



# Guia do recrutador moderno

A jornada do candidato no LinkedIn



# Apresentação

Não importa se você é uma start-up com cinco pessoas ou faz parte do ranking das 500 da Fortune, o talento sempre será uma prioridade. Seu sucesso como empresa e como recrutador está diretamente vinculado à sua habilidade de contratar pessoas de qualidade.

Mas, cada vez mais, não é você que escolhe o talento. É o talento que escolhe você. É o mercado dos candidatos, onde o talento tem mais acesso às informações e mais caminhos para explorar oportunidades de emprego, além dos benefícios da concorrência acirrada por contratações de profissionais qualificados. Os empregadores no mundo todo estão sentindo o impacto, com 38% informando escassez de talentos em 2015<sup>1</sup> e menos de 1 em cada 5 funcionários<sup>2</sup> planejando trabalhar no empregador atual por um longo período. No topo de tudo isso, a economia do emprego temporário e o surgimento

da força de trabalho da geração Millennial estão reescrevendo as regras de contratação como as conhecemos.

Essas mudanças exigem uma nova abordagem para a atração de talentos. Precisamos entender como os profissionais tomam suas decisões de carreira e encontram oportunidades, para engajá-los durante toda a jornada do candidato.

Este e-Book explica como você pode desenvolver e cultivar relacionamentos com talentos buscando seu objetivo mais importante: transformar candidatos em contratações. Ele também vai descrever como o LinkedIn ajuda você a encontrar, priorizar e engajar o talento certo no momento certo.

**Vamos começar!**

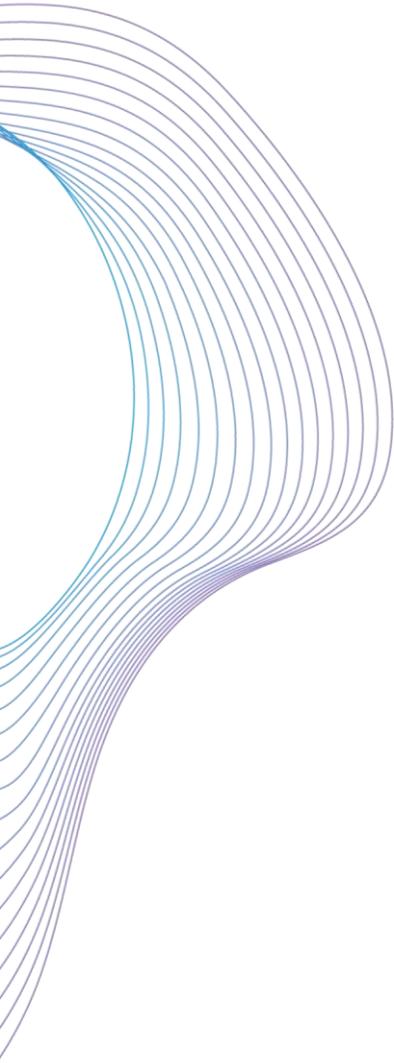
---

<sup>1</sup>ManPowerGroup2015 Talent Shortage Survey

<sup>2</sup> Estudo da PwC “Millennials at work Reshaping the workplace”

# Conteúdo

A jornada do candidato .....	5
<b>Descoberta:</b> mostre que sua organização é um excelente lugar para se trabalhar	
<b>Atração:</b> cultive relacionamentos com os potenciais candidatos .....	18
<b>Candidatura:</b> associe o candidato certo à oportunidade certa .....	25
<b>Engajamento:</b> motive e retenha os funcionários .....	32
<b>Acelere o processo:</b> a jornada do candidato com o LinkedIn Recruiter.....	38
Por onde começar .....	45
Quer mais? O Talent Blog tem. ....	46
Sobre as Soluções de Talentos do LinkedIn .....	47
Sobre os autores .....	48



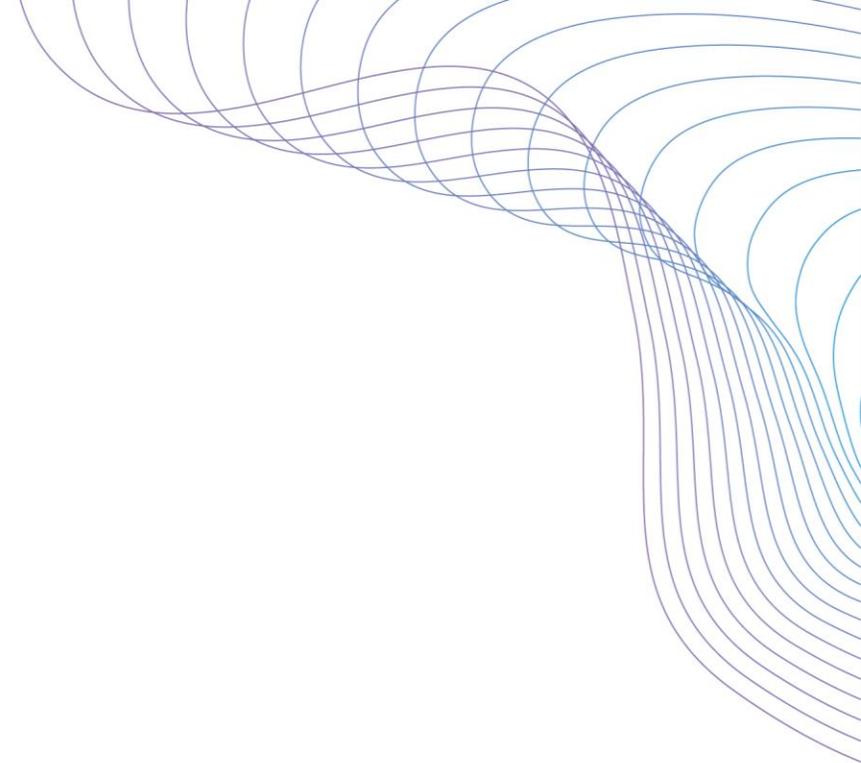
## Por que o LinkedIn?

O LinkedIn é onde mais de 414 milhões de profissionais de todo o mundo se conectam, obtêm informações e são contratados. Trata-se da maior rede social para profissionais, e com maior crescimento.

Todos os dias, bilhões de interações ocorre na sua plataforma. Os usuários atualizam seus perfis profissionais com novas competências, recomendações, formações acadêmicas e experiências de trabalho. Eles também desenvolvem relacionamentos com empresas, conectando-se aos funcionários, interagindo com o conteúdo e seguindo as Company Pages.

As Soluções de Talentos do LinkedIn são um conjunto de ferramentas que ajudam você a compreender essas interações. Elas podem ajudar você a encontrar os candidatos que precisa, desenvolver e manter relacionamentos e converter esses relacionamentos em contratações duradouras.





