

A stylized illustration featuring a blue hand on the left holding a blue rounded rectangular card. On the right, a red hand holds a red rounded rectangular card with a magnifying glass icon. Behind these are several other colorful cards with icons: orange (lightbulb), red (laptop), blue (heart), teal (bar chart), purple (target), and yellow (handshake).

Fundamentos do LinkedIn
Guia do recrutador moderno

LinkedIn



Stacy Donovan Zapar

Especialista em Experiência do Candidato e Estrategista em Engajamento

Zappos

“O recrutador moderno é direcionado, estabelece relacionamentos e sabe não só localizar candidatos como também fazer com que eles respondam.”



Matt Charney

Gerente Editorial

RecruitingBlogs.com

“Para mim, o recrutador moderno é alguém que conhece todos os aspectos do negócio, e não somente um especialista em seleção. Não se trata mais de combinar candidatas e vagas, mas de alinhar os objetivos estratégicos organizacionais e de atração de talentos para que o empregador recrute e retenha os talentos necessários a fim de garantir a competitividade e a vanguarda, hoje e no futuro. Ser um recrutador moderno não se resume a preencher vagas nem criar bancos de talentos. É necessário combinar as melhores práticas de vendas, marketing, tecnologia e gerenciamento do capital humano para atender, da melhor maneira, as necessidades de candidatas e clientes e, ao mesmo tempo, maximizar o ROI e os resultados da empresa.”



Steve Levy

Diretor de Recrutamento e Talentos, Consultor de Mídias Sociais

outside-the-box Consulting

“Qual é o perfil do recrutador moderno? A pessoa deve ser honesta, bem-informada, coerente, humilde, prestativa e agradável, e essas qualidades não precisam necessariamente seguir essa ordem. Muitas pessoas que se apresentam como recrutadores não valorizam o que fazem, deixam de se aperfeiçoar, acham que são capazes de ler a linguagem corporal do candidato durante uma entrevista ou ler nas entrelinhas dos currículos e desconversam quando outros perguntam como executam seu trabalho. Essas são as pessoas que entram na profissão porque não encontram obstáculos para isso. O verdadeiro recrutador moderno profissional, não importa onde ele trabalhe, sente que foi escolhido pela profissão e tem uma responsabilidade pessoal em administrá-la. A excelência vem em primeiro lugar, antes mesmo do salário.”



Jessica Miller-Merrell

Fundadora e Chefe de Pesquisa

Workology

“O recrutador moderno deve ser flexível e criativo. Ele deve descobrir novas formas de localizar os melhores e mais qualificados talentos antes que a concorrência os alcance. Alguns dos melhores recrutadores são hackers e pesquisadores que estão inovando nas pesquisas e no futuro do recrutamento.”



Josh Bersin

Diretor e Fundador

Bersin by Deloitte

"A corrida pelo recrutamento assumiu novas proporções, e atrair os melhores talentos continua sendo uma das funções mais importantes do RH. Os recrutadores de hoje precisam ser profissionais de marketing, vendedores, consultores de carreira e psicólogos, tudo ao mesmo tempo. Por meio de ferramentas como o LinkedIn, as equipes de recrutamento podem desenvolver campanhas, gerenciar suas marcas, selecionar candidatas e ter acesso a recomendações como nunca foi possível. Porém, é fundamental que os recrutadores conheçam suas empresas, trabalhem com os gestores e saibam de fato avaliar as pessoas. Se souberem combinar esses aspectos, eles podem ser os craques de suas organizações."



Jennifer McClure

Presidente e Estrategista-Chefe em Talentos

Unbridled Talent, LLC

"Os recrutadores modernos são especialistas em identificar talentos, estabelecer relacionamentos e criar conexões com candidatos e potenciais clientes, utilizando todas as ferramentas e informações disponíveis, como networking presencial e contato por telefone, mídias sociais e dispositivos móveis. Localizar os talentos é só o primeiro passo. Os recrutadores modernos dão vida à marca de empregador da empresa por meio da experiência dos candidatos e das interações com eles."



Andy Headworth

Diretor Geral e Estrategista em Recrutamento Social

Sirona Consulting Ltd

"No mundo informatizado de hoje, no qual as mídias sociais e plataformas facilitam a identificação de talentos, há duas competências essenciais para o recrutador moderno. A primeira é a capacidade de assimilar informações de diversas fontes com rapidez, contextualizá-las e identificar sua relevância. A segunda, e mais importante, é a capacidade de comunicar-se bem, tanto com clientes quanto com talentos, por meio de todos os canais disponíveis, principalmente pelo telefone."



Brendan Browne

Diretor Global de Atração de Talentos

LinkedIn

"A organização de recrutamento que descobre como aproveitar os dados pessoais presentes na web e criar um modelo de equipe para operar em grande escala é a responsável pelo futuro da atração de talentos. Nesse novo mundo, o recrutador moderno deve ser, antes mais nada, um executivo completo com capacidade, compostura e inteligência para influenciar e aconselhar gestores e líderes de todos os níveis, tendo dados à mão em todas as etapas."

Índice

Está sem tempo para ler tudo?

Consulte as principais [recomendações na seção “Resumo” da página 54.](#)

05 Público-alvo deste guia

06 O recrutamento está evoluindo. E você?

09 Tudo começa com a sua história: Destaque seu perfil e sua Company Page

22 Seleção para recrutadores modernos em 5 etapas

36 Mais do que sorte: A arte e a ciência dos anúncios de vagas

44 Desenvolva suas aptidões de marketing: Promova sua marca de empregador no LinkedIn

57 Visão geral das ferramentas do LinkedIn: Resumo das soluções gratuitas e Premium

58 Problemas de recrutamento comuns e como solucioná-los

59 Hall da fama do recrutamento

60 Outros recursos

Público-alvo deste guia

Este guia é útil para todos interessados em contratar grandes talentos, mas foi desenvolvido para profissionais de atração de talentos que:

- 01 Trabalham em empresas com 500 funcionários ou mais
- 02 Selecionam ou engajam candidatos nas etapas iniciais do recrutamento
- 03 São responsáveis por promover a marca de empregador de sua empresa

Você faz contratações para empresas de pequeno ou médio porte? Consulte nosso [guia Recrutamento para Pequenas e Médias Empresas: Guia Avançado do LinkedIn](#).

Se você é um gestor de uma equipe de recrutamento, você pode **a) encaminhar este guia à sua equipe** ou **b) consultar as principais recomendações na seção “Resumo” da página 54**.



Nota especial para clientes do LinkedIn Recruiter

★ O símbolo indica uma dica para clientes do LinkedIn Recruiter

O recrutamento está evoluindo. E você?

O recrutamento mudou mais nos últimos 10 anos do que nos 40 anos anteriores. Os recrutadores deixaram de utilizar sua agenda de contatos e de fazer a abordagem inicial por telefone, e passaram a interagir com candidatos logo depois de localizá-los na Internet.

Os melhores recrutadores, aqueles que se tornam conselheiros confiáveis de suas organizações e desempenham um papel importante na tomada de decisões, adotam e moldam os princípios do recrutamento moderno.

E o que é o recrutamento moderno? O recrutamento moderno é uma combinação de arte e ciência em medidas iguais. Os recrutadores modernos são profissionais completos que podem persuadir até mesmo os talentos mais desinteressados e utilizar os dados à disposição para influenciar a estratégia de contratação de sua organização.

Qual é o perfil do recrutador moderno?

Cupido

Como cupidos apresentando casais em um encontro às cegas, recrutadores modernos têm um instinto nato para conectar equipes e talentos: entendem como combinar as habilidades dos candidatos com as personalidades de gestores em uma determinada cultura organizacional e então criar o casamento perfeito.

Professional de marketing

Eles pensam em divulgar suas vagas como marketeiros promovem produtos. Além disso, eles sabem como direcionar a mensagem certa para o público adequado, através de seus perfis profissionais e da promoção da marca de empregador das suas empresas.

Vendedor

Eles são especialistas em gerar um pipeline, engajar candidatos e fechar negócios. Possuem a empatia e habilidade de negociação necessárias para fechar uma proposta onde os dois lados saem ganhando.

Conselheiros sobre talentos

Independentemente dos cargos que ocupam, eles são considerados confiáveis conselheiros de negócios. Eles aconselham a liderança da organização sobre as mais novas tendências de talentos e desempenham um papel importante quando decisões-chave são tomadas.

ARTE



CIÊNCIA



Nerd

O recrutador moderno tem um lema: "se você não consegue medir, não consegue gerenciar". Eles sabem que números e dados não só irão ajudá-los a tomar melhores decisões, mas também os ajudarão a ganhar a confiança dos gestores na sua organização.

Pesquisador

O recrutador moderno não dá um passo em falso. Eles são pesquisadores ávidos e estão sempre buscando os melhores candidatos do mercado. Mantêm-se atualizados sobre as últimas tendências em atração de talentos e conhecem a sua concorrência na guerra pelos melhores profissionais.

Digital

O recrutador moderno está por dentro de todas as inovações tecnológicas disponíveis para a atração de talentos. Eles sabem quais ferramentas funcionam melhor e são usuários vorazes das redes sociais profissionais.

LinkedIn: o parceiro do recrutador moderno

Como a maior rede profissional* do mundo, com mais de 300 milhões de usuários**, o LinkedIn é o melhor parceiro do recrutador moderno. Ele permite que excelentes recrutadores tenham acesso aos melhores talentos em maior volume comparado a outras fontes, e oferece as ferramentas, a tecnologia e os dados de que eles precisam para despertar o interesse desses talentos em alta escala.

Este guia apresenta tudo o que você precisa saber para utilizar o LinkedIn no recrutamento moderno. Nós oferecemos muitas dicas sobre a arte do recrutamento no LinkedIn, desde como redigir descrições de vagas atrativas até como enviar o InMail perfeito. Nós também apresentaremos as tecnologias, os dados e as ferramentas que o ajudarão a poupar tempo e dinheiro. Por fim, mostraremos como mensurar seu trabalho para que você saiba o que está dando certo. Fica por sua conta adicionar seu toque pessoal ao processo.

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



Tudo começa com a sua história

Destaque seu perfil e sua Company Page

5 etapas para compor um perfil brilhante

- 01 Elabore uma introdução que chame a atenção
- 02 Acrescente recursos visuais
- 03 Inclua certificados
- 04 Destaque seus trabalhos voluntários
- 05 Torne as atualizações mais interativas

O bom recrutamento começa com você

Pense nos motivos que o levaram a se tornar um recrutador e nas carreiras que você está transformando ou na organização que está criando. O seu perfil reflete sua motivação? Se a resposta for não, você está desperdiçando uma excelente oportunidade para si mesmo, para sua empresa e para os candidatos.

São 45 milhões de perfis* visualizados todos os dias no LinkedIn. Essa é a atividade n.º 1 na rede.** Muitas vezes, seu perfil é a primeira interação dos candidatos com sua empresa. Por isso, ele deve servir como inspiração. Quanto mais informações houver sobre você e sua empresa, mais fácil será despertar o interesse dos candidatos e determinar se a empresa é ou não uma boa opção para eles.

*Brad Mauney, **Five Simple Ways to Boost Your Professional Brand on LinkedIn** (<http://linkd.in/1fKrxuD>), (29 de julho de 2013)

Parker Barrile, **LinkedIn Further Mobilizes Candidates and Recruiters – Meet Mobile Work With Us and Recruiter Mobile (<http://linkd.in/1iW7PQt>), (16 de outubro de 2013)

5 etapas para compor um perfil brilhante

01 Elabore uma introdução que chame a atenção

Trabalhe bem as seções Título e Resumo. Para transmitir uma imagem mais acessível, escreva na primeira pessoa, utilizando os pronomes “eu” e “nós”. Redija o texto como alguém interessado em contratar, não em ser contratado.

02 Acrescente recursos visuais

Apresente seu trabalho com imagens, vídeos, blogs, arquivos e apresentações do SlideShare e sites, ou links para esse tipo de conteúdo.

03 Inclua certificados

Agregue credibilidade com informações sobre treinamentos ou certificados obtidos.

04 Destaque seus trabalhos voluntários

Informe sobre seus trabalhos voluntários ou causas que você apoia para apresentar um panorama mais completo.

05 Torne as atualizações mais interativas

Mencione conexões e empresas em comum nas suas atualizações do LinkedIn para despertar o interesse da sua rede. Quando receber comentários de seus contatos, responda em tempo real.

4 Perfis que Inspiram

Larry Hernandez da Zappos

Introdução atrativa: Resumo pessoal ou publicidade da marca de empregador da Zappos? O resumo de Larry foi redigido para inspirar talentos. Ele apresenta os valores principais da Zappos, assim atraindo candidatos automaticamente e poupando o tempo de todos.

Não fale, mostre: O videoclipe da Zappos Family demonstra a cultura ousada da empresa e é mais eficiente do que qualquer texto.

