



INTRADING PL

KAMPANIA LINKEDIN ADS



Spis Treści

1. Reklama na LinkedInie
2. Precyzyjne targetowanie reklam
3. Remarketing
4. Pomiar i analiza efektywności
5. Jak przebiega współpraca

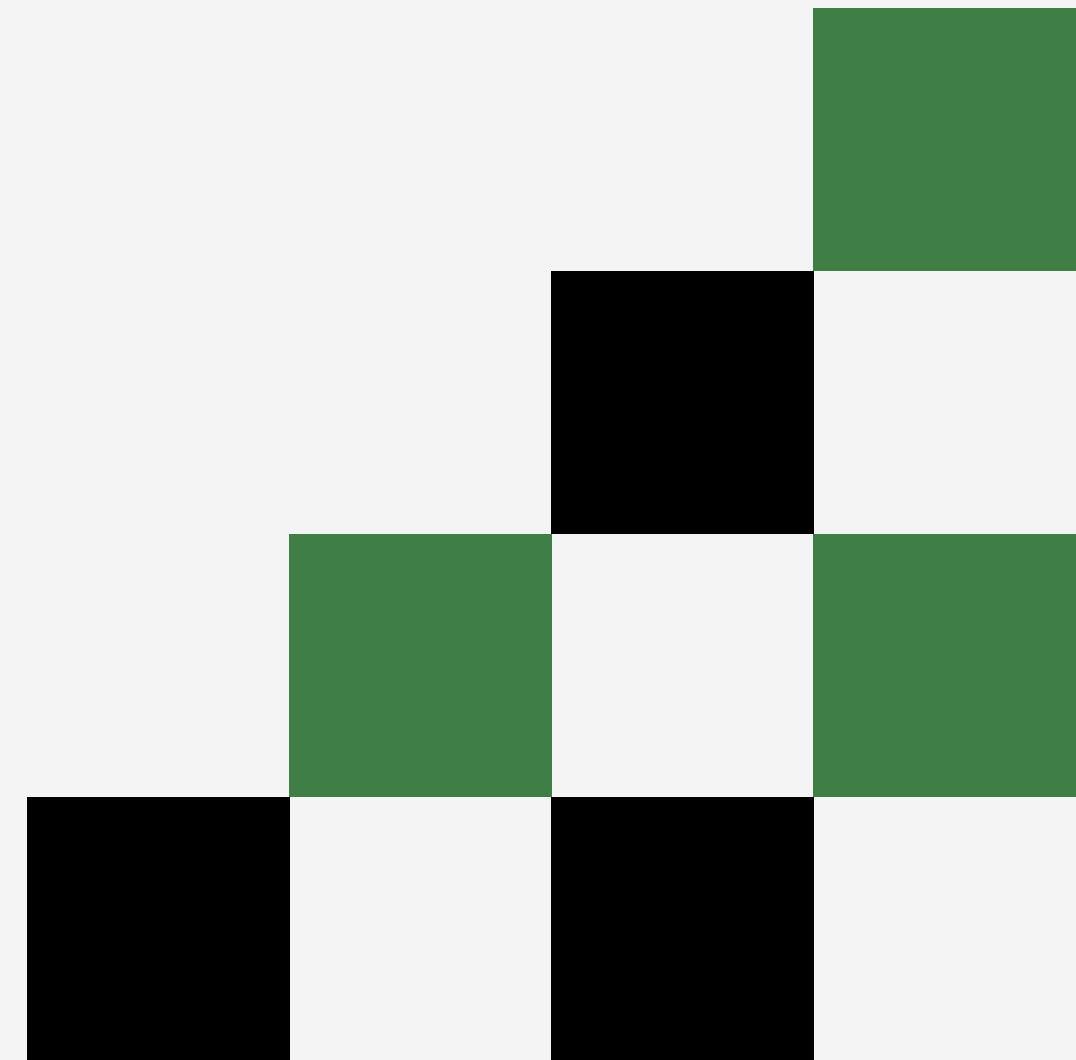
Reklama na LinkedInie

Zależy Ci na pewnych zyskach? Chcesz by Twoja obecność w mediach społecznościowych przekładała się na realne zarobki? Poznaj moc reklamy firmy na LinkedInie i przekształć swoje cele biznesowe w rzeczywistość. Nasza agencja jest gotowa pomóc Ci osiągnąć to, co najlepsze na platformie LinkedIn.