# A jornada do candidato

## As etapas da jornada do candidato

As pessoas passam pela jornada do candidato em seu próprio ritmo. Algumas aprendem sobre uma organização rapidamente, criam afinidade após uma interação e se candidatam a uma vaga em aberto em poucas semanas. Outras ficam no estágio da atração por meses ou até mesmo anos antes de considerar uma mudança na carreira.

Mas, você tem vagas para preencher. E, felizmente, existem caminhos concretos que podem ser seguidos para ajudar a mover os candidatos para as próximas etapas com mais rapidez. Tenha sempre em mente que, ao cultivar seus relacionamentos com os candidatos no dia a dia e ao utilizar os insights do LinkedIn para identificar os talentos mais propensos a considerar você como seu próximo empregador, você estará melhor preparado para um recrutamento de sucesso.

### ETAPAS



#### Descoberta

O candidato está aberto para novas oportunidades e começando a descobrir o que torna sua empresa única.

*“Gostaria de saber como é esta empresa...”*



#### Atração

O candidato está formando uma opinião sobre sua empresa e fazendo associações. Em outras palavras, criando um relacionamento com sua marca.

*“Há algo nesta empresa que a diferencia...”*



#### Aplicativo

O candidato decidiu utilizar tempo e energia para se candidatar à sua vaga.

*“Eu acho que vou gostar de trabalhar aqui...”*



#### Engajamento

Você mantém seus novos contratados felizes e engajados como funcionários, mantendo fortes sua marca empregadora e seus esforços de recomendação.

*“Eu vejo o crescimento da minha carreira nesta empresa.”*



#### PRIMEIRA ETAPA: Descoberta

## Mostre que sua organização é um excelente lugar para se trabalhar

Os candidatos na etapa de descoberta conhecem sua organização, mas ainda não estão considerando as oportunidades de emprego. Antes de imaginarem sua empresa como seu próximo empregador, eles precisam obter mais informações sobre você e sua organização, além de começar a desenvolver confiança e afinidade.

Ao investir na sua marca profissional e empregadora, você promove sua empresa e abre

caminho para debates sobre futuras contratações. Há impactos nos resultados também; as organizações com marcas empregadoras fortes gastam menos com contratação e tem uma melhor retenção dos funcionários.

Faça com que você e sua empresa sejam conhecidos. Vamos começar com você, cuja marca pessoal deve ser levada em conta, uma vez que representa sua organização.

## Primeira etapa

# Torne seu perfil mais autêntico

Seu perfil do LinkedIn reflete quem você é profissionalmente. Visitar perfis é a principal atividade no LinkedIn, o que significa que seu perfil geralmente é a primeira coisa que os candidatos veem. O perfil geralmente também é a primeira parada dos potenciais candidatos que desejam obter mais informações sobre sua organização.

Por isso ele precisa ser bem elaborado.

Tudo se resume à autenticidade. Ao transmitir seus valores, suas experiências, suas metas e sua personalidade de forma autêntica, você preparará o terreno para relacionamentos sólidos com candidatos.

Caso contrário, você perderá talentos para recrutadores que o fizerem.

## A anatomia de um perfil de recrutador bem construído

Insira uma foto simpática e atrativa, que convide as pessoas a se conectarem com você



Paige Eklund

Buscando talentos de qualidade para movimentar nossa equipe



Conectar

+ de 500 conexões

Crie um título claro, que vá além do seu cargo

[www.linkedin.com/peklund/](http://www.linkedin.com/peklund/)

Informações de contato

### Publicações

Publicado por Paige



**Como tornar as entrevistas divertidas para os dois lados**

5 de maio de 2016



**8 dicas para redigir excelentes listas de dicas profissionais**

29 de abril de 2016



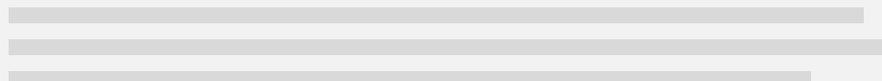
**Há somente 1 receita para o sucesso, e ela não é segredo**

18 de março de 2016

Mostre seus conhecimentos ao criar publicações mais extensas

### Histórico profissional

Resumo



Use mídias para mostrar a cultura da sua empresa



## 4 dicas para um perfil do LinkedIn mais autêntico

1

Escolha sua melhor foto. Perfis com fotos são 14x mais propensos a serem visualizados. Quatro dicas importantes para sua foto de perfil:

- Selecione uma foto que represente bem você
- Seu rosto deve ocupar ao menos 60% da imagem
- Vista suas roupas normais de trabalho
- Sorria



Paige Eklund



2

Redija um título interessante. Enquanto sua foto é o seu gancho visual, seu título é o escrito. Em vez de simplesmente descrever seu cargo, utilize seu título para compartilhar o que torna você especial e o diferencia dos demais. Não tenha medo de ser criativo: os títulos podem ser um excelente motivo para promover conversas com candidatos.



Paige Eklund

Buscando talentos de qualidade para movimentar nossa equipe



### Métricas de perfil a serem observadas:

- Quem viu seu perfil
- Quem interagiu com suas atualizações
- Quem visualizou e interagiu com suas publicações
- Sua classificação nas visualizações de perfil na sua empresa
- Estatísticas dos seguidores

### 3 títulos de recrutadores excelentes:

“Ajudando advogados a direcionar suas carreiras para a melhor firma de advocacia da região”

Lauren Barton, Coordenador de Recrutamento Lateral na Fenwick & West

“Fada-madrinha das contratações”

Annie Wenzel, Diretora de Recrutamento na Swing Talent, Inc.

“Trazendo os talentos mais criativos do mundo para atuar em São Francisco” Hillary Lannen, Diretora de Recrutamento na MUH-TAY-ZIK | HOF-FER

Quer saber mais?

[5 formas de destacar seu título do LinkedIn](#)

[6 etapas para construir sua marca de recrutador](#)



## 4 dicas para um perfil do LinkedIn mais autêntico

3

Invista muito no seu resumo. O resumo do seu perfil é o local para divulgar a história da sua carreira, sua paixão por recrutamento e seus motivos para trabalhar na sua empresa. Ao compartilhar quem você é e o que sua empresa oferece, os talentos serão mais propensos a engajar com você sobre suas metas de carreira.

Não sabe bem o que escrever? Quatro perguntas que podem ajudar:

- O que você faz profissionalmente?
- Por que você faz o que você faz?
- O que você ou sua empresa podem oferecer de especial aos candidatos?
- O que você gostaria que os candidatos fizessem após ler seu resumo?

DICA: Convidá-los para se conectar e iniciar um diálogo é uma excelente forma de encerrar seu resumo.

4

Seja um líder inovador compartilhando e publicando conteúdos. Selecionar conteúdos existentes é mais rápido do que criar conteúdos originais. Utilize o SlideShare e o LinkedIn Pulse para descobrir conteúdos de qualidade rapidamente e utilize as atualizações de status para compartilhá-lo com sua rede.