Larry Hernandez 2nd

Lider de Recrutamento / Recrutamento Executivo / Recrutamento Técnico — "Mago do Recrutamento" na Zappos.com
Las Vegas, Nevada | Recrutamento e seleção

Atual Zappos
Anterior USAA, Accenture, Manpower
Formação Acadêmica Lindenwood University

Conectar Enviar InMail para Larry

500+ conexões

www.linkedin.com/in/larryhernandezrecruiter Informações de contato

Histórico profissional

Resumo

Obrigado pela sua visita. Você já se perguntou como seria trabalhar na Zappos.com? Ou como seria trabalhar no centro de Las Vegas?

Seu trabalho atual o faz feliz? Você está rodeado de pessoas entusiasmadas, divertidas e que farão o que for necessário para ajudá-lo a alcançar o sucesso?

Nós nos esforçamos ao máximo para contratar pessoas animadas e agradáveis que não consideram o salário sua única motivação.

Estes são os 10 valores básicos que praticamos na Zappos:

1. Surpreender com nossos serviços
2. Aceitar e promover mudanças
3. Oferecer diversão e situações inusitadas
4. Sermos ousados, criativos e receptivos
5. Buscar o crescimento e o aprendizado
6. Estabelecer relacionamentos francos e honestos por meio da comunicação
7. Compor uma equipe positiva e criar uma família
8. Fazer mais com menos
9. Sermos entusiasmados e determinados
10. Sermos humildes

Video musical da Família Zappos

Ganhe uma viagem a Las Vegas!
Consulte um engenheiro de software para ganhar.

Follow Me on Twitter @RecruiterLarry

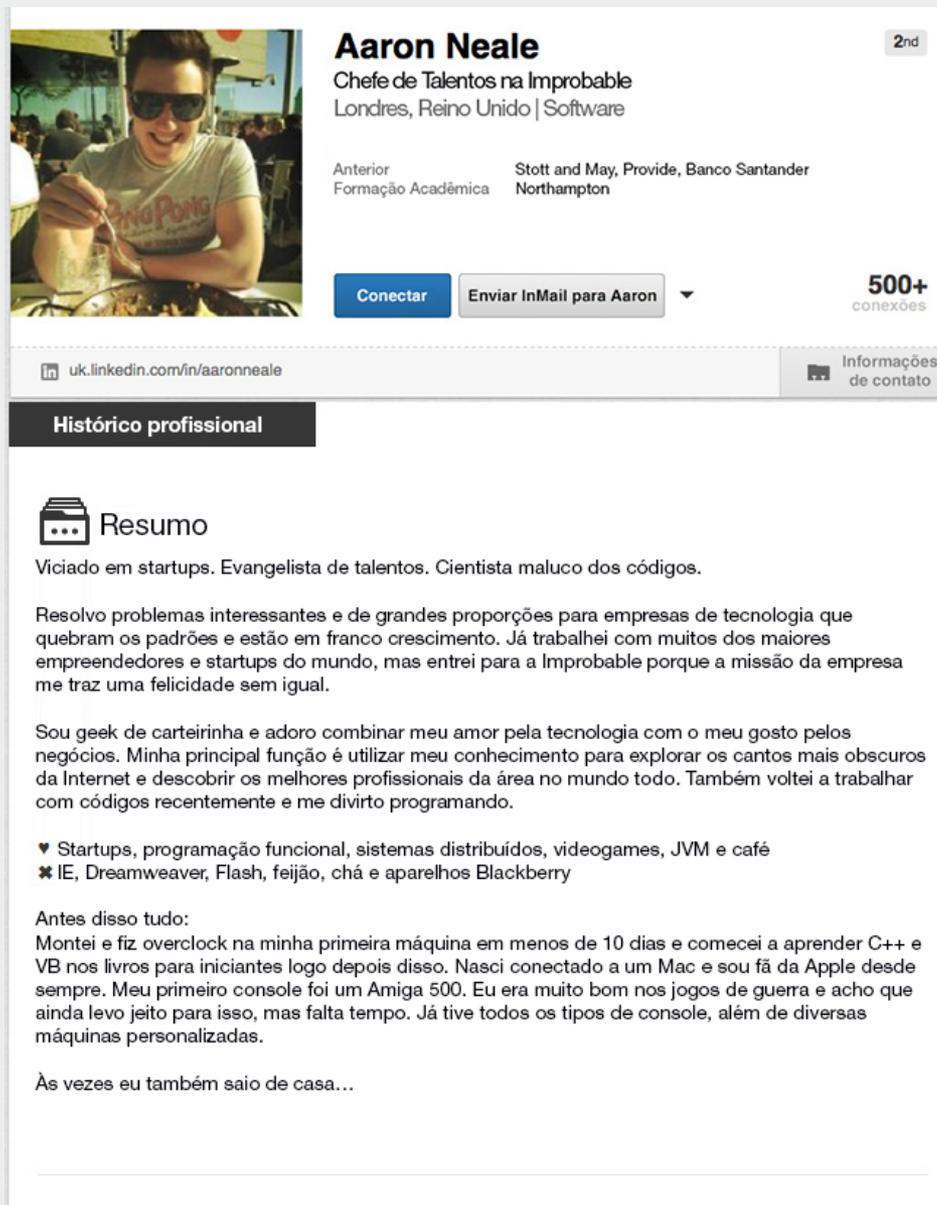
Siga-me no Twitter @RecruiterLarry

4 Perfis que Inspiram

Aaron Neale da Improbable

Conheça seu público: Aaron inspira credibilidade entre os candidatos da área de engenharia da Improbable, uma startup de tecnologia do Reino Unido, com a descrição da primeira máquina que ele montou.

Utilize o jargão apropriado: Trechos do seu resumo mostram aos talentos da área de tecnologia que ele sabe o que os motiva.



Aaron Neale 2nd
Chefe de Talentos na Improbable
Londres, Reino Unido | Software

Anterior: Formação Acadêmica | Stott and May, Provide, Banco Santander Northampton

Conectar | Enviar InMail para Aaron

500+ conexões

uk.linkedin.com/in/aaronneale | Informações de contato

Histórico profissional

Resumo

Viciado em startups. Evangelista de talentos. Cientista maluco dos códigos.

Resolvo problemas interessantes e de grandes proporções para empresas de tecnologia que quebram os padrões e estão em franco crescimento. Já trabalhei com muitos dos maiores empreendedores e startups do mundo, mas entrei para a Improbable porque a missão da empresa me traz uma felicidade sem igual.

Sou geek de carteirinha e adoro combinar meu amor pela tecnologia com o meu gosto pelos negócios. Minha principal função é utilizar meu conhecimento para explorar os cantos mais obscuros da Internet e descobrir os melhores profissionais da área no mundo todo. Também voltei a trabalhar com códigos recentemente e me divirto programando.

- ♥ Startups, programação funcional, sistemas distribuídos, videogames, JVM e café
- ✖ IE, Dreamweaver, Flash, feijão, chá e aparelhos Blackberry

Antes disso tudo:
Montei e fiz overclock na minha primeira máquina em menos de 10 dias e comecei a aprender C++ e VB nos livros para iniciantes logo depois disso. Nasci conectado a um Mac e sou fã da Apple desde sempre. Meu primeiro console foi um Amiga 500. Eu era muito bom nos jogos de guerra e acho que ainda levo jeito para isso, mas falta tempo. Já tive todos os tipos de console, além de diversas máquinas personalizadas.

Às vezes eu também saio de casa...

4 Perfis que Inspiram

Daoud Edris da Lion Co

Utilize recursos visuais e vídeos:

Em seu cargo atual, Daoud utiliza vídeos, infográficos e apresentações que ressaltam a cultura e a missão da Lion, uma empresa de bebidas e alimentos que atua na Austrália e na Nova Zelândia.

Destaque funcionários: Daoud publicou dois vídeos que destacam a transformação ocorrida nas carreiras de dois funcionários da Lion, Scott e Roy. A mensagem: Você também pode transformar sua carreira na Lion.

Daoud E. (Veja o nome completo) 3rd

Marca do Empregador | Seleção Estratégica | Gestão de Talentos | Fornecendo soluções de negócios focadas em pessoas
Região metropolitana de Sydney, Austrália | Alimentos e bebidas

Atual: Lion Co
Anterior: Stonewater Consulting Group (SCG), Hamilton James & Bruce, British Petroleum
Formação Acadêmica: University of Oxford

Enviar InMail para Daoud ▼ 500+ CONECTADOS

Histórico profissional

Resumo

Minha paixão é trabalhar com as melhores pessoas e utilizar a inovação para gerar resultados igualmente excelentes. Eu combino a marca do empregador a diversas estratégias de gestão e atração de talentos para que as empresas possam alcançar suas principais metas comerciais.

Após me formar com menção honrosa em Ciências, passei o primeiro ato da minha carreira em multinacionais respeitadas. Nessa época, participei de projetos nos setores bancário e de mineração na Europa, no Oriente Médio e na Rússia.

No segundo ato, fiz um mestrado em administração e passei a me dedicar à solução de desafios comerciais, transformando ideias brilhantes de pessoas extremamente criativas em planos e ações estratégicas.

Nos últimos 10 anos, assumi funções de consultoria, prestando assessoria em RH, recrutamento e marca do empregador a algumas das maiores empresas da Austrália e da região Ásia-Pacífico.

Como em uma ópera, espero que o terceiro e último ato seja o mais empolgante.

O Poder das Redes

A influência oculta das redes

Experiência

Seleção Estratégica
Lion Co
Fevereiro de 2013 — até o momento (1 ano e 2 meses)

Gestão de talentos e contato com diversas comunidades de forma a agregar valor tanto para a empresa quanto para as pessoas.

Dentre as minhas responsabilidades atuais estão direcionar nossa marca de empregador, desenvolver um novo modelo de seleção, desempenhar o papel de liderança inovadora na gestão de talentos, promover a diversidade na organização e auxiliar na transformação em grande escala e em projetos de inovação.

Grandes Carreiras - A Viagem de Roy

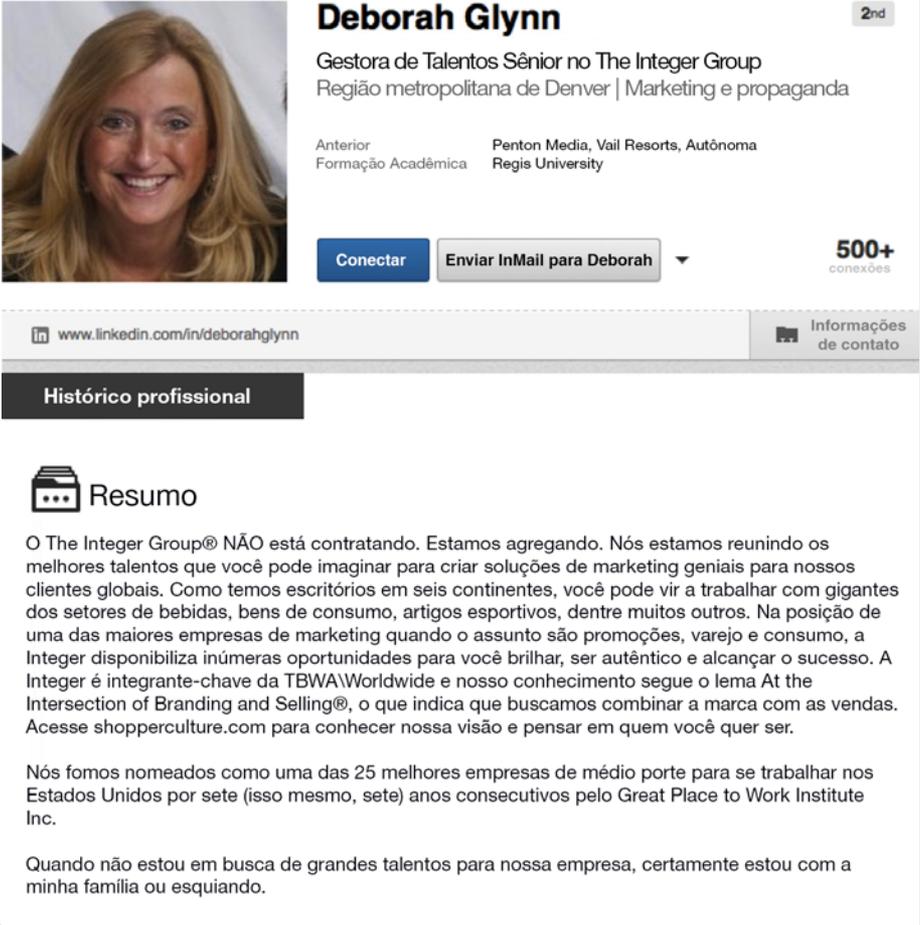
Grandes Carreiras - A Viagem de Scott

4 Perfis que Inspiram

Deborah Glynn da
The Integer Group

Descreva o impacto: Ao mencionar os gigantes do setor com os quais os funcionários trabalham, Deborah manda uma mensagem clara: “Você trabalhará em uma empresa de médio porte, mas seu impacto será imenso.”

Apresente links para blogs: Deborah indica o blog da Integer, o Shopper Culture, aos candidatos para que eles “pensem em quem querem ser” e para não limitar o engajamento a seu perfil. Além de conter atualizações sobre a empresa, o blog desperta o interesse e está repleto de insights sobre liderança inovadora.



