

“Com o investimento nas ferramentas do LinkedIn, a OLX passou a contar com mais autonomia para fazer a triagem e selecionar os candidatos para um processo seletivo. Os resultados superaram a expectativa da empresa, pois a marca OLX passou a ser a mais desejada entre os candidatos de várias áreas.”

Simone Lima
Gerente de RH

Case de Sucesso: OLX

A EMPRESA

Fundada em 2006 pelos empresários argentinos Fabrice Grinda e Alec Oxenford e presente em 45 países, a OLX é o maior site de compra e venda do mundo. O grupo lidera o mercado global de marketplace C2C (consumidor a consumidor), além das verticais de carros e imóveis. Mensalmente, mais de 100 milhões de pessoas, de todas as partes do planeta, geram 1,9 bilhão de visitas nos sites, o que reflete em 54 milhões de itens anunciados.

A OLX no Brasil é fruto de uma parceria entre os dois maiores grupos de mídia e investimento em marketplace do mundo: o sul-africano Naspers e o norueguês Schibsted.

Maior representante da economia compartilhada do País, a empresa está presente no Brasil desde 2010, com escritórios em São Paulo e no Rio de Janeiro e um time de mais de 550 profissionais. Em 2017, lançou o Storia Imóveis, plataforma focada no público profissional, com imóveis de médio e alto padrão.

O objetivo da empresa é contribuir para o fortalecimento de um novo comportamento de consumo, no qual todos os envolvidos neste processo de compra e venda se beneficiam:

- O vendedor desapega de um produto que não é mais útil e ao mesmo tempo consegue uma renda extra para realizar planos e

projetos pessoais;

- O comprador adquire produtos em condições mais acessíveis;
- A comunidade se beneficia, já que as transações aproximam as pessoas e o dinheiro movimentado fica na região;
- O meio ambiente ganha muito, pois aumenta o ciclo de vida dos produtos, reduzindo o impacto ambiental.

“

“O brasileiro está cada vez mais consciente em seus hábitos de consumo. As pessoas estão mais interessadas em fazer parte da economia compartilhada, parando de acumular desnecessariamente e aprendendo a consumir de forma mais inteligente. O que já é realidade em outros países está se tornando cada vez mais forte no Brasil.”

Andries Oudshoorn
CEO OLX Brasil



O DESAFIO

Encontrar o talento ideal

O objetivo da gerência de recrutamento e seleção da OLX é buscar sempre os melhores talentos para fazer parte da empresa. No ano passado, a empresa aumentou a equipe de tecnologia e produto em 50 novos profissionais. Este ano, a companhia planeja fazer novos investimentos em tecnologia, produto e inovação. Para isso, a OLX pretende continuar contratando. Há cerca de 40 vagas planejadas, tanto para o escritório no Rio, quanto para São Paulo.

Simone Lima, gerente de RH, destaca que, para fazer evoluir a trajetória de crescimento acelerado e sustentável da empresa, é preciso atrair os melhores talentos. “Nosso objetivo é sermos vistos como uma das melhores empresas para se trabalhar. Antes do LinkedIn, tínhamos outras ferramentas que davam suporte à promoção das vagas, mas que não ajudavam a criar a imagem que queríamos: de uma empresa disputada pelos candidatos”, explica.

O LinkedIn, segundo ela, é hoje um dos melhores canais de divulgação de vagas para a OLX, porque mostra para os candidatos os benefícios de trabalhar em uma empresa líder no mercado, com inúmeras possibilidades de ascensão na carreira.

AS SOLUÇÕES

Recruiter, Career Page, Job Slot e Job Promoted

A OLX adquiriu a ferramenta Recruiter com o objetivo de ser mais assertiva na seleção de candidatos. Em seguida, veio a Career Page e os Job Slots, para dar mais visibilidade à marca empregadora e, conseqüentemente, das vagas abertas existentes. Mais recentemente, a companhia adquiriu o Job

Promoted, para dar um destaque mais específico a algumas posições em aberto.