Quando tiver algo para falar, as publicações são uma excelente forma de demonstrar sua liderança inovadora e sua experiência aos candidatos e a outros profissionais. O LinkedIn é uma das plataformas de publicação com crescimento mais rápido do mundo.

### Publicações

Publicado por Paige



**Tornando as entrevistas divertidas para os dois lados**

5 de maio de 2016



**8 dicas para redigir excelentes listas de dicas profissionais**

29 de abril de 2016



**Há somente 1 receita para o sucesso, e ela não é segredo**

18 de março de 2016

## Por que publicar no LinkedIn?

Publicar no LinkedIn é uma excelente forma de criar sua marca profissional. Quanto mais publicações relevantes e de qualidade você publicar, maior será seu alcance e mais forte será sua marca. Escrever sobre a cultura e as conquistas da sua organização pode ajudar a criar sua marca pessoal e empregadora ao mesmo tempo.

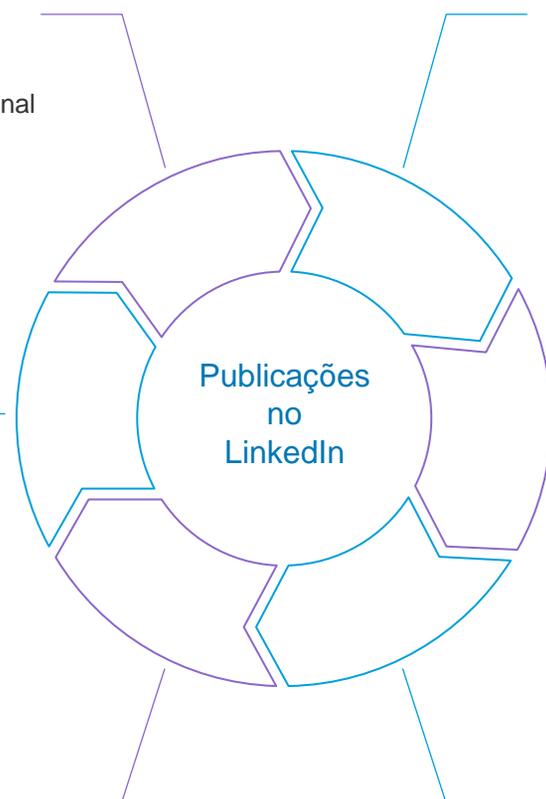
**3 milhões de**  
publicações até hoje,  
tornando o LinkedIn uma das  
plataformas de publicação profissional  
com crescimento  
mais rápido do mundo.

A publicação média atinge  
profissionais em

**21**  
setores  
de  
**9**  
países

Os usuários estão gostando,  
comentando e compartilhando  
publicações mais do que nunca.

O tráfego por publicação é de até  
**150%**



**230 milhões de**  
usuários  
podem publicar conteúdo  
profissional no LinkedIn atualmente.

**+ de 150 mil**  
publicações por semana  
Os profissionais publicam conteúdo  
todos os dias, sobre tópicos que vão  
do setor imobiliário a construção, de  
formação acadêmica a direito.

**38**  
Influencers no Brasil  
Líderes de atração de talentos como Vicky  
Bloch, Sofia Esteves, e Ruy Shiozawa  
estão utilizando o LinkedIn para  
compartilhar seu conhecimento.

## 3 etapas para o sucesso da publicação

1

Busque inspiração. Saiba por que outros usuários do LinkedIn publicam na rede. Baixe o aplicativo Pulse para Android ou iOS e fique informado sobre as notícias de atração de talentos quando estiver em trânsito.

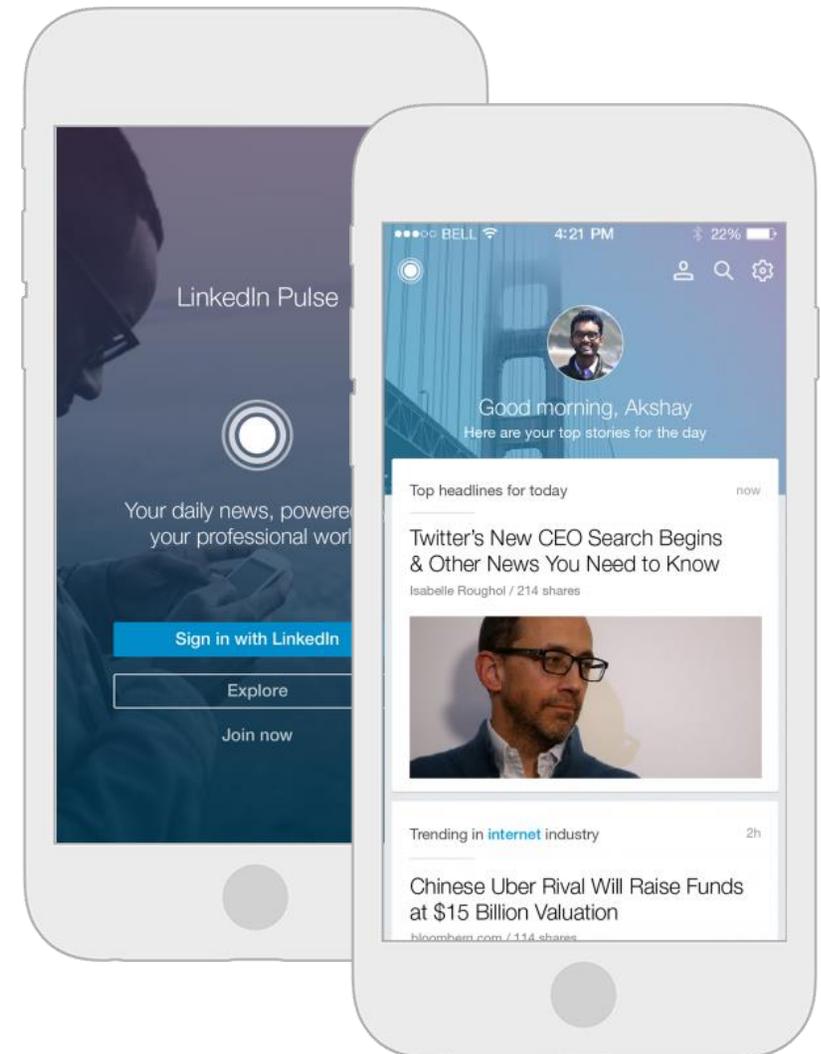
2

Redija. Cada um tem seu próprio processo para escrever algo. Faça o que funciona para você, mas lembre-se destas quatro dicas:

- Escreva sobre seu conhecimento/sua paixão.
- Escreva tendo seus candidatos em mente.
- Obtenha feedback do rascunho de pelo menos uma pessoa.
- Revise, revise e revise novamente.