Deborah Glynn 2nd

Gestora de Talentos Sênior no The Integer Group
Região metropolitana de Denver | Marketing e propaganda

Anterior Formação Acadêmica Penton Media, Vail Resorts, Autônoma Regis University

Conectar Enviar InMail para Deborah

500+ conexões

www.linkedin.com/in/deborahglynn Informações de contato

Histórico profissional

Resumo

O The Integer Group® NÃO está contratando. Estamos agregando. Nós estamos reunindo os melhores talentos que você pode imaginar para criar soluções de marketing geniais para nossos clientes globais. Como temos escritórios em seis continentes, você pode vir a trabalhar com gigantes dos setores de bebidas, bens de consumo, artigos esportivos, dentre muitos outros. Na posição de uma das maiores empresas de marketing quando o assunto são promoções, varejo e consumo, a Integer disponibiliza inúmeras oportunidades para você brilhar, ser autêntico e alcançar o sucesso. A Integer é integrante-chave da TBWA\Worldwide e nosso conhecimento segue o lema At the Intersection of Branding and Selling®, o que indica que buscamos combinar a marca com as vendas. Acesse shopperculture.com para conhecer nossa visão e pensar em quem você quer ser.

Nós fomos nomeados como uma das 25 melhores empresas de médio porte para se trabalhar nos Estados Unidos por sete (isso mesmo, sete) anos consecutivos pelo Great Place to Work Institute Inc.

Quando não estou em busca de grandes talentos para nossa empresa, certamente estou com a minha família ou esquiando.

Sua Company Page é essencial

Nós ensinamos como aproveitá-la ao máximo

Seu perfil muitas vezes é a primeira impressão que você passa aos candidatos, mas a Company Page é a primeira impressão que eles têm da empresa. Pense em por que você resolveu trabalhar nessa organização. A resposta pode estar na cultura, na missão ou nos produtos que a empresa oferece. Sua Company Page demonstra isso?

Mais de 3 milhões de organizações possuem uma Company Page, possibilitando talentos a localizar e conhecer a empresa*. Em média, 71% dos seus seguidores estão interessados nas oportunidades de carreira na sua empresa**. Apresentar a cultura da empresa e as oportunidades existentes é uma forma de transformar seguidores em candidatos e ajudar a promover relações significativas.



Você sabia? Você pode direcionar qualquer atualização a seus seguidores, gratuitamente, de acordo com a localização geográfica, o setor, o cargo e muito mais.

As Company Pages do LinkedIn foram otimizadas para dispositivos móveis. 41% dos acessos únicos mensais do LinkedIn são feitos por meio de dispositivos móveis***.

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

Sam Gager, **A Verdade Sobre Seguidores e Conexões: principais razões para cultivar os seus (<http://linkd.in/1jwnYgt>), (15 de janeiro de 2013)

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

Às vezes, as empresas maiores ficam engessadas por processos mais formais e a abordagem pode parecer genérica ou mecânica. Já as empresas de pequeno porte têm mais liberdade para demonstrar sua personalidade autêntica em suas páginas, o que desperta a empatia do público. Utilize essa liberdade a seu favor.

4 maneiras de aumentar o potencial de sua Company Page

- 01 Utilize vídeos e recursos visuais.
- 02 Aumente sua base de seguidores.
- 03 Desperte o interesse dos seguidores com Atualizações de status direcionadas
- 04 Amplie seu alcance patrocinando a publicação de conteúdo.

3 recursos essenciais para saber mais sobre Company Pages

- Lista de recursos para Company Pages** (<http://linkd.in/1nqmC79>)
Vídeos e guias instrutivos, histórias de sucesso e depoimentos
- Guia da Company Page** (<http://linkd.in/1t9Znma>)
5 etapas para engajar seguidores no LinkedIn
- As melhores práticas para atualizações de status** (<http://linkd.in/1eJ8czz>) 10 dicas

Aumente o potencial de sua Company Page seguindo quatro etapas fáceis

Lembre-se de que sua Company Page deve apresentar sua marca como um todo e oferecer uma experiência unificada ao público. Conte com a ajuda da equipe de marketing para coordenar sua abordagem.

01 Utilize vídeos e recursos visuais

Publicações que contêm vídeos têm uma chance duas vezes maior de serem divulgados por meio de compartilhamentos e comentários do que os sem. Você não tem vídeos para publicar? Utilize arquivos do SlideShare, PDFs, imagens e links.

02 Aumente sua base de seguidores

Incorpore os botões* “Seguir” em seu site, em mensagens aos candidatos e nas assinaturas e perfis de funcionários

Faça o download do botão aqui: <http://linkd.in/1hg1dbX>

03 Desperte o interesse dos seguidores com Atualizações de status direcionadas

Publique fatos interessantes, dicas de especialistas, listas e perguntas para interagir com bancos de talentos importantes.

Precisa de inspiração? **Confira esta galeria com alguns dos melhores exemplos de atualizações.** (<http://slidesha.re/Pevxxf>)

04 Amplie seu alcance patrocinando a publicação de conteúdo.

As Atualizações patrocinadas permitem alcançar talentos que não estão entre seus seguidores.

*A incorporação dos botões “Seguir” em locais estratégicos ajudou a Unilever a passar de 40 mil para 235 mil seguidores em 10 meses.

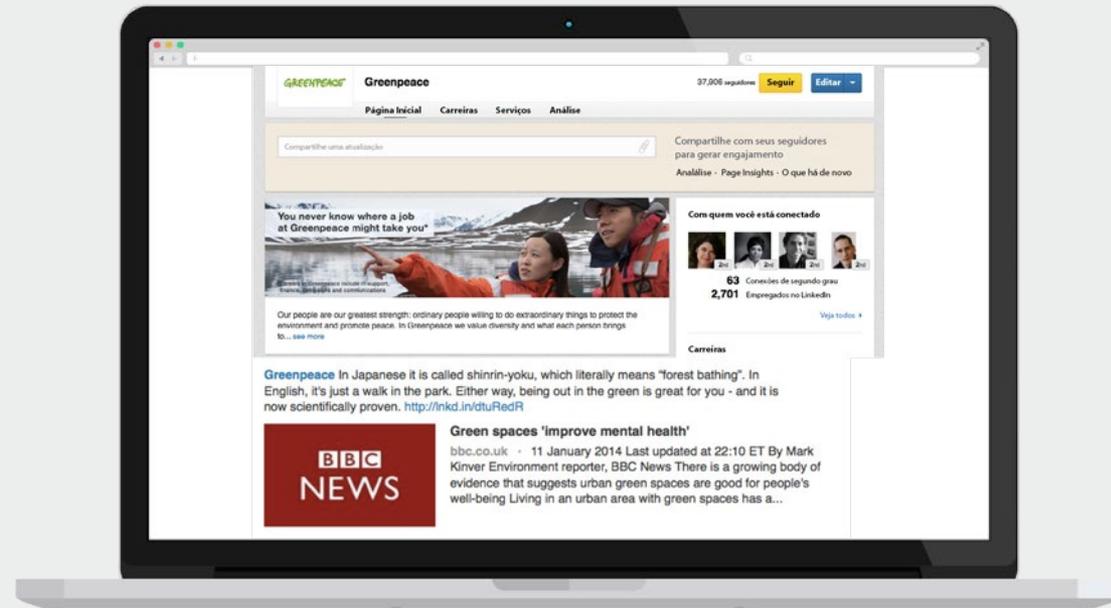
Para se inspirar, confira **as melhores Company Pages do LinkedIn de 2013** (<http://linkd.in/1mxslYI>).

3 Company Pages que adoramos

Greenpeace

O Greenpeace compartilha notícias do setor: Nem todas as atualizações precisam ser sobre a sua empresa. O Greenpeace sabe que seus seguidores estão interessados no meio ambiente. Por isso, a organização compartilhou um artigo da BBC que mostra a relação entre espaços verdes e a saúde mental.

Uma boa combinação de conteúdo geral e conteúdo relacionado à empresa faz com que os seguidores visitem sua página com frequência.



Greenpeace Em japonês, a prática é chamada de “shinrin-yoku” que, ao pé da letra, significa “mergulho na floresta”. No seu idioma, pode ser simplesmente uma volta no parque. De qualquer forma, o contato com a natureza faz bem, como mostram as recentes descobertas científicas.



Os espaços verdes “melhoraram a saúde mental”

bbc.co.uk 11 de Janeiro 2014 Última atualização 22:10 ET por Mark Kinner Reporter Ambiental, Notícias da BBC Há um crescente número de evidências que sugerem que os espaços verdes na cidade são bons para o bem-estar das pessoas que vivem em áreas urbanas com espaços verdes...

Curtir (12)

Comentar

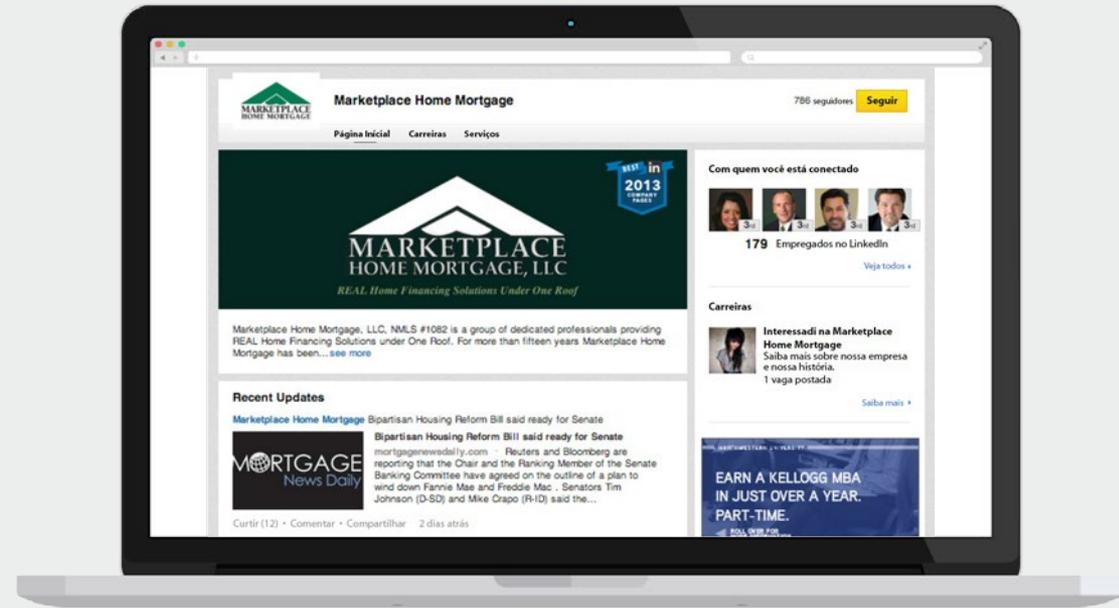
Compartilhar

8 dias atrás

3 Company Pages que adoramos

Marketplace Home Mortgage

Ofereça insights e dicas de especialistas: A Marketplace Home Mortgage oferece dicas rápidas e insights relevantes ao público à procura de imóveis. Publique atualizações que destaquem seus conhecimentos do setor.



Marketplace Home Mortgage O projeto de reforma de habitação bipartidário estaria pronto para o Senado



O projeto de reforma de habitação bipartidário estaria pronto para o Senado
mortgagenewdaily.com

Reuters e Bloomberg estão relatando que o presidente e o membro da classificação do Comitê Bancário do Senado concordaram com o esboço de um plano para encerrar Fannie Mae e Freddie Mac. Os senadores Tim Johnson (D-SO) e Mike Crapo (R-ID) disseram que o ...

Curtir (12)

Comentar

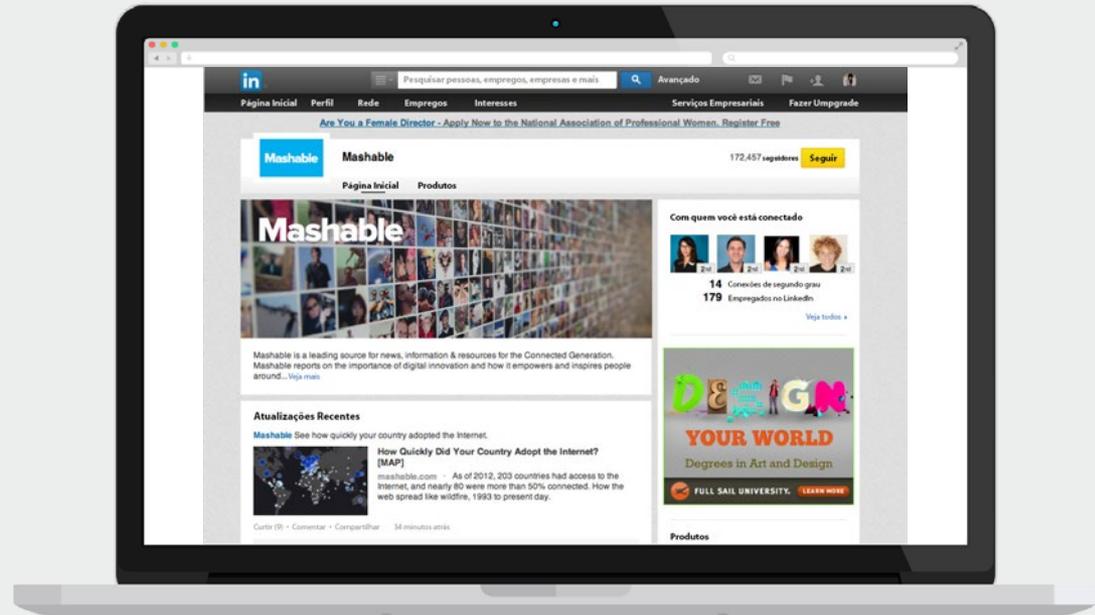
Compartilhar

8 dias atrás

3 Company Pages que adoramos

Mashable

Compartilhe conteúdo sucinto e de valor: A Mashable encontrou o equilíbrio perfeito entre conteúdo de alta qualidade e de fácil digestão. Mantenha suas publicações curtas para gerar engajamento.



