







# LinkedIn. Hirdetési Formátumok.

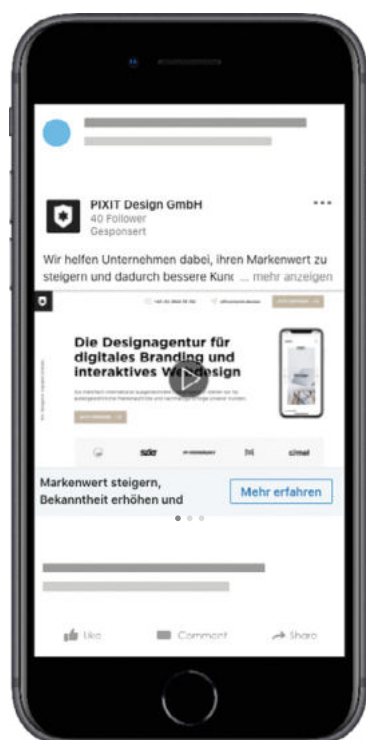
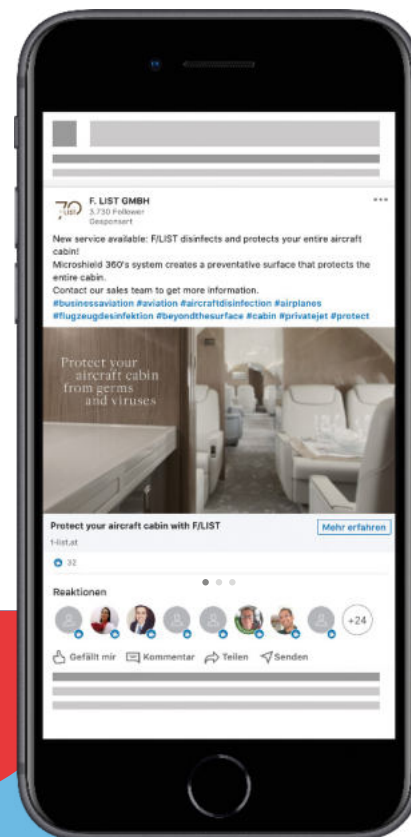
Rövid ismertető

## Single Image Hirdetések

Az egyik leggyakrabban használt hirdetési formátum a Single Image hirdetés. Ez a hirdetési formátum a szponzorált tartalom hirdetési típusához tartozik, ezért mobilon és asztali számítógépen egyaránt megjelenik a hírfolyamban. Az Single Image hirdetés egy LinkedIn oldalának szponzorált újítása, amelyet az oldalad követőin kívül egy célzott közönségnek is kiszolgálnak.

## Technikai beállítások










-  **Hirdetési kép:** JPG, GIF vagy PNG
-  **Képméret:** 5 MB vagy annál kisebb
-  **Maximális képméret:** 7680 x 7680 pixel
-  **Címsor:** legfeljebb 70 karakter
-  **Leírás:** legfeljebb 300 karakter
-  **Bevezető szöveg:** legfeljebb 600 karakter



## Videóhirdetések

A LinkedIn videóhirdetések kiegészítik bármely digitális marketinges hirdetési stratégiáját, mivel natív hirdetési formátumot biztosítanak az online jelenlét hiányosságainak pótlására. Elengedhetetlenek a szakmai célközönség megcélzásához a marketing tölcser minden szakaszában. A videó maximális hossza a közösségi platformon 3 perc 30 másodperc. Maga a LinkedIn szerint azonban a legsikeresebb videók időtartama kevesebb mint 15 másodperc.