3

Publique. Acesse aqui ou clique em Publicar na página inicial do computador para entrar em operação.





## Segunda etapa

# Configure sua Página de Carreira para se destacar

Assim como seu perfil ajuda os talentos a obter mais informações sobre você, sua Página de Carreira do LinkedIn ajuda os candidatos a obterem mais informações sobre sua empresa como um empregador. É o local no qual você pode divulgar uma história autêntica da sua organização e fornecer uma visão atraente sobre ser um funcionário.

Você provavelmente já tem uma Company Page no LinkedIn (se não, crie uma gratuitamente). A próxima etapa é uma Página de Carreira Premium, que permite que você direcione suas mensagens e vagas anunciadas aos candidatos com base em atributos como localidade, setor e função.

## A anatomia de uma boa Career Page

Texto interessante que desperta o interesse do leitor.

Várias versões de páginas, segmentadas para diferentes talentos visitantes.

Foco nos funcionários, Usando vídeos e citações que enfatizam a cultura da empresa.

**Expedia, Inc.** 183.902 seguidores [Seguir](#)

We are a community of travelers who call the world home. Join us and explore your next chapter.

**Descubra uma oportunidade**  
Faça sua marca na Expedia

**Trabalhe na Expedia**

[Encontre seu lugar aqui >](#)  
[Veja o que as pessoas estão falando >](#)  
[Veja o que nós temos para oferecer >](#)

O que os funcionários da Expedia estão falando...

**Atualizações recentes**

**Seja O engenheiro da sua carreira**

**Ganhador do primeiro Seattle Hackathon da Expedia**

**Vagas na Expedia, Inc.**

[Engenheiro de desenvolvimento de software II](#)  
São Francisco – CA – EUA

[Desenvolvedor de Big Data BI](#)  
Chicago – IL – EUA

[Analista de negócios sênior](#)  
Chicago – IL – EUA

[Representante de atendimento ao cliente](#)  
Springfield – MO – EUA

[Gerente de Produtos Sênior](#)  
Bellevue – WA – EUA

[Visualizar mais vagas na Expedia](#)

Recursos visuais arrojados e coloridos.

Vagas mais relevantes em destaque para os visitantes.

Sua Company Page e sua Página de Carreira ajudam você a ter mais seguidores. Seguidores são pessoas que estão virtualmente erguendo as mãos e escolhendo ficar conectados à sua organização.

### Por quê seus seguidores são importantes?

**79%** dos seus seguidores estão interessados em uma vaga na sua organização.

**62%** são mais propensos a responder à sua mensagem de InMail.

**40%** são mais propensos a candidatar-se a uma vaga na sua organização.

**61%** são mais propensos a compartilhar informações sobre sua organização.

## 4 etapas para obter seguidores de qualidade

1

Acrescente um botão Seguir ao seu site, é gratuito. Faça com que mais pessoas sigam sua Company Page incorporando em seu site um botão Seguir, gratuito.

2

Explore as mídias sociais. Promova sua Company Page nos Grupos do LinkedIn e em outras plataformas sociais, como Twitter e Facebook.

3

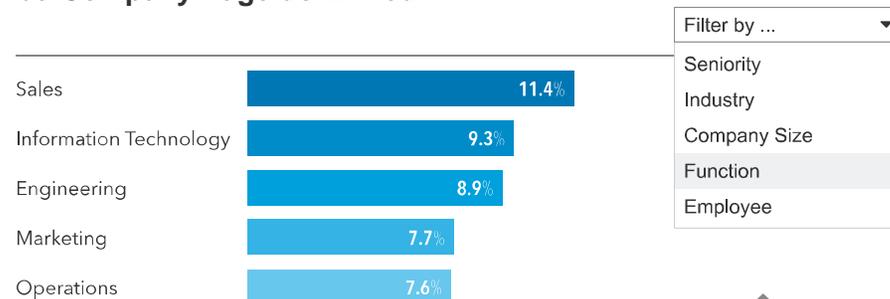
Envolva seus funcionários para que espalhem a notícia. Peça para sua equipe incluir sua Company Page e seus perfis do LinkedIn em todas as comunicações com candidatos. Eles podem até mesmo incorporar um botão Seguir em suas assinaturas de e-mail.

4

Acompanhe seu progresso. Utilize a guia Análise na sua Company Page para explorar a faixa demográfica de seguidores por função, setor, nível de experiência e tamanho da empresa. Você também pode visualizar quantos dos seus seguidores são seus funcionários. Utilize essa informação para determinar se você está atraindo o talento certo e como despertar o interesse desse público.

Para obter mais informações sobre a adição de um botão Seguir, acesse [developer.linkedin.com/plugins](https://developer.linkedin.com/plugins)

### Consulte a faixa demográfica de seguidores utilizando a análise da Company Page do LinkedIn



Você pode analisar a faixa demográfica de seguidores por função, nível de experiência, setor, tamanho da empresa e até mesmo quantos dos seus seguidores são seus funcionários.

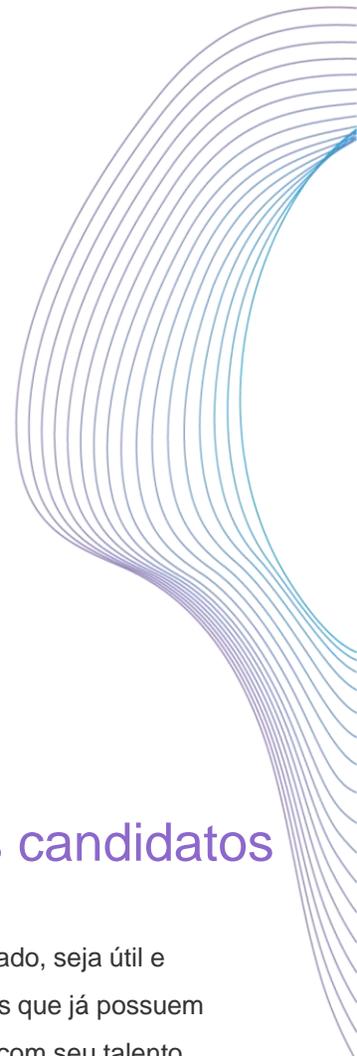


## SEGUNDA ETAPA: ATRAÇÃO

### Cultive relacionamentos com os potenciais candidatos

Agora que seus candidatos desejados conhecem você como empregador, é hora de cultivar esses novos relacionamentos e guiar os candidatos para que sejam suas próximas contratações.

Para isso, seja sempre lembrado, seja útil e aproveite as conexões mútuas que já possuem um relacionamento confiável com seu talento desejado: seus funcionários.



