



Noções básicas do LinkedIn:

Guia para o recrutador moderno

LinkedIn[™]



Stacy Donovan Zapar

Especialista em captação de candidatos

Zappos Family of Companies

«Um recrutador moderno é aquele que se dirige diretamente aos candidatos que lhe interessam, cria relações profissionais e para além de saber encontrar bons candidatos, também consegue obter respostas».



Matt Charney

Editor Chefe

RecruitingBlogs.com

«Para mim, um recrutador moderno deve acumular várias funções e não especializar-se apenas numa. Já não se trata simplesmente de encontrar bons candidatos para um posto de trabalho, mas sim de conseguir que esses candidatos vão de encontro aos objetivos estratégicos da tua empresa. Essa é a melhor forma de conseguir os candidatos idóneos para que a empresa continue a ser competitiva e inovadora, no presente e no futuro. O trabalho do recrutador moderno não se limita a preencher vagas ou a criar uma base de dados. Implica combinar Técnicas de Vendas, Marketing, Tecnologia e Gestão do Capital Humano, para responder às necessidades de candidatos e clientes, assim como aumentar a rentabilidade da empresa».



Steve Levy

Consultor de recursos humanos e redes sociais

outside-the-box Consulting

«O que é um recrutador moderno? É, acima de tudo, uma pessoa honesta, mas ao mesmo tempo competente, coerente, humilde, disponível e agradável, por esta ordem (ainda que estas qualidades sejam válidas em todas as ordens). Muitos dos que se dizem chamar recrutadores não estão orgulhosos do seu trabalho. Não aprendem continuamente, acreditam ter poderes paranormais para decifrar a linguagem corporal de uma pessoa durante uma entrevista ou para ler as entrelinhas de um currículo e ficam na defensiva quando alguém lhes faz uma pergunta sobre o seu trabalho. Essas pessoas chegaram à profissão porque os requisitos para começar são pouco exigentes, mas o verdadeiro técnico moderno de recrutamento profissional – independentemente de onde desempenha o seu trabalho – trabalha por vocação e acredita que foi a sua profissão que o encontrou a ele e não o contrário. Primeiro vem a excelência, só depois o salário».



Jessica Miller-Merrell

Fundadora e diretora de investigação

Workology

«Ser um recrutador moderno implica ser flexível e criativo e arranjar novas formas de encontrar os candidatos com melhores qualificações, antes da concorrência. Alguns dos melhores recrutadores são mágicos da Internet e peritos em pesquisas capazes de empreender novos caminhos para mudar o futuro do recrutamento de pessoal».



Josh Bersin

Diretor e fundador

[Bersin by Deloitte](#)

«A concorrência no recrutamento é cada vez mais forte e captar os melhores candidatos é uma das tarefas mais importantes dos Recursos Humanos. O recrutador atual deve ser perito em Marketing, Vendas, Coaching e Psicologia. Tudo ao mesmo tempo. Graças a ferramentas como o LinkedIn, as equipas de recrutamento têm a vida facilitada para criar campanhas, gerir a sua marca, procurar candidatos e conseguir recomendações. Mas, acima de tudo, os recrutadores devem conhecer bem a sua própria empresa, colaborar com os responsáveis de contratação e saber assessorar bem os outros. Se juntarem tudo isso, serão bem-sucedidos na sua empresa».



Jennifer McClure

Presidente e responsável de estratégias de recrutamento

[Unbridled Talent, LLC](#)

«Os recrutadores modernos são especialistas em encontrar bons candidatos, a interagir com eles e a criar ligações com candidatos existentes e futuros. Tudo isto mediante todas as ferramentas e informação atuais, como a sua rede de conhecidos, o telefone, as redes sociais e a tecnologia dos telemóveis. Encontrar candidatos é apenas o primeiro passo. Os recrutadores modernos dão vida à Marca de Talento da empresa através da experiência dos candidatos e da interação com estes».



Andy Headworth

Diretor e especialista em recrutamento através de redes sociais

[Sirona Consulting Ltd](#)

«No nosso mundo atual de "infoxicação", onde as ferramentas e plataformas sociais nos permitem encontrar pessoas de uma forma muito mais fácil, o recrutador moderno precisa de duas competências essenciais. A primeira é poder assimilar rapidamente informação de várias fontes, contextualizá-la e extrair os dados de maior interesse. A segunda capacidade é a mais importante: saber comunicar com clientes e com potenciais candidatos em TODOS os canais disponíveis, principalmente por telefone».



Brendan Browne

Diretor de recrutamento internacional LinkedIn

[LinkedIn](#)

«A empresa que souber extrair da Internet a informação mais valiosa sobre potenciais candidatos e criar então um modelo de equipa de recrutamento, para operacionalizar o processo a grande escala, definirá o futuro do recrutamento. O recrutador moderno deve ser, acima de tudo, perito em negócios e ter a habilidade, a seriedade e a inteligência para influenciar os responsáveis pela contratação e diretores de todos os níveis, assessorando-os com informação útil, sempre que for necessário».

Índice

Não tens tempo para ler o guia completo? [Passa diretamente para o resumo dos pontos chave da página 54](#), onde encontrarás os conselhos mais importantes.

05 Para quem é este guia

06 O recrutamento de pessoal está a evoluir. E tu?

09 A tua apresentação é o mais importante: Como fazer com que o teu perfil e a tua página de empresa se destaquem

22 Pesquisa de candidatos para recrutadores modernos: 5 passos

36 Publicar uma oferta e esperar sentado? Agora já não: Tudo o que precisas de saber sobre as ofertas de emprego

44 Mostra o especialista em Marketing que há em ti: Promove a tua Marca de Talento no LinkedIn

57 As ferramentas do LinkedIn: Resumo de soluções gratuitas e exclusivas

58 Problemas habituais no recrutamento de pessoal e como solucioná-los

59 Protagonistas deste guia

60 Outros recursos

Para quem é este guia

Este guia é dirigido a todos aqueles que querem contratar os melhores candidatos, mas principalmente a profissionais de recrutamento de pessoal que:

- 01 Trabalham em empresas com mais de 500 empregados
- 02 Costumam fazer pesquisa ou captação de candidatos nas primeiras fases do processo
- 03 São os responsáveis por promover a marca de empregador da sua empresa

És o responsável pelo recrutamento de pessoal numa PME? **Consulta o nosso documento [Recruiting for Small Business: LinkedIn Essentials](#).**

Não és responsável por essas tarefas? Se coordenas uma equipa de recrutamento de pessoal podes **a) reenviar este guia à tua equipa, ou b) ir diretamente ao resumo dos pontos chave da página 54 onde encontrarás os conselhos mais importantes.**

 **Nota especial para clientes do LinkedIn Recruiter**
★ Indica um conselho de utilização do LinkedIn Recruiter.

O recrutamento de pessoal está a evoluir. E tu?

Nos últimos dez anos, o recrutamento viveu mais mudanças que nas quatro décadas anteriores. Os recrutadores deixaram de lado a agenda e as chamadas “a frio” e começaram a captar candidatos interessantes, poucos minutos depois de os encontrarem na Internet.

Os melhores recrutadores — os que se transformaram em assessores de confiança e participam na tomada de decisões na sua empresa — são os que seguem e definem os princípios do recrutamento moderno.

Assim sendo, o que é o recrutamento moderno? É simples: é uma mistura, em partes iguais, de arte e ciência. Os técnicos modernos de recrutamento têm o pacote completo: têm o poder da persuasão para captar até os candidatos mais passivos e a informação necessária para melhorar a estratégia de contratação da sua empresa.

O que é um recrutador moderno?

Consultor

Os recrutadores modernos têm um instinto inato para criar vínculos entre equipas e candidatos: sabem identificar e combinar as competências dos candidatos com a personalidade dos responsáveis de contratação para criar o casamento perfeito.

Especialista em Marketing

Veem os postos de trabalho da mesma forma que os especialistas em Marketing vêem os produtos. Conseguem criar a mensagem adequada para o público adequado, quer seja no próprio perfil, quer seja mediante a promoção da marca do empregador.

Comercial

São especialistas em ter uma base de dados recheada, em alimentar fontes e em fechar acordos. Têm aptidões sociais e capacidade de negociação para influenciar ambas as partes.

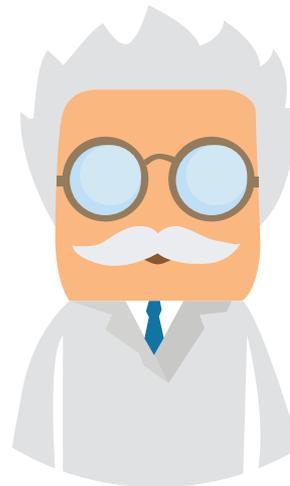
Recrutadores de pessoal

São assessores de confiança na sua empresa, independentemente do cargo que ocupam. Informam a direção sobre as tendências em recrutamento e participam na tomada de decisões-chave da empresa.

ARTE



CIÊNCIA



Analista de dados

Os recrutadores modernos seguem o mantra «Se não se pode medir, não se pode gerir». Sabem que os números e os dados os vão ajudar a tomar melhores decisões e a ganhar a confiança dos restantes membros da organização.

Investigador

Os recrutadores modernos não trabalham no escuro: costumam consultar bases de dados de candidatos, estão atualizados sobre as tendências no recrutamento e conhecem bem a concorrência.

Informático

Os recrutadores modernos conhecem e adoram os avanços produzidos no setor durante a última década. Sabem que ferramentas funcionam melhor e usam-nas na perfeição.

LinkedIn: o companheiro do recrutador moderno

O LinkedIn é a maior rede profissional* do mundo — com mais de 300 milhões de membros** — e o melhor amigo do recrutador moderno. Esta plataforma permite aos recrutadores aceder a mais candidatos qualificados que qualquer outra fonte. Oferece-lhes também as ferramentas, a tecnologia e os dados que precisam para captar esses candidatos.

Neste guia explicamos como usar o LinkedIn para o recrutamento de pessoal. Damos-te alguns conselhos sobre a arte do recrutamento no LinkedIn: desde como redigir uma oferta de trabalho até como criar uma mensagem InMail que funcione. Mostramos-te ainda a tecnologia, os dados e as ferramentas que precisas para poupar tempo e dinheiro. Por último, explicamos como podes avaliar a tua atividade no LinkedIn, para saberes o que funciona e o que não funciona. O teu toque pessoal... isso és tu que trazes.

*Mais informação disponível sobre as diferenças de mentalidade entre networkers profissionais e pessoais (<http://linkd.in/1hko0mg>).

**<http://press.linkedin.com/about>



Tudo começa com a tua história

Como fazer com que o teu perfil e a tua Página de Empresa se destaquem

5 passos para criar um perfil atraente

- 01 Começa com o pé direito
- 02 Abrilhanta-o com conteúdos multimédia
- 03 Inclui certificações
- 04 Dá a conhecer as tuas atividades de voluntariado
- 05 Torna as tuas atualizações mais interativas

O sucesso do recrutamento está nas tuas mãos

Pensa nos motivos pelo qual és recrutador - as carreiras profissionais que transformaste ou a empresa que estás a criar. O teu perfil reflete isso? Se a resposta é não, estás a deixar passar uma grande oportunidade para ti, para a tua empresa e para os teus candidatos.

No LinkedIn há 45 milhões de consultas de perfis* diariamente; é a atividade mais frequente na nossa rede.** Muitas vezes, o teu perfil é a primeira interação dos candidatos com a tua empresa, pelo que deve atrair. Quanto mais deres a conhecer quem és e o que faz a tua empresa, mais fácil é para os candidatos interagirem contigo e decidirem se o que a tua empresa oferece encaixa com o que procuram.

* Brad Mauney — **Cinco formas simples de reforçar a tua marca profissional no LinkedIn (em inglês)** (<http://linkd.in/1fKrxuD>), (29 de julho de 2013)

** Parker Barrile — **O LinkedIn aposta nas tecnologias móveis para candidatos e recrutadores: versões para telemóvel de «Trabalha connosco» e Recruiter (em inglês)** (<http://linkd.in/1iW7PQt>), (16 de outubro de 2013)

5 passos para criar um perfil atraente

01 Começa com o pé direito

Empenha-te no título e no resumo. Para conseguir um enfoque mais personalizado, utiliza a primeira pessoa («eu», «nós»). Escreve do ponto de vista de uma pessoa que quer contratar, não de alguém que procura emprego.

02 Abrilhanta-o com conteúdos multimédia

Apresenta o teu trabalho carregando ou usando links para fotos, vídeos, blogues, apresentações de SlideShare e sites.

03 Inclui certificações

Reforça a tua credibilidade incluindo as certificações e autorizações que foste adquirindo.

04 Dá a conhecer as tuas atividades de voluntariado

Completa o teu perfil indicando trabalhos de voluntariado ou causas que te interessam.

05 Publica atualizações mais interativas

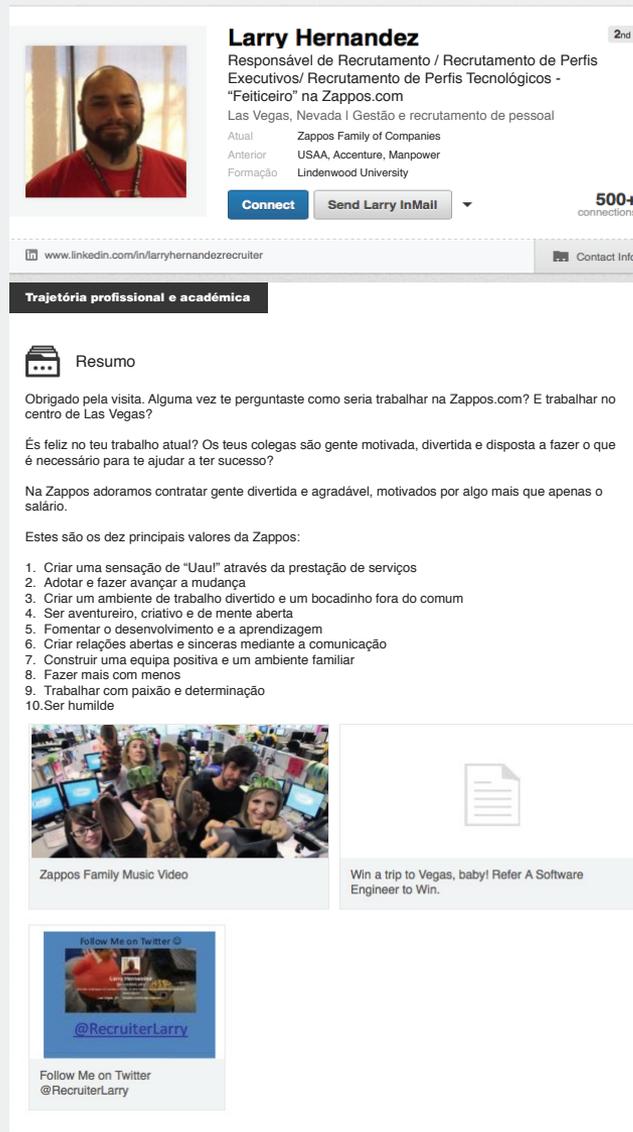
Interage com a tua rede mencionando contactos e empresas nas atualizações do LinkedIn. Quando receberes comentários, responde imediatamente.

