0.91% | 452 | 1.05% | \$3.98 | \$8.91 |
| US, CA, Function: Marketing Text Ads | Off | 472,623 | 4,316 | 0.91% | - | 0.91% | \$3.73 | \$7.21 |
| Southern California Senior Level Sponsored Updates | Off | 326,403 | 2,671 | 0.81% | 536 | 0.98% | \$3.98 | \$8.91 |

LinkedIn Corporation © 2015

CAMPAIGN MANAGER

Page: **FixDex** | Account: **United States Design** | Campaign: **CXO NYC Campaign** | **Create campaign**

Created: 12/13/2014 | Language: English | Duration: 4/7/2014-5/17/2014 | Campaign status: **On** | **Duplicate campaign**

Performance | 5 Ads (4 active, 1 paused, 0) | Audience: 17,210,172 LinkedIn members | Bid and Budget: US\$18.00 (Daily Budget: US\$18.00)

1,928,288 Impressions | 23,286 Clicks | 2,431 Social Actions | US\$17,624.37 Spend

Time series | Click demographics

Note: To protect member privacy, we will not report on categories that have too few clicks. Some LinkedIn members may be in multiple categories, resulting in total percentages exceeding 100%.

Show data for past 30 days

- Marketing (80%)
- Media (10%)
- Communications (10%)
- Sales (10%)
- Consulting (10%)
- Education (5%)
- Support (5%)
- Marketing Manager (50%)
- Marketing Director (10%)
- Owner (10%)
- Author (10%)
- Editor (10%)
- President (5%)
- Marketing (80%)
- Advertising (5%)
- Higher Education (4%)
- Financial Services (1%)
- Senior (50%)
- Manager (10%)
- Director (10%)
- Entry (10%)
- VP (10%)
- Owner (5%)
- Junior (5%)
- Greater NY Area (50%)
- Toronto, Canada (10%)
- San Francisco Bay (10%)
- Greater Chicago (10%)
- Greater Boston (10%)
- Greater Atlanta Area (5%)
- 51-200 employees (50%)
- 11-50 employees (10%)
- 201-500 employees (10%)
- Myself only (10%)
- 501-1000 employees (10%)
- 10,000+ employees (5%)
- 1-10 employees (5%)

Search by name

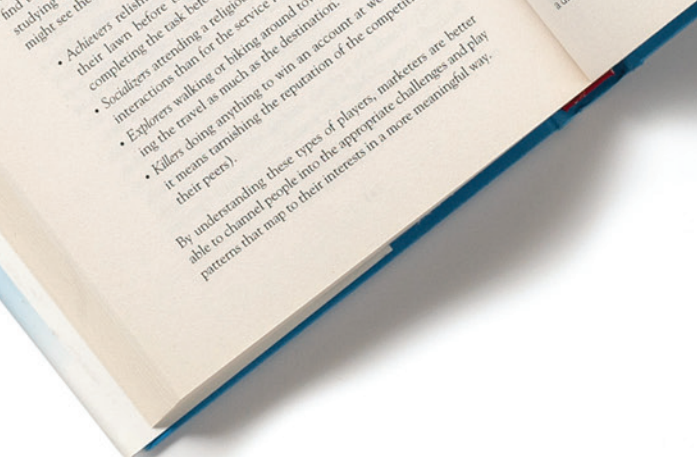
| Ads | Status | Sponsor date | Impressions | Clicks | Avg. CTR | Avg. CPC | Avg. CPM | Total Spent |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|-------------|--------|----------|------------|------------|----------------|
| Total | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | |
| Direct Sponsored Content name: Nike Digital Design Sport 1 Q&A with Experience Director of Digital Sport at Nike. http://lnkd.in/k8kVYn | On | 10/20/2014 | 234,321 | 2,811 | 1.19% | \$3.21 USD | \$7.21 USD | \$1,689.45 USD |
| Direct Sponsored Content name: Nike Digital Design Sport 2 Q&A with Ricky Engelberg, Experience Director at Nike. http://lnkd.in/k8kVYn | On | 10/20/2014 | 78,535 | 561 | 0.71% | \$4.29 USD | \$6.81 USD | \$534.82 USD |
| Direct Sponsored Content name: Nike Digital Design Sport 3 Q&A with Experience Director of Digital Sport at Nike. http://lnkd.in/k8kVYn | On | 10/20/2014 | 123,372 | 890 | 0.72% | \$2.21 USD | \$5.21 USD | \$642.77 USD |
| Direct Sponsored Content name: Nike Digital Design Sport 4 Q&A with Ricky Engelberg, Experience Director at Nike. http://lnkd.in/k8kVYn | On | 10/20/2014 | 234,321 | 2,811 | 1.2% | \$3.21 USD | \$7.21 USD | \$1,689.45 USD |
| The students have spoken. Nike ranks 5th in Universum's annual survey of most popular employers for business students. http://lnkd.in/kXG9NKLZ | Off | 10/20/2014 | 78,535 | 561 | 0.71% | \$4.29 USD | \$6.81 USD | \$534.82 USD |
| Total | | | | | | | | |
| | | | 1,928,288 | 23,286 | 0.71% | \$4.29 USD | \$6.81 USD | \$534.82 USD |

LinkedIn Corporation © 2015

Únete a las más de 150.000 marcas que confían en LinkedIn.

Más de 150.000 marcas confían en LinkedIn para aumentar su visibilidad en una etapa temprana del proceso de compra, interactuar con el público con contenido, generar posibles contactos de calidad y adquirir nuevos clientes. Esto es solo una muestra de las empresas que utilizan LinkedIn para dirigir su marketing a quien les interesa.





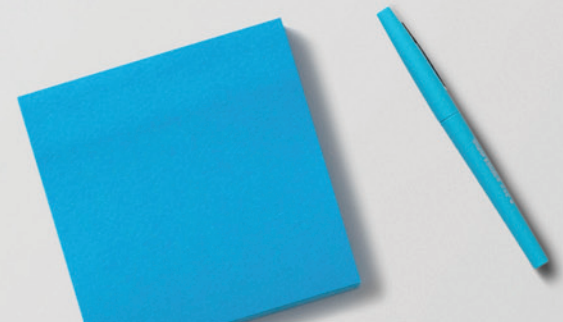



Siguientes pasos

Contacta con un experto de LinkedIn Marketing Solutions en:
lnkd.in/contact-expert

Echa un vistazo a las especificaciones de los anuncios para cada uno de nuestros productos en:
lnkd.in/ad-specs

Más información sobre LinkedIn Marketing Solutions en:
marketing.linkedin.com





Hoy en día, el número de miembros de LinkedIn asciende a más de 433 millones de profesionales, que representan el mayor grupo existente de líderes empresariales y personas influyentes y encargadas de la toma de decisiones. Y ahora puedes contactar con todos ellos en un solo sitio.

Para obtener más información, visita marketing.linkedin.com.

LinkedIn Marketing Solutions