## Primeira etapa

## Alcance candidatos com atualizações de status e Sponsored Updates

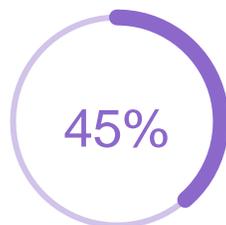
Os candidatos são ocupados, e com tanta coisa acontecendo no LinkedIn todos os dias, é importante colocar seu melhor conteúdo em frente ao talento certo para ter o maior impacto possível.

As atualizações de status são a ferramenta perfeita para:

- Mostrar que você é um parceiro estratégico.

Ao chamar a atenção dos candidatos com conteúdos valiosos, que possa os ajudar em suas carreiras, eles ficarão mais propensos a confiar em você, seja para uma orientação ou uma candidatura.

- Ficar visível e acessível. As atualizações de status são uma forma não invasiva de ser sempre lembrado. Tenha paciência: pode demorar um pouco para capturar um potencial candidato. Ganhe sua atenção e fidelidade hoje e contrate-o depois.
- Aumentar o seu alcance. Quanto mais indicações de gostei, comentários e compartilhamentos seu conteúdo receber, maior será seu alcance em toda a rede do LinkedIn. Aproveite os relacionamentos estabelecidos dos seus funcionários com talentos facilitando para eles o compartilhamento do seu conteúdo.



As atualizações de status que contêm links apresentam um engajamento de seguidores até 45% superior em comparação com aquelas que não contêm.

## 3 dicas para atualizações de status de sucesso

---

1

Publique com frequência. Comece com uma publicação por semana e aumente para 2 a 3 vezes por semana. Publicar regularmente mantém seu conteúdo atual e fornece aos seus seguidores algo que possam compartilhar nas suas redes. A qualidade é mais importante do que a quantidade, então, aumente a frequência somente se conseguir manter a qualidade. Considere a criação de um calendário editorial para planejar suas publicações e garanta que sua combinação de conteúdo seja relevante para os segmentos de talento que você deseja engajar.

2

Seja responsivo. Sempre responda aos comentários e às perguntas das suas atualizações. Considere a conexão e/ou o engajamento com as pessoas que compartilham e gostam das suas atualizações. Lembre-se: essas ações sociais indicam um interesse na sua organização, então não deixe ninguém sem resposta.

3

Valorize a qualidade e não a quantidade. Sua Career Page ajuda você a recrutar potenciais candidatos, então sempre publique conteúdos que reflitam sua marca e atraiam as pessoas que você deseja contratar.

### 5 ideias para atualizações de status envolventes

---

- Artigos da imprensa apresentando as etapas mais importantes da sua empresa.
- Fotos que demonstrem como seus funcionários se divertem no trabalho.
- SlideShare que demonstre a cultura e os valores da sua empresa.
- Celebrações dos sucessos dos seus funcionários.
- Oportunidades de emprego em aberto.

## Desperte o interesse dos candidatos que você está procurando com Sponsored Updates

Os Sponsored Updates ampliam seu alcance além dos seus seguidores para você atingir os mais de 414 milhões de usuários do LinkedIn e compartilhar conteúdo diretamente no feed de qualquer usuário. Direcione atualizações por cargo, setor, nível de experiência, área de estudo e competências, cultivando os relacionamentos mais valiosos para você.

Por exemplo, se sua organização está organizando um hackathon de engenharia, patrocine uma atualização para estudantes de engenharia nas universidades próximas, espalhando a notícia além dos seus seguidores.

Sponsored Updates são a melhor forma de compartilhar informações com pessoas que terão interesse.

Os Sponsored Updates segmentam os talentos que você deseja alcançar em todos os seus dispositivos.



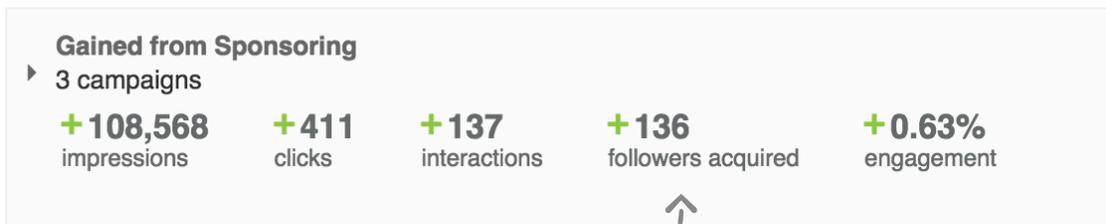
## Entenda como funciona

Sponsored Updates são ricos em dados. Cada Sponsored Update vem com seu próprio painel mostrando impressões, cliques, interações, o número de novos seguidores obtidos com a atualização e a porcentagem de engajamento.

Dica de profissional: utilize esses insights para entender qual conteúdo repercute melhor nos candidatos desejados. Em seguida, patrocine mais conteúdo como esse. Toda interação com sua marca cria relacionamento.

Essas análises ajudam você a controlar o custo e a mostrar a eficácia geral de uma publicação. Abaixo estão algumas definições importantes.

- Impressões: é o número de vezes que seu anúncio é visualizado. Toda vez que uma atualização é exibida no feed de notícias, ela é contada como uma impressão.
- Engajamento: é o número de cliques no seu link de atualização, assim como as indicações de gostei, os compartilhamentos, os comentários e os seguidores conquistados, divididos pelas impressões.



Ao patrocinar esta atualização para um público maior, esta organização atraiu 136 novos seguidores.



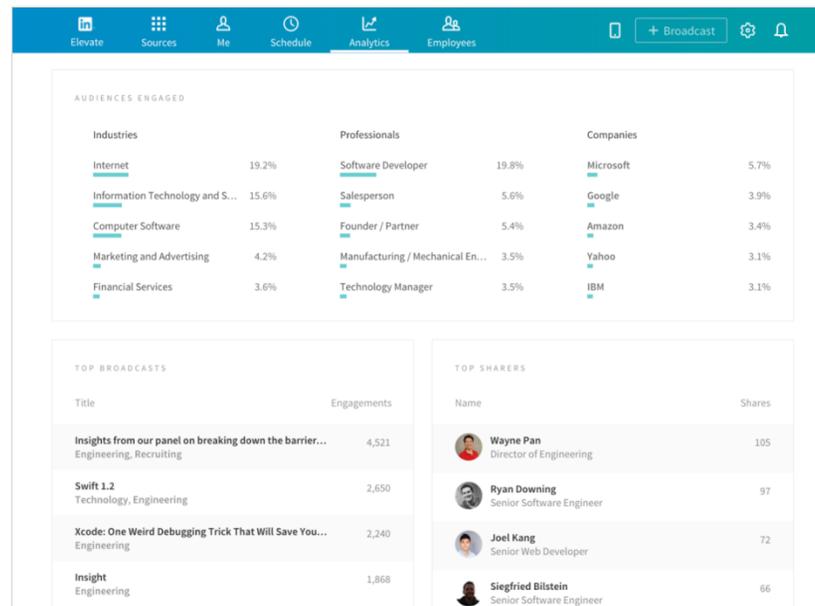
Engajamento =

$$\frac{\text{(Cliques + indicações de gostei + compartilhamentos + comentários + seguidores conquistados)}}{\text{Impressões}}$$

## Segunda etapa

## Facilite o compartilhamento de conteúdos pelos funcionários com o LinkedIn Elevate

Seus funcionários já estão conectados a um conjunto diverso e qualificado de candidatos. Em média, os funcionários de uma empresa possuem 10 vezes mais conexões do que uma empresa possui seguidores. Com o LinkedIn Elevate, os funcionários obtêm um fluxo contínuo de conteúdo de qualidade para compartilhar no LinkedIn, Twitter e Facebook, ajudando a influenciar todas as potenciais contratações em suas redes.



