



“O processo de entrevista com o RH e com o gestor da área que vai contratar leva 15 dias. Antes, levava um mês”,  
**Juliana Pinho, gerente executiva de Recursos Humanos**

## Caso de Sucesso: SMILES

### Destaques

- Criação e administração de um banco de currículos com cerca de **20 mil** profissionais cadastrados;
- Talent Brand Index (TBI) subiu de 9%, em junho de 2017, para **80% em 2018**;
- **Company Page** cresceu de dois mil seguidores, em junho de 2017, para **150 mil seguidores em 2018**;
- **31% das contratações foram influenciadas** pelo investimento nas soluções do LinkedIn.

### PERFIL DA EMPRESA

O Programa Smiles, lançado em 1994, foi inicialmente criado como programa de milhagem para fidelizar os passageiros da então companhia aérea Varig. Com a venda da Varig em 2007, o programa passou a pertencer à GOL Linhas Aéreas Inteligentes S.A. Em julho de 2012 foi constituída a empresa independente Smiles Fidelidade S.A. para gerir, administrar e operar, com exclusividade, a partir de janeiro de 2013, o Programa Smiles.

Hoje, o Programa Smiles é um dos maiores programas de multifidelização no Brasil, com mais de 13,7 milhões de participantes. O cliente pode acumular e resgatar milhas por meio de diversos parceiros aéreos como Gol, Air France, Delta Air Lines, Aerolíneas Argentinas, KLM, Emirates, Qatar, TAP, Alitalia, Etihad, Copa Airlines, Korean Air, Air Canada e AeroMéxico, além de outros parceiros não aéreos. A Smiles tem parceria com os maiores bancos comerciais do Brasil e da América do Sul, administradoras de cartões de crédito, grandes redes de varejo, hotéis, restaurantes, empresas de aluguel de automóveis, postos de gasolina, dentre outros, para garantir aos participantes ampla gama de opções de acúmulo de milhas.

O Programa Smiles se torna cada vez mais atraente por proporcionar o resgate de passagens aéreas em mais de 900 destinos no mundo, além de resgate e acúmulo de milhas com a compra de produtos e serviços no Shopping Smiles e de diversos outros parceiros, como Uber, Claro e Shell.

### Talent Brand Index aumentou 823%

É a porcentagem de pessoas que demonstram interesse em trabalhar na empresa, dentre aquelas que a conhecem. Quanto maior o índice, mais fácil é atrair os candidatos certos e preencher os cargos disponíveis. No caso da Smiles, o índice subiu de 9% para 80%.

### Marca empregadora

É quando a organização é tida como referência de um bom lugar para se trabalhar.



“Nos interessa o profissional com brilho nos olhos e vontade de aprender e se desenvolver que encontre um propósito de vida na Smiles”

**Juliana Pinho, gerente executiva de Recursos Humanos**

## Desafio corporativo

Fortalecer a marca empregadora e ser percebida como empresa jovem e independente, almejada pelos profissionais mais qualificados da área. Ter acesso mais rápido aos melhores candidatos e realizar contratações com mais assertividade.

A Smiles é uma empresa jovem, com pouco mais de cinco anos de atuação. Desde 2013, a marca vem se fortalecendo e se posicionando como uma companhia independente. “Até então, nossa imagem estava muito ligada à empresa aérea GOL. Queremos mostrar que temos gestão e desafios diferentes. A parceria com o LinkedIn começou justamente para expor ao mercado corporativo esse momento”, comenta Juliana Pinho, gerente executiva de Recursos Humanos da Smiles. Para a executiva, era preciso tornar a empresa alvo de desejo para os melhores profissionais da área e também trazer o processo de seleção para dentro de casa. “Por isso, adotamos o Job Slots, soluções de Talentos do LinkedIn. E os resultados logo surgiram”.

Antes do uso das ferramentas do LinkedIn, não havia uma fonte de recrutamento ou banco de currículos. “Estávamos sujeitos aos serviços externos de consultorias. Isso trazia rigidez e falta de agilidade ao processo de contratação. Quando surgia uma vaga, levávamos de 15 a 20 dias para receber o primeiro candidato”.

Hoje, o tempo para concretizar uma contratação é muito menor. “Em apenas um dia consigo definir os candidatos e já apresentar as alternativas para o gestor da área.

## Banco de currículos

Uma vitória da Smiles foi a criação de um banco de currículos interno com 20 mil profissionais. Dessa forma, a empresa passou a ter acesso mais rápido aos candidatos, com maior assertividade das ações. “Isso gera um diferencial enorme na escolha dos candidatos. Podemos entender, conhecer e identificar aqueles que têm o nosso DNA. Esse processo tem nos propiciado resultados bem positivos. Já tive retorno de pessoas de outras empresas que viram o nosso banco e querem fazer igual”.