4 perfis inspiradores

Larry Hernandez, de Zappos

Uma apresentação inspirada: No seu resumo, Larry promove a marca de empregador da Zappos em vez de falar de si. O seu resumo pretende servir de inspiração aos candidatos. Ao lerem os valores da Zappos, os próprios candidatos avaliam se encaixam ou não na empresa, o que lhes poupa tempo. A eles e a Larry.

Uma imagem vale mais que mil palavras: O videoclipe da «família Zappos» mostra o ambiente descontraído da empresa de forma mais visual, que um bloco de texto.



Larry Hernandez 2nd
Responsável de Recrutamento / Recrutamento de Perfis Executivos/ Recrutamento de Perfis Tecnológicos - "Feiticeiro" na Zappos.com
Las Vegas, Nevada | Gestão e recrutamento de pessoal
Atual Zappos Family of Companies
Anterior USAA, Accenture, Manpower
Formação Lindenwood University

[Connect](#) [Send Larry InMail](#) 500+ connections

www.linkedin.com/in/larryhernandezrecruiter [Contact Info](#)

Trajória profissional e académica

Resumo

Obrigado pela visita. Alguma vez te perguntaste como seria trabalhar na Zappos.com? E trabalhar no centro de Las Vegas?

És feliz no teu trabalho atual? Os teus colegas são gente motivada, divertida e disposta a fazer o que é necessário para te ajudar a ter sucesso?

Na Zappos adoramos contratar gente divertida e agradável, motivados por algo mais que apenas o salário.

Estes são os dez principais valores da Zappos:

1. Criar uma sensação de "Uau!" através da prestação de serviços
2. Adotar e fazer avançar a mudança
3. Criar um ambiente de trabalho divertido e um bocadinho fora do comum
4. Ser aventureiro, criativo e de mente aberta
5. Fomentar o desenvolvimento e a aprendizagem
6. Criar relações abertas e sinceras mediante a comunicação
7. Construir uma equipa positiva e um ambiente familiar
8. Fazer mais com menos
9. Trabalhar com paixão e determinação
10. Ser humilde

 Zappos Family Music Video

 Win a trip to Vegas, baby! Refer A Software Engineer to Win.

 Follow Me on Twitter @RecruiterLarry

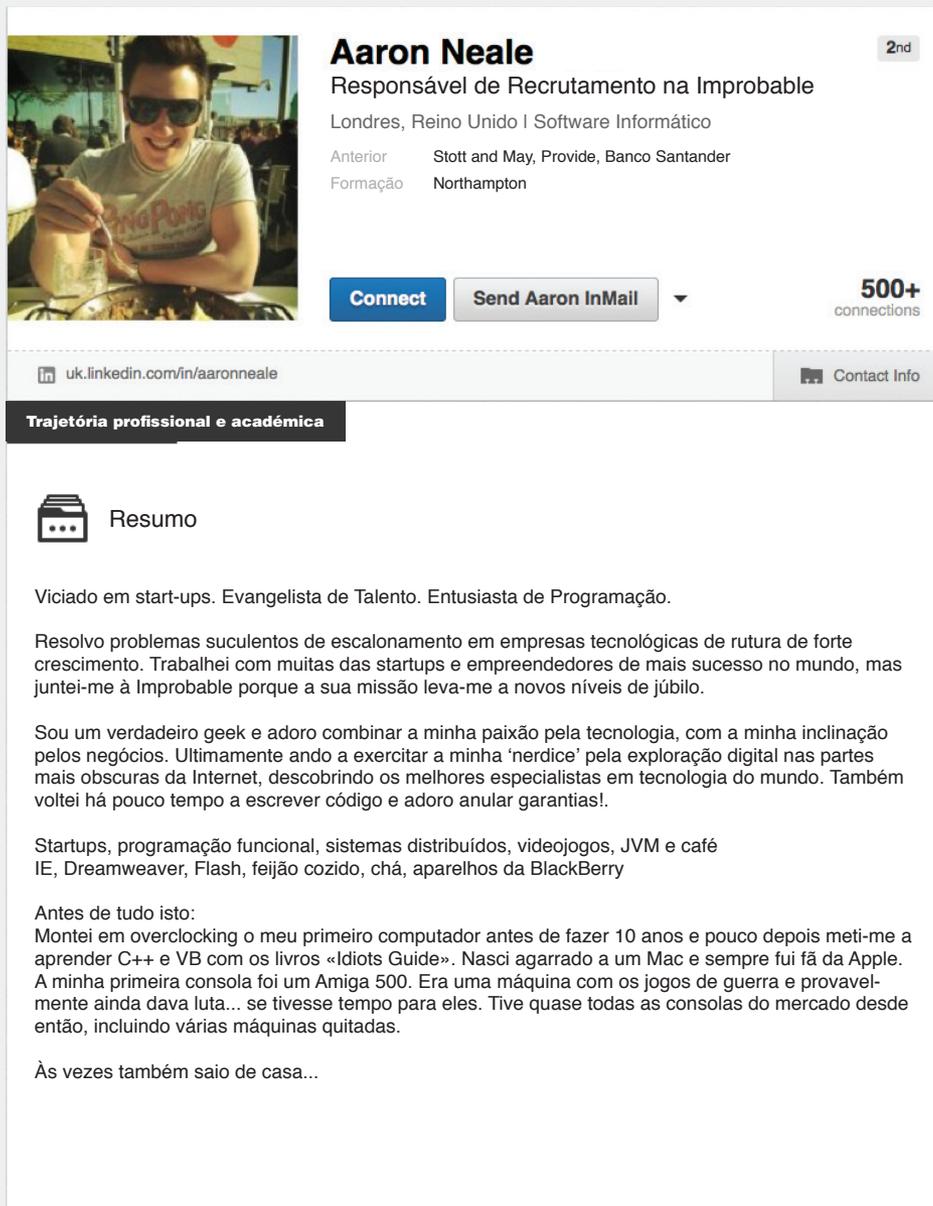
Follow Me on Twitter @RecruiterLarry

4 perfis inspiradores

Aaron Neale, da Improbable

Conhece o teu público: Aaron reforça a credibilidade da Improbable (uma startup tecnológica do Reino Unido) entre os candidatos com perfil de engenharia descrevendo a primeira máquina que criou.

Fala a sua língua: Frases como «adoro anular garantias» fazem com que os candidatos com perfil tecnológico se sintam identificados com Aaron.



The image shows a screenshot of a LinkedIn profile for Aaron Neale. The profile includes a profile picture of a man wearing sunglasses and a t-shirt, sitting at a table with food. The name 'Aaron Neale' is prominently displayed, along with his title 'Responsável de Recrutamento na Improbable' and location 'Londres, Reino Unido | Software Informático'. There are buttons for 'Connect' and 'Send Aaron InMail', and a '500+ connections' badge. Below the profile information, there is a section titled 'Trajetória profissional e académica' with a sub-section 'Resumo'. The summary text describes his experience in start-ups, his passion for technology, and his background in programming and gaming.

Aaron Neale 2nd
Responsável de Recrutamento na Improbable
Londres, Reino Unido | Software Informático
Anterior Stott and May, Provide, Banco Santander
Formação Northampton

[Connect](#) [Send Aaron InMail](#) 500+ connections

uk.linkedin.com/in/aaronneale [Contact Info](#)

Trajetória profissional e académica

Resumo

Viciado em start-ups. Evangelista de Talento. Entusiasta de Programação.

Resolvo problemas suculentos de escalonamento em empresas tecnológicas de rutura de forte crescimento. Trabalhei com muitas das startups e empreendedores de mais sucesso no mundo, mas juntei-me à Improbable porque a sua missão leva-me a novos níveis de júbilo.

Sou um verdadeiro geek e adoro combinar a minha paixão pela tecnologia, com a minha inclinação pelos negócios. Ultimamente ando a exercitar a minha 'nerdice' pela exploração digital nas partes mais obscuras da Internet, descobrindo os melhores especialistas em tecnologia do mundo. Também voltei há pouco tempo a escrever código e adoro anular garantias!

Startups, programação funcional, sistemas distribuídos, videojogos, JVM e café IE, Dreamweaver, Flash, feijão cozido, chá, aparelhos da BlackBerry

Antes de tudo isto:
Montei em overclocking o meu primeiro computador antes de fazer 10 anos e pouco depois meti-me a aprender C++ e VB com os livros «Idiots Guide». Nasci agarrado a um Mac e sempre fui fã da Apple. A minha primeira consola foi um Amiga 500. Era uma máquina com os jogos de guerra e provavelmente ainda dava luta... se tivesse tempo para eles. Tive quase todas as consolas do mercado desde então, incluindo várias máquinas quitadas.

Às vezes também saio de casa...

4 perfis inspiradores

Daoud Edris, da Lion Co

Utiliza conteúdo multimédia: No seu perfil atual, Daoud incluiu vídeos, infografias e apresentações que mostram a cultura e os objetivos da Lion, uma empresa do setor da alimentação e bebidas a operar na Austrália e Nova Zelândia.

Dá a conhecer os teus funcionários: Daoud publicou dois vídeos onde Scott e Roy, funcionários da Lion, contam como chegaram à empresa e qual a sua função lá. A mensagem é muito simples: tu também podes dar uma volta à tua carreira na Lion.



Daoud E. (See Full Name) 3rd

Imagem Corporativa — Recrutamento Estratégico — Gestão de Talentos: Soluções empresariais Personalizadas

Grande Sidney, Austrália | Alimentação e Bebidas

Atual: Lion Co

Anterior: Stonewater Consulting Group (SCG), Hamilton James & Bruce, British Petroleum

Formação: University of Oxford

[Send Daoud InMail](#) 500+ connections

Trajectoria profissional e académica

Resumo

Adoro trabalhar com gente excepcional e aplicar a inovação para conseguir os melhores resultados. Combino a marca de empregador com várias estratégias de gestão e captação de candidatos, para ajudar as empresas a atingir os seus objetivos.

Quando acabei a minha dupla licenciatura em Ciências, passei a primeira parte da minha carreira profissional a trabalhar em multinacionais de prestígio, concretamente em projetos do setor bancário e de recursos mineiros na Europa, Médio Oriente e Rússia.

Depois fiz um mestrado em Negócios e dediquei-me a resolver questões empresariais, tomando ideias brilhantes de gente muito criativa em planos estratégicos e ações práticas.

Nos últimos dez anos trabalhei como consultor, assessorando em Recursos Humanos e Imagem de Marca para várias das empresas mais importantes da Austrália e Ásia-Pacífico.

Agora só espero que o terceiro e último ato da minha carreira seja o mais apaixonante, como na ópera!



The Power of Networks



The hidden influence of social networks

Experiência

Recrutamento estratégico de pessoal

Lion Co 

Fevereiro 2013 – Atualmente (1 ano 2 meses)

Gestão de candidatos e interação com perfis de diferentes âmbitos, em prol de pessoas e empresas. Trato, entre outras tarefas, de reforçar a nossa marca como empregador, desenvolver um novo modelo de pesquisa de candidatos, agir como líder de opinião no âmbito da gestão de candidatos, promover a diversidade na empresa e colaborar em projetos de transformação e inovação em grande escala.



Great Careers - Roy's Journey



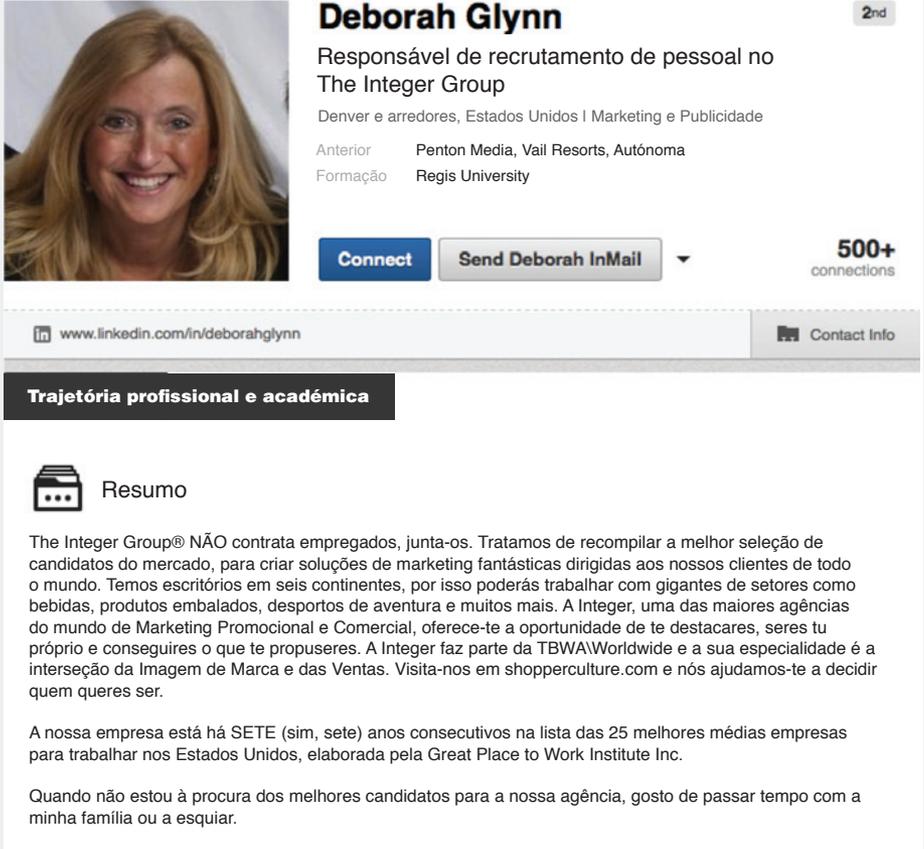
Great Careers - Scott's Journey

4 perfis inspiradores

Deborah Glynn,
de The Integer Group

Menciona a repercussão: Ao falar das grandes empresas com as quais os candidatos vão trabalhar, Deborah está a enviar uma mensagem clara: «Vais trabalhar numa empresa média, mas com uma ENORME repercussão».