Mashable Descubra se seu país adotou a Internet rapidamente



Like (12)

Comment

Share

8 days ago

A adoção da Internet em seu país foi rápida? [MAPA]
mashable.com

Em 2012, 203 países tinham acesso à Internet, e 50% da população de cerca de 80 deles estava conectada. Como a web se espalhou, de 1993 até os dias de hoje.

Desempenho do perfil e da Company Page:

Métricas que fazem a diferença

Se você não consegue medir, não consegue gerenciar. Estas ferramentas gratuitas de análise o ajudarão a estabelecer sua marca de forma estratégica.

Mensure o poder do seu perfil

01 Quem viu seu perfil

As visitas ao seu perfil, a frequência com que ele aparece nos resultados de pesquisas e o número de recomendações que você recebe estão aumentando?

02 Quem viu suas atualizações

Cada vez mais pessoas visualizam, gostam, compartilham e comentam seu conteúdo?

03 Estatísticas da rede

Sua rede está crescendo? Qual é o ritmo da sua expansão para alcançar conexões de 2º e 3º graus?

Mensure o desempenho da sua Company Page

01 Engajamento com as atualizações de status

Analise o engajamento em tempo real diretamente em cada publicação. Descubra quais atualizações resultam em mais cliques, comentários e compartilhamentos.

02 Engajamento com a Company Page

Visualize as tendências de engajamento por tipo e período.

03 Dados demográficos dos seguidores

Verifique se você está atraindo o tipo certo de pessoa.

04 Como você se compara

Compare o crescimento da sua base de seguidores com o de organizações similares e concorrentes.

Não se esqueça dos detalhes: leia os comentários e obtenha um feedback sobre a qualidade das publicações.



Seleção para recrutadores modernos

5 etapas

Por que os talentos passivos importam?

A importância dos talentos passivos para o recrutamento moderno

Para ser um recrutador moderno, você precisa engajar os melhores talentos e não só aqueles que estão em busca de uma oportunidade. Isso porque a maioria dos profissionais são candidatos passivos que não estão procurando oportunidades de forma ativa, mas estão abertos à oportunidade certa.

Geralmente, os candidatos passivos não acessam sites de emprego nem de recrutamento. Além disso, seus currículos muitas vezes não estão atualizados porque eles estão dedicados demais aos seus empregos atuais. No entanto, eles estão abertos ao contato de recrutadores sobre aquela vaga que pode mudar suas vidas. Por isso, suas competências em seleção são essenciais.

Nesta seção, vamos apresentar dicas de seleção no LinkedIn, a maior fonte de candidatos passivos do mundo.

O que motiva os candidatos passivos a mudar de emprego? Confira o **infográfico** (<http://linkd.in/PeNWKa>).

Uma boa notícia: A maioria dos profissionais pensa em mudar o rumo de suas carreiras quando abordados.

| Candidatos passivos

| Candidatos ativos



Seleção sofisticada no LinkedIn

Agora, você tem mais acesso do que nunca às informações dos candidatos. Mas como descobrir o que eles procuram? Recomendamos a seguinte abordagem.

5 etapas para selecionar com mais eficiência no LinkedIn

01 Entenda o banco de talentos

02 Domine o sistema booleano e outras técnicas de pesquisa

03 Entre em contato direto com candidatos por InMail

04 Gerencie talentos com o recurso Talent Pipeline 

05 Mensure seu sucesso



Marque [Inkd.in/productupdates](https://www.linkedin.com/company/linkedin/products) como favorito para ficar por dentro das últimas atualizações e dos novos recursos do LinkedIn Recruiter.

O que é o LinkedIn Recruiter?

O LinkedIn oferece uma série de benefícios. Nós apresentaremos alguns nesta seção, mas a maioria dos recrutadores modernos utiliza a nossa principal ferramenta para empresas, o LinkedIn Recruiter. Saiba por quê:

- A ferramenta permite acessar toda a rede de profissionais do LinkedIn, o que inclui a possibilidade de entrar em contato com qualquer usuário por InMail.
- O recurso de pesquisa é de alta precisão e inclui diversos filtros personalizados que possibilitam localizar o candidato que você procura.
- Você recebe notificações quando surgem novos perfis pertinentes, sugestões de “perfis semelhantes” quando você encontra um candidato ideal, assim como “pessoas que talvez você queira contratar”
- A ferramenta simplifica a colaboração em equipe e ajuda você a ficar por dentro dos talentos que outros funcionários da sua organização podem conhecer por meio das Referências internas.
- Uma versão do LinkedIn Recruiter para dispositivos móveis também está disponível.

Obtenha a certificação! Agora você pode demonstrar seu conhecimento do LinkedIn Recruiter e ter certeza de que está aproveitando ao máximo seu investimento no LinkedIn. Acesse certification.linkedin.com para obter mais informações.

1. Entenda o banco de talentos

O recrutador moderno não dá um passo em falso. Ele avalia os dados primeiro para então fazer uma seleção estratégica. Antes de se concentrar na pesquisa de candidatos, obtenha uma visão panorâmica do banco de talentos. Conhecer as opções disponíveis ajudará você a:

- ✓ **Definir a prioridade de sua abordagem.** Compreenda melhor a oferta e a procura por competências profissionais específicas.
- ✓ **Definir as expectativas com a ajuda dos gestores.** Se eles solicitarem a contratação de uma mosca branca, você pode justificar o resultado das suas pesquisas com esses dados.
- ✓ **Influenciar o planejamento estratégico da força de trabalho.** Conhecer os bancos de talentos o ajuda a desempenhar um papel importante na tomada de decisões relacionadas ao planejamento da força de trabalho.

Como conhecer seu banco de talentos:

01 **Faça pesquisas em tempo real utilizando o LinkedIn Recruiter*.** Você pode descobrir o tamanho e a dinâmica do seu banco de talentos de acordo com os critérios selecionados. ★

02 **Consulte nossos relatórios gratuitos sobre o banco de talentos.** As estatísticas presentes nesses relatórios, disponíveis para algumas regiões e profissões com alta demanda, fornecem informações sobre procura e emanda, localidade, histórico profissional e interesses de seu público-alvo.

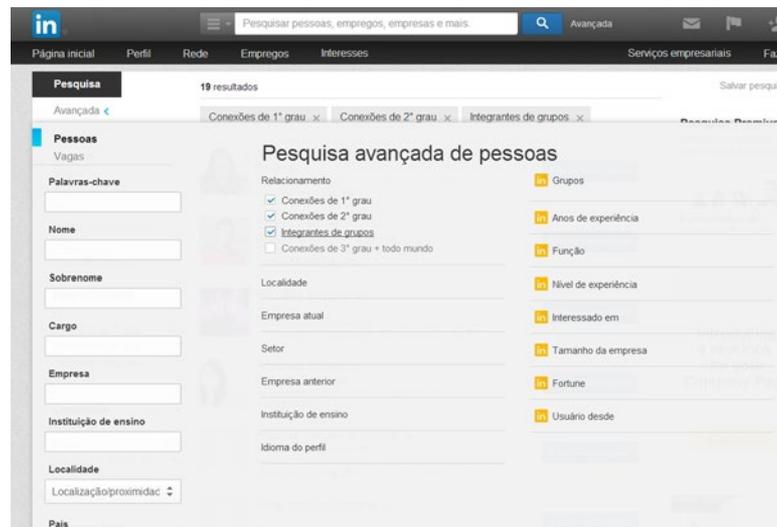
* Conheça mais do LinkedIn Recruiter acessando br.talent.linkedin.com

2. Conte com todos os craques em seleção

Domine a pesquisa booleana

As pesquisas booleanas permitem a combinação de palavras e frases com o uso das palavras AND, OR e NOT, a fim de limitar, ampliar ou definir a pesquisa. Elas são usadas pela maioria das ferramentas de pesquisa e são essenciais para aperfeiçoar a pesquisa de candidatos.

Busca Avançada:



Insira um ou mais termos nos campos Palavras-chave, Cargo, Nome e Empresa da pesquisa avançada do LinkedIn para obter uma lista de perfis. No entanto, para localizar os perfis mais relevantes, use estes modificadores:

- ✓ **Aspas.** Para pesquisar um termo específico, coloque-o entre aspas (por exemplo, "gerente de produtos"). As aspas restringem a pesquisa.
- ✓ **NOT.** Para excluir um termo específico, insira NOT antes do termo (por exemplo, gerente NOT diretor). Esse recurso restringe a pesquisa.
- ✓ **AND.** Para obter resultados que incluam dois ou mais termos de uma lista, utilize o modificador AND como separador (por exemplo, programador AND gerente). Esse recurso restringe a pesquisa.
- ✓ **OR.** Para incluir pelo menos um termo, separe dois ou mais termos utilizando o modificador OR (por exemplo, vendas OR marketing). Esse recurso é ótimo para pesquisar outras grafias ou sinônimos e sua função é ampliar a pesquisa.
- ✓ **Parênteses.** Para fazer uma pesquisa complexa, combine termos utilizando parênteses. Por exemplo: para encontrar pessoas cujos perfis trazem a indicação "VP" ou contém as palavras diretor e divisão, insira: VP OR (diretor AND divisão). Esse recurso restringe a pesquisa.

Vá mais longe: para restringir ainda mais os resultados, use recursos de pesquisa como localidade, setor, empresa atual, idioma do perfil e nível de experiência. E não cometa estes **3 erros comuns na pesquisa booleana** (<http://linkd.in/1dKRe39>).

4 maneiras de levar a seleção além da ferramenta de pesquisas

- 01** **Aproveite sua própria rede.** Uma das vantagens de ser um recrutador é que seu trabalho leva você a conhecer pessoas interessantes. Utilize sua rede para pedir recomendações e faça uma seleção criteriosa nas redes de seus contatos.
- 02** **Participe de Grupos do LinkedIn.** Procure talentos de maneira informal, conversando com profissionais nos Grupos do LinkedIn. Seja autêntico e mostre sua personalidade.
- 03** **Desperte o interesse de quem vê seu perfil.** Entre em contato com as pessoas que visualizam o seu perfil. Muitas vezes elas trabalham no setor certo e têm conexões em comum.
- 04** **Recrute todos os funcionários da sua empresa.** Peça a funcionários recém-contratados e aos gestores para indicarem profissionais com excelente desempenho, principalmente aqueles cujos perfis do LinkedIn possam estar incompletos.

Zen e a arte do bom relacionamento com o gestor

Ah, o relacionamento com o gestor... Qualquer pessoa que já trabalhou em recrutamento sabe que esse relacionamento é capaz de ajudar ou impedir, acelerar ou brechar o processo de contratação. Veja como ajudar gestores a selecionar e como estabelecer uma parceria sem dores de cabeça:

01 Determinem um processo e um cronograma

Defina quais são as responsabilidades e o prazo de cada um. Se você utiliza o LinkedIn Recruiter, compartilhe capturas de tela da “Visão geral do projeto” para mostrar quantos candidatos há em cada fase da seleção.



02 Definam as expectativas juntos

Evite problemas futuros ao definir as competências e os traços de personalidade desejados, utilizando perfis de amostra. Utilize dados para definir as expectativas. Os Relatórios do banco de talentos e o LinkedIn Recruiter ajudarão você a avaliar o banco de talentos e a ajustar os critérios da vaga.



03 Economize tempo e obtenha feedback diretamente

Use as “licenças para gestores” gratuitas do LinkedIn Recruiter e envie lotes de perfis aos gestores para que eles possam apresentar seu feedback e indicar com apenas um clique se o candidato é qualificado ou não. É possível personalizar esse recurso e os gestores podem adicionar notas se desejarem.



“Às vezes, os gestores se esquecem dos contatos em suas redes. Você precisa sentar e analisar os contatos com eles. Demonstre algumas pesquisas booleanas quando eles estiverem ao seu lado.”

”

Angela Farrelly, Gerente de Estratégia - Atração de Talentos



Para obter mais informações sobre como trabalhar com os gestores, confira estas **10 dicas para alcançar o sucesso** (<http://linkd.in/Pd4C4w>)

3. Entre em contato direto com candidatos por InMail

Os InMails permitem entrar em contato com qualquer usuário do LinkedIn diretamente. Contudo, para conseguir uma resposta, é necessário um pouco de sofisticação e aptidão.