Reklama na LinkedIn znakomicie sprawdza się w przypadku prowadzenia działań B2B i kiedy grupą docelową jest określona grupa zawodowa. Reklamy w serwisie LinkedIn mogą być wyświetlane na wszystkich urządzeniach: komputerach, urządzeniach mobilnych i tabletach.

Precyzyjne i niezawodne targetowanie reklam na LinkedInie

Jednym z głównych atutów LinkedIn jako platformy reklamowej jest zdolność do precyzyjnego kierowania reklam opartego na bogatym profilu zawodowym odbiorców. Użytkownicy LinkedIn dzielą się szerokim zakresem informacji zawodowych, które są unikatowe dla tej platformy. To pozwala reklamodawcom na prowadzenie trafnych kampanii LinkedIn Ads, które docierają do konkretnych grup odbiorców na podstawie szczegółów takich jak:



1. LOKALIZACJA

Twoja reklama na LinkedIn może docierać do osób, które wskazały konkretną lokalizację w profilu lub tymczasowo przebywają w innym miejscu bazując na ich adresie IP. Ta opcja jest idealna dla kampanii lokalnych czy promocji wydarzeń w określonych regionach.

2. FIRMA

LinkedIn pozwala na niezwykle szczegółowe określenie odbiorcy Twojej reklamy bazując na relacji z konkretnymi firmami. Możesz kierować swoją ofertę do osób pracujących w określonych przedsiębiorstwach, obserwujących wybrane marki, czy też bazować na branży, wielkości firmy czy wskaźniku jej rozwoju. Taka precyzja pozwala na skuteczne dotarcie do kluczowych dla Twojej kampanii grup zawodowych.

3. DANE DEMOGRAFICZNE

Dzięki możliwości określenia wieku i płci odbiorców w reklamie na LinkedInie możesz jeszcze precyzyjniej docierać do swojej grupy docelowej. Wybierz cechy demograficzne, które najlepiej opisują Twoich klientów i zwiększ skuteczność swojej reklamy kierując ją do odpowiednich odbiorców na platformie.

4. WYKSZTAŁCENIE

LinkedIn Ads umożliwia docieranie do użytkowników związanych z konkretną uczelnią, o określonym wykształceniu, czy tytule naukowym. Jest to idealny wybór dla reklam na LinkedIn skierowanych do konkretnych specjalistów czy absolwentów o określonych kwalifikacjach lub z renomowanych uczelni.

5. DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

LinkedIn pozwala na wybranie odbiorców Twojej reklamy w oparciu o ich stanowiska, specyficzne zadania, umiejętności oraz doświadczenie zawodowe. Dzięki temu możesz skierować swoje komunikaty bezpośrednio do ekspertów, specjalistów w danej dziedzinie czy osób o określonym doświadczeniu.

6. ZAINTERESOWANIA I CECHY

LinkedIn daje możliwość dostosowywania Twojej reklamy na podstawie interakcji użytkowników z różnymi treściami na platformie. Możesz kierować swoje przekazy do osób należących do konkretnych grup, bazować na zainteresowaniach użytkownika wynikających z jego interakcji czy też uwzględniać specyficzne cechy oparte na ogólnej aktywności na LinkedInie.

Remarketing w reklamie na LinkedIn



LinkedIn Marketing Solutions
Promoted

We're giving you \$50 in free ad credits to get started with LinkedIn advertising. Request your credits today: <https://lnkd.in/gbehGZY>

80% of social network B2B leads come from LinkedIn.
Claim \$50 in credits to connect with yours.