Ligações ao blogue: Deborah remete os candidatos para o blogue da Integer, Shopper Culture, para os ajudar a «pensar em quem querem ser» e captar a sua atenção. Este blogue não se limita a publicar notícias sobre a empresa, mas está repleto de ideias de quem cria tendências nesta área.



Deborah Glynn 2nd

Responsável de recrutamento de pessoal no
The Integer Group

Denver e arredores, Estados Unidos | Marketing e Publicidade

Anterior Penton Media, Vail Resorts, Autônoma
Formação Regis University

[Connect](#) [Send Deborah InMail](#) 500+ connections

www.linkedin.com/in/deborahglynn [Contact Info](#)

Trajatória profissional e académica

Resumo

The Integer Group® NÃO contrata empregados, junta-os. Tratamos de recompilar a melhor seleção de candidatos do mercado, para criar soluções de marketing fantásticas dirigidas aos nossos clientes de todo o mundo. Temos escritórios em seis continentes, por isso poderás trabalhar com gigantes de setores como bebidas, produtos embalados, desportos de aventura e muitos mais. A Integer, uma das maiores agências do mundo de Marketing Promocional e Comercial, oferece-te a oportunidade de te destacares, seres tu próprio e conseguires o que te propuseres. A Integer faz parte da TBWA\Worldwide e a sua especialidade é a interseção da Imagem de Marca e das Ventas. Visita-nos em shopperculture.com e nós ajudamos-te a decidir quem queres ser.

A nossa empresa está há SETE (sim, sete) anos consecutivos na lista das 25 melhores médias empresas para trabalhar nos Estados Unidos, elaborada pela Great Place to Work Institute Inc.

Quando não estou à procura dos melhores candidatos para a nossa agência, gosto de passar tempo com a minha família ou a esquiar.

A tua página de empresa é essencial

Mostramos-te como tirar partido dela

Normalmente, o teu perfil é a primeira impressão que os candidatos têm de ti, mas a página da tua empresa é a primeira impressão que têm da tua empresa. Pensa porque é que TU começaste a trabalhar na tua empresa, seja pelos seus valores, pelos seus objetivos ou pelos produtos que oferece. Isso está refletido na página da tua empresa?

Mais de 3 milhões de empresas aproveitam a sua página para serem facilmente encontradas pelos candidatos que procuram informação a seu respeito.* Em média, 71% dos teus seguidores gostariam de trabalhar na tua empresa.** Dar a conhecer os valores e oportunidades da tua empresa é uma forma eficaz de tornar os teus seguidores em candidatos e de fomentar a interação com eles.



Sabias que...? Podes personalizar gratuitamente qualquer atualização para os teus seguidores em função da sua localização, setor, cargo e outros critérios.

Agora, as páginas de empresa do LinkedIn estão otimizadas para dispositivos móveis. 41% das visitas únicas mensais ao LinkedIn procede de dispositivos móveis.***

*<http://press.linkedin.com/about>

Sam Gager, **Sam Gager — A verdade sobre os seguidores e sobre os contactos: razões de peso para tratá-los bem (em inglês)(<http://linkd.in/1jwnYgt>), (15 de janeiro de 2013)

***<http://press.linkedin.com/about>

Normalmente, as empresas maiores estão limitadas por processos mais burocráticos e a sua forma de agir pode parecer mecânica ou pouco personalizada. Por outro lado, as pequenas empresas costumam ter liberdade para dar um toque de personalidade e autenticidade às suas páginas, o que faz com que o seu público se identifique mais com elas. Aproveita essa liberdade!

4 formas de melhorar a tua página de empresa

- 01 Inclui vídeos e conteúdo multimédia.
- 02 Faz crescer o teu número de seguidores.
- 03 Capta a atenção dos seguidores com atualizações de estado personalizadas.
- 04 Amplia o teu alcance patrocinando conteúdo.

recursos básicos para a tua página de empresa

- Lista de recursos para páginas de empresa (em inglês)** (<http://linkd.in/1nqmC79>) Vídeos e guias explicativos, exemplos reais e testemunhos
- Guia para criar uma página de empresa (em inglês)** (<http://linkd.in/1t9Znma>) 5 passos para conseguir seguidores no LinkedIn
- Melhores práticas para atualizações de estado (em inglês)** (<http://linkd.in/1eJ8czz>) 10 dicas

Reforça a tua página de empresa em 4 passos simples

A tua página de empresa deve espelhar uma Imagem de Marca coerente para o teu público; fala com a tua equipa de Marketing para coordenar o enfoque que vão dar à vossa página.

01 Inclui vídeos e conteúdo multimédia

Os seguidores são duplamente propensos a difundir uma publicação recomendando-a, partilhando-a e comentando-a caso tenha vídeo. Não tens vídeos? Inclui apresentações de SlideShare, arquivos PDF, imagens e links.

02 Faz crescer o teu número de seguidores

Coloca o botão «Seguir» no teu site, na informação aos candidatos e nas assinaturas e perfis dos empregados.

Podes descarregá-lo em <http://linkd.in/1hg1dbX> (em inglês)

03 Capta a atenção dos seguidores com atualizações de estado personalizadas

Publica dados interessantes, conselhos de especialistas, listas de «Os 10 melhores...» e perguntas para interagir com os candidatos.

Precisas de inspiração? **Consulta esta galeria de exemplos de atualizações de estado (em inglês)** (<http://slidesha.re/Pevxxf>)

04 Amplia o teu alcance patrocinando conteúdo

As atualizações patrocinadas permitem-te dirigir-te a candidatos que não pertencem à tua rede de seguidores.

* Incluir o botão «Seguir» em lugares estratégicos ajudou a Unilever a aumentar o seu número de seguidores de 40.000 para 235.000 em 10 meses.

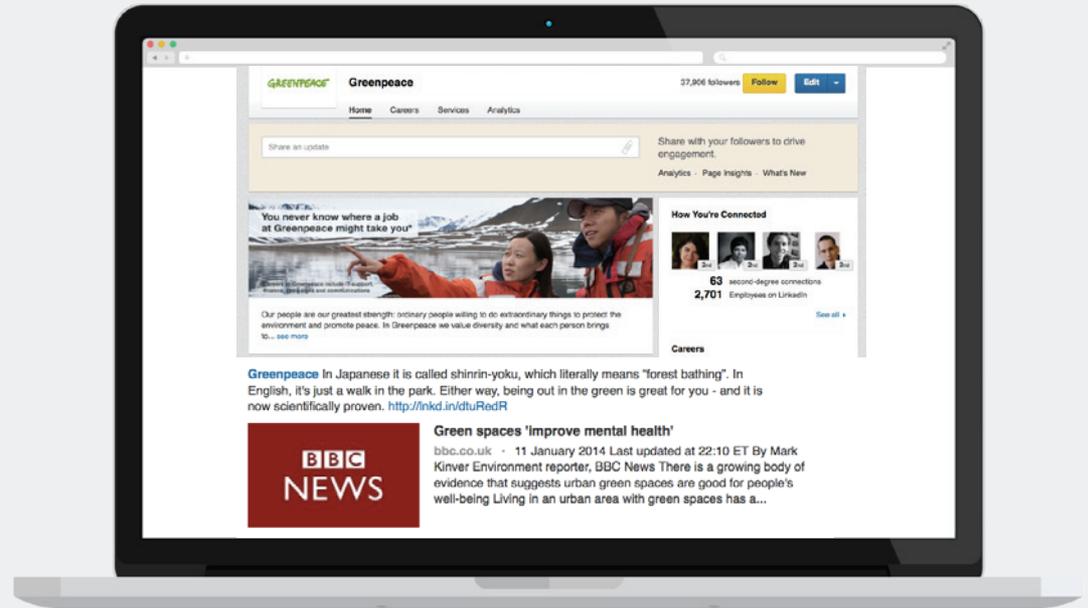
Se queres inspiração, **consulta as melhores páginas de empresa do LinkedIn em 2013 (em inglês)** (<http://linkd.in/1mxslYI>)

3 páginas de empresa das quais gostamos

Greenpeace

A Greenpeace publica notícias do setor: Não publiques apenas conteúdo sobre a tua empresa. A Greenpeace sabe que os seus seguidores têm interesse pelo meio-ambiente, por isso publicou este artigo da BBC sobre o vínculo entre os espaços verdes e a saúde mental.

Com uma mistura equilibrada de conteúdo externo e conteúdo sobre a empresa, terás os teus seguidores satisfeitos.



Greenpeace Em japonês chama-se «shinrin-yoku», que literalmente significa «banho no bosque». Traduzido para a nossa cultura, equivale a qualquer coisa como um passeio pelo parque. Seja como for, caminhar na natureza é bom e agora está provado cientificamente.



Green spaces 'improve mental health'

bbk.co.uk 11 January 2014 Last updated 22:10 ET by Mark Kinver Environment reporter, BBC News There is a growing body of evidence that suggests urban green spaces are good for people's well-being Living in an urban area with green spaces has a...

Like (12)

Comment

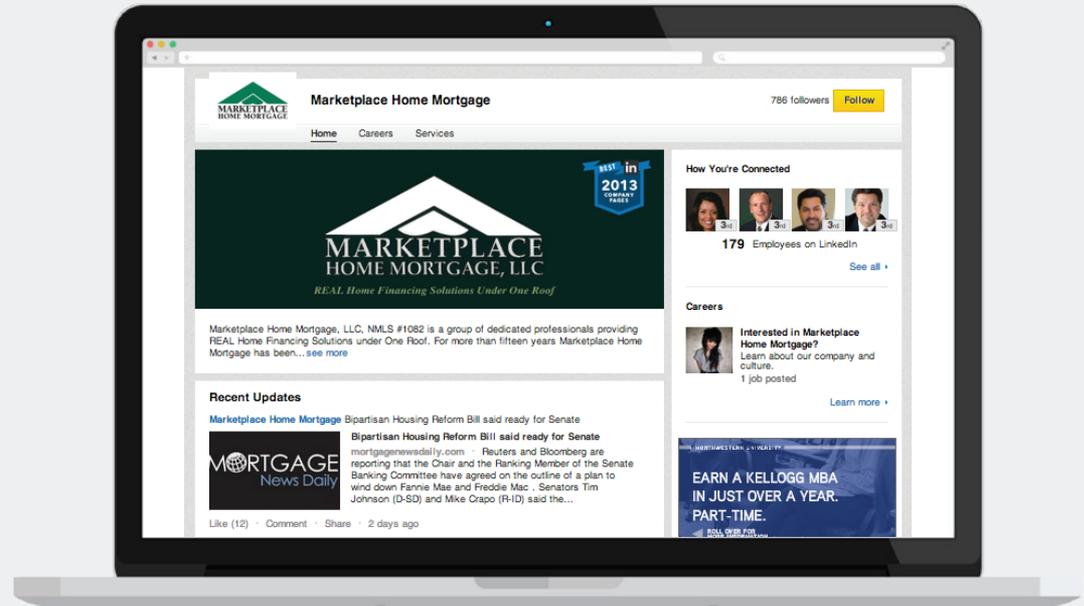
Share

8 days ago

3 páginas de empresa das quais gostamos

Marketplace Home Mortgage

Partilha conselhos e informação de especialistas: a Marketplace Home Mortgage partilha conselhos e informação relevante para o seu público: compradores de casa. Publica atualizações que destaquem a tua experiência no setor.



Marketplace Home Mortgage Bipartisan Housing Reform bill said ready for Senate



Bipartisan Housing Reform Bill said ready for Senate

mortgagenewsdaily.com Reuters and Bloomberg are reporting that the Chair and the Ranking Member of the Senate Banking Committee have agreed on the outline of a plan to wind down Fannie Mae and Freddie Mac . Senators Tim Johnson (D-SD) and Mike Crapo (R-ID) said the...

Like (12)

Comment

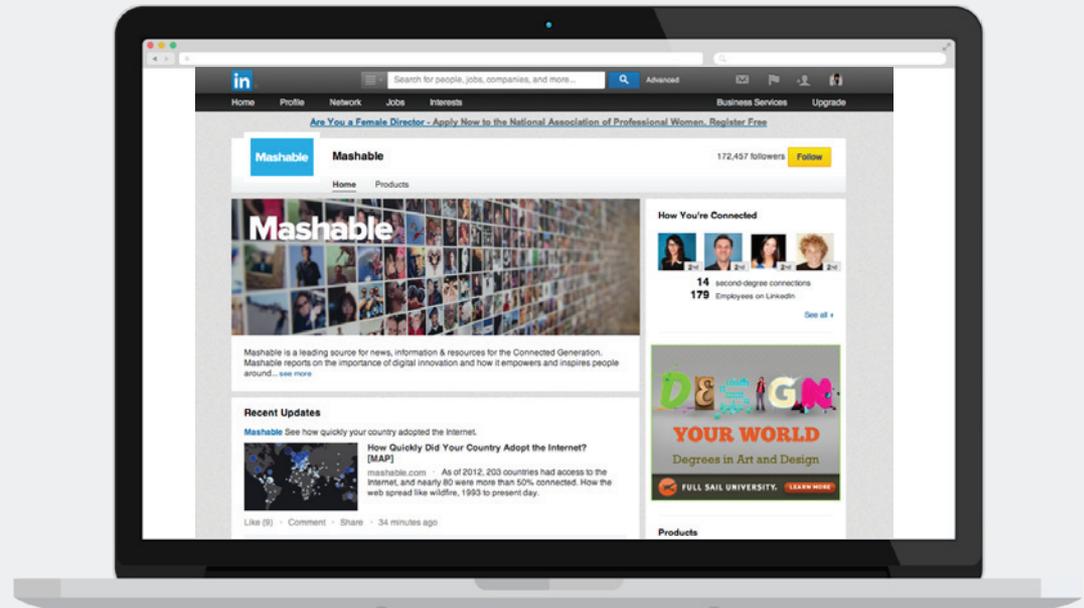
Share

8 days ago

3 páginas de empresa das quais gostamos

Mashable

Publica conteúdo «apetitoso» e útil: a Mashable acerta em cheio publicando conteúdo de grande qualidade e rápido de consumir. Tenta que as tuas publicações sejam breves, para fomentar a interação.