Você pode medir facilmente o impacto do Elevate. Você pode visualizar quais são seus funcionários mais ativos na mídias sociais, controlar o engajamento ao longo do tempo e identificar quais tipos de conteúdo geram visualizações de vagas, seguidores da Company Page e contratações.

Em média, os usuários do Elevate:  
Compartilham 4x mais do que antes  
Geram 40% mais seguidores  
Geram 3x mais visualizações de vaga

As pessoas são

**3x**

mais propensas a acreditar em funcionários e não em CEOs quando se trata de falar sobre o ambiente de trabalho de uma organização.

Empresas com funcionários engajados socialmente são

**58%**

mais propensas a atrair um talento importante e 20% mais propensas a reter esse talento.<sup>1</sup>

Mais informações sobre o LinkedIn Elevate

<sup>1</sup>Estudo da Altimeter/LinkedIn de 2014

## Terceira etapa

## Foque nas conexões dos seus funcionários com Recruitment Ads

As pessoas que visualizam os perfis dos seus funcionários estão conectadas com seus funcionários, por isso são mais propensas a estarem familiarizadas com sua organização e mais abertas às suas oportunidades.

Chame a atenção desse talento colocando anúncios nos perfis de todos os seus funcionários.

Estas são quatro boas opções.



### Trabalhe Conosco

Exiba um conjunto direcionado de vagas em aberto



### Imagine-se

Convide os candidatos a se imaginar trabalhando na sua empresa



### Siga-nos

Incentive os visitantes a seguir sua Company Page e manter-se informado



### Contratações internas

Anuncie as vagas em aberto para seus próprios funcionários



## TERCEIRA ETAPA: CANDIDATURA

### Associe o candidato certo à oportunidade certa

Agora, os candidatos já conhecem sua marca e tem interesse na sua organização. Você estabeleceu a base para eles se candidatarem à sua vaga.

Os segredos para o sucesso nesta etapa são iniciar conversas por InMail que gerem respostas e criar descrições de vaga

que inspirem o talento certo a candidatar-se.

Os candidatos estão mais familiarizados com você agora, então é mais fácil para eles determinar a adequação cultural e ter motivação para se candidatarem.

Os seguidores da sua Career Page são

# 81%

mais propensos a responder às suas mensagens de InMail do que não seguidores.

Os talentos que compartilham um empregador anterior com você são

# 27%

mais propensos a responder.

Os talentos que compartilham um Grupo do LinkedIn com você são

# 21%

mais propensos a responder.



Primeira etapa

## Escreva mensagens de InMail que atraiam os candidatos

O InMail permite o envio de mensagens diretas a qualquer usuário do LinkedIn. Mas obter uma resposta requer talento. O segredo para obter uma resposta é ter uma mensagem personalizada, mas isso pode ser difícil quando você tem limitação de tempo.

70% dos talentos no LinkedIn são candidatos passivos.<sup>1</sup> Eles não estão procurando ativamente por um emprego, mas estariam abertos para uma nova oportunidade se acharem que é uma oportunidade ideal.

Aproveite os insights do LinkedIn para identificar os talentos mais propensos a responderem para você. Considere os seguidores da sua Career Page e as conexões dos funcionários. Procure por pessoas que compartilham seus Grupos do LinkedIn, instituições de ensino e empregadores anteriores.

(O LinkedIn Recruiter facilita a identificação dos talentos mais propensos a serem receptivos ao seu contato, mas falaremos sobre isso em instantes.)

<sup>1</sup>Tendências de talentos em 2015

## 9 regras de ouro do InMail

- 1 Analise o perfil. Informe ao destinatário qual informação do perfil dele chamou a sua atenção. A personalização da mensagem dá resultados.
- 2 Conquiste a atenção. Mencione conexões em comum que o LinkedIn sugere para você.
- 3 Mostre que você é seletivo. Destaque por que o perfil do candidato é atrativo. Faça elogios sinceros.
- 4 Seja coloquial e breve. Escreva como se estivesse falando. Não apenas cole uma descrição da vaga.
- 5 Seja bom ouvinte. Pergunte quais são os objetivos do destinatário e seu nível de interesse em novas oportunidades.
- 6 Concentre-se nas metas. Pense além da vaga e redija sua mensagem apresentando os benefícios ao candidato.
- 7 Aproveite o conteúdo. Você pode incluir informações úteis, como um artigo técnico relevante.
- 8 Seja paciente. Não persiga o candidato. Utilize suas atualizações de status para manter a visibilidade enquanto aguarda por respostas.
- 9 Inclua uma chamada em destaque. Peça para dar continuidade à conversa, não peça para que eles se candidatem imediatamente.

## Uma visualização breve: InMail vs. e-mail

Quando chegar a hora de iniciar uma conversa com um candidato de destaque, veja uma comparação entre InMail e e-mail.

	InMail	E-mail
Conversas no estilo de mensagens instantâneas que facilitam o desenvolvimento de relacionamentos com candidatos.	✓	✗
Informações do candidato prontamente disponíveis, incluindo detalhes do perfil e atividades de recrutamento, ajudando você a manter a conversa personalizada.	✓	✗
Modelos e análises que ajudam você a trabalhar de forma mais rápida e inteligente.	✓	✗



## Segunda etapa

# Anuncie vagas que despertem o interesse dos candidatos certos

Um anúncio de vaga de sucesso é uma tarefa difícil de ser executada. Ele deve informar as qualificações da vaga e as competências obrigatórias. Ele também precisa transmitir a cultura da sua empresa, encantar os leitores, se destacar da concorrência e persuadir os candidatos a se candidatarem. Por fim, ele deve atrair os candidatos certos e barrar os candidatos errados.

No LinkedIn, suas oportunidades alcançam além das pessoas que estão procurando um novo emprego. Utilizamos nossos insights exclusivos de perfil para ajudar suas oportunidades a alcançar e engajar talentos qualificados durante toda a jornada do candidato.

## 5 etapas para uma descrição de vaga irresistível

---

A descrição da sua vaga possui somente alguns momentos para gerar uma boa impressão. Siga estas 5 orientações para ter sucesso.