## Technikai beállítások

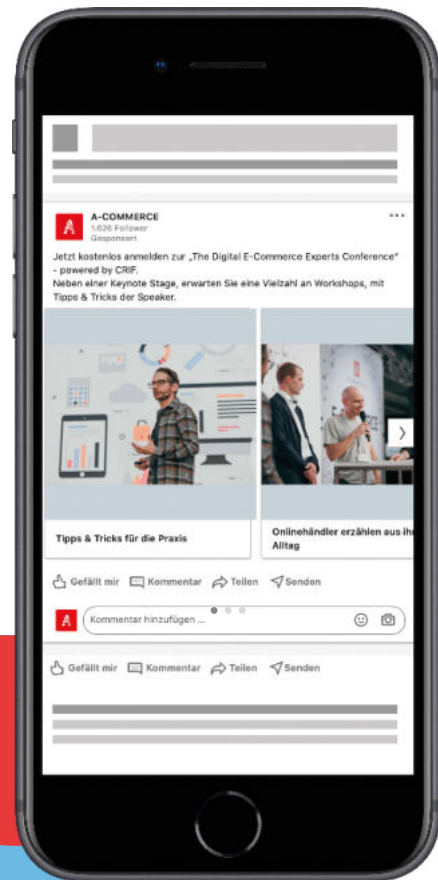
-  **Fájlformátum:** MP4
-  **Képkocka sebesség:** FPS-nél kevesebb
-  **Hosszúság:** Három másodperctől 30 percig
-  **Fájlméret:** 75 KB és 200 MB között
-  **Videó szélessége:** 640 és 1920 pixel között
-  **Videó magassága:** 360 és 1920 pixel között
-  **Hangformátum:** AAC vagy MPEG4
-  **Hangméret:** Hangméret: 64 kHz-nél kisebb
-  **Videó címsor:** Legfeljebb 70 karakter

## Carousel Hirdetések

A LinkedIn Carousel hirdetések a szponzorált tartalom egyik formája, amely egy lapozható sorozattal rendelkezik. Több ajánlatot/terméket is bemutatthat, ami segít abban, hogy több betekintést nyújtson a közönségének. Ezek a hirdetések natív módon jelennek meg a hírfolyamban, a LinkedIn oldaladon és a követőd hírfolyamában minden eszközön és platformon, mobilon is.

## Technikai beállítások

-  **Kártyák:** 2-10
-  **Képfarmátumok:** JPG, PNG, GIF (nem animált)
-  **Maximális fájl méret:** 10 MB
-  **Maximális képméret:** 6012 x 6012px
-  **Hirdetés neve:** legfeljebb 255 karakter
-  **Bevezető szöveg:** legfeljebb 150 karakter



## Szöveges hirdetések

A PPC (Pay-per-click) szöveges hirdetések az asztali képernyő jobb oldalán jelennek meg. Ezek egy kis képet tartalmaznak egy rövid főcímmel és szöveggel együtt. Kevésbé feltűnőek, mint a szponzorált tartalom, de a kampány céljától függően még mindig nagyon hatékonyak lehetnek. Hasonlóan működnek, mint a Google Search Network hirdetések. A LinkedIn kampánymenedzser segítségével létrehozhatod a hirdetési szöveget, majd beállíthatod a napi költségvetést és a maximális kattintásonkénti költséget.

## Technikai beállítások






-  **Képfelbontás:** 100 x 100 képpont
-  **Képfarmátum:** JPG vagy PNG
-  **Maximális fájl méret:** 2 MB vagy annál kisebb
-  **Hirdetés főcím:** legfeljebb 25 karakter
-  **Hirdetés leírása:** legfeljebb 75 karakter