Mashable See how quickly your country adopted the internet



Com que grau de rapidez o teu país adotou a Internet? [MAPA]

mashable.com

Em 2012, 203 países tinham acesso à Internet e quase 80 estavam mais de 50% ligados. Como a Web se espalhou rapidamente, de 1993 até agora.

Like (12)

Comment

Share

8 days ago

Resultados do perfil e da página de empresa:

Métricas que importam

Se não se pode medir, não se pode gerir. Estas ferramentas gratuitas de análise vão ajudar-te a criar a tua estratégia de marca.

Determina a eficácia do teu perfil

01 Quem viu o teu perfil

As visitas ao teu perfil estão a aumentar? Com que frequência apareces nas pesquisas ou nas recomendações?

02 Quem viu as tuas atualizações

Há mais gente que vê, recomenda, partilha e comenta o teu conteúdo?

03 Estatísticas da rede

A tua rede está a crescer? Em que medida estás a ampliar o teu alcance aos teus contactos de segundo e terceiro grau?

Acompanha a página da tua empresa

01 Interesse das tuas atualizações de estado

Avalia os dados de interação dos utilizadores, em tempo real e mesmo abaixo de cada publicação. Descobre que atualizações geram mais cliques, 'gostos', comentários, partilhas e interação.

02 Interesse da página da tua empresa

Consulta os dados de interação por tipo e período de tempo.

03 Aspectos demográficos dos seguidores

Averigua se estás a captar o público adequado.

04 Posicionamento

Compara a evolução do teu número de seguidores com a de empresas similares da concorrência.

E não te esqueças de ler os comentários dos utilizadores para teres feedback qualitativo.



Pesquisa de fontes para recrutadores modernos

5 passos

Candidatos... passivos?

A importância dos candidatos passivos nos processos modernos de recrutamento

Para ser um recrutador moderno deves captar os melhores candidatos, não apenas os que procuram emprego de forma ativa. Porquê? A grande maioria dos profissionais são candidatos passivos: não procuram trabalho ativamente, mas estão abertos à oportunidade adequada.

Os candidatos passivos não costumam visitar sites de oferta de emprego, nem têm o currículo atualizado; estão ocupados a desempenhar um bom trabalho na sua empresa atual, mas ESTÃO abertos a que um recrutador os contacte para os informar dessa vaga que lhes pode mudar a vida. Por isso é fundamental saber procurar os candidatos adequados.

Nesta secção vamos explicar-te os truques que deves conhecer para procurar candidatos no LinkedIn, a maior fonte de candidatos passivos do mundo.

O que motiva os candidatos passivos a mudar de trabalho? Consulta a nossa infografia (em inglês) (<http://linkd.in/PeNWKa>).

Boas notícias: a maioria dos profissionais pondera uma mudança laboral, quando é contactado por um recrutador.

| Candidatos passivos

| Candidatos ativos



Busca sofisticada de candidatos no LinkedIn

Agora tens acesso a uma grande quantidade de informação sobre candidatos, mas como podes encontrar o que procuras? Aqui ficam os nossos conselhos.

5 passos para pesquisar no LinkedIn como um profissional

01 Pesquisa com critério

02 Domina os operadores booleanos e outras técnicas de pesquisa

03 Contacta com os candidatos diretamente através das mensagens InMail

04 Gere possíveis candidatos com Talent Pipeline 

05 Avalia os resultados



Guarda [Inkd.in/productupdates](https://www.linkedin.com/company/linkd-in/productupdates) nos teus favoritos para estares a par das últimas notícias e prestações do LinkedIn Recruiter.

O que é o LinkedIn Recruiter?

O LinkedIn oferece-te muitas vantagens, que analisaremos neste ponto, mas a maioria dos recrutadores modernos usa a nossa ferramenta estrela, o LinkedIn Recruiter. Eis o porquê:

- Permite aceder a toda a rede de profissionais do LinkedIn e oferece a possibilidade de contactar com qualquer um deles, através de mensagens no InMail.
- Inclui ferramentas de pesquisa avançada de grande precisão, como os inúmeros filtros personalizados, para que encontres o candidato ideal.
- Pesquisa automaticamente por ti (por exemplo, avisa-te quando aparecem novos perfis de interesse, oferece-te «perfis similares» quando encontraste um candidato adequado e sugere-te «gente que poderias querer contratar»).
- Facilita o trabalho em equipa e favorece que os empregados possam recomendar-te candidatos que conhecem através de Referências Internas.
- Pode usar-se em qualquer lado com a app móvel.

Adquire a certificação. Agora podes gabar-te de ter conhecimentos de LinkedIn Recruiter e tirar partido de todo o teu investimento no LinkedIn. Mais informação em [certification.linkedin.com](https://www.linkedin.com/certification).

1. Pesquisa com critério

Os recrutadores modernos não trabalham às escuras: procuram de forma estratégica analisando primeiro os dados. Antes de meter mãos à obra com a pesquisa de candidatos, explora um pouco o mercado. Saber com o que contar ajuda a:

- ✓ **Priorizar o teu enfoque.** Assim vais ficar a conhecer melhor a oferta e a procura para competências profissionais específicas.
- ✓ **Define as expetativas com os teus superiores.** Se te pedirem que encontres um esquilo roxo, poderás justificar os resultados da tua pesquisa com dados.
- ✓ **Acrescentar informação aos processos de planeamento laboral.** Conhecer o mercado de candidatos permite-te poder participar na tomada de decisões do planeamento laboral.

Conselhos para conhecer o mercado de candidatos:

01

Faz pesquisas no **LinkedIn Recruiter**.

Desta forma conhecerás a dimensão e funcionamento do mercado que te interessa, em cada grupo de critérios.



02

Consulta os nossos **relatórios gratuitos sobre setores**.

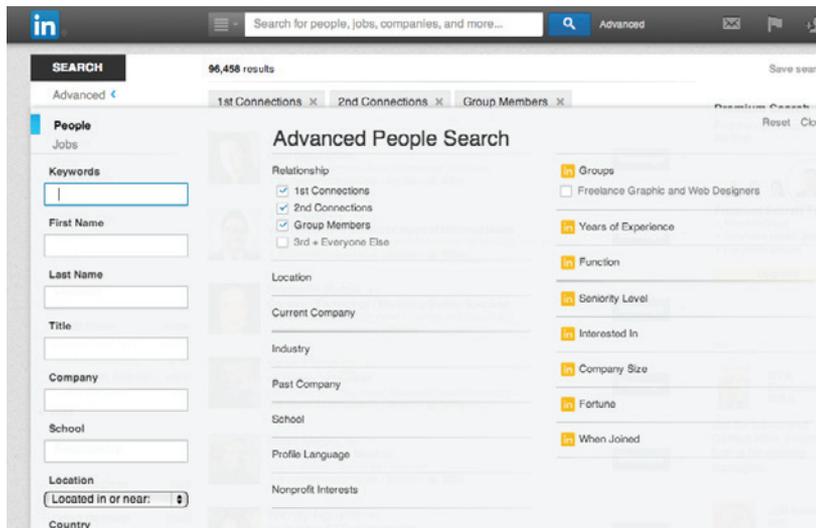
Nestes relatórios — disponíveis para alguns países e profissionais com uma grande procura— encontrarás dados sobre a oferta e procura, a localização e os interesses do tipo de candidatos que te interessam.

2. Invocando os ninjas da pesquisa

Domina os operadores booleanos

As pesquisas com operadores booleanos permitem combinar palavras e frases com os termos AND, OR e NOT para limitar, ampliar ou afunilar a pesquisa. São os operadores mais habituais em motores de pesquisa e a chave para melhorar as tuas pesquisas de candidatos.

Pesquisa avançada



Indica um ou mais termos nos campos Palavras-chave, Nome, Cargo e Empresa da pesquisa avançada do LinkedIn e obterás uma lista de perfis. Mas se queres afinar mais a pesquisa, recomendamos que uses estes operadores:

- ✓ **Aspas.** Para procurar uma frase concreta, escreve-a entre aspas (por exemplo: “gestor de projetos”). As ASPAS delimitam a pesquisa.
- ✓ **NOT.** Para excluir um determinado termo da pesquisa, escreve-o precedido de «NOT» (por exemplo: gestor NOT diretor). Este operador delimita a pesquisa.
- ✓ **AND.** Para obter resultados que incluam dois ou mais termos concretos, utiliza «AND» como separador (por exemplo: programador AND gestor). Este operador delimita a pesquisa.
- ✓ **OR.** Para que a pesquisa inclua, pelo menos, um termo de vários separa-os com «OR» (por exemplo: vendas OR marketing). Este operador é útil em casos de palavras com sinónimos ou grafias distintas e amplia a pesquisa.
- ✓ **Parênteses.** Para fazer uma pesquisa complexa, combina termos colocando-os entre parênteses. Por exemplo, para encontrar candidatos que tenham «direção» no seu perfil, ou que tenham «diretor» e «divisão», escreve: direção OR (diretor AND divisão). Este operador delimita a pesquisa.

Mais um passo: Para afunilar ainda mais os resultados, usa filtros de pesquisa como a localização, o setor, a atual empresa, experiência e a antiguidade. E não cometes estes 3 erros comuns com operadores booleanos (em inglês) (<http://linkd.in/1dKRe39>).

4 formas de encontrar candidatos para além da opção de pesquisa

- 01 Aproveita a tua própria rede.** Uma das vantagens de ser recrutador é conhecer gente interessante... e ganhar para isso. Usa a tua rede de contactos para pedir referências e escolher os candidatos que mais te interessam, a partir da tua rede.
- 02 Participa nos grupos do LinkedIn.** Procura candidatos de forma não intrusiva conversando com eles nos grupos do LinkedIn. Utiliza um tom autêntico e mostra a tua personalidade.
- 03 Interage com os membros que visitam o teu perfil.** Dirige-te a pessoas que visitam o teu perfil; estas costumam trabalhar no setor do teu interesse e ter contactos em comum.
- 04 Põe todos os teus empregados a trabalhar.** Pede aos responsáveis pela contratação e aos novos empregados da tua empresa que te recomendem bons candidatos, principalmente os que possam ter perfis incompletos.

Zen e a arte do relacionamento com os responsáveis da contratação

Aí, a relação com o responsável pela contratação. Quem já trabalhou em recrutamento sabe que esta influencia o sucesso ou fracasso de um processo de recrutamento e a sua rapidez, já para não falar do seu efeito na saúde mental de ambas as partes! Explicamos-te como podes conseguir que te ajudem a encontrar candidatos e como criar uma relação pacífica de colaboração:

01 Cheguem a um acordo sobre um processo e um ritmo de trabalho

Ou seja, quem faz o quê e quando. Se ambos têm LinkedIn Recruiter, envia-lhe printscreens do «Resumo de Projeto» para lhe mostrar quantos candidatos se encontram em cada fase do processo.



02 Definam juntos as expetativas

Poupa dores de cabeça identificando as competências e o tipo de candidato que precisam, mediante perfis de amostra. Usa os dados para definir as expetativas. Os relatórios do LinkedIn sobre setores e sobre o LinkedIn Recruiter vão ajudar-te a delimitar o teu perfil de candidato e a ajustar os critérios de pesquisa.



03 Poupa tempo e reúne opiniões pessoalmente

Utiliza as licenças Hiring Manager gratuitas do Recruiter. Envia ao responsável pela contratação grupos de perfis, para que te dê a sua opinião sobre os candidatos — excelente, bom, não apto — com um clique. Também pode acrescentar notas se desejar.



«Às vezes, os responsáveis pela contratação esquecem-se quem têm na sua rede; é preciso falar um pouco com eles e ajudá-los a descobrir. Ensina-os a fazer pesquisas booleanas».

Angela Farrelly, especialista em recrutamento estratégico



Queres mais conselhos sobre como trabalhar com responsáveis de contratação? Consulta as nossas 8 recomendações para que a relação seja excelente **8 recomendações para que a relação seja excelente** (http://lnkd.in/b_ANaBT) "em espanhol".

3. Contacta diretamente com os candidatos através de mensagens InMail

As mensagens InMail permitem-te contactar diretamente com quem quiseses no LinkedIn. No entanto, conseguir resposta requer certas habilidades e experiência.

A chave para conseguir resposta a uma mensagem InMail é criar uma comunicação personalizada, o que nem sempre é fácil quando o tempo escasseia. Aqui contamos-te como escrever uma mensagem personalizada e suficientemente ampla para gerar respostas de vários tipos de candidatos.

Em média, as mensagens InMail têm o triplo de índice de resposta que as mensagens de email tradicionais.*

Todas as mensagens InMail têm garantia de resposta: se não recebes resposta em 7 dias, podes voltar a enviar uma outra mensagem InMail.

«A mensagem InMail dizia: “Estamos à procura de bons oradores com a tua experiência”. Sentí-me lisonjeado que alguém tivesse visto o meu perfil e que tivesse dedicado tempo a escrever-me uma mensagem apenas a mim. Pelos vistos a mensagem não era “apenas para mim”, mas parecia mesmo ser». - Membro di LinkedIn



As 9 regras de ouro das mensagens InMail

- 01 Lê o perfil.** Indica ao destinatário que aspeto do seu perfil te chamou a atenção. A personalização lisonjeia sempre.
- 02 Capta a sua atenção.** Menciona algum contacto que vocês tenham em comum; o LinkedIn sugere-tos.
- 03 Demonstra que és seletivo.** Assinala o que torna o candidato atraente e dá-lhe os parabéns por isso.
- 04 Usa um tom natural e sê breve.** Escreve como se estivesses a falar. NÃO faças um copiar/colar da descrição da vaga.
- 05 Ouve com atenção.** Pergunta-lhe quais os seus objetivos e os seus interesses pelas novas oportunidades.
- 06 Concentra-te nos objetivos,** não no emprego. A tua mensagem deve fazer sobressair as vantagens para o candidato.
- 07 Inclui conteúdo relacionado.** Podes acrescentar informação útil, como um artigo técnico pertinente.
- 08 Sê paciente.** Não persigas o candidato. Usa as atualizações de estado para manter a tua visibilidade, enquanto esperas uma resposta.
- 09 Incentiva à ação.** Convida o candidato a prosseguir o diálogo; não é necessário que solicite o emprego imediatamente.

