

# Estudo de caso

## L'Oréal



O LinkedIn ajudou a L'Oréal a acessar um banco de candidatos maior e a refinar sua marca de empregador.

### Destaques

- A utilização do LinkedIn aumentou a qualidade e diversidade dos candidatos;
- A empresa conseguiu alcançar candidatos que normalmente não se candidatariam;
- Contratou as pessoas certas mais rapidamente ao abordá-las de forma direta e proativa;
- Melhorou a reputação e perfil online da empresa;
- Dobrou o número de licenças do LinkedIn Recruiter em menos de um ano.

### Perfil da empresa

A L'Oréal é a maior empresa de cosméticos e produtos de beleza do mundo. Sua missão é "criar beleza" e oferecer a todos acesso aos melhores cosméticos, em termos de qualidade, eficácia e segurança. A empresa foi fundada em 1909 e tornou-se líder mundial, com 68.900 funcionários em 130 países e uma receita de € 20,3 bilhões.<sup>1</sup>

### Desafio corporativo

A empresa L'Oréal contrata aproximadamente 6 mil novos gerentes por ano (incluindo estagiários) e utiliza todas as "ferramentas de recrutamento tradicionais" para encontrá-los. Porém, a L'Oréal enfrentou três desafios onde foi necessário adotar uma abordagem mais inovadora.

### Como recrutar candidatos difíceis de contratar

Eles queriam aprimorar o modo como recrutavam profissionais seniores, profissionais no início de suas carreiras e especialistas em áreas como logística e finanças.

### Como alcançar candidatos passivos

A empresa também desejava atrair candidatos passivos (talentos que não estão à procura de emprego de forma ativa, mas são receptivos a novas oportunidades). Sites de empregos tradicionais alcançam entre 15 e 20% da força de trabalho que está ativamente procurando emprego. A L'Oréal queria atingir os outros 80%.

### Reputação online

Era essencial para a L'Oréal desenvolver e gerenciar sua marca de empregador para poder atrair os melhores candidatos e estabelecer sua marca para futuros candidatos em potencial.

*"Com o LinkedIn, eu encontrei mais de 90 candidatos de alto nível em menos de cinco meses. E recrutei cinco. Ele realmente nos permite selecionar e focar em candidatos qualificados, assim como nos concedeu maior credibilidade."*

Oskar Isenberg Lima, Luxe, Paris

*“O principal benefício é que conseguimos entrar em contato com pessoas que geralmente não alcançaríamos, enquanto economizamos dinheiro e tempo simultaneamente.”*

Gabriele Silva, Gerente de Projetos de Recrutamento Internacional

## Utilizando o LinkedIn para alcançar novos candidatos

O LinkedIn parecia ser uma solução óbvia para os três problemas. “Já tínhamos ouvido falar do site”, diz Gabriele Silva, Gerente de Projetos de Recrutamento Internacional na L’Oréal. A empresa decidiu utilizar o LinkedIn devido ao seu alcance global e à qualidade do perfil de seus usuários.

Além de aprimorar os perfis de seus recrutadores, a L’Oréal também montou uma Career Page, o que a permitiu a apresentar suas oportunidades de carreira e a destacar o que a empresa tem de melhor como lugar de trabalho.

Por fim, o LinkedIn oferece, de forma simples mas eficaz, acesso ao portal de recomendações da L’Oréal, onde “os melhores funcionários recomendam os melhores candidatos”, diz Dennis de Munck, Diretor de Métodos de Recrutamento. “Mais de 15 mil gerentes e funcionários da L’Oréal estão no LinkedIn. Eles são nossos principais embaixadores no mundo do networking profissional!”

## Recrutando melhor e mais rápido

O LinkedIn coloca a L’Oréal em contato com os candidatos que outros métodos de recrutamento não conseguem alcançar. Um banco de talentos maior e mais proativo significa contratações melhores. Ele também pode ajudar a melhorar a diversidade dos candidatos. Até candidatos que, no início, não se interessaram em trabalhar na L’Oréal ficaram entusiasmados porque demonstramos nossa credibilidade profissional e pessoal através do LinkedIn”, diz Anke Nieboer, uma recrutadora da Holanda.

O LinkedIn concede aos recrutadores da L’Oréal acesso a candidatos que são muito difíceis de encontrar por outros meios. Por exemplo, o site “nos permitiu preencher com rapidez uma vaga que estava aberta há meses”, afirma Alison Thorne, da The Body Shop, uma subsidiária da L’Oréal.

Ficou bem claro que os recrutadores da L’Oréal estão adorando o LinkedIn. A empresa começou com algumas licenças em mercados maduros. Agora, cada vez mais subsidiárias estão utilizando o LinkedIn. Gabriele conclui: “O LinkedIn é uma forma de impulsionar todos os nossos esforços. É estratégico e eficaz. Na verdade, às vezes eu me pergunto quantas excelentes contratações adicionais teríamos feito antes, de forma mais direta e com o mesmo profissionalismo.”

## LinkedIn Dicas para usuários

- Atualize o seu próprio perfil. O LinkedIn é uma rede onde profissionais falam diretamente com outros profissionais. Não há espaço para atitudes de “grandes empresas” ou recrutadores com perfis ultrapassados.
- Ofereça aos candidatos uma amostra da empresa. Utilize o seu próprio perfil para mostrar como é trabalhar lá. Por exemplo: adicione uma apresentação do SlideShare a respeito da empresa ao seu perfil.