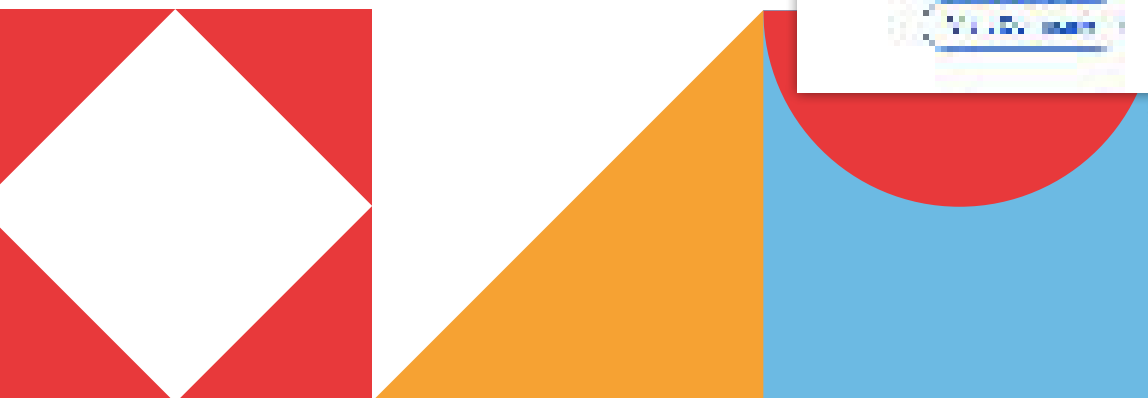
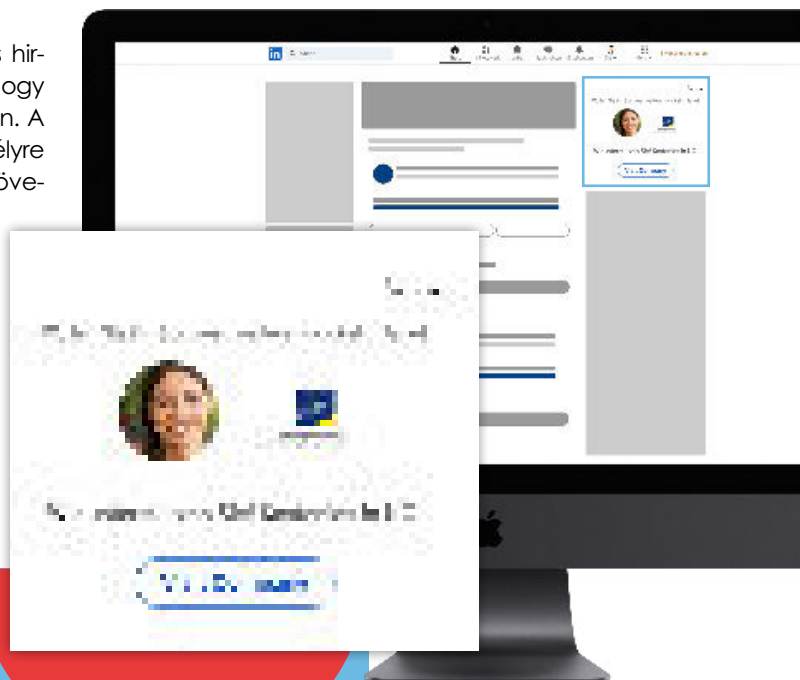


## Follower Hirdetések

A Follower hirdetések a LinkedIn tagjaira szabott dinamikus hirdetési formátum. A hirdetések arra ösztönzik a tagokat, hogy kövessék a LinkedIn- vagy Showcase-oldaladat asztali gépen. A hirdetések az adott felhasználó profilképével vannak személyre szabva a cégednek a logója mellett, valamint a hirdetés szövegében a felhasználók keresztnévvel és a céged nevével.

## Technikai beállítások







-  **Képfomátum:** JPG vagy PNG
-  **Minimális képméret:** 100 x 100px
-  **Hirdetés leírása (a képek felett):** legfeljebb 70 karakter
-  **Hirdetés főcím (képek alatt):** legfeljebb 50 karakter
-  **Cégnév:** legfeljebb 25 karakter

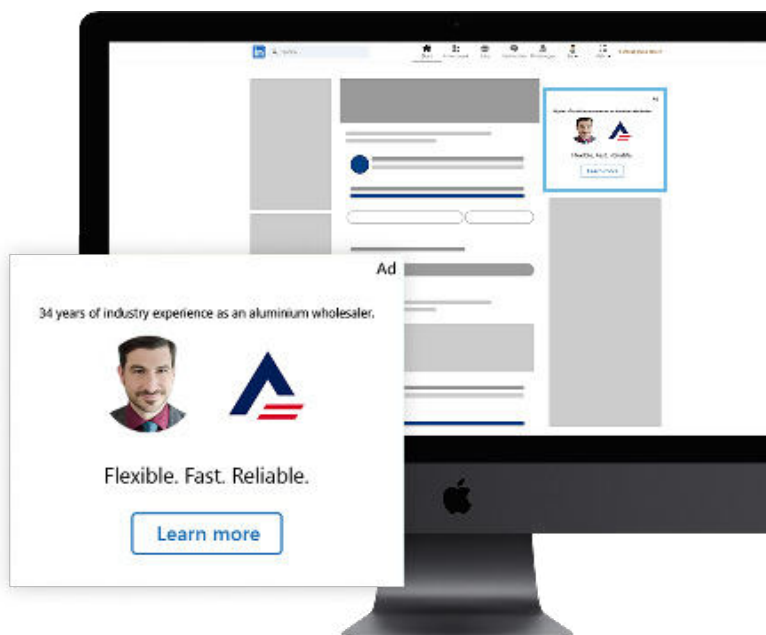


## Spotlight Hirdetések

A Spotlight hirdetések egy dinamikus hirdetési formátum, amely minden egyes LinkedIn felhasználóra személyre szabottan, a weboldaladra vagy céloldaladra irányítja őket. A hirdetések asztali számítógépen láthatók, és a LinkedIn profiladatai, például profilképük, cégnevük vagy munkakörük alapján az egyes felhasználókra szabottak.