- 1 Utilize um cargo fácil de ser pesquisado e não um cargo criativo. Certifique-se de que seu cargo será facilmente encontrado e guarde sua criatividade para a descrição. As pessoas são muito mais propensas a pesquisar por “Gerente de vendas” do que por “Ninja da geração de receita”.
- 2 Conheça as pesquisas mais recentes. Existem muitas pesquisas sobre o que os candidatos buscam em um emprego atualmente, utilize-as. Por exemplo, a pesquisa de Tendências de Talentos do LinkedIn de 2015 descobriu que os profissionais no Reino Unido valorizam mais o equilíbrio entre vida pessoal e vida profissional do que os profissionais de outras partes do mundo.
- 3 Seja pessoal e específico. Além das competências e experiências, pense sobre o tipo de pessoa que deseja atrair (traços de personalidade, interesses, valores, etc.).
- 4 Enfatize os detalhes para o candidato. A descrição da vaga é para candidatos. Em vez de descrever sua lista interminável de necessidades, mostre como eles terão impacto e crescimento na carreira.
- 5 Seja criativo. Mantenha seus anúncios de vaga únicos procurando inspiração em lugares inesperados. A L’Oreal notou a popularidade dos emojis e decidiu pedir para os candidatos descreverem seu emprego dos sonhos utilizando somente emojis.

Deseja mais dicas de emprego? Consulte as 7 dicas para uma descrição de vaga irresistível

## poder de um anúncio de vaga no LinkedIn

- 1. Complemente suas publicações com insights do LinkedIn.** Com base em perfis de talentos similares ao que você está procurando, o LinkedIn recomenda requisitos de competências e formação acadêmica para você considerar incluir no seu anúncio de vaga.

**Função** Contabilidade

**Tipo de emprego** Tempo integral

**Nível de experiência** Pleno-sênior

**Com**

Alto nível de compreensão dos Princípios contábeis geralmente aceitos (GAAP) dos EUA. Experiência com reconhecimento de receita no setor de biotecnologia

**Formação acadêmica**

Você também pode adicionar certificações aqui

**Principais responsabilidades**

Recomendamos uma lista com 4 a 6 pontos

**Como deseja que as pessoas se candidatem para a vaga?**

Deixar que os candidatos se candidatem usando seus perfis do LinkedIn e enviar-me notificações por e-mail

Redirecionar candidatos a um site externo para se candidatarem

**Deseja adicionar um toque pessoal?**

Exibir meu perfil no anúncio da vaga

 **Paige Eklund**  
Encontrando talentos excelentes para preencher sua equipe!

### Você sabia?

Quando seu anúncio de vaga é exibido, o LinkedIn sugere até 50 profissionais que correspondem à sua pesquisa.



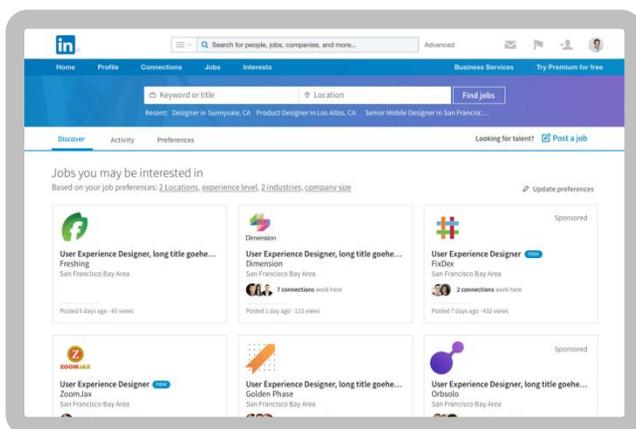
### Competências recomendadas

Sugerimos adicionar ao menos 5 competências importantes para que possamos relacionar suas vagas aos candidatos certos.

- +Contas a pagar
- +Contas a receber
- +Folha de pagamento
- +Demonstrações contábeis
- +Lançamentos no diário
- +Ativos fixos
- +Reconciliação bancária
- +Faturamento
- +GAAP dos EUA

## poder de um anúncio de vaga no LinkedIn

**2. Engaje o talento certo, automaticamente.** Alcance os candidatos certos para sua vaga, não somente os candidatos que estão ativamente procurando. Por isso nós publicamos automaticamente suas vagas em aberto para profissionais relevantes com base nas qualificações que você está procurando. Seu talento desejado pode visualizar seus anúncios de vaga no LinkedIn em vários pontos de contato, enquanto navegam em seu feed de notícias, visualizam perfis ou verificam o e-mail.



A maior parte das visualizações de vagas no LinkedIn é proveniente de nosso módulo de recomendações chamado “Vagas que podem ser de seu interesse”, e não de pesquisa de vagas ativas.

**3. Destaque sua cultura e seus funcionários.** Quando os candidatos avaliam a adequação cultural antes de se candidatar, economizam o tempo de todo mundo. Eles desejam saber “Como é trabalhar na empresa? Quem eu conheço que trabalha na empresa? Como serão meus futuros colegas de trabalho?”

Como os anúncios de vaga do LinkedIn ajudam você a responder suas perguntas:

- **Mostre sua cultura** integrando o conteúdo da sua Página de Carreira
- **Incentive recomendações** identificando pessoas que o candidato já conhece na sua empresa
- **Mostre os futuros colegas** mostrando os perfis dos funcionários que já estão naquela função

### Tem muitas vagas em aberto para preencher?

Os Job Slots são basicamente anúncios de vaga recorrentes. Em vez de veicular um único anúncio de vaga por vez, os Job Slots fornecem a flexibilidade de divulgar várias funções conforme necessário.

# 73%

dos profissionais estão aguardando a vaga certa encontrá-los.

<sup>1</sup>Tendências de talentos em 2015



#### QUARTA ETAPA: ENGAJAMENTO

## Motive e retenha suas novas contratações

Após ter novas contratações, capacitar esses funcionários com novas competências e oportunidades de crescimento é uma excelente forma de mantê-los felizes e engajados. Se eles estiverem continuamente aprendendo e assumindo mais responsabilidades, estarão mais propensos a ficarem satisfeitos.

Seus funcionários engajados são seu recurso de recrutamento mais valioso. Eles personificam os valores da sua empresa e ajudam a atrair pessoas que também se adaptam à sua cultura. Se você conseguir facilitar a recomendação de novos talentos para eles, isso será benéfico para ambos.

# 64%

dos profissionais de talentos internos estão interessados em aumentar a retenção dos funcionários.<sup>1</sup>

## Primeira etapa

## Capacite os funcionários com novas competências e oportunidades de crescimento

Benefícios divertidos e uma grande cultura podem atrair talentos até sua porta, mas as melhores contratações geralmente precisam de mais incentivo para ficar no local a longo prazo. Os funcionários de qualidade são ávidos por aprender novas competências, assumir mais responsabilidades e progredir em suas carreiras.

segredo para a lealdade do funcionário é o engajamento.