1,638 Likes · 112 Comments

Like Comment Share

Remarketing jest kluczem do ponownego angażowania użytkowników, którzy już zetknęli się z Twoją marką i odwiedzili Twoją stronę. Poprzez reklamę biznesu na LinkedIn z wykorzystaniem remarketingu możesz:

Tworzyć spersonalizowane treści reklamowe dedykowane specyficznym grupom, zapewniając precyzyjne kierowanie reklam.
Strategicznie planować kampanie bazując na lejku konwersji, docierając do odbiorców w różnych fazach interakcji z Twoją marką.
Maksymalizować potencjał wydarzeń poprzez targetowanie reklam do uczestników przed, w trakcie i po jego trwaniu.

Aby aktywować te zaawansowane funkcje remarketingu, zintegrujemy dla Ciebie kod Insight Tag. Ten kod, oprócz włączania funkcji remarketingu, dostarcza cennych informacji o zachowaniu użytkowników, analizując ruch i mierząc konwersje na Twojej stronie, co pozwala na jeszcze bardziej efektywne wykorzystanie reklamy LinkedIn Ads.



Pomiar i analiza efektywności

Nie da się ukryć, że każda skuteczna kampania reklamowa wymaga dokładnej analizy wyników. LinkedIn, jako jedno z czołowych narzędzi do reklamy w mediach społecznościowych, oferuje szeroki zakres danych do analizy. Wybierając reklamę na LinkedIn, masz pewność, że dzięki tagowi LinkedIn Insights nie tylko dokładnie przeanalizujesz wyniki na platformie LinkedIn, ale również prześledzisz ruch na swojej stronie www czy nawet stacjonarne interakcje z klientem. Co dokładnie pokaże Ci analiza kampanii LinkedIn?

- Wyniki reklam - kliknięcia, wyświetlenia, CTR, średnie zaangażowanie, wydatki, średnie CTR/CPM.
- Wyniki reklam w formie wiadomości - wysłane wiadomości, kliknięcia (wiadomości, przycisku, baneru, linku), współczynnik otwarć, współczynnik "kliknij, aby otworzyć", koszt wysłania, koszt otwarcia.
- Konwersje - liczba konwersji, współczynnik konwersji, koszt konwersji, pozyskane leady, koszt leadu, kluczowe wyniki, koszt za wynik.
- Interakcja z reklamami - zainteresowanie i reakcje (kliknięcia, udostępnienia), rejestracja na wydarzenie, rejestracje po kliknięciu, rejestracje po wyświetleniu itp.
- Raport o danych demograficznych - dzięki temu poznasz rzeczywistą charakterystykę odbiorców Twojej reklamy na LinkedIn.

Jak przebiega współpraca?

Umowa z nami podpisywana jest na okres 31 dni, co pozwoli sprawdzić bezboleśnie czy nasze działania przynoszą wymierne korzyści. Po tym okresie sami zdecydujecie, czy przedłużamy współpracę na kolejny okres 31 dni, czy nie.

Otrzymacie również kompleksowe wsparcie indywidualnego specjalisty, który przeprowadzi Was przez każdy kolejny etap współpracy.

Ponadto nie ustalamy określonego minimalnego budżetu miesięcznego jaki należy przeznaczyć na działania reklamowe - To Wy sami zdecydujecie ile chcecie przeznaczyć na kampanię.

Na koniec miesiąca prześlemy obszerny raport w oparciu o narzędzie Insight Tag, który pokaże dokładnie jakie wyniki udało nam się osiągnąć.

KAMPANIA PROWADZONA NA TWOIM
KONCIE

1

2

TWÓJ OSOBISTY SPECJALISTA

KOMPLEKSOWA POMOC NA KAŻDYM
ETAPIE WSPÓŁPRACY

3

Dziękujemy za Twój czas

Pięknie dziękujemy za poświęcenie czasu
na zapoznanie się naszą ofertą :)

Kontakt

Intrading PL

Brzeska 12, 50-430, Wrocław

+48 572 644 213

www.intrading.pl

kontakt.intrading@gmail.com