## Technikai beállítások

-  **Hirdetés leírása (a képek felett):** legfeljebb 70 karakter
-  **Hirdetés főcím (képek alatt):** legfeljebb 50 karakter
-  **Cégnév:** legfeljebb 25 karakter
-  **Minimális képméret:** 100 x 100px
-  **Képfomátum:** JPG vagy PNG
-  **Call-to-action (CTA) gomb szövege:** legfeljebb 18 karakter

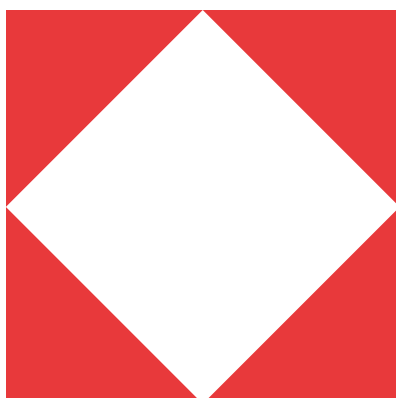
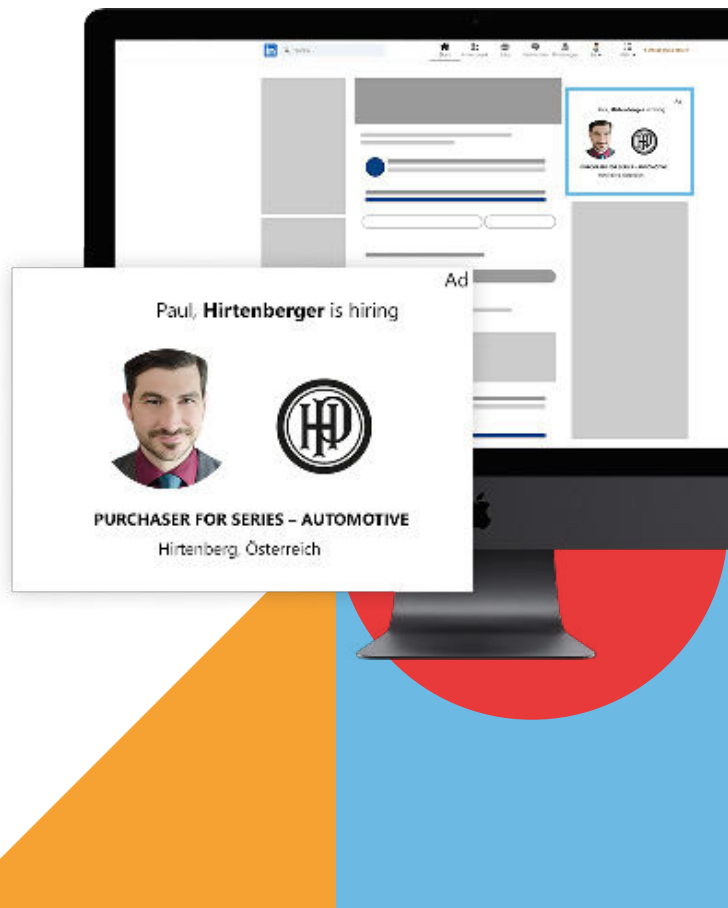


## Álláshirdetések

Az álláshirdetések olyan dinamikus hirdetések, amelyek személyre szabottak, és egy vagy több álláslehetőséget hirdetnek a célcsoportodba tartozó képzett LinkedIn felhasználóknak. A hirdetések dinamikusan generálódnak, három típusban: Jobs You May Be Interested In, Picture Yourself, and Job Page.

## Technikai beállítások

- **Cégnév:** legfeljebb 25 karakter
- **Céglógó mérete:** minimum 100 x 100px (ajánlott)
- **Hirdetés főcím:** javasolt lehetőségek vagy legfeljebb 70 karakter
- ▶ **Call-to-action (CTA) gombcímke:** előre beállított CTA-k vagy egyéni szöveg, legfeljebb 44 karakter