Talentos respondem mais a InMails personalizados, mas muitas vezes é difícil encontrar o tempo para prestar a devida atenção. Nós mostramos aqui como elaborar uma mensagem que seja tanto personalizada quanto geral o suficiente para obter respostas de diversas pessoas.

A média de respostas às mensagens enviadas pelo InMail é três vezes maior do que àquelas enviadas por e-mail.*

Todos os InMails têm garantia de resposta. Se não receber uma resposta dentro de sete dias, você receberá um crédito para enviar outro InMail.

“O InMail dizia: ‘Estamos procurando ótimos oradores com o seu histórico profissional.’ Fiquei lisonjeado por saber que alguém viu o meu perfil e teve o trabalho de escrever uma mensagem só para mim. Descobri depois que a mensagem não havia sido enviada ‘só para mim’, mas o que conta é a impressão.”

- Usuário do LinkedIn

9 regras de ouro do InMail

- 01 Analise o perfil.** Informe ao destinatário qual informação do perfil dele chamou a sua atenção. A personalização da mensagem dá resultados.
- 02 Conquiste a atenção.** Mencione conexões em comum que o LinkedIn sugere para você.
- 03 Mostre que você é seletivo.** Destaque por que o perfil do candidato é atrativo e faça elogios sinceros.
- 04 Seja coloquial e breve.** Escreva como se estivesse falando e não cole a descrição da vaga na mensagem.
- 05 Seja bom ouvinte.** Pergunte quais são os objetivos do destinatário e seu nível de interesse em novas oportunidades.
- 06 Concentre-se nos objetivos.** não no emprego. Redija sua mensagem apresentando os benefícios ao candidato.
- 07 Aproveite o conteúdo.** Você pode incluir informações úteis, como um artigo técnico relevante.
- 08 Seja paciente.** Não persiga o candidato. Utilize suas atualizações de status para manter a visibilidade enquanto aguarda respostas.
- 09 Inclua uma chamada para ação.** Peça para dar continuidade à conversa, não peça para que eles se candidatem imediatamente.

*Checklist de marca pessoal (<http://linkd.in/QCUIKI>)

4. Gerencie potenciais candidatos com o recurso Talent Pipeline do LinkedIn Recruiter ★

O santo graal da seleção é estabelecer um banco de talentos com um fluxo contínuo de bons candidatos para que não seja necessário começar do zero a cada nova vaga aberta. Um banco de talentos forte reduz o tempo e aumenta a qualidade da contratação.

Em vez de manter registros manuais, você pode usar o recurso Talent Pipeline do LinkedIn Recruiter para agregar, acompanhar, contatar e cultivar talentos. A chave é definir a prioridade. Concentre-se em competências necessárias para diversos cargos e em vagas que são difíceis de preencher. Veja a seguir 6 dicas para usuários do LinkedIn Recruiter:

Para obter dicas gerais, consulte **12 dicas para um Pipeline de talentos impressionante** (<http://linkd.in/1IIPkpx>).

- 01** **Pesquise e adicione marcadores.** Utilize marcadores para facilitar a pesquisa de candidatos. Comece com uma pesquisa ampla e crie uma pasta para ela (por exemplo, todos os alunos cursando ciências da computação na USP). Em seguida, crie pastas com critérios mais específicos (por exemplo, computação em nuvem e ciências da computação na USP).
- 02** **Ganhe tempo na pré-seleção com Referências internas.** O LinkedIn Recruiter informa se há um contato do candidato na sua empresa. Fale com tal colega e peça sua opinião imparcial sobre as competências e a adequação do candidato à cultura da empresa.
- 03** **Utilize listas inteligentes para deixar a conversa fluir.** Adicione lembretes a candidatos, projetos e membros de equipe para manter-se conectado e cumprir as promessas de retorno.
- 04** **Mantenha o rumo dos projetos.** Envie relatórios a sua equipe para monitorar e informar sobre as condições dos projetos.
- 05** **Salve as pesquisas.** para guardar as buscas booleanas e filtrar seleções. O LinkedIn Recruiter continuará a executar as pesquisas e o informará caso apareçam novos candidatos. Você não precisa fazer nada.
- 06** **Utilize o recurso Receber atualizações** para acompanhar o perfil de um usuário do LinkedIn. O LinkedIn Recruiter o informará em caso de alterações para que você possa acompanhar o progresso da carreira desse usuário.

Encontre a próxima geração de líderes: Recrutamento de estudantes no LinkedIn

Os recrutadores mais estratégicos estão focados no futuro. Eles pensam não só nos profissionais que precisarão contratar em dois meses, mas também naqueles que serão necessários dentro de um, dois e até mesmo quatro anos. Ao estabelecer relações com estudantes, você investe no futuro da sua empresa.

A Intel utiliza os Grupos do LinkedIn para engajar estudantes

O grupo Intel Student Lounge é um local acessado por estudantes que buscam notícias e atualizações sobre a Intel College Recruiting Organization. No grupo eles podem entrar em contato com outros estudantes e localizar as mais novas vagas abertas.

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

Mais de 39 milhões de estudantes e recém-formados estão no LinkedIn.* Esses números indicam que esse é o público que mais cresce dentre os nossos usuários. Veja 6 ferramentas que ajudam você a engajar a próxima geração de líderes da sua empresa:

- 01** **Relatórios do banco de talentos de alunos.** Descubra onde os estudantes se concentram, como despertar o interesse deles e o que os motiva.
- 02** **Filtros de formação acadêmica no LinkedIn Recruiter.** Segmenta estudantes com base na localidade, na instituição de ensino, na graduação, no campo de estudo, nas datas de início e conclusão do curso e muito mais. ★
- 03** **Atualizações de status direcionadas.** Desperte o interesse dos alunos com atualizações como “Estudantes, o que mais os preocupam quando o assunto é carreira?”
- 04** **University Pages do LinkedIn.** Mais de 24 mil instituições de ensino superior têm páginas no LinkedIn. Estabeleça relações mais próximas com essas instituições e mantenha-se informado.
- 05** **Ferramenta LinkedIn Alumni.** Descubra onde os ex-alunos trabalham e quais são as suas profissões. Use recursos como “O que estudaram” para localizar os melhores candidatos.
- 06** **LinkedIn CheckIn (<http://linkd.in/1er9h9l>).** Colete e organize informações de candidatos durante eventos com rapidez. ★

Encontre diversos tipos de candidatos no LinkedIn

Os ambientes de trabalho modernos são compostos por uma força de trabalho diversificada. Como recrutador, seu trabalho vai além da seleção. Você ajuda a melhorar a produtividade, a inovação e a capacidade da empresa em atender as necessidades dos clientes. Mais do que isso, você assegura que todos os funcionários estejam aptos a se dedicar ao trabalho. O que pode ser mais importante do que isso?

Outros recursos para o recrutamento de grupos específicos no LinkedIn

Contratando Diversidade (<http://linkd.in/1omD8JA>). 13 etapas para localizar, contratar e reter grandes talentos de diferentes tipos.

Quatro dicas (<http://linkd.in/QDax44>) para a seleção diversificada.

Organizações sem fins lucrativos (<http://linkd.in/1dKShju>). Como as organizações sem fins lucrativos podem cumprir suas missões de talento.

Relatório do banco de talentos de organizações sem fins lucrativos (<http://linkd.in/PffgYJ>)

Veteranos (<http://linkd.in/1IIPQUv>). Dicas e recursos.

Geração Y (<http://linkd.in/1e9yq8m>). 8 características que você precisa conhecer antes de contratá-la.

Veja 5 dicas para ajudar você a criar uma força de trabalho mais inclusiva:

- 01** **Crie uma lista de palavras-chave pertinentes a seu público-alvo.** Avalie os perfis dos profissionais diversificados com o melhor desempenho na sua empresa e insira novos termos para filtrar os resultados.
- 02** **Utilize o recurso de “Perfis semelhantes” no LinkedIn Recruiter.** Depois de localizar o candidato ideal, pesquise “Perfis semelhantes” para encontrar até 100 dos perfis mais pertinentes. ★
- 03** **Aproveite os Grupos.** Há Grupos do LinkedIn para praticamente todas as profissões e identidades. Seja proativo e estabeleça relações com os proprietários dos grupos. Se não puder participar, peça a um funcionário integrante do grupo em questão para publicar em seu nome.
- 04** **Realize campanhas Talent Direct.** Entre em contato com diversos tipos de talentos em grande escala com os Recruitment Ads e InMails, dois recursos que podem ser direcionados com base em diversos critérios e podem alcançar um público diversificado.
- 05** **Assegure-se de que sua presença digital demonstre sua diversidade.** Seja por meio de fotos na sua Company Page ou depoimentos de funcionários nas suas Career Pages, sua presença digital, dentro e fora do LinkedIn, deve refletir sua força de trabalho.

5. Avalie o desempenho das suas atividades de seleção

Saiba suas métricas na ponta da língua. Estas são as principais métricas de seleção que merecem sua atenção, de forma geral e no LinkedIn:

MÉTRICAS DE SELEÇÃO



Qualidade da contratação



Fonte da contratação



Tempo de contratação



Custo por contratação

MÉTRICAS DE SELEÇÃO DO LINKEDIN RECRUITER



Perfis visualizados



Pesquisas realizadas



InMails enviados



Média de respostas do InMail

A Allstate transforma seu recrutamento

Nova estratégia, nova cultura e novas relações

Desafios

- ✓ A Allstate passou por um período de profunda escassez de talentos, principalmente para as funções técnicas. Ao mesmo tempo, a empresa sofria com uma enxurrada de candidatos sem qualificação.
- ✓ Eles dependiam muito de agências de emprego para selecionar candidatos e de serviços de pesquisa para compreender os mercados de trabalho.
- ✓ A cultura da empresa não apoiava a contratação interna, e por isso eles quase sempre contratavam talentos fora da empresa.

O que funcionou: Uma abordagem em 3 partes

- 01 Seleção proativa.** A Allstate estabeleceu um departamento de recrutamento dentro da empresa. Eles criaram uma equipe de pesquisa independente responsável por identificar talentos, monitorar tendências do mercado de trabalho e centralizar informações. Eles também começaram a usar ferramentas de seleção no LinkedIn Recruiter.
- 02 Mobilidade interna.** A Allstate lançou uma campanha em toda a empresa para informar funcionários e gestores sobre oportunidades internas e promover uma cultura mais transparente. Em parceria com o LinkedIn, a empresa também aprimorou as competências dos recrutadores, ensinando a eles como identificar talentos internos e melhorar suas atuações como promotores dos funcionários.
- 03 Relações com universidades.** A Allstate trabalhou com reitores, professores e orientadores em algumas instituições de ensino para ajudar a desenvolver o currículo dos cursos e transmitir sua mensagem. A empresa também começou a utilizar o LinkedIn CheckIn em feiras de carreiras para simplificar o contato com os alunos.

A Allstate transforma seu recrutamento

Nova estratégia, nova cultura e novas relações

Utilizando os recursos de pesquisa do LinkedIn Recruiter, a Allstate identificou quais eram as principais instituições de ensino que formavam seus funcionários. Isso ajudou a embasar as decisões sobre onde investir recursos e aprofundar o engajamento.

Resultados

- ✓ **Mais de US\$ 300 mil em economias diretas.** A empresa reduziu o tempo e aumentou a qualidade de contratações. Agora há menos candidatos no banco de talentos, mas eles são mais qualificados.
- ✓ **Aumento de 30% na promoção interna.** Embora a mudança na cultura ainda esteja sendo implementada, a mobilidade interna é muito mais comum hoje.
- ✓ **Mais profissionais iniciantes qualificados.** Outro resultado das relações mais próximas com as universidades é o aumento nas indicações de alunos feitas por docentes.
- ✓ **A função dos recrutadores tornou-se mais importante** e a equipe de atração de talentos passou a prestar muito mais consultoria à empresa.



Mais do que sorte

A arte e a ciência dos anúncios de vaga bem-sucedidos

3 etapas para alcançar o sucesso utilizando o LinkedIn Jobs

Há apenas 10 anos, recrutadores trabalhavam com muita incerteza – eles publicavam a descrição de uma vaga em sites de emprego e esperavam que bons candidatos aparecessem.

Da mesma maneira que o recrutamento, os anúncios de vaga também evoluíram e se modernizaram. Hoje, os anúncios almejam encontrar tanto candidatos ativos quanto passivos, e apresentam mensagens direcionadas a cada um desses grupos. Eles funcionam como um pelotão de caça-talentos que procuram candidatos relevantes enquanto você se dedica à arte do recrutamento estratégico.

Você precisa de mais ajuda com o LinkedIn Jobs?

Criar um ótimo Job Post (<http://slidesha.re/1pVosN1>)
Mais informações sobre vagas <http://lnkd.in/aboutjobs>

*Média apurada em 2012; os resultados individuais podem variar.

Dan Shapero, **Trazendo a nova cartilha do Marketing de Recrutamento (<http://lnkd.in/Obj5bs>), (11 de outubro de 2012.)

