



Estudo de Caso: Isban

I - A Empresa

A Isban – Ingeniería de Software Bancario – é a empresa fornecedora de projetos de tecnologia da informação do Grupo Santander. Seu foco é o desenvolvimento de soluções inovadoras e a implantação da estratégia de software. Criada em 2002, a empresa faz parte da Divisão de Tecnologia e Operações do Santander e está presente em 11 países, com mais de 12 mil funcionários ao redor do mundo. No Brasil, a empresa possui mais de 700 profissionais, somando funcionários e estagiários.

II - Início da Parceria

A Isban Brasil readequou a sua estratégia de recrutamento e seleção em 2013, migrando do modelo de uso de sites de divulgação de vagas ou bancos de currículos para o conceito LinkedIn. Além de ampliar a assertividade e alcance de candidatos, o objetivo consistia em ascender a Isban Brasil a um papel de maior relevância no mercado de tecnologia brasileiro e evoluir a marca empregadora da empresa, tornando-a mais atrativa aos talentos desejados para compor a equipe.

Antes da contratação das Soluções de Talento LinkedIn e da construção da página Isban Brasil na rede a empresa queria reforçar a sua marca empregadora no mercado. A divulgação de vagas através de sites de empregos tornava o processo longo.

Em contrapartida, atualmente a organização é reconhecida como uma das principais empregadoras do setor, fato que facilita a busca por novos candidatos.

Na visão da empresa, a plataforma é simples e prática no uso, facilitando o dia a dia da equipe de recrutamento

e seleção. O alcance que a ferramenta possui entre os profissionais e a maneira de encontrá-los são outros benefícios em destaque.

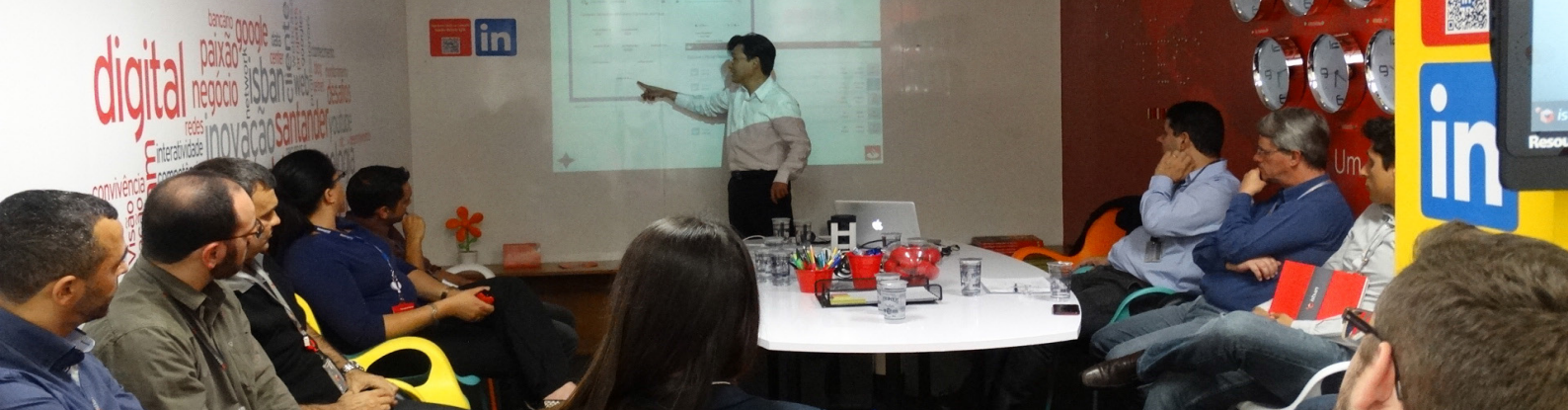
II - Uso de Ferramentas

A Isban trabalha principalmente com o Recruiter e o Job Slots, ambos para vagas mais estratégicas. A empresa aponta o Recruiter como responsável por 26 contratações em 2015, ou seja 100% das contratações externas daquele ano, além de ser o responsável pela criação de um banco de currículos com mais de 800 profissionais, com os quais mantém um contato regular para futuras oportunidades. A organização aponta como grande diferencial os filtros de busca, que funcionam de modo simples e assertivo. Um bom exemplo está na contratação de um Analista de Sistemas com experiência em uma ferramenta pouco utilizada no Brasil. Havia dificuldades de encontrar o candidato ideal para a posição e a ferramenta foi fundamental para o recrutamento do profissional. Esta foi uma das primeiras contratações feitas por meio do Recruiter.