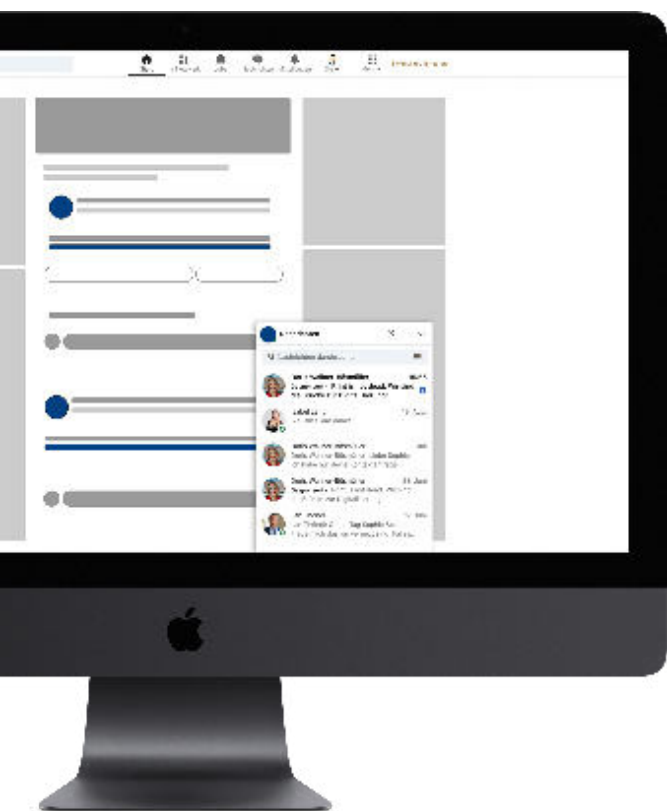


## Üzenet Hirdetések

Az üzenethirdetések lehetővé teszik, hogy a LinkedIn privát üzenetküldő rendszerén keresztül elérd a célközönségedet. Üzenetedet közvetlenül az ügyfelek postaládájába juttathatja el, még akkor is, ha nem követik a vállalatod oldalát. Ez az ideális eszköz a rendkívül személyre szabott üzenetek küldésére és a konverziók növelésére.

## Technikai beállítások








- **Banner kreatív:** 300 x 250
- **Fájltípus:** JPG, GIF (nem animált) vagy PNG (flash nélkül)
- **Maximális fájl méret:** 40kb
- **Hirdetés neve:** legfeljebb 50 karakter, szóközökkel együtt
- **Üzenet tárgya:** legfeljebb 60 karakter
- **Üzenet szövege:** legfeljebb 1 500 karakter használható
- **Kattintható linkek:** legfeljebb 3 linket használhat
- **Call-to-action (CTA) gomb szöveg:** legfeljebb 20 karakter

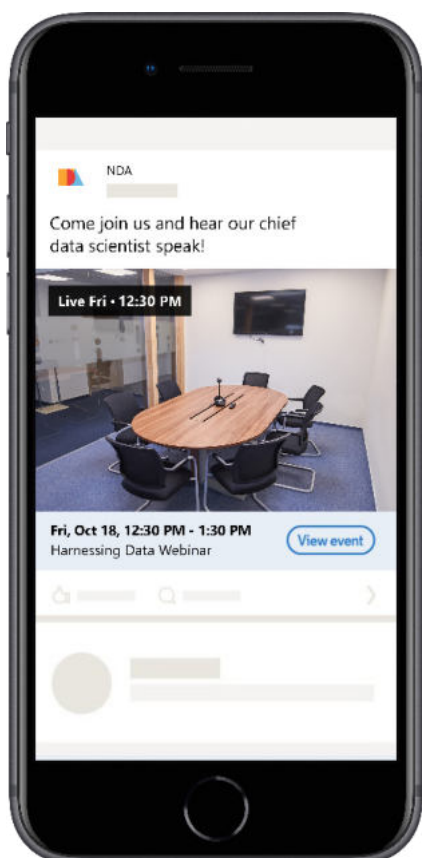
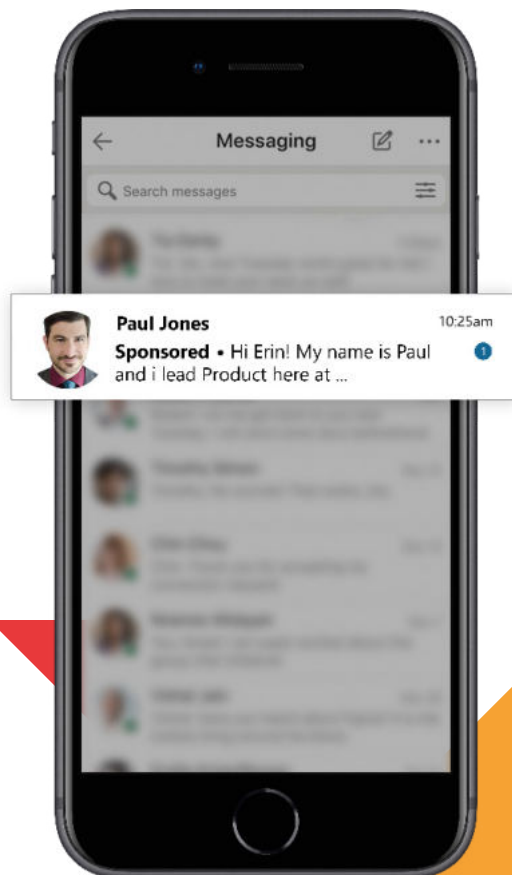