*Conselhos para conseguir uma boa marca pessoal (em inglês)
(<http://linkd.in/QCUIKI>)

4. Gere candidatos com Talent Pipeline do LinkedIn Recruiter★

A meta de qualquer recrutador é conseguir uma boa base de dados de candidatos, ou seja, um fluxo constante de perfis interessantes que te poupe teres de começar do zero com cada nova oferta de trabalho. Uma boa base de dados agilizará o processo de contratação e melhorará a qualidade dos teus candidatos.

Em vez de gerir cada uma das entradas manualmente, podes usar o Talent Pipeline no LinkedIn Recruiter para acrescentar candidatos, geri-los e estar em contacto com eles. O segredo é priorizar: concentra-te nas competências que mais precisas e nos postos difíceis de cobrir. Aqui damos-te 6 conselhos para utilizadores do LinkedIn Recruiter:

Queres mais informação sobre este tema? Consulta os nossos **10 conselhos para conseguir uma boa lista de candidatos** (<http://lnkd.in/b8r3qm5>) “em espanhol”.

- 01 Procura e etiqueta.** Usa etiquetas para que os candidatos apareçam facilmente nas pesquisas. Começa com uma pesquisa ampla e cria uma pasta para essa pesquisa (por exemplo, todos os alunos de Engenharia Informática da Universidade do Minho). Depois usa pastas para critérios mais específicos (por exemplo, informática na Cloud E Engenharia Informática na Universidade do Minho).
- 02 Acelera a filtragem prévia com «Referências Internas».** O Recruiter diz-te a quem o candidato está ligado na tua empresa. Contacta com os teus colegas para obter opiniões sinceras sobre as competências dos possíveis candidatos e a sua idoneidade para a empresa.
- 03 Usa listas inteligentes de tarefas para manter o diálogo vivo.** Cria lembretes para candidatos, projetos e membros específicos da tua equipa; desta forma estarás em contacto com eles e poderás ter o controlo dos avanços.
- 04 Faz um seguimento dos projetos.** Envia relatórios à tua equipa, para comunicar e monitorizar o estado das bases de dados dos candidatos.
- 05 Guarda as tuas pesquisas** para conservar a tua seleção de operadores booleanos e filtros. O Recruiter continuará a funcionar em segundo plano e avisa-te quando houver novos candidatos; não tens de mexer um dedo.
- 06 Usa «Receber atualizações»** para estar atualizado sobre o perfil de determinados membros. O Recruiter avisa se houver mudanças nesses perfis, para que faças um seguimento da sua trajetória.

Descobre a nova geração de líderes: recrutamento universitário com o LinkedIn

Os recrutadores mais estratégicos são visionários e preveem quem vão precisar não dentro de 2 meses, mas sim de 1, 2 ou até 4 anos. Ao estar ligado aos estudantes estás a investir no futuro da tua empresa.

A Intel recorre a grupos do LinkedIn para captar estudantes

No grupo Intel Student Lounge Group, os estudantes podem consultar novidades sobre a Intel College Recruiting Organization. Podem também estar ligados a outros estudantes e consultar as vagas mais recentes da empresa.

* <http://press.linkedin.com/about>

Mais de 39 milhões de estudantes e recém-licenciados estão no LinkedIn*, sendo este o grupo demográfico que mais rapidamente cresce na nossa plataforma. Descobre estas 7 ferramentas para captar a nova geração de líderes da tua empresa:

- 01 Empregos para recém-licenciados.** Publica vagas e estágios para estudantes gratuitamente no LinkedIn.
- 02 Relatórios sobre tendências de estudantes.** Descobre onde há maior concentração de estudantes, como chamar a sua atenção e quais os seus interesses.
- 03 Filtros de pesquisa de estudantes no LinkedIn Recruiter.** Procura estudantes por critérios como a localização, centro de estudos, formação, área de estudos, data de graduação, grupos, etc.* 
- 04 Atualizações de estado personalizadas.** Capta a atenção dos estudantes. Por exemplo: «Estudantes, qual é a vossa prioridade na carreira laboral?».
- 05 Páginas de universidade do LinkedIn.** Mais de 24.000 centros de ensino superior já têm página no LinkedIn. Reforça a relação da tua empresa com as universidades e não percas de vista as novidades.
- 06 Ferramenta do LinkedIn para antigos alunos.** Descobre onde trabalham os antigos alunos das universidades e o que fazem agora. Usa filtros como «O que estudaram» para encontrar candidatos qualificados.
- 07 LinkedIn CheckIn (<http://linkd.in/1er9h9l>).** Recompila e organiza dados sobre candidatos, em eventos, em segundos. 

Encontra candidatos com perfis diversificados no LinkedIn

Uma empresa moderna implica pessoal com capacidades diversificadas. Como recrutador, o teu trabalho é muito mais que preencher formulários: fazes com que a tua empresa seja mais produtiva, inovadora e capaz de responder às necessidades dos clientes. Para além do mais, fazes com que todos os empregados deem o melhor do si no seu trabalho. Há alguma coisa mais importante que isso?

Recursos adicionais para o recrutamento diversificado no LinkedIn

Manual de recrutamento na diversidade (em inglês) (<http://linkd.in/1omD8JA>). 13 passos para encontrar, contratar e conservar os melhores candidatos dentro da diversidade.

Quatro conselhos (em inglês) (<http://linkd.in/QDax44>) para o recrutamento de pessoal dentro da diversidade.

Empresas sem fins lucrativos (em inglês) (<http://linkd.in/1dKShju>). Como estas empresas podem captar os candidatos que precisam.

Relatório sobre setores: empresas sem fins lucrativos (em inglês) (<http://linkd.in/PffgYJ>)

Geração Y (em inglês) (<http://linkd.in/1e9yq8m>). 8 caraterísticas que deves conhecer antes de os contratar.

5 conselhos para ter um grupo laboral diversificado na tua empresa:

- 01** **Faz uma lista com palavras-chave sobre os candidatos que te interessam.** Consulta perfis dos melhores empregados da tua empresa em diferentes âmbitos e inclui termos novos para filtrar os resultados.
- 02** **Utiliza «Perfis similares» no LinkedIn Recruiter.** Quando tiveres encontrado o candidato ideal, usa a opção «Perfis similares» para ver até 100 perfis relacionados.* ★
- 03** **Tira partido dos grupos.** Há um grupo no LinkedIn para quase todas as profissões e gostos. Participa neles ativamente e interage com os administradores. Se não consegues participar num grupo determinado, pede a um empregado membro do grupo que publique conteúdo em teu nome.
- 04** **Faz campanhas no Talent Direct.** Dirige-te a diversos perfis de candidatos em grande escala, com os anúncios de recrutamento e mensagens InMail. Ambos podem ser personalizados, de acordo com vários critérios, para chegar a diferentes tipos de público.
- 05** **Assegura-te que a tua presença digital reflete a tua diversidade.** Quer seja publicando fotos na tua página de empresa ou com testemunhos de empregados nas tuas páginas de emprego, a tua presença digital — dentro e fora do LinkedIn — deve espelhar o espírito da tua empresa.

5. Avalia o teu trabalho de seleção

Informa-te dos números. Estes são os aspetos mais importantes que deves avaliar, em geral e no LinkedIn.

Aspetos de
recrutamento do
SETOR



Qualidade
dos
candidatos
contratados



Fonte das
contratações



Rapidez do
processo



Custo por
contratação

Aspetos do
recrutamento no
LINKEDIN RECRUITER



Perfis
consultados



Pesquisas
realizadas



Mensagens
InMail
enviadas



Índice de
resposta a
mensagens
InMail

A Allstate transforma os seus processos de recrutamento

Nova estratégia, novos valores e novas relações

Desafios

- ✓ A Allstate precisava com urgência de candidatos para vários postos, especialmente perfis técnicos. Ao mesmo tempo, tinha um excesso de candidatos não qualificados.
- ✓ A empresa dependia bastante de agências de recrutamento para encontrar candidatos e de consultores externos para conhecer o mercado laboral.
- ✓ A filosofia da empresa não fomentava as contratações internas, por isso os candidatos vinham quase sempre de fora.

A sua estratégia:

Abordagem baseada em 3 pilares:

01 **Pesquisa proativa.** A Allstate assumiu internamente as tarefas de recrutamento. Desta forma, criou uma equipa específica responsável por procurar candidatos, informar sobre as tendências do mercado e servir de centro de informação. Para além do mais, a empresa começou a usar ferramentas de pré-seleção no Recruiter.

02 **Mobilidade interna.** A Allstate lançou uma campanha interna para informar os seus empregados e responsáveis de contratação sobre as oportunidades internas, e para fomentar uma cultura mais transparente. Ampliaram também as competências dos recrutadores em colaboração com o LinkedIn: ensinaram-lhes a identificar e recomendar candidatos qualificados dentro da empresa.

03 **Relação com universidades.** A Allstate colaborou com reitores, catedráticos e orientadores de várias universidades para criar planos de estudo e difundir a mensagem da empresa. Começaram também a usar o LinkedIn CheckIn nas feiras universitárias para melhorar a interação com os estudantes.

A Allstate transforma os seus processos de recrutamento

Nova estratégia, novos valores e novas relações

Com os filtros de pesquisa do LinkedIn Recruiter, a Allstate averiguou em que universidades os seus empregados tinham estudado. Isto ajudou a empresa a decidir para onde investir os seus recursos e a apontar as suas campanhas.

Resultados

- ✓ **Mais de 300.000 \$ de poupança em custos diretos.** A empresa agilizou os processos de contratação e conseguiu candidatos de maior qualidade. Agora tem menos candidatos na sua base de dados, mas são mais qualificados.
- ✓ **Aumento de 30% em postos preenchidos internamente.** Apesar da mudança de filosofia da empresa ainda estar em curso, agora há muito menos problemas quando um empregado muda de posto de dentro da empresa.
- ✓ **Candidatos recém-licenciados: mais e de maior qualidade.** Outra consequência de intensificar a relação com universidades é o aumento de recomendações de alunos por parte do pessoal docente.
- ✓ **Reconhece-se mais a função dos recrutadores** e o departamento de Recursos Humanos exerce uma grande influência na empresa.



Publicar uma oferta e esperar
sentado? Agora já não.

A arte e a ciência de ofertas de emprego com sucesso

3 conselhos para o sucesso no Empregos LinkedIn

Há apenas dez anos, os recrutadores estavam condenados a «publicar e esperar», ou seja, colocavam uma oferta de emprego num painel de anúncios e esperavam que os candidatos adequados enviassem a sua candidatura.

O recrutamento evoluiu e modernizou-se, tal como os anúncio de emprego. Os anúncios atuais tentam captar candidatos, tanto ativos como passivos, e a sua mensagem é dirigida a ELES. São como um exército de caçadores de cabeças que se dedicam a encontrar os candidatos adequados, enquanto tu te podes centrar na arte do recrutamento estratégico.

Queres mais informação sobre Empregos LinkedIn?

Como criar um anúncio de emprego eficaz (em inglês) (<http://slideshare/1pVosN1>)

Mais informação sobre os anúncios de emprego <http://lnkd.in/aboutjobs>

* Médias de 2012; os resultados individuais podem variar.

** Dan Shapero — **O recrutamento de pessoal adota as práticas do Marketing (em inglês)** (<http://linkd.in/Obj5bs>), (11 de outubro de 2012)

Como funciona o Empregos LinkedIn?

Em vez de ficar numa página à espera que os candidatos ativos os encontrem, os anúncios de emprego no LinkedIn difundem-se entre os potenciais candidatos mediante algoritmos de correspondência automáticos e através de comunidades profissionais. Os nossos membros veem os anúncios personalizados quando visitam a sua página de início, o perfil de um empregado ou as páginas de emprego do LinkedIn.

O caminho para o sucesso

- 01 Redige uma descrição irresistível do posto de trabalho.
- 02 Publica o anúncio e difunde-o apenas entre os candidatos adequados.
- 03 Usa estatísticas em tempo real para saber se o anúncio funciona ou não.

- Mais de 300 milhões de membros do LinkedIn conseguem ver o teu anúncio de emprego.
- Em media, cada anúncio pago recebe mais de 500 visitas e mais de 50 solicitações.*
- Mais do 50% dos interessados descobrem os anúncios de emprego através de recomendações** recebidas por email e no módulo «Vagas que podem ser de teu interesse» do LinkedIn. Estas recomendações ajudam os candidatos ativos e passivos a encontrar oportunidades a partir da informação do seu perfil do LinkedIn.

1. Faz uma descrição irresistível do posto de trabalho

Com uma boa descrição da vaga, os candidatos têm informação suficiente para decidir se encaixam no posto de trabalho. Se os ajudares a tomar essa decisão, poupas-lhes tempo a eles e a ti e conseguirás candidatos mais adequados. Aqui damos-te 4 conselhos para conseguir uma descrição irresistível:

Os anúncios de emprego patrocinados podem ser uma boa forma de conseguir mais visibilidade para as tuas vagas mais complicadas de cobrir. Ao patrocinar um anúncio de emprego no LinkedIn, conseguirás um aumento de solicitações entre 30% e 50%.** Funciona desta maneira:

01 Decide quais os anúncios prioritários que queres patrocinar.

02 Escolhe o valor que queres pagar por clique.

03 O teu anúncio de emprego aparecerá na parte mais visível das recomendações personalizadas do LinkedIn.

04 Podes aumentar ou diminuir, a qualquer momento, a quantidade que queres gastar em cada anúncio.

4 conselhos para conseguir uma descrição irresistível:

01 Reserva a criatividade para a descrição, NÃO para o título. 50% das solicitações de emprego do LinkedIn vêm de candidatos passivos que veem o anúncio através dos nossos algoritmos de correspondência.* Se escolhes um título demasiado criativo, vai custar mais aos algoritmos selecionar o anúncio e difundi-lo entre as pessoas adequadas.