Já o Job Slots se dá para vagas mais urgentes e estratégicas, contando com o diferencial da divulgação, já que elas aparecem na Página de Carreiras (Career Page).

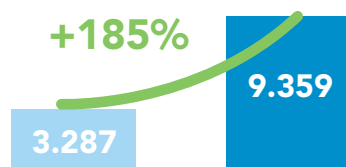
100%

Das contratações foram influenciadas pelo LinkedIn



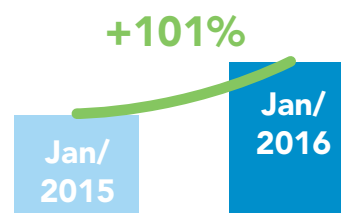
IV - Resultados

Em relação à marca, a plataforma LinkedIn também colaborou para a maior visibilidade da empresa. Em apenas 18 meses, a Isban superou a marca de 9.000 seguidores, ocupando a primeira posição dentre empresas do seu segmento (Cielo, IBM, Indra, Resource IT Solutions, Sistran e Stefanini).



Número de aumento de seguidores entre Janeiro de 2015 e Janeiro de 2016.

A Isban Brasil acredita no crescimento orgânico de seguidores na Página de Carreiras, portanto a estratégia de Comunicação & Marketing da empresa para a plataforma visa compartilhar práticas, programas de RH e projetos importantes desenvolvidos pela equipe. O discurso busca a proximidade entre a organização e seus funcionários e estagiários, personagens principais das publicações. Com suas experiências, opiniões e visões de mercado, a Isban acredita que transmite maior transparência e compromisso ao público externo.



Número de aumento de conexões.

V - Marca Empregadora

Mais do que apoiar a atração de talentos, a evolução da marca Isban Brasil coloca a empresa em um novo patamar como referência no mercado de tecnologia do país. Ao compartilhar ações internas e externas, projetos, programas de estágio e de contratação, a empresa expõe suas práticas e fortalece sua imagem junto a parceiros, fornecedores e profissionais não apenas de tecnologia, mas de todas as áreas de interesse.

Segundo a empresa, o LinkedIn é atualmente a principal plataforma de relacionamento entre a empresa e os candidatos. É simples e prática, sendo flexível para atender às estratégias desenhadas pela companhia. Além disso, a ferramenta permite o contato com profissionais mais qualificados e a área de recrutamento sente a diferença em como as pessoas chegam às entrevistas.

Em sua Página de Carreiras, a Isban Brasil compartilha os seus programas de RH por meio do olhar de seus funcionários. Além disso, com a página também houve um crescimento de profissionais mais qualificados interessados pela companhia e, conseqüentemente, candidatando-se para as vagas. O que fez diferença no tempo e assertividade no recrutamento de novos talentos.

Para a empresa, atualmente a concorrência é maior pela busca de talentos. A Isban acredita que criatividade de divulgação das vagas gera maior atratividade. Além disso, o pacote de remuneração e benefícios não é mais suficiente para atrair talentos. Os profissionais têm necessidade de um plano de carreira, com expectativas claras sobre o seu desempenho na organização e ainda optam por trabalhar em empresas com as quais se identificam com a cultura organizacional.



Se deseja saber mais informações, entre com [contato conosco](#). LinkedIn e InMail são marcas registradas da LinkedIn Corporation nos Estados Unidos e em outros países. As demais marcas e nomes são de propriedade de seus respectivos titulares. Todos os direitos reservados.