Com o investimento nas ferramentas do LinkedIn, a OLX passou a contar com mais autonomia para fazer a triagem e selecionar os candidatos para um processo seletivo.

O LinkedIn promove hoje o conceito de Talent Intelligence, que permite combinar a inteligência aos dados e insights do processo. A inteligência de talentos proporciona vantagem competitiva em todas as etapas da busca e seleção de profissionais e ajuda a contratar as pessoas mais apaixonadas e qualificadas, em um menor período de tempo.

Por meio da ferramenta Talent Insights é possível reunir todos os benefícios dos dados do LinkedIn para automatizar e adicionar inteligência à forma como se identifica e acessa os talentos, além de gerenciar as expectativas da contratação.

Os resultados ultrapassaram a expectativa da empresa, pois a marca OLX passou a ser a mais desejada entre os candidatos de várias áreas.



“Nosso objetivo é sermos vistos como uma das melhores empresas para se trabalhar. Antes do LinkedIn, tínhamos outras ferramentas que davam suporte à promoção das vagas, mas que não ajudavam a criar a imagem que queríamos: de uma empresa disputada pelos candidatos.”

Simone Lima
Gerente de RH



OS RESULTADOS

Os resultados surpreendem. O relatório de avaliação, elaborado pelo LinkedIn, constata de que a marca OLX tornou-se top of mind em relação aos concorrentes. Entre novembro de 2016 e novembro de 2017, houve um crescimento de interesse pela empresa de mais de 308% entre o total de profissionais que conhecem a marca e aqueles que realmente se candidataram a alguma vaga. Sete em cada dez profissionais lembram da marca, em relação aos concorrentes da OLX.

A marca conta com dois elementos importantes: alcance e engajamento. De 304.345 profissionais que são alcançados pela marca, 73.478 talentos se candidataram a vagas oferecidas em janeiro de 2018, contra 8.863 no mesmo período do ano passado. O que representa um crescimento de mais de 729%.

Entre os seguidores da página, 83% estão interessados na empresa como empregadora. Eles estão 44% mais propensos a se interessar pela marca empregadora do que pelos concorrentes. No mesmo período, o número de contratações cresceu mais de 76%. Desse total, 58% foram influenciados pelo LinkedIn.

A presença da marca, considerada pelo número de pageviews mensais, aumentou mais de 123%, de 1.283 para 2.861. O total de seguidores da marca subiu mais de 339%, de 5.903 para 25.942. A OLX atraiu 30% de candidaturas da área de Tecnologia e mais de 20% da área de Negócios pelo LinkedIn.

A porcentagem de candidaturas na OLX por meio do LinkedIn, em janeiro deste ano, ultrapassou os 341% em relação ao ano passado, num total de 4.773 profissionais.

Com a ajuda da ferramenta Job Slot, segundo Simone, a OLX conseguiu contratar, em menos de 6 meses,

10 profissionais para cargos-chave.

Já por meio da Career Page, foi possível divulgar como é trabalhar na OLX. A ferramenta possibilita o uso de recursos como vídeo, imagem e texto para mostrar como é o trabalho diário na OLX. Recentemente, a empresa usou o recurso de vídeo nativo do LinkedIn. “Divulgamos uma palestra muito interessante, que tivemos internamente, para transmitir melhor como é trabalhar na OLX e mostrar o nosso dia a dia”, explica Simone

A OLX está contratando pessoas que acreditam no propósito da empresa. “Por meio do LinkedIn, é possível tangibilizar a cultura da nossa empresa. Com isso, naturalmente as pessoas que seguem a nossa página se engajam com o nosso conteúdo. São pessoas que valorizam e gostam do nosso jeito de ser. Dessa forma, fica mais fácil identificar quem tem uma predisposição maior a viver nossos valores no dia a dia”, conclui a gerente de RH da OLX.



“O LinkedIn nos ajudou a mostrar como é trabalhar na OLX. Com isso, as pessoas que nos seguem se identificam com a marca e passam a desejar viver nossos valores no dia a dia.”

Simone Lima
Gerente de RH



Simone Lima
Gerente de RH