02 Promove a tua Marca de Talento. Explica porque é que a tua empresa é um bom local para trabalhar. Podes usar o link de um vídeo que mostre como é o dia-a-dia na empresa.

03 Destaca o potencial do posto. Suscita o interesse dos candidatos com exemplos de projetos concretos.

04 Difunde mais ativamente postos prioritários. Patrocina anúncios de emprego para que tenham uma maior visibilidade para o teu público alvo.

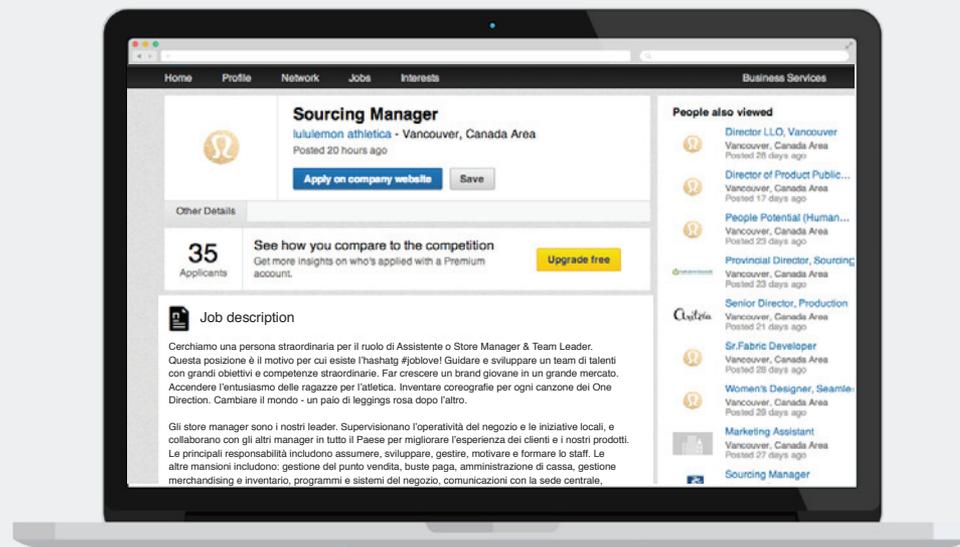
Se queres mais conselhos para redigir anúncios de emprego, consulta **7 truques para conseguir um anúncio de emprego irresistível** (<http://lnkd.in/bc-e329>) "em espanhol"

* Dan Shapero — **O recrutamento de pessoal adota as práticas do Marketing (em inglês)** (<http://linkd.in/ObJ5bs>), (11 de outubro de 2012)

** Anúncios de emprego patrocinados (em inglês) (<http://linkd.in/1s3Yue9>)

A Lululemon sabe como é que mostra #joblove

A Lululemon capta os seus candidatos destacando o impacto do posto: «Fazer crescer uma marca jovem num grande mercado» e «despertar o entusiasmo pelo desporto em raparigas jovens» são valores acrescentados que vão para além das responsabilidades quotidianas do lugar.



Descrição do posto

Procuramos um Assistente ou Gerente de Loja e Chefe de Equipa de alto calibre. Este posto de trabalho é a razão de ser do hashtag #joblove! As tuas funções serão: dirigir e desenvolver uma equipa qualificada com grandes metas e excelentes aptidões. Fazer crescer uma marca jovem num grande mercado. Despertar o entusiasmo pelo desporto em raparigas jovens. Idealizar coreografias para canções dos One Direction. Dar cor ao mundo, com cada uma das nossas leggings cor-de-rosa.

Os Gerentes de Loja são os nossos líderes: supervisionam as operações da loja e as iniciativas locais e colaboram com colegas de todo o país para melhorar a experiência que vivem os clientes com a nossa marca e os nossos produtos. Entre as suas responsabilidades estão a contratação, a gestão, a motivação e a formação de pessoal. Outras das suas funções são: a manutenção da equipa, salários, gestão da caixa, gestão de material promocional e inventário, sistemas e programas da loja, comunicação com a equipa da direção, formação da comunidade e de clientes, gestão de orçamentos e vendas e, mais importante que tudo, cultura!

A Ubiwhere ajuda os candidatos a visualizar o seu futuro

A Ubiwhere, uma pequena empresa portuguesa que procura os melhores candidatos, utilizou uma série de infografias no SlideShare para se destacar da concorrência.

A infografia mostrava fotos do escritório e empregados da empresa e imagens atraentes das cidades onde havia necessidade de candidatos. Inclui infografias no SlideShare na tua Página de Carreira e publica links para essas infografias nos teus anúncios de emprego.

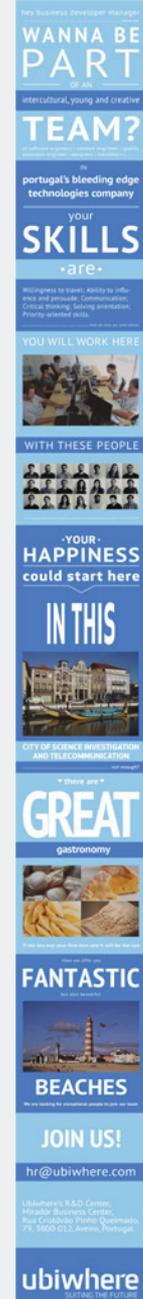


COM ESTAS PESSOAS



.....still not convinced?

•A TUA• FELICIDADE pode começar aqui



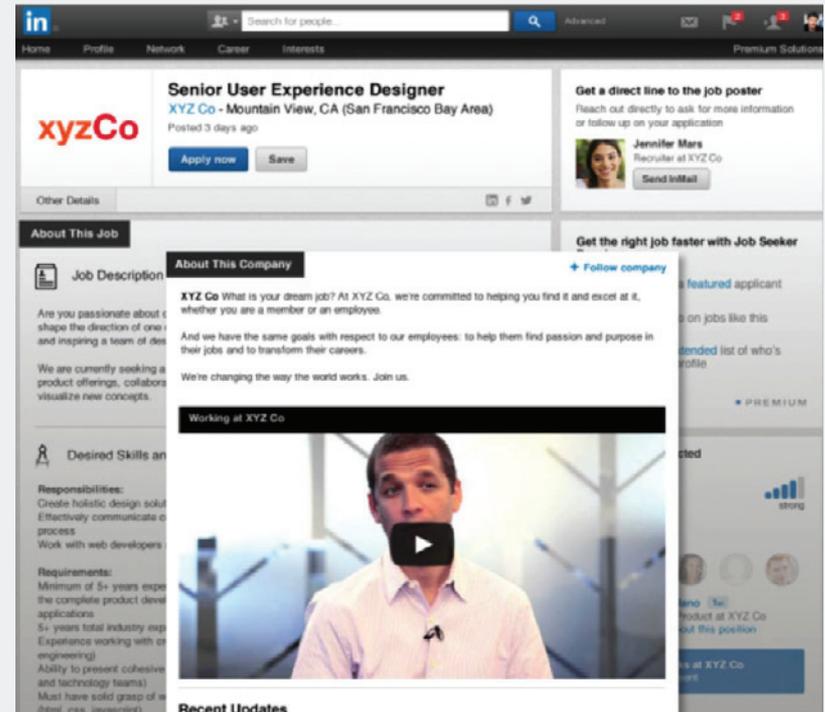
ubiwhere
SUITING THE FUTURE

2. Difunde os teus anúncios apenas entre os candidatos adequados

Como tirar partido do Empregos LinkedIn

Quando publicas uma oferta no LinkedIn, há várias coisas que podes fazer para aumentar as possibilidades de encontrar o candidato ideal:

- ✓ Dá prioridade aos melhores perfis. Quando publicas uma oferta, recomendamos-te os 24 membros do LinkedIn que melhor se ajustam aos teus requisitos. Contacta diretamente com eles por mensagens InMail para iniciar o diálogo.
- ✓ Difunde a tua oferta. Publica a vaga no teu feed pessoal do LinkedIn, nas atualizações da tua página de empresa, em grupos do LinkedIn e em outras redes sociais.
- ✓ Personaliza a tua difusão. Partilha a oferta de emprego com membros que possam encaixar no lugar, em função do setor, experiência, localização, etc.
- ✓ Faz uma lista restrita. Se aceites pedidos no LinkedIn, usa os filtros para limitar a lista.
- ✓ Promove a tua Marca de Talento. Quando consultam as ofertas da tuas páginas de emprego, os candidatos vêem o conteúdo multimédia que publicaste (como apresentações no SlideShare e vídeos) e as atualizações da empresa.



2. Difunde os teus anúncios apenas entre os candidatos adequados

Anúncios de emprego e espaços para anúncios de emprego: em que se diferenciam?

No LinkedIn podes adquirir anúncios de emprego ou espaços para anúncios de emprego. Qual é a diferença? Os espaços para anúncios de emprego têm um preço que permite às empresas que costumam ter muitas vagas publicá-las de forma mais flexível e com menor custo. Por outro lado, os anúncios de emprego são mais caros ao aparecerem separadamente, mas acabam por ser mais rentáveis para as empresas que não publicam vagas com demasiada frequência.

Anúncios de emprego:

Podes adquirir um único anúncio ou um grupo de anúncios com desconto. Todos os anúncios de emprego para estudantes, incluindo estágios e postos de nível básico, são gratuitos.

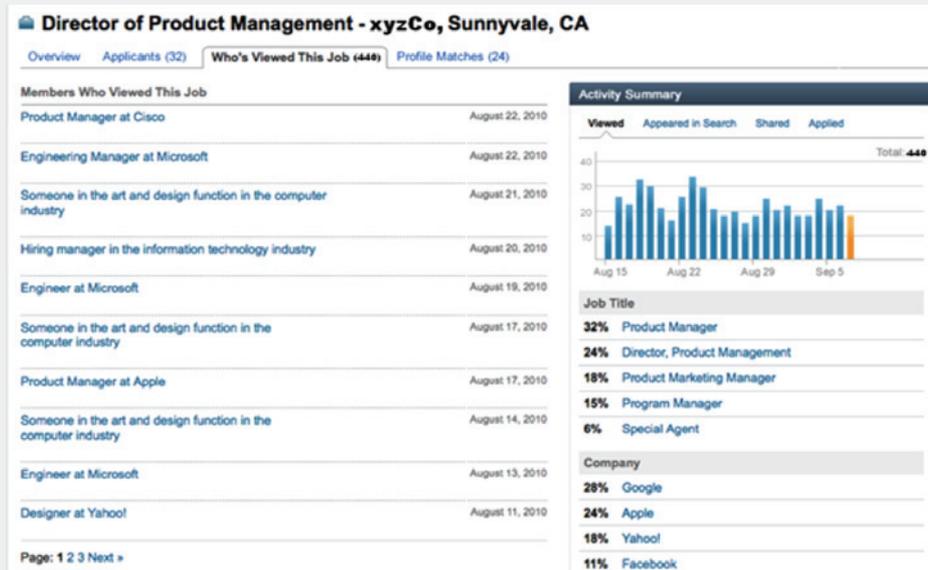
Espaços para anúncios de emprego:

Se é frequente haver vagas na tua empresa, o melhor é a aquisição de espaços anuais para anúncios de emprego. Para além de reduzir os custos da publicação de anúncios durante um ano, estes espaços permitem:

- Gerir os teus anúncios de emprego da plataforma do LinkedIn Recruiter.
- Modificar os anúncios de emprego a qualquer momento e ter uma vaga aberta durante mais de 30 dias.
- Otimizar a publicação de anúncios com distribuidores externos e importar automaticamente anúncios do teu site de emprego.
- Remeter os solicitantes diretamente para o teu sistema de seguimento de candidatos e acrescentar ao anúncio de emprego uma URL de seguimento de terceiros.

3. Usa estatísticas em tempo real para avaliar melhor os teus anúncios de emprego

A única forma de saberes se os teus anúncios de emprego estão a dar resultado, é estar a par dos dados exatos sobre o seu funcionamento. Com as estatísticas sobre solicitantes saberás:



- ✓ **Quem está a interagir com o teu anúncio de emprego.**
Podes saber exatamente quais os perfis de profissionais que estão a interagir com os teus anúncios online. Caso não seja o público que te interessa, usa esta informação para modificar os anúncios de emprego em tempo real.
- ✓ **Como e quando estão a interagir com o teu anúncio.** O LinkedIn indica-te a frequência com que os candidatos consultaram, solicitado, pesquisado e partilhado os teus anúncios. Cada valor inclui uma lista anónima de utilizadores com dados detalhados.
- ✓ **Quem consultou o teu perfil quando publicaste uma oferta de emprego.** Quando publicas um anúncio de emprego é provável que os interessados visitem os teu perfil para se informarem sobre ti ou sobre a tua empresa. Isto dá-te uma valiosa lista de candidatos interessados, com os quais podes contactar diretamente mediante mensagens InMail.



Mostra o especialista em Marketing que há em ti

Promove a tua Marca de Talento no LinkedIn

6 passos para conseguir uma Marca de Talento mais eficaz no LinkedIn

Chegados a este ponto, criaste um excelente perfil no LinkedIn, publicaste anúncios de emprego irresistíveis e elaboraste uma impressionante base de dados de candidatos. Mas o que opinam de tudo isto os teus candidatos? No recrutamento moderno, é necessário promover uma marca de empregador atraente para os candidatos. É fundamental ter uma boa Marca de Talento, como demonstram as seguintes estatísticas:

82% dos especialistas em recrutamento acredita que a marca do empregador influencia muito na capacidade para contratar bons candidatos,* e os candidatos qualificados são 56% mais proclives a interessarem-se por encontrar a cultura empresarial certa.