Juliana revela que, com o apoio de tecnologia, a Smiles busca profissionais com perfil jovem, não só de idade, mas também de espírito, e com alto grau de energia. Além disso, é levada em conta a ligação do candidato com o mundo digital.

“Valorizamos também o trabalho em startups e e-commerce, por exemplo. Queremos gente com relevância no digital, menos especialista e mais generalista, com escopo amplo, mais de um tipo de conhecimento, relacionamento e compreensão de várias áreas e que tenha boa formação acadêmica. Enfim, nos interessa o profissional com brilho nos olhos e vontade de aprender e se desenvolver que encontre um propósito de vida na Smiles”.

## Uma vaga e 11 mil candidatos

O desenvolvimento da Company Page da Smiles no LinkedIn é outro ponto destacado por Juliana. “Foi possível compartilhar informações da empresa e dos nossos líderes e mostrar aos candidatos como é bom trabalhar na Smiles. Antes, eu usava a minha página pessoal para divulgar as nossas vagas. Depois do LinkedIn, passamos a ter um espaço específico para isso. Agora fazemos um trabalho corporativo”.

Para se ter uma ideia da evolução, hoje uma vaga na Smiles chega a ter 11 mil interessados. “A repercussão é incomparável, muito maior do que se o anúncio fosse feito na minha página. A notícia vai mais longe, faz mais barulho. Quem não usa o LinkedIn está desatualizado e fica para trás em relação às outras empresas. O mundo hoje é digital”, reforça Juliana.

## Combinação perfeita, instintos e insights

Todo o procedimento de atração de talentos ganha força pensando em Talent Intelligence. É dessa maneira que o LinkedIn une dados e insights para qualificar cada etapa do processo de recrutamento, integrando tecnologia ao toque humano.

A inteligência de talentos proporciona vantagem competitiva, ajudando na contratação de pessoas mais apaixonadas e capacitadas no menor período de tempo. Assim, as empresas recrutam e gerenciam talentos mais estrategicamente.

O Talent Intelligence permite a resposta de perguntas muito difíceis sobre o cenário de talentos. Qual a melhor hora para procurar alguém? Como escrever a mensagem perfeita e como saber quem responderá? Como prever ameaças de contratações pela concorrência? O pacote de compensação da companhia é competitivo? Com a oportunidade de acesso e análise em tempo real aos mais de 546 milhões de usuários do LinkedIn, é possível responder essas e outras questões e viabilizar a tomada de decisões bem mais assertivas.



“Quem não usa LinkedIn está desatualizado e fica para trás em relação às outras empresas. O mundo hoje é digital”

**Juliana Pinho, gerente executiva de Recursos Humanos**

Além disso, a companhia fez o upgrade da Company Page, incluindo também a Página de Carreiras, o que possibilitou divulgar mais informações sobre a empresa no LinkedIn.

A executiva considera que a Smiles já pode se equipar, em número de seguidores, a empresas grandes e até com mais tempo de história. “Saímos de dois mil seguidores na nossa Company Page, em junho de 2017, para 150 mil em 2018. Antes da adoção das soluções, era comum alguém me encontrar e perguntar se eu sabia de alguma vaga na GOL. Não havia essa dissociação”.

Outro benefício gerado foi o crescimento do Talent Brand Index, que aumentou 823% em um ano. Esse indicador mostra a porcentagem de pessoas com interesse em trabalhar na empresa dentre aquelas que a conhecem. No caso da Smiles, o índice atual é de 80%.

Na avaliação da executiva, agora a Smiles tem uma página estruturada e ativa, com informações atuais e que geram estímulo à visita. “Foi por conta disso que o número de seguidores subiu tanto. Os resultados satisfatórios que alcançamos nos mostra que já é hora de investir em novos produtos do LinkedIn”.

## Candidatos passivos

Na Smiles, o foco em candidatos passivos é marcante. Juliana afirma que as soluções do LinkedIn são fundamentais nesse quesito. “Com essas ferramentas temos acesso a todos os profissionais, tanto aos que procuram uma vaga quanto àqueles que não estão nessa busca. O espectro aumentou muito. Hoje, posso buscar alguém que nos interessa e não esteja, necessariamente, procurando uma nova colocação”.

## Dica de Juliana Pinho

Um profissional que vai começar a atuar na área de Aquisição de Talentos deve conhecer as ferramentas de recrutamento disponíveis no mercado para conseguir extrair o melhor de cada uma delas. Além disso, é vital investir tempo nas entrevistas. Isso ajuda a encontrar o profissional mais adequado e de forma rápida e assertiva. A prática constante permitirá detectar os aspectos mais relevantes dos currículos em menor tempo.



**JULIANA PINHO**  
gerente executiva de Recursos Humanos