Como funciona o LinkedIn Jobs?

Em vez de ficarem limitadas a um site acessado somente por candidatos à procura de recolocação, as vagas de emprego publicadas no LinkedIn são distribuídas a potenciais candidatos relevantes por meio de algoritmos de correspondência e de comunidades profissionais que compartilham essas informações. Nossos usuários visualizam anúncios de vaga personalizados na página inicial, no perfil de funcionários ou nas Career Pages.

Etapas para criar um anúncio bem-sucedido

- 01 Redija uma descrição cativante para a vaga.
- 02 Publique-a e promova-a apenas para os candidatos certos.
- 03 Utilize o feedback em tempo real para mensurar seu desempenho.

- Mais de 300 milhões de usuários do LinkedIn podem visualizar sua vaga.
- Em média, cada vaga paga recebe mais de 500 visualizações e mais de 50 candidaturas.*
- Mais de 50% de todos os candidatos ficam sabendo sobre as vagas por meio das recomendações** enviadas por e-mail e pelo módulo “Vagas que podem ser de seu interesse” no LinkedIn. Essas recomendações ajudam talentos ativos e passivos a descobrir oportunidades com base em informações presentes em seus perfis do LinkedIn.

1. Redija uma descrição cativante para a vaga

Uma boa descrição apresenta as informações de que os candidatos precisam para avaliar se têm as competências e a personalidade certas para a vaga. Se eles fizerem essa pré-seleção por conta própria, você economizará o tempo de todos e terá candidatos mais adequados. 4 dicas para redigir uma descrição de vaga cativante:

As Vagas em Destaque podem ser uma boa maneira de atrair mais atenção para os cargos difíceis de preencher. Com o destaque de uma vaga no LinkedIn, você geralmente recebe de 30 a 50% mais candidaturas**. Veja como funciona:

- 01 Identifique as vagas de alta prioridade que devem receber destaque.
- 02 Escolha quanto deseja pagar por clique.
- 03 Sua vaga será exibida no topo das recomendações personalizadas do LinkedIn.
- 04 Aumente ou diminua o valor que você deseja gastar com cada vaga a qualquer momento.

4 dicas para redigir uma descrição de vaga cativante

- 01 **Deixe a criatividade para a descrição. Poupe o título.** 50% das candidaturas a vagas no nosso site são de candidatos passivos que visualizam a vaga por meio de nossa tecnologia de correspondência*. Se seu título for criativo demais, os algoritmos de correspondência terão dificuldade em informar as pessoas certas sobre a vaga.
- 02 **Promova sua marca de empregador.** Enumere os detalhes que fazem da sua empresa um bom lugar de trabalho. Considere incluir um vídeo demonstrando o dia a dia da empresa para transmitir melhor a sua cultura.
- 03 **Destaque o impacto do cargo.** Chame a atenção dos candidatos com exemplos de projetos específicos.
- 04 **Destaque cargos de alta prioridade.** Destaque vagas para apresentá-las em um posicionamento especial para o público certo.

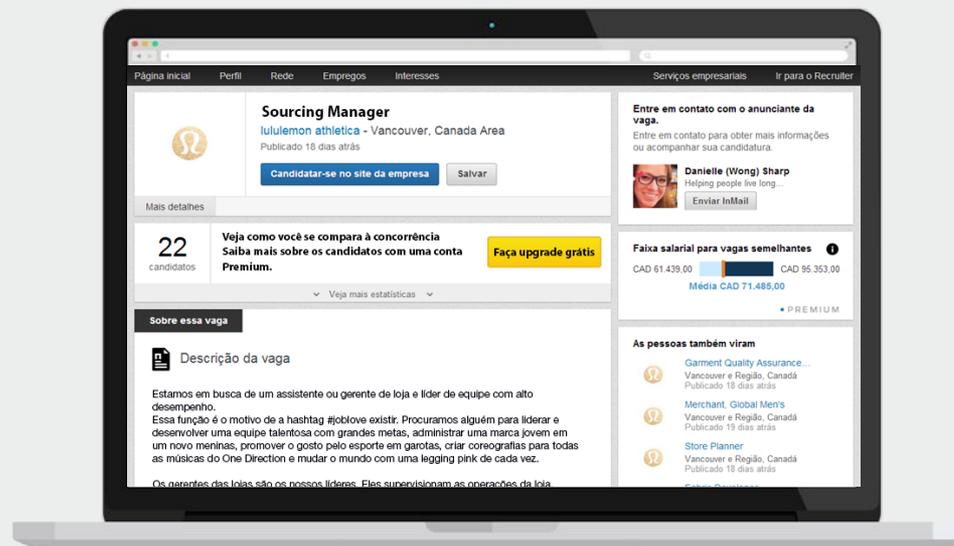
Para obter mais dicas e saber o que você deve e o que você não deve fazer ao descrever uma vaga, confira: **7 truques para uma descrição de vaga irresistível** (<http://linkd.in/1jBtCxG>)

*Dan Shapero, **Trazendo a nova cartilha do Marketing de Recrutamento** (<http://linkd.in/Obj5bs>), (11 de outubro de 2012)

****Vagas em Destaque** (<http://linkd.in/1s3Yue9>)

A Lululemon mostra à que a hashtag #joblove se refere

A Lululemon destaca o impacto do cargo para atrair candidatos: As frases “desenvolver uma marca jovem em um grande mercado” e “promover o gosto pelo esporte em meninas” elevam as funções além das responsabilidades diárias.



Descrição da vaga

Estamos em busca de um assistente ou gerente de loja e líder de equipe com alto desempenho. Essa função é o motivo de a hashtag #joblove existir. Procuramos alguém para liderar e desenvolver uma equipe talentosa com grandes metas, administrar uma marca jovem em um novo mercado, promover o gosto pelo esporte em garotas, criar coreografias para todas as músicas do One Direction e mudar o mundo com uma legging pink de cada vez.

Os gerentes das lojas são os nossos líderes. Eles supervisionam as operações da loja, lideram iniciativas comunitárias e trabalham com colegas em todo o país para melhorar a experiência dos nossos clientes e os sistemas de produtos. Suas principais responsabilidades incluem contratar, desenvolver, gerenciar, motivar e treinar a equipe. Outras funções importantes são gerenciamento da loja, controle da folha de pagamento, administração de valores, gerenciamento de merchandising e estoque, controle de sistemas e programas da loja, comunicação com o escritório central, instrução da comunidade e dos clientes, gerenciamento de orçamentos e vendas e, o mais importante, promoção da nossa cultura.

A Ubiwhere ajuda os candidatos a visualizar seu futuro

A Ubiwhere, uma empresa portuguesa de pequeno porte em busca de grandes talentos, usou uma série de infográficos do SlideShare para se destacar.

Os infográficos incluíam fotos de mesas de trabalho e colegas, além de vistas incríveis das cidades onde as vagas estavam localizadas. Incorpore infográficos do SlideShare em sua Career Page e vincule-os a seus anúncios de vaga.



COM ESSAS PESSOAS



.....still not convinced?

• SUA • FELICIDADE pode começar aqui

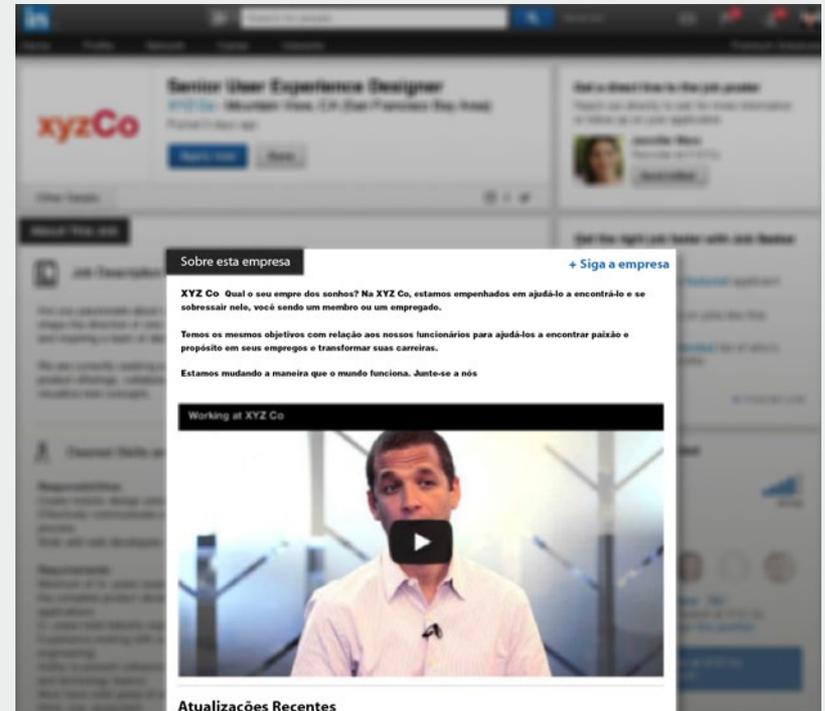


2. Publique e promova vagas apenas para os candidatos certos

Como aproveitar o LinkedIn Jobs ao máximo

Quando você anuncia uma vaga no LinkedIn, algumas etapas adicionais podem ajudar a maximizar suas chances de encontrar o candidato certo:

- ✓ Acompanhe os melhores resultados. Quando você anuncia uma vaga, nós recomendamos os 24 usuários do LinkedIn com as qualificações mais relevantes de acordo com seus requisitos. Entre em contato com esses usuários diretamente pelo InMail para dar início à conversa.
- ✓ Destaque sua vaga. Divulgue-a em seu feed pessoal do LinkedIn, nas atualizações da Company Page, em Grupos do LinkedIn e em outras mídias sociais.
- ✓ Direcione seu alcance. Compartilhe o anúncio da vaga com usuários qualificados para a função de acordo com setor, experiência, localidade etc.
- ✓ Faça uma pré-seleção. Se você aceitar candidaturas no LinkedIn, use filtros para restringir a lista.
- ✓ Promova sua marca de empregador. Ao visualizar vagas nas Career Pages, as pessoas à procura de emprego têm acesso a seus recursos visuais, como vídeos e apresentações do SlideShare, na mesma página em que aparecem as atualizações no LinkedIn.



2. Publique e promova vagas apenas para os candidatos certos

Anúncios de vaga vs. Job Slots: Qual é a diferença entre eles?

No LinkedIn, você pode comprar tanto anúncios de vaga quanto Job Slots. E por quê temos essas duas opções? O preço das Job Slots foi estabelecido para que as empresas que abrem vagas com frequência possam publicar com mais flexibilidade, pagando menos. O preço dos anúncios de vaga são um pouco mais altos e são cobrados por publicação, mas mais indicados para empresas que contratam com menos frequência.

Anúncios de vagas:

Você pode comprar um único anúncio ou um pacote de anúncios com desconto. Todas as vagas para estudantes, incluindo estágios e vagas para iniciantes, são gratuitas.

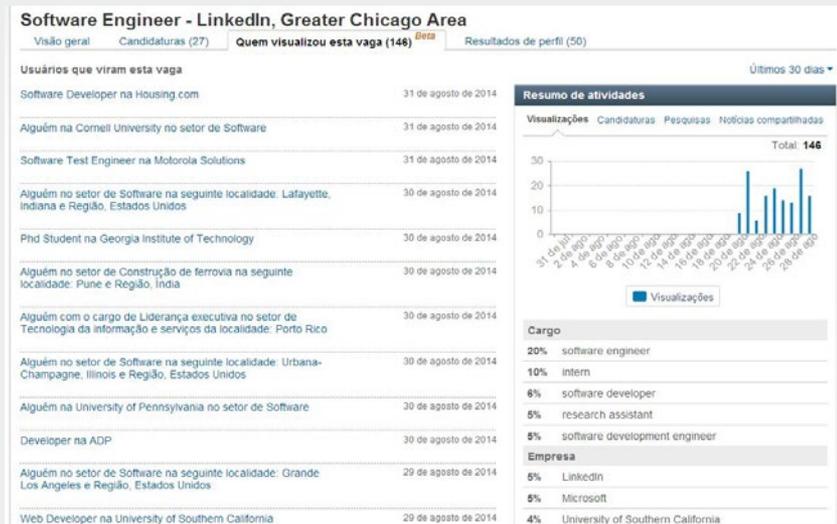
Job Slots:

Se você abre vagas com frequência, os Job Slots anuais são a opção mais indicada. Além de diminuir os gastos com a publicação de vagas ao decorrer do ano, os Job Slots permitem:

- ✓ Gerenciar anúncios de vaga por meio da plataforma LinkedIn Recruiter.
- ✓ Alterar os anúncios de vaga quando quiser e manter uma vaga aberta por mais de 30 dias.
- ✓ Simplificar as publicações e vagas de seus sites de carreiras automaticamente.
- ✓ Enviar os candidatos diretamente para seu ATS (sistema de acompanhamento de candidatos) e adicionar uma URL de acompanhamento de terceiros a seu anúncio.