As marcas mais fortes orgulham-se de maiores índices de resposta dos candidatos, até 50% de poupança por empregado e até 28% menos de rotatividade.**

**** Relatório sobre tendências internacionais em recrutamento para 2013 (<http://slidesha.re/ObKsqP>)**

**** Eda Gultekin — Qual é o valor de tua Imagem de Marca? (em inglês) (<http://lnkd.in/valueofEB>), (1 de dezembro de 2011).**

Queres informação mais detalhada? Faz o download do Guia de Marca Corporativa: **5 Passos Para Criar uma Marca com um Enfoque Social** (<http://lnkd.in/bPBRKeA>) “em espanhol”

- 01 Maximiza a tua presença e envolve toda a empresa
- 02 Aproveita o espaço publicitário dos perfis dos teus empregados
- 03 Chega aos candidatos interessantes com atualizações de estado personalizadas
- 04 Utiliza as ferramentas gratuitas
- 05 Cria e melhora a tua Página de Carreira
- 06 Avalia os resultados com índice de Marca de Talento

1. Maximiza a tua presença e envolve toda a empresa

Os recrutadores modernos sabem que não podem promover uma boa Marca de Talento sozinhos. Recorre a estas três grupos:

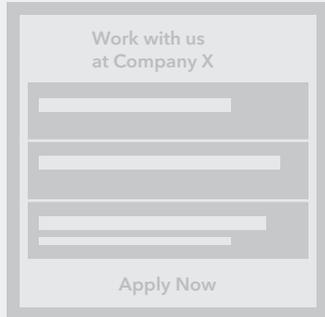
- ✓ **Os teus colegas do Marketing e da Comunicação.** Sabem criar promessas de marca e conteúdo atraente. As empresas com boas marcas de talento e de consumidor superam a concorrência em 36%, do ponto de vista financeiro.*
- ✓ **Os responsáveis pelo recrutamento.** Dá-lhes toda a informação sobre a tua marca de empregador. Ajuda-os a criar perfis que transmitam o seu entusiasmo por trabalhar na empresa.
- ✓ **Os teus empregados.** Não há melhores embaixadores de marca que os teus próprios empregados. Forma-os para tirar o máximo partido dos seus perfis. Podes organizar um almoço informal de trabalho, para discutirem ideias de perfis - podem estar desnecessariamente preocupados com o que se deve e não deve fazer.

*Elizabeth Rosenberg, **Como a Aquisição de Talento Pode Impulsionar o Rendimento da tua Empresa em 36% (em inglês)** (<http://linkd.in/1jVgMgv>), (4 de novembro de 2013)

2. Aproveita a rede dos teus empregados (de forma automática)

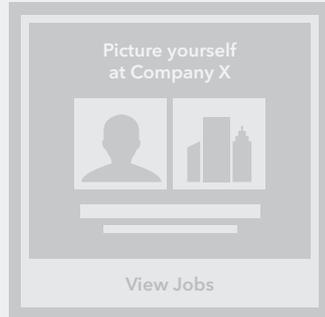
As pessoas que consultam os perfis do LinkedIn dos teus empregados frequentemente cumprem os requisitos que procuras num candidato. Ao conhecer alguém na empresa, costumam estar mais abertos às oportunidades laborais.

Com os anúncios «Trabalha Connosco» podes chegar às redes dos teus empregados, campo fértil de possíveis candidatos, e exercer algum tipo de influência adquirindo espaço publicitário nos seus perfis. Estes anúncios oferecem-te conteúdo personalizado, dinâmico e atraente — entre 10 e 15 vezes mais que o conteúdo padrão do setor— e permitem poupar tempo, já que transformam os teus empregados automaticamente em embaixadores de marca. Para além do mais, não requerem trabalho criativo. Tens cinco estilos à escolha:



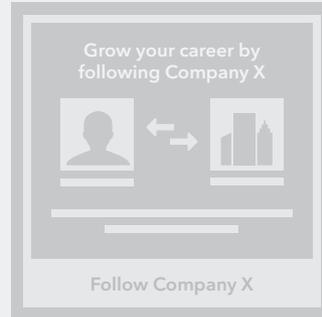
«Trabalha Connosco»

Mostra vários anúncios de emprego personalizados sempre que alguém entra no perfil de um dos teus empregados.



«Imagina-te a trabalhar em...»

Convida o utilizador a imaginar-se a trabalhar na tua empresa: aparecerá o posto de trabalho correspondente, a sua foto e a opção de seguir a tua empresa.



«Segue-nos»

Incentiva o utilizador a seguir a tua empresa para estar informado, através das vossas atualizações de estado.



«Contratação interna»

Muito empregados consultam os perfis dos seus colegas. Publica mensagens corporativas para os teus próprios empregados, antecipando contratações internas.



Anúncios personalizados

Mostra um anúncio de marca com o teu design corporativo que redirecione os utilizadores a um site de emprego ou para a tua Página de Carreira no LinkedIn.

3. Alimenta o talento partilhando conteúdo

Chega aos candidatos interessantes com atualizações de estado personalizadas

Os seguidores das páginas da empresa estão muito atentos às oportunidades de emprego. Por isso, as atualizações de estado personalizadas são uma forma eficaz e gratuita de conseguir que os profissionais interessados interajam com a tua Marca de Talento.

Conselhos para publicar atualizações de estado personalizadas

Oferece variedade

Não bombardeies os teus seguidores com dezenas de para vagas. Partilha notícias de interesse sobre a tua empresa, entrevistas a empregados tiradas do teu blogue, etc. O ideal para começar são 2 ou 3 atualizações por semana.

Planifica

Prepara com antecedência o que vais dizer e desenvolve um diálogo com os teus seguidores.

Concentra-te na marca

Tem sempre presente a mensagem que queres comunicar e pensa como juntá-la às tuas atualizações.



71% dos seguidores de empresas no LinkedIn estão interessados nas oportunidades laborais das empresas que seguem.*

4. Aumenta a tua visibilidade com ferramentas gratuitas

Os candidatos de hoje esperam uma conversa bidirecional, contextualizada e personalizada.

Estas ferramentas gratuitas do LinkedIn ajudam-te a consegui-lo.

Podes fazer o download do botão «Seguir» e do widget «Company Insider» em <http://linkd.in/1hg1dbX> (em inglês)

Amplia o teu público com o botão «Seguir»

Coloca o botão «Seguir» nos seguintes lugares para aumentar as visitas e fomentar a interação:

- No teu site
- Todas as comunicações com candidatos
- Assinaturas de email e perfis

Mostra aos candidatos pessoas que conhecem com o Company Insider

Quem visita o site de emprego da Disney vê imediatamente os empregados desta empresa que estão na sua rede de LinkedIn. De este modo, a ligação à empresa é mais personalizada. Uma cara simpática pode ser o que precisas para receber mais candidaturas.

Interage com os candidatos nos grupos do LinkedIn

Participa em grupos e associações do setor no LinkedIn e em outras redes sociais. Divide os membros da tua equipa para chegar aos principais grupos. Sê proactivo e atencioso: faz perguntas, dá conselhos e partilha experiências.



Incluir o botão «Seguir» em lugares estratégicos ajudou a Unilever a aumentar o seu número de seguidores no LinkedIn de 40.000 para 235.000 em apenas 10 meses.*

* Leela Srinivasan — *Segredos dos Peritos em Marca de Empregador: Unilever (em inglês)* (linkd.in/1hfj6a5), (21 de agosto de 2012).

5. Cria a tua Marca de Talento escalonadamente com Páginas de Carreira do LinkedIn

As Páginas de Carreira são um lugar onde podes apresentar a tua Marca de Talento e suscitar o interesse dos candidatos com conteúdo personalizado e interessante. Utiliza vídeos, banners e comentários de empregados para dar a conhecer a cultura e o ambiente da tua empresa.



Sê visual.

Utiliza fotografias para mostrar a imagem real da tua empresa.



Sê digital.

Digas o que disseres, sê breve. Publicar o conteúdo do teu extenso folheto sobre recrutamento em universidades não faz sentido na Internet, onde a capacidade de atenção é inferior.



Usa vídeos.

Os candidatos mostrarão mais interesse se ouvirem pessoas reais a contar as suas histórias, por isso junta vídeos à tua estratégia de Marca de Talento.



Personaliza.

Adapta o teu conteúdo em função do perfil dos utilizadores do LinkedIn. Podes personalizar as tuas Páginas de Carreira, de acordo com o cargo de um candidato, do seu setor, localização e outros critérios.

Exemplos de vídeos de Marca de Talento

- **Trabalho, vida e condições na Zappos**
A Zappos tem um canal do YouTube apenas dedicado a dar a conhecer a sua filosofia empresarial.
[Inkd.in/playbook-Zappos](https://www.linkedin.com/company/zappos/playbook)
- **Trabalhar no Starbucks**
O Starbucks também concebeu uma série de vídeos sobre Marca de Talento, onde explicam, por exemplo, como é trabalhar na empresa.
[Inkd.in/playbook-Starbucks](https://www.linkedin.com/company/starbucks/playbook)

Anatomia de uma Página de Carreira bem desenhada

Se queres mais inspiração, visita a nossa galeria das melhores Páginas de Carreira (em inglês) (<http://slidesha.re/1k3pB7Z>).

Imagens apelativas e fáceis de recordar
com cores vivas
Texto criativo que agarre o leitor

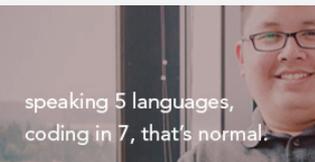
Texto criativo
que agarre o leitor

The screenshot shows the top section of the Expedia Careers page. At the top left is the Expedia logo. To its right is the text 'Expedia Careers'. Further right, it says '36,894 followers' and a 'Follow' button. Below this is a large hero image featuring a man with glasses, Steve, who is smiling and making a peace sign. The text 'technology in the clouds, people down to earth.' is overlaid on the right side of the image. Below the image, it says 'steve, citizen of Expedia' and 'applications welcome'. At the bottom of the hero image, there is a purple banner with the text 'Where will you go with Expedia? Connect with us to start today.' Below the hero image, there are two sections: 'PEOPLE AT EXPEDIA' and 'JOBS AT EXPEDIA'. The 'PEOPLE AT EXPEDIA' section shows four placeholder icons for employees and a 'View all employees »' link. The 'JOBS AT EXPEDIA' section shows several placeholder icons for job listings and a 'See more jobs at Expedia »' link. At the bottom, there is a 'WORK AT EXPEDIA' section with a photo of a woman and a text block that reads: 'At Expedia, we have the freedom to be ourselves and let our personalities come out—and that's what San Francisco is all about. We are a quick moving company where anyone's idea can become the next new release. Every day offers a new...'

Várias versões da página
adaptadas aos distintos tipos de público

Dar importância aos empregados
mediante vídeos e opiniões que dão a conhecer a filosofia empresarial

Anúncios personalizados
com design da marca



6. Avalia os resultados da tua marca com o Índice de Marca de Talento

O índice de Marca de Talento permite-te saber se estás a chegar aos profissionais e a captar o seu interesse com a tua Marca de Talento, no LinkedIn. Este índice baseia-se nas milhares de milhões de interações que se realizam na nossa plataforma todos os anos. Usa-o para apresentar dados à direção da empresa e justificar o investimento na Marca de Talento.

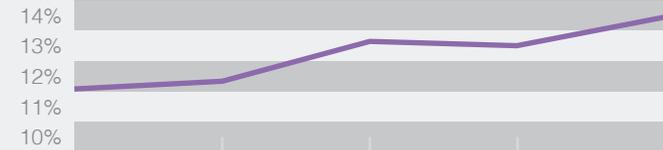
«Desenvolvemos um calendário de conteúdo para a nossa Página de Carreira e diariamente dedicamos algum tempo a melhorar a nossa Marca de Talento no LinkedIn, com a ajuda dos nossos sócios. Graças a isso, o nosso índice de Marca de Talento e os seguidores da nossa Página de Carreira estão a aumentar».



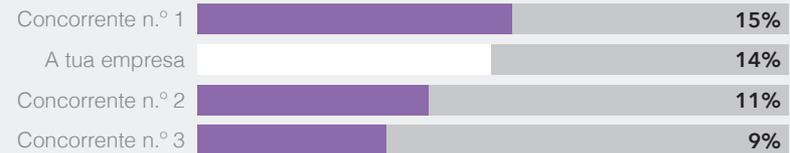
- Miki Furnish, responsável de recrutamento na Carhartt

4 formas de usar o índice de Marca de Talento para avaliar o sucesso da tua Imagem de Marca

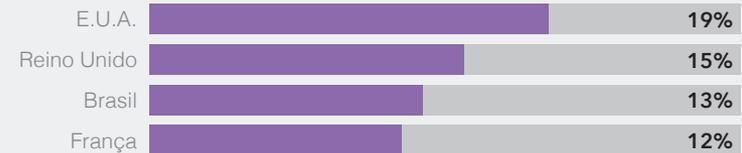
Ao longo do tempo



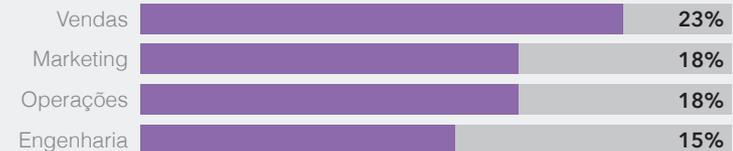
Em relação à concorrência próxima



Por país



Por função



Se queres mais informação sobre o funcionamento do Índice de Marca de Talento, clica aqui (em inglês) (<http://lnkd.in/fgzdMh6>)

Para mais informação sobre o teu Índice de Marca de Talento, contacta-nos. (<http://lnkd.in/bBG-WGp>). "em espanhol"

HCL Technologies (Índia) dá vida à sua Marca de Talento

A HCL tem uma cultura única de «ideapreneurship» (™) ou «empreendedorismo das ideias». baseada numa filosofia que dá prioridade aos empregados, em relação aos clientes. O departamento de gestão encarrega-se de promover uma cultura de inovação da base, movido pelo negócio e focada no cliente. Este ambiente fortalece e encoraja os empregados de todos os níveis a sugerir ideias inovadoras de forma a resolver problemas relativos a operações e clientes. A empresa faz um grande investimento na sua marca de empregador, para atrair e acolher empregados com ideias de rutura.



3 estratégias motivaram o seu sucesso até agora:

CONSELHOS

1. Centrar-se em futuros candidatos. A HCL lançou a iniciativa MAD LTD («Make a difference, Lead the Difference») para captar estudantes das melhores universidades de Engenharia e Administração de Empresas, na Índia. Vários jovens empreendedores apresentaram as suas «ideias para a mudança» em três categorias: sociedade, tecnologia e negócios. Os vencedores tiveram a oportunidade de desenvolver a sua ideia na HCL ou externamente. O resultado? A empresa chegou a 100.000 estudantes de toda a Índia e recebeu 19.000 ideias, desde o início do programa.