## Conversation Hirdetések

A Conversation Hirdetés formátum a LinkedIn Messengeren keresztül közvetített üzenethirdetési formátumra épül. A valós idejű elköteleződésre tervezett Conversation Hirdetések csak akkor kerülnek kiküldésre, amikor az érdeklődő aktív a LinkedIn-en, jelentősen növelve az elköteleződés valószínűségét.

## Technikai beállítások





-  **Banner fájl típus (opcionális):** JPG vagy PNG
-  **Banner kép mérete (opcionális):** 300 x 250 pixel
-  **Banner kép fájl mérete (opcionális):** 2 MB
  
-  **Hirdetés neve (opcionális):** 255 karakter
-  **Üzenet szövege:** 500 karakter
-  **Egyedi lábléc:** 2500 karakter
-  **Call-to-action:** 25 karakter



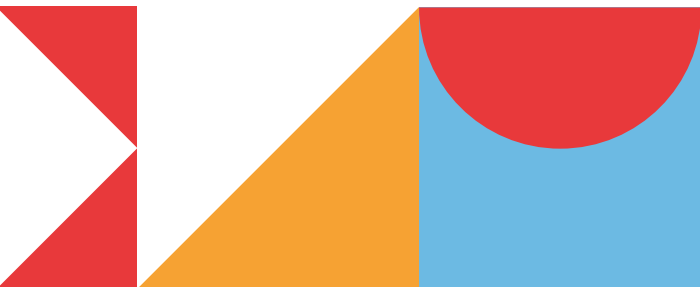
## Event Hirdetések

Az Event hirdetések lehetővé teszik, hogy az oldaladról LinkedIn eseményeket népszerűsítsd egy meghatározott célközönség számára. A Szponzorált tartalom hirdetésformátumként az eseményhirdetések a felhasználók LinkedIn hírfolyamában jelennek meg asztali és mobil eszközökön, és úgy optimalizálták őket, hogy kiemeljék az esemény fontos részleteit.

## Technikai beállítások

-  **Képarány:** 4:1 (a képet az esemény oldaláról választjuk)
-  **Eseménynév (opcionális):** 255 karakter
-  **Bevezető szöveg:** 600 karakter
-  **Event URL címe:** Kötelező, csak a LinkedIn eseményoldal URL címei

# LinkedIn Hirdetési Formátumok



## Lead Gen Űrlap

A Lead Gen Forms olyan sablonok, amelyek egyetlen képhez, körképhez, videóhoz, üzenethez vagy beszélgetéshirdetéshez csatolhatók, hogy információt gyűjtsenek a felhasználótól, ha az a call-to-action gombra kattint. Az űrlap automatikusan kitöltődik a tag elérhetőségi és profiladataival.

## Technikai beállítások

- Formanyomtatvány neve:** legfeljebb 256 karakter
- Ajánlatcím:** legfeljebb 60 karakter
- Ajánlat részletei:** legfeljebb 70 karakter
- Adatvédelmi irányelvek URL címe:** http:// vagy https:// kezdetű kell, hogy legyen

The image shows a smartphone screen displaying a LinkedIn Lead Gen Form. The form has a decorative header with a pattern of colorful geometric shapes (triangles, squares, circles) and a central logo consisting of a square divided into four colored quadrants (red, orange, blue, white). Below the header, the text reads: "Sign up for our webinar!" followed by "Come learn how we can help your business." The form contains three input fields: "Email address" with the value "paul.smith@business.com", "First name" with the value "Paul", and "Last name" with the value "Smith". At the bottom of the form is a blue "Submit" button.