3. Utilize o feedback em tempo real para mensurar e melhorar o desempenho dos anúncios de vaga

A única forma de saber se os seus anúncios de vaga estão dando resultado é com estatísticas. Utilize a análise de candidatos para saber:



✓ **Quem está interagindo com a vaga?** Você pode visualizar exatamente quais tipos de profissionais estão engajando com suas vagas on-line. Se eles não forem o seu público-alvo, utilize essas informações para modificar o anúncio da vaga em tempo real.

✓ **Como e quando eles interagem com a vaga?** O LinkedIn mostra a frequência de visualização, candidatura, pesquisa e compartilhamento da sua vaga com outras pessoas. Cada métrica inclui uma lista anônima de visualizações com dados detalhados.

✓ **Quem viu seu perfil após o anúncio da vaga?** Após o anúncio da vaga, os usuários do LinkedIn que a visualizam podem acessar seu perfil para saber mais sobre você e sobre a sua empresa. Essa informação gera uma lista importante de candidatos interessados com os quais você pode entrar em contato diretamente pelo InMail.



Desenvolva suas aptidões de marketing

Promova sua marca de empregador no LinkedIn

6 etapas para fortalecer sua marca de empregador no LinkedIn

Até agora, você aprimorou seu perfil, publicou descrições de vagas atrativas e criou um excelente banco de talentos. Mas e os candidatos? Eles estão interessados? O recrutador moderno precisa promover uma marca de empregador irresistível aos candidatos. Como mostram as estatísticas a seguir, é essencial ter uma marca de empregador sólida.

82% dos líderes em atração de talentos acreditam que a marca de empregador tem um impacto considerável na capacidade de contratar grandes talentos* e que grandes talentos estão 56% mais preocupados em achar uma empresa com a cultura certa.

Marcas sólidas têm média de respostas mais altas dos candidatos e economizam até 50% por contratação, além de ter uma média de rotatividade 28% mais baixa.**

*2013 Pesquisa de tendências de recrutamento global (<http://slidesha.re/ObKsqP>)

Eda Gultekin, **Qual é o valor de sua marca de emprego? (<http://lnkd.in/valueofEB>), (1º de dezembro de 2011).

Você deseja um panorama mais detalhado? Baixe o **Guia da marca de empregador: 5 etapas para criar uma marca de talentos na era das mídias sociais** (<http://linkd.in/1hkoB7y>)

- 01 Maximize sua presença e envolva toda a organização.
- 02 Aproveite o espaço de anúncio nos perfis de seus funcionários.
- 03 Alcance bancos de talentos importantes com atualizações de status direcionadas.
- 04 Utilize as ferramentas gratuitas.
- 05 Lance e aperfeiçoe sua Career Page.
- 06 Mensure seu desempenho com o Talent Brand Index.

1. Maximize sua presença e envolva toda a organização

Os recrutadores modernos sabem que não conseguem promover uma marca de empregador atrativa sozinhos. Estabeleça parcerias com estas três importantes partes:

- ✓ **Seus colegas dos departamentos de marketing e comunicações** - Eles sabem como criar uma promessa de marca e conteúdos eficazes. As empresas com marcas de consumo e de talentos fortes têm um desempenho financeiro 36% melhor do que a concorrência.*
- ✓ **Seus gestores** - Instrua-os sobre sua marca de empregador. Ajude-os a criar perfis que demonstrem entusiasmo em trabalhar para sua organização.
- ✓ **Seus funcionários** - Não há embaixadores de marca melhores que seus próprios funcionários. Ensine a eles como melhor aproveitar seus perfis. Promova almoços informais para debater ideias para os perfis. Eles podem estar ansiosos sobre o que devem e o que não devem incluir.

*Elizabeth Rosenberg, **Como a aquisição de talentos pode impulsionar o desempenho da empresa em 36%** (<http://linkd.in/1jVgMgv>) (4 de novembro de 2013)

2. Entre em contato com a rede de seus funcionários, automaticamente

As pessoas interessadas nos perfis do LinkedIn de seus funcionários muitas vezes têm as qualificações que você procura em um candidato. Como já conhecem alguém que trabalha na empresa, eles são mais receptivos a uma discussão sobre carreiras.

Os anúncios “Trabalhe conosco” permitem que você alcance e influencie as redes de seus funcionários, um ótimo terreno para procurar talentos. Basta adquirir espaço de anúncio nos perfis dos funcionários. Esses anúncios apresentam conteúdo personalizado e dinâmico, com 10 a 15 vezes mais engajamento do que o padrão do setor. Eles também ajudam a poupar tempo, pois seus funcionários passam a atuar como embaixadores da marca. Além disso, essa ação não requer trabalho criativo. Selecione uma destas 5 opções:



3. Compartilhe conteúdos para cultivar talentos

Alcance bancos de talentos importantes com atualizações de status direcionadas

Seguidores de Company Pages têm muito interesse em oportunidades de carreira. Com atualizações de status direcionadas, você pode engajar profissionais interessados em sua marca de empregador gratuitamente.

Melhores práticas para Atualizações de status direcionadas

Inclua variedade

Não bombardeie seus seguidores com links a vagas em aberto. Compartilhe notícias relevantes a respeito da sua empresa, entrevistas com funcionários no seu blog, etc. No começo, tente atualizar o status 2 ou 3 vezes por semana.

Tenho um plano

Faça um rascunho antes de publicar e crie um diálogo com seus seguidores.

Reforce a marca

Lembre-se da mensagem que você deseja transmitir e pense em como incorporá-la às suas atualizações.



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

*Sam Gager, *A verdade sobre Conexões e Seguidores: Principais motivos para cultivar os seus* (<http://bit.ly/1e9VGTD>), (15 de janeiro de 2013).

4. Aumente o conhecimento utilizando ferramentas gratuitas

Hoje, os candidatos esperam participar de um diálogo personalizado, dentro de um contexto relevante.

Essas ferramentas gratuitas do LinkedIn ajudam você a alcançar isso.

Para baixar o botão “Seguir” e o widget Company Insider, acesse <http://linkd.in/1hg1dbX>

Aumente a sua base com botões “Seguir”.

Incorpore botões “Seguir” aos seguintes materiais para ampliar o seu público e impulsionar a interação social:

- Seu site
- Todas as comunicações com candidatos
- Assinaturas de e-mail e perfis

Mostre aos talentos quem eles conhecem dentro da sua empresa com o Community Insider

Quem acessar o site de carreiras da Disney visualizará instantaneamente quais funcionários estão na sua rede do LinkedIn. Assim, a conexão com a empresa fica mais personalizada. Um rosto conhecido pode ser o fator que determina o envio de uma candidatura.

Interaja com talentos-alvo nos Grupos do LinkedIn

Participe de grupos ou associações do setor no LinkedIn e em outras mídias sociais. Faça uma divisão de trabalho com a sua equipe para cobrir grupos-chave. Seja proativo e sensato; faça perguntas, ofereça conselhos e compartilhe histórias.



A incorporação dos botões “Seguir” em locais estratégicos ajudou a Unilever a passar de 40 mil para 235 mil seguidores em apenas 10 meses.*

*Leela Srinivasan, *Segredos sobre implantação de marcas líderes: Unilever* (<http://linkd.in/1hfj6a5>), (21 de agosto de 2012.).

5. Divulgue sua marca de empregador em grande escala com as Career Pages do LinkedIn

Nas Career Pages você pode exibir sua marca de empregador e engajar candidatos com conteúdo personalizado e relevante. Destaque a sua cultura e como é trabalhar na sua empresa com vídeos, banners e funcionários em destaque.



Pense em recursos visuais.

Com imagens, você pode fornecer uma perspectiva real da sua empresa.



Pense no ambiente digital.

A sua mensagem deve ser sucinta. A reutilização de conteúdos impressos pode não funcionar online, onde a capacidade de atenção é menor.



Pense em vídeos.

Candidatos terão um interesse mais profundo na sua empresa se ouvirem histórias de pessoas reais. Por isso, os vídeos devem ser uma parte integrante da sua estratégia.



Pense em personalização.

Adapte o seu conteúdo de acordo com os perfis do LinkedIn de seus visitantes. Você pode segmentar sua Career Page com base no cargo, no setor, na localidade e em outras qualidades de seu candidato.

Exemplos de vídeos criados por marcas de empregador fortes

- **Trabalho, vida e benefícios na Zappos**
A Zappos dedica um canal do YouTube só para destacar sua cultura.
[Inkd.in/playbook-Zappos](https://www.linkedin.com/company/zappos/playbook)
- **Empregos na Starbucks**
A Starbucks também reuniu uma série de vídeos sobre tópicos da sua marca de empregador e sobre “Como é trabalhar na Starbucks”.
[Inkd.in/playbook-Starbucks](https://www.linkedin.com/company/starbucks/playbook)

A anatomia de uma boa Career Page

Para se inspirar, acesse nossa galeria de melhores Career Pages (<http://slidesha.re/1k3pB7Z>).

Recursos visuais arrojados e coloridos

Enfoque em Funcionários com vídeos e citações que enfatizam a cultura

Expedia Expedia Careers 36,894 seguidores Seguir

Tecnologia nas nuvens,
as pessoas para a terra

steve, cidadão da **Expedia**
applications welcome

Aonde você vai com a Expedia?
Conecte-se conosco para começar hoje.

PESSOAS NA EXPEDIA Ver todos »

VAGAS NA EXPEDIA

Visualizar mais vagas na Expedia »

TRABALHE NA EXPEDIA

No Expedia, temos a liberdade de sermos nós mesmos sem deixar nossas personalidades - São Francisco tem tudo a ver. Somos uma empresa de mudança rápida onde qualquer idéia pode se tornar o próximo novo lançamento. Cada dia oferece um novo desafio e uma nova maneira de olhar as coisas.

Fala 5 idiomas, codificação em 7, isso é normal.

Texto interessante que desperta o interesse do leitor

Várias versões de páginas personalizadas de acordo com o visitante

Anúncios personalizados com o visual da marca

6. Mensure o desempenho da sua marca com o Talent Brand Index

O Talent Brand Index permite descobrir se você está alcançando e engajando profissionais com sua marca de empregador no LinkedIn. O índice é baseado em bilhões de interações que ocorrem na nossa plataforma todo ano. Use esse índice para mostrar a importância e o impacto da sua marca empregadora para a liderança da empresa e justificar o investimento na sua marca de empregador.

“Como desenvolvemos um calendário para publicar conteúdo na Career Page e nos dedicamos diariamente a estabelecer nossa marca de empregador pelo LinkedIn por meio de nossos associados, os números do Talent Brand Index e de seguidores da Career Page crescem diariamente!”

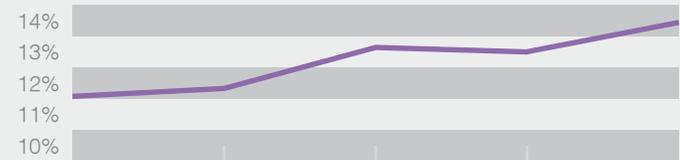
”



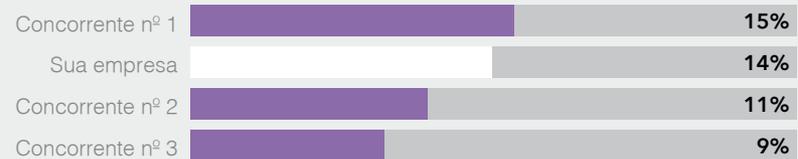
Miki Furnish, Gerente de Atração de Talentos da Carhartt

4 maneiras de utilizar o Talent Brand Index para mensurar o sucesso de suas atividades de branding

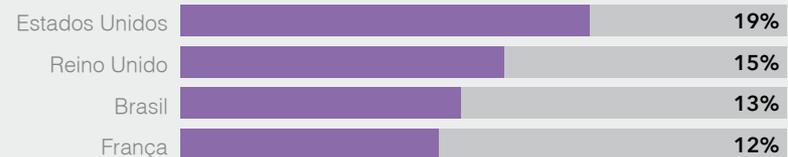
Ao longo do período



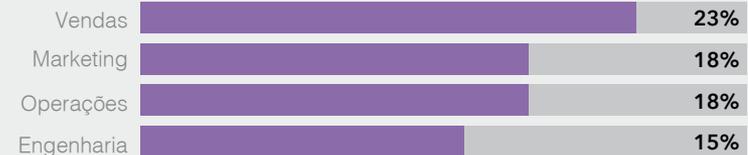
Comparado com principais concorrentes



De acordo com localidade



De acordo com a função



Para obter informações sobre o funcionamento do Talent Brand Index **clique aqui** (<http://linkd.in/1gZdMh6>).

Para obter mais informações sobre a pontuação do seu Talent Brand Index, **entre em contato conosco** (<http://linkd.in/1kr6N2l>).

As tecnologias da empresa indiana HCL dão vida à marca de empregador da empresa

A HCL criou sua própria cultura, que eles chamam de “ideapreneurship” (™), baseada na filosofia de gerenciamento “funcionários em primeiro lugar, clientes em segundo”. A gestão trabalha para promover uma cultura de inovação autêntica voltada aos negócios e focada nos clientes. Esse ambiente concede autonomia e incentiva funcionários de todos os níveis da organização a apresentar ideias inovadoras a fim de solucionar desafios operacionais e de clientes. Para atrair e incentivar funcionários com novas ideias, a empresa investe pesado em sua marca de empregador.