2. Mostrar a sua filosofia de «ideapreneurship» no LinkedIn. A HCL criou uma **Página de Carreira Gold no LinkedIn (<http://linkd.in/1fLBOH3>)** onde começou a publicar ofertas de emprego, novidades da empresa e testemunhos de empregados. A empresa segmentou o seu público em função do país e do cargo, para oferecer-lhes conteúdo adequado como artigos de investigação, informação sobre eventos e seminários web. Usaram também Anúncios de Recrutamento para que as suas ofertas fossem mais visíveis para candidatos passivos e para gerar mais visitas na sua Página de Carreira.

3. Usar a ludificação para criar laços com os novos empregados. A HCL envia a todos os novos empregados um link para um jogo online, no dia em que aceitam a oferta. O objetivo do jogo é que descubram como é trabalhar na HCL recorrendo a cinco módulos: 1. Licença para ter ideias; 2. Caminho para o crescimento; 3. Empreendedorismo das ideias; 4. Conciliação da vida laboral e familiar, e 5. Filosofia e cultura da empresa. Cada módulo inclui perguntas interativas, vídeos e fotos. Os novos empregados podem ganhar pontos e condecorações enquanto interagem entre eles e se divertem competindo.

RESULTADOS

HCL chegou a 100.000 estudantes universitários da Índia.

- Aumento de 500% nas visitas à Página de Carreira no LinkedIn
- Aumento de 28% nas solicitações de emprego em todo o mundo
- Aumento de 37% no índice de Marca de Talento do LinkedIn
- Maior prestígio da empresa no setor TI

Maior interação com os novos empregados.

Sumário dos pontos fundamentais

Se tens a teu cargo uma equipa de recrutadores ou queres simplesmente um resumo rápido deste guia, aqui explicamos-te os pontos principais.

Aspetos básicos

- ✓ **Cria um perfil atraente.** Começa com uma apresentação que crie impacto, utiliza conteúdo multimédia, inclui certificações e atividades de voluntariado e publica atualizações interativas. Usa as opções «Quem Viu o Teu Perfil», «Quem Viu as Tuas Atualizações» e as estatísticas da rede para avaliar os resultados e incentiva os empregados a fazer o mesmo.
- ✓ **Melhora a tua página de empresa.** A tua Página de Empresa gratuita é o teu ponto de referência no LinkedIn, por isso torna-a mais atraente com conteúdo multimédia e vídeos. Gera mais seguidores incluindo o botão «Seguir», suscita interesse com as atualizações de estado personalizadas e aumenta o alcance das tuas publicações com o conteúdo pago. Utilizando as Estatísticas de Página de Empresa para monitorizares a atualização dos teus estados, o empenhamento da tua Página de Empresa, demografia e análise comparativa de Seguidores.

Procura de candidatos

- ✓ **Procura com critério.** Faz pesquisas no LinkedIn Recruiter para ficares a saber o tamanho e as características dos mercados a que te diriges. Consulta os nossos relatórios gratuitos sobre setores para ter informação sobre a localização, perfil e interesses dos candidatos que te interessam.
- ✓ **Domina os operadores booleanos e outras técnicas de pesquisa.** Usa os operadores AND, OR, NOT, os parênteses e as vírgulas para definir, afunilar e ampliar as tuas pesquisas no LinkedIn Recruiter. Não te esqueças de tirar partido dos grupos do LinkedIn, da tua própria rede e das redes de contacto dos teus empregados e responsáveis pelo recrutamento.
- ✓ **Contacta com os candidatos diretamente com o InMail.** Contacta com quem quiseres no LinkedIn por mensagens InMail; o índice médio de resposta triplica em relação a mensagens de email.* É fundamental chamar a atenção dos teus candidatos e mostrar que és seletivo. Sê breve, usa um tom natural, ouve com atenção, concentra-te nos objetivos e inclui conteúdo relacionado. Não te esqueças de ser paciente e propor ao candidato continuar o diálogo.
- ✓ **Gere candidatos com o Talent Pipeline.** Usa o Talent Pipeline no LinkedIn Recruiter para acrescentar candidatos, geri-los e estar em contacto com eles. Junta etiquetas para que os candidatos apareçam facilmente nas pesquisas, usa «Referências Internas» para aproveitar os contactos dos empregados, faz listas inteligentes de tarefas para manter o contacto com os candidatos, faz um seguimento com o Resumo do Projeto, guarda as tuas pesquisas para que o Recruiter as faça automaticamente e usa «Update Me» (Receber Atualizações) para estar atualizado sobre os perfis dos candidatos.
- ✓ **Avalia os resultados.** Controla a qualidade dos candidatos, as fontes de onde vêm, a duração dos processos de recrutamento e o custo por contratação. O LinkedIn Recruiter oferece-te informação sobre perfis consultados, pesquisas realizadas, mensagens InMail enviados e índice de resposta das mensagens InMail.

Empregos

- ✓ **Redige uma descrição que chame a atenção.** Proporciona aos candidatos informação suficiente para decidir se vão ou não encaixar no posto de trabalho. Utiliza termos padronizados para o título, sublinha o potencial do posto e patrocina as tuas ofertas mais importantes para lhes dar mais visibilidade.
- ✓ **Publica o anúncio e difunde-o apenas entre os candidatos adequados.** Adquire anúncios de emprego ou Espaços para Anúncios de Emprego, de acordo com a frequência com que publicas vagas. Faz um seguimento dos melhores candidatos, difunde o teu anúncio no LinkedIn e em outras redes sociais e concentra os teus esforços nas pessoas que mais te interessam. Dá visibilidade às vagas mais prioritárias patrocinando-as.
- ✓ **Usa estatísticas em tempo real para medir a tua performance.** As Estatísticas de Candidatos informam-te do tipo de profissionais que interage com os teus anúncios de emprego, como e quando suscitam o seu interesse e quem viu o teu perfil depois de teres publicado uma oferta.

Promoção da tua marca

- ✓ **Envolve toda a tua empresa.** Recorre à ajuda dos teus colegas de Marketing e Comunicação, responsáveis pela contratação, equipa alargada de recrutamento e outros empregados para promover a tua Marca de Talento.
- ✓ **Aproveita os espaços publicitários dos perfis dos teus empregados.** Compra anúncios «Trabalha Connosco» nos perfis do LinkedIn dos teus empregados: podes conseguir percentagens de clique 20 vezes superiores à média do setor.** Escolhe entre vários estilos ou usa um design próprio.
- ✓ **Cria e melhora as tuas Páginas de Carreira.** Sê visual. Sê digital. Usa vídeos. Personaliza. Compra espaço publicitário na tua Página de Empresa para gerar mais visitas.
- ✓ **Publica atualizações de estado personalizadas.** Cria um calendário de publicações e publica conteúdo variado e atraente, sempre relacionado com a tua marca.
- ✓ **Avalia o impacto da tua Imagem de Marca com o Índice de Marca de Talento.** Descobre se estás a conseguir chegar aos profissionais e a captar a sua atenção com a tua Marca de Talento no LinkedIn. Como? Com o Índice de Marca de Talento: podes escolher ver os resultados ao longo do tempo, comparando com a concorrência, por países ou por funções.

** Guia de Marca Corporativa, página 34 (<http://inkd.in/1pF6kca>)

Apêndice

Resumo das ferramentas do LinkedIn

	Recrutamento estratégico	Segmentação do público alvo	Desenvolvimento da Marca de Talento
Ferramentas gratuitas do LinkedIn	<p>Perfil pessoal</p> <p>Pesquisa básica</p> <p>Grupos (http://linkd.in/1erqnnD)</p>	<p>Anúncios de emprego e estágios para estudantes (http://linkd.in/1e15mAu)</p>	<p>Perfil pessoal</p> <p>Página de empresa (em inglês) (http://linkd.in/1hhAMXV)</p> <p>Atualizações de estado personalizadas (http://linkd.in/1e16Z0W)</p> <p>IPA (em inglês) (http://linkd.in/1g7CJSb)</p>
Soluções do LinkedIn para recrutamento	<p>LinkedIn Recruiter (http://linkd.in/bgAdHvH)</p> <p>(ferramenta do LinkedIn Recruiter)</p>	<p>Anúncios de Emprego (http://linkd.in/1mY3WOT) “em espanhol”</p> <p>Espaços para Anúncios de Emprego (http://linkd.in/bdibfQP) “em espanhol”</p> <p>Anúncios de Emprego Patrocinados (http://linkd.in/bdibfQP) “em espanhol”</p>	<p>Páginas de Carreira (http://linkd.in/bTDUztq) “em espanhol”</p> <p>Trabalha Connosco (http://linkd.in/bt2tbya) “em espanhol”</p> <p>Anúncios em vídeo</p> <p>Grupos patrocinados</p>

Conhecemos os teus problemas

10 problemas comuns no recrutamento e a nossa propostas para solucioná-los

Problema

Solução do LinkedIn

Não tens orçamento para investir (mais) em recrutamento nas redes sociais.

Usa as ferramentas gratuitas do LinkedIn: Perfis, Páginas de Empresa (págs. 7-19 e 55), Atualizações de Estado Personalizadas (pág. 46), IPA (pág. 58) e Grupos (págs. 25, 47 e 58).

Os teus responsáveis de contratação fazem por vezes pedidos irrealistas de candidatos.

Sugere que consultem relatórios do LinkedIn sobre setores (págs. 23 e 29) e pesquisas avançadas no LinkedIn Recruiter (pág. 21-33) para definir as expetativas.

A tua empresa tem uma vaga urgente que tens de cobrir **RAPIDAMENTE**.

Patrocina os teus anúncios mais urgentes para torná-los visíveis (pág. 34-41).

Queres aumentar o alcance da uma mensagem importante.

Patrocina o teu conteúdo mais importante (págs. 46, 50, 52-58) para chegar também a membros que não são seguidores da empresa.

Tiras notas sobre candidatos à mão e em diferentes sistemas.

Usa o Talent Pipeline (pág. 28) para juntar os candidatos, geri-los e estar em contacto com eles.

As tuas pesquisas do LinkedIn Recruiter geram demasiados/poucos resultados.

Experimenta várias técnicas de pesquisa booleana (pág. 24) para ampliar ou afunilar os resultados. Segue as 9 regras de ouro das mensagens InMail (pág. 27).

Recebes poucas respostas às tuas mensagens de InMail.

Segue as 9 regras de ouro das mensagens InMail (pág. 27).

Precisas de novos candidatos recém-licenciados ou outro tipo de candidatos especializados.

Usa ferramentas dirigidas ao setor do ensino, como o CheckIn e as páginas das universidades (pág. 29).

Não sabes se o teu investimento no LinkedIn está a ter frutos.

Define os teus objetivos desde o início e avalia os resultados com as Estadísticas do Perfil e da Página de Empresa (pág. 19), Métricas de Procura de Candidatos (pág. 30), Performance dos Anúncios /Estadísticas dos Candidatos (pág. 41) e o Índice de Marca de Talento (pág. 51).

Protagonistas deste guia

Pessoas

Larry Hernandez

Aaron Neale

Daoud Edris

Deborah Glynn

Angela Farrelly

Sejal Patel

Amanda Smith

Miki Furnish

Stacy Donovan Zapar

Naveen Narayanan

Empresas

Zappos

Improbable

Lion Co.

The Integer Group

Unilever

Greenpeace

Marketplace

Mashable

Air New Zealand

Intel

Allstate

Lululemon

Ubiwhere

Carharrt

Disney

Zappos

Expedia

HCL

Recursos Adicionais

Primeiros Passos	Recrutamento de Candidatos	Anúncios de Emprego	Marca
Conselhos para Conseguir uma Boa Marca Pessoal (em inglês) (http://bit.ly/1h7VpGH)	Conselhos Para Criar Bases de Dados de Candidatos (em inglês) (http://linkd.in/1e9H7zD)	Cria um Anúncio de Emprego Fantástico (em inglês) (http://slidesha.re/1pVosN1)	Índice de Marca de Talento (em inglês) (http://linkd.in/1gZdMh6)
Relatório sobre Tendências Internacionais de Recrutamento (http://linkd.in/1glW0P4)	Manual de Recrutamento Diversificado (em inglês) (http://linkd.in/1omD8JA)	7 truques para Conseguir um Anúncio de Emprego Irresistível (em espanhol) (http://lnkd.in/bc-e329)	Guia de Marca Corporativa: 5 Passos Para Criar uma Marca com um Enfoque Social (em espanhol) (http://lnkd.in/bPBRKeA)
Tendências de Candidatos 2014: O que Vai na Mente dos Profissionais (http://linkd.in/1lmdf89)	Mudança Radical da tua equipa de recrutamento em 3 passos (em inglês) (http://linkd.in/11AwFsD)		

As autoras



Mckenzie Lock

Responsável Sênior de Marketing do LinkedIn Talent Solutions

Mckenzie é responsável sênior de Marketing no LinkedIn. A sua própria carreira profissional deu uma reviravolta graças a um recrutador e agora encarrega-se de criar conteúdos de interesse para ajudar os especialistas em recrutamento a ser mais eficientes, produtivos e reconhecidos.

 <http://linkd.in/1h5YC8l>



Kate Reilly

Consultora de Marketing

Kate é consultora independente de Marketing. Escreve conteúdos úteis para a equipa do LinkedIn de Talent Solutions e redige artigos para o blogue LinkedIn Talent.

 <http://linkd.in/1lu0mZ1>

Perguntas?

Contacta com a equipa do LinkedIn Talent Solutions através de talent-trends@linkedin.com

Desde a sua criação em 2003, o LinkedIn liga profissionais de todo o mundo para os ajudar a ser mais produtivos e a atingir todas as suas metas laborais. Com mais de 300 milhões de membros em todo o planeta, incluindo diretores de todas as empresas da lista Fortune 500, o LinkedIn é a maior rede profissional do mundo.

A LinkedIn Talent Solutions oferece várias soluções no recrutamento para ajudar empresas de todos os tamanhos a encontrar e captar os melhores candidatos. Estamos empenhados em que os nossos membros tenham as melhores experiências de recrutamento possível.

Descobre mais sobre as nossas soluções
pt.talent.linkedin.com

Descobre as últimas tendências no nosso blogue
talent.linkedin.com/blog

Segue-nos no LinkedIn
www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions

Segue-nos no Twitter
[@LinkedInItalia](https://twitter.com/LinkedInItalia)