3 estratégias que fomentam seu sucesso:

DICAS

1. Foco em talentos em ascendência. A HCL lançou uma iniciativa universitária, “Faça a diferença, lidere a diferença”, para engajar alunos das melhores instituições de ensino de engenharia e negócios da Índia. Jovens empreendedores enviaram suas “ideias inovadoras” classificadas em três categorias: social, tecnologia e negócios. Os vencedores participam de um programa de orientação e ganham a oportunidade de desenvolver sua ideia na HCL ou fora da empresa. Resultado: alcançou 100 mil estudantes em toda a Índia e recebeu 19 mil ideias desde seu lançamento

2. Demonstração de “ideapreneurship” no LinkedIn. A HCL criou uma **Gold Career Page no LinkedIn (<http://linkd.in/1fLBOH3>)**, onde passou a compartilhar vagas, atualizações da empresa e depoimentos dos funcionários. A empresa segmentou públicos com base na localidade e na função e disponibilizou conteúdo relevante como pesquisas, informações sobre eventos e seminários web. Eles também utilizaram Recruitment Ads para divulgar vagas para talentos passivos e gerar tráfego para sua Career Page.

3. Uso da gamificação para aumentar o engajamento de novas contratações. No dia da contratação, a HCL disponibiliza aos novos funcionários o link de um videogame on-line. O jogo tem cinco módulos que mostram como é trabalhar na HCL. São eles: 1. sua licença para inovar; 2. a projeção de seu crescimento; 3. ideapreneurship; 4. equilíbrio entre trabalho e vida pessoal; e 5. filosofia e cultura. Cada módulo contém perguntas interativas, vídeos e imagens. Os novos funcionários podem ganhar pontos enquanto interagem e participam de uma competição divertida.

RESULTADO

A empresa alcançou 100 mil estudantes em instituições de ensino por toda a Índia

- Aumento de 500% no tráfego da Career Page do LinkedIn.
- Aumento de 28% nas candidaturas a vagas em todo o mundo.
- Aumento de 37% no Talent Brand Index do LinkedIn.
- Status de liderança inovadora no setor de TI.

Mais engajamento com novos funcionários.

Resumo

Se você gerencia uma equipe de atração de talentos ou deseja apenas folhear este guia rapidamente, eis algumas informações que você precisa saber:

Princípios básicos

- Crie um perfil brilhante.** Elabore uma introdução que chame a atenção, use recursos visuais, adicione certificados e trabalhos voluntários e publique atualizações interativas. Use os recursos Quem viu seu perfil e Quem viu suas atualizações, e as estatísticas da rede, para mensurar seus esforços e incentivar seus funcionários a fazer isso também.
- Aumente o potencial de sua Company Page.** Sua Company Page gratuita é a sua base no LinkedIn. Utilize-a para engajar candidatos com recursos visuais e vídeos. Aumente o seu número de seguidores com a incorporação do botão “Seguir”, desperte o interesse deles com atualizações de status direcionadas e amplie o alcance de suas publicações com conteúdo patrocinado. Monitore o engajamento com suas atualizações e com a Company Page, assim como dados demográficos sobre seus seguidores e crie uma base de referência para seus seguidores, utilizando a análise da Company Page.

*Personal Branding Checklist (<http://linkd.in/QCUIKI>)

Seleção

- Entenda os bancos de talentos.** Faça pesquisas no LinkedIn Recruiter para descobrir o tamanho e a dinâmica de seus bancos de talentos. Consulte os relatórios gratuitos sobre o banco de talentos para obter informações sobre localidade, histórico profissional e interesses dos candidatos-alvo.
- Domine o sistema booleano e outras técnicas de pesquisa.** Use AND, OR, NOT, parênteses e aspas para definir, limitar e ampliar suas pesquisas no LinkedIn Recruiter. Lembre-se de utilizar os Grupos do LinkedIn, sua própria rede e as redes de seus funcionários e gestores.
- Entre em contato direto com candidatos com o InMail.** Entre em contato com qualquer usuário do LinkedIn com o InMail e obtenha uma média de respostas até três vezes maior do que por e-mail.* Conquiste a atenção dos candidatos e mostre que você está sendo seletivo. Seja breve e coloquial, saiba ouvir, concentre-se nos objetivos e aproveite o conteúdo. Seja paciente e peça para dar continuidade à conversa.
- Gerencie os potenciais candidatos com o recurso Talent Pipeline.** Use o recurso Talent Pipeline do LinkedIn Recruiter para agregar, acompanhar, contatar e cultivar potenciais talentos. Adicione marcadores para facilitar a pesquisa de candidatos, utilize Referências internas para alavancar as conexões dos funcionários, utilize a Lista de tarefas inteligente para dar continuidade ao diálogo, mantenha o rumo dos projetos com a Visão geral do projeto, salve suas pesquisas para que o LinkedIn Recruiter faça buscas automáticas e use o recurso Receber atualizações para acompanhar os perfis dos usuários.
- Mensure seu sucesso.** Experimente acompanhar a qualidade, a origem, o tempo e o custo de cada contratação. As métricas do LinkedIn Recruiter incluem perfis visualizados, pesquisas realizadas, InMails enviados e média de respostas aos InMails.

Vagas

- Crie uma descrição de vaga que se destaque.** Apresente as informações de que os candidatos precisam para avaliar se têm as competências e a personalidade certas para a vaga. Use termos-padrão no título, destaque o impacto do cargo e promova as vagas mais importantes para que elas sejam exibidas em uma posição privilegiada.
- Publique e promova vagas apenas para os candidatos certos.** Adquira anúncios de vaga e/ou Job Slots de acordo com a frequência com que sua empresa abre vagas. Acompanhe os melhores resultados, divulgue o anúncio no LinkedIn e em outras mídias sociais e direcione seu alcance aos usuários mais relevantes. Destaque as funções de alta prioridade para impulsionar as candidaturas.
- Utilize o feedback em tempo real para mensurar seu desempenho.** Utilize os recursos de análise de candidatos para ver quais tipos de profissionais estão interagindo com as suas vagas, como e onde eles estão interagindo e quem viu seu perfil após a publicação de uma vaga.

Marcas

- Envolva toda a organização.** Estabeleça uma parceria com seus colegas de marketing e comunicação, gestores, a equipe de recrutamento e outros funcionários para promover sua marca de empregador.
- Aproveite o espaço de anúncio nos perfis de seus funcionários.** Adquira anúncios "Trabalhe Conosco" nos perfis de seus funcionários no LinkedIn. A taxa de cliques é geralmente 20 vezes mais alta do que a média do setor.** Selecione um modelo ou crie o seu próprio anúncio.
- Lance e aperfeiçoe suas Career Pages.** Pense em recursos visuais. Pense no ambiente digital. Pense em vídeos. Pense em personalização. Adquira o espaço de anúncio em sua Company Page para gerar tráfego.
- Envie Atualizações de status direcionadas.** Diversifique o conteúdo, desenvolva um calendário de publicações e desperte o interesse, sempre mantendo a mensagem da marca.
- Mensure o desempenho da sua marca com o Talent Brand Index.** Veja se você está alcançando e engajando profissionais com sua marca de empregador no LinkedIn. Para isso, acompanhe a pontuação do seu Talent Brand Index e compare-a à concorrência, em diferentes localidades e funções.

** Página 34 do Guia da marca de empregador (<http://linkd.in/1pF6kca>)

Anexo

Visão geral das ferramentas do LinkedIn

	Seleção estratégica	Direcionamento de vagas	Desenvolvimento da marca de empregador
Ferramentas gratuitas do LinkedIn	<p>Perfil pessoal</p> <p>Pesquisa básica</p> <p>Grupos (http://linkd.in/1erqnnD)</p>		<p>Perfil pessoal</p> <p>Company Page (http://linkd.in/1hhAMXV)</p> <p>Atualizações de status direcionadas(http://linkd.in/1e16Z0W)</p> <p>APIs (http://linkd.in/1g7CJSb)</p>
Soluções de Talentos do LinkedIn	<p>LinkedIn Recruiter (http://linkd.in/QD8TQ5)</p> <p>Talent Pipeline (recurso do LinkedIn Recruiter)</p>	<p>Anúncios de vaga (http://linkd.in/1mY3WOT)</p> <p>Job Slots (http://linkd.in/1hBQTKN)</p> <p>Vagas em Destaque(http://linkd.in/1hBQTKN)</p>	<p>Career Pages (http://linkd.in/OE94sg)</p> <p>Trabalhe conosco (http://linkd.in/1g8Kdl5)</p> <p>Video Ads</p> <p>Grupos em Destaque</p>

Nós entendemos você

10 problemas de recrutamento comuns e como o LinkedIn pode ajudar

Problema

Solução do LinkedIn

Você não tem orçamento para investir (mais) em recrutamento nas mídias sociais.

Utilize diversas ferramentas gratuitas do LinkedIn, como os perfis, as Company Pages (pp. 7–19 e 55), as Atualizações de status direcionadas (p. 46), as APIs (p. 58) e os Grupos (pp. 25, 47 e 58).

Seus gestores fazem solicitações difíceis de atender.

Consulte Relatórios do banco de talentos (pp. 23–29) e faça pesquisas com o LinkedIn Recruiter (pp. 21–33) para ajudar a definir as expectativas.

Você precisa preencher uma vaga importante imediatamente.

Destaque as vagas que são prioridade para que elas sejam exibidas em posição de destaque (pp. 34–41).

Você quer ampliar o alcance de uma mensagem importante.

Destaque seu melhor conteúdo (pp. 46, 50 e 52–58) para alcançar usuários do LinkedIn que não são seguidores da sua empresa.

Você registra notas sobre os candidatos manualmente em diversos sistemas diferentes.

Utilize o recurso Talent Pipeline (pp. 28) para agregar, acompanhar e entrar em contato com talentos.

Suas pesquisas do LinkedIn Recruiter geram muitos (ou poucos) resultados.

Teste técnicas de pesquisa booleana diferentes (p. 24) para ampliar ou restringir seus resultados.

A média de respostas do InMail é baixa.

Siga as 9 regras de ouro do InMail (p. 27)

Você precisa reforçar o recrutamento de estudantes e outros grupos específicos.

Utilize as ferramentas pertinentes, como LinkedIn CheckIn e University Pages (p. 29).

Você não sabe se seus esforços no LinkedIn estão surtindo impacto.

Defina objetivos logo no início e avalie seu impacto com os recursos de análise de perfis e Company Pages (p. 19), métricas de seleção do LinkedIn Recruiter (p. 30), análises de desempenho das vagas/candidatos (p. 41) e Talent Brand Index (p. 51).

Hall da fama do LinkedIn

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

Como começar	Seleção	Vagas	Marca
Personal Branding Checklist (http://bit.ly/1h7VpGH)	Talent Pipelining: melhores práticas (http://linkd.in/1e9H7zD)	Create a Great Job Post (http://slidesha.re/1pVosN1)	Talent Brand Index (TBI) (http://linkd.in/1gZdMh6)
Tendências globais em recrutamento (http://linkd.in/1glW0P4)	The Diversity Hiring Playbook (http://linkd.in/1omD8JA)	7 Tricks to an Irresistible Job Description (http://linkd.in/1jxjjux)	Guia da marca de empregador: 5 etapas para criar uma marca de talentos na era das mídias sociais (http://linkd.in/1mIJ9yv)
Tendências de talentos - 2014: O que está na cabeça dos profissionais (http://linkd.in/1lmdf89)	Your 3-Step Recruiting Team Makeover (http://linkd.in/1IAwFsD)		

As autoras



Mckenzie Lock

Gerente de Marketing Sênior das Soluções de Talentos do LinkedIn

Mckenzie é Gerente de Marketing Sênior no LinkedIn. Depois de ter sua própria carreira transformada por um recrutador, agora ela trabalha para criar conteúdo atrativo que ajuda recrutadores a serem mais eficientes, bem-sucedidos e respeitados.

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



Kate Reilly

Consultora de Marketing

Kate é consultora de marketing freelance. Ela cria conteúdos repletos de insights para a equipe de Soluções de Talentos do LinkedIn, além de sempre contribuir com textos para o Talent Blog.

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

Dúvidas?

Entre em contato com a equipe de Soluções de Talentos do LinkedIn pelo site [Inkd.in/contato](https://www.linkedin.com/inkd/in/contato)

Fundado em fevereiro de 2003, o LinkedIn conecta profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos. Com mais de 300 milhões de usuários em todo o globo, inclusive executivos de todas as empresas da Fortune 500, o LinkedIn é a maior rede profissional na Internet.

As Soluções de Talentos do LinkedIn oferecem uma variedade de soluções de recrutamento para ajudar organizações a localizar, atrair e despertar o interesse dos melhores talentos. Temos o compromisso de oferecer aos nossos usuários a melhor experiência de contratação possível.

Conheça as nossas soluções em mais detalhe
br.talent.linkedin.com