Os funcionários engajados tem um forte senso de propósito.

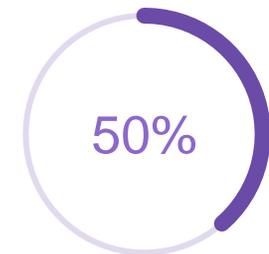
Eles acreditam em seu trabalho, em seus supervisores e em suas organizações.

### 23%

dos funcionários saem voluntariamente dos seus empregos devido à falta de desenvolvimento e treinamento<sup>1</sup>

### USD 3.400 para cada USD 10.000

É o valor em salário anual que funcionários desmotivados podem custar para uma organização<sup>2</sup>



Cerca de 50% das pessoas que estão procurando ativamente um emprego informam que estão completamente satisfeitas em suas funções atuais.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> National Research Business Institute

<sup>2</sup> Dados do LinkedIn, 2015

<sup>3</sup> Tendências de talentos em 2015

## 4 formas de engajar e reter funcionários com aprendizagem:

- Torne a aprendizagem uma prioridade. A aprendizagem não é um evento isolado. As empresas precisam focar em criar uma cultura que incentive os funcionários a tornar a aprendizagem um hábito diário.
- Invista em desenvolvimento profissional. Quando os funcionários acreditam que você está investindo em suas carreiras, eles passam a investir mais na sua organização.
- Crie líderes internos. Ofereça suporte aos funcionários que desejam ocupar cargos de liderança investindo em treinamento de liderança e gerenciamento.
- Forneça orientação de carreira. Utilize a aprendizagem online para ajudar os funcionários a desenvolver suas metas e caminhos de carreira e forneça aos supervisores os insights de orientação necessários para que orientem os funcionários.

**Lynda.com**<sup>®</sup>  
A LINKEDIN COMPANY

### O que é Lynda.com?

O Lynda.com luta para criar oportunidade econômica para a força de trabalho global por meio de uma aprendizagem transformadora. Desenvolva competências com treinamentos online de qualidade, orientados por especialistas, tornando sua organização mais produtiva e bem-sucedida.

Há mais de 20 anos, o Lynda.com ajuda funcionários, estudantes, líderes - qualquer pessoa em qualquer função - a desenvolver competências de software, de criatividade e de negócios.

Precisa de ajuda? Confira  
Criando uma cultura de aprendizagem em 6 etapas.

## Segunda etapa

## Potencialize seu programa de recomendação de funcionários

87% dos recrutadores informam que o melhor canal para recrutar candidatos de qualidade são as recomendações de funcionários, apesar de somente 20% estarem satisfeitos com o nível de engajamento do funcionário em seus programas de recomendação.<sup>1</sup> Por que não há a participação de mais funcionários?

Fazer os funcionários recomendarem pessoas pode ser trabalhoso. Os funcionários precisam conhecer as vagas em aberto, lembrar quem faz parte da sua rede e estarem dispostos a acessar o software de recomendação. Após fazerem uma recomendação, geralmente não recebem nenhum feedback sobre o status da recomendação.

As empresas que acharem o caminho para a participação efetiva de funcionários em programas de recomendação terão uma grande vantagem. As recomendações são geralmente uma fonte de contratação barata, rápida e de alta qualidade.

Para obter mais informações, consulte:  
[7 programas de recomendação de funcionários que geram contratações extraordinárias.](#)

# 29 / 39 / 55

Leva 29 dias para contratar um candidato recomendado, 39 dias para contratar um candidato por um anúncio de vaga e 55 dias para contratar um candidato por um site de recrutamento.

# 77%

dos líderes de talentos estão interessados em obter mais informações sobre como executar um programa de recomendação de funcionários eficiente.

## Facilite aos funcionários a recomendação de talentos com as recomendações do LinkedIn

Seus funcionários estão conectados a pessoas talentosas, mas pedir para eles gastarem seu tempo e sua energia ajudando você a recrutar nem sempre vai funcionar. Para um programa de recomendação ser bem-sucedido, ele precisa ser simples e gratificante para os participantes.

As Indicações do LinkedIn fazem justamente isso: são recomendações automáticas para seus funcionários. O recurso pesquisa a rede dos funcionários e encontra leads de qualidade para suas vagas em aberto.

Os funcionários gostam disso, pois podem visualizar o ponto no qual suas recomendações estão no processo de recrutamento.



The screenshot shows a LinkedIn profile for Connie McGregor, a Marketing Specialist at Jones & Co. The profile title is 'Gerente de Marketing de Eventos, Global Brand'. A progress bar indicates the recruitment process: 'Candidatou-se' (3/2), 'Sendo entrevistado' (3/11), 'Oferta feita' (—), and 'Contratado' (—). The 'Sendo entrevistado' step is highlighted in green. The text 'Acompanhamento' is displayed below the progress bar.

As Indicações do LinkedIn sincronizam com suas ferramentas de recrutamento existentes, permitindo que você inclua os candidatos recomendados em seu sistema de rastreamento de candidatos sem ter que aprender novos processos.

Estes são alguns dos nossos parceiros de ATS (Sistema de rastreamento de candidatos) e estamos sempre aumentando esse número.



## O fator exponencial dos seus funcionários

tamanho da rede coletiva dos seus funcionários é cerca de 300x maior do que sua rede pessoal.

# 615 mil

O número médio de conexões que uma empresa no LinkedIn possui por meio de seus funcionários\*

## 1,9 mil

O número médio de conexões que *ossos melhores* recrutadores possuem no LinkedIn.

Explore a introdução às Indicações do LinkedIn

\*Com base em mais de 3 mil líderes profissionais em talentos que participaram da Talent Connect 2015 em Anaheim, CA.





LINKEDIN RECRUITER

## Acelere a jornada do candidato com o LinkedIn Recruiter

Hoje, os melhores recrutadores recrutam diretamente de um conjunto qualificado de candidatos com os quais eles já possuem um relacionamento. Por quê? Porque esses candidatos tendem a ser recrutados mais fácil e rapidamente.

O LinkedIn Recruiter é uma ferramenta poderosa que ajuda você a pesquisar entre mais de 414 milhões de profissionais

em todo o mundo, fornecendo insights a partir dos relacionamentos que você, seus funcionários e sua organização possuem com talentos.

O resultado? Você conseguirá encontrar e engajar os candidatos mais propensos a ter interesse nas suas oportunidades de emprego.



## Encontre talentos com mais rapidez com nosso mecanismo de recomendação

Independentemente de conhecer todas as competências obrigatórias ou apenas algumas, o Recruiter ajuda você a criar a melhor pesquisa e encontrar os candidatos certos. Enquanto você insere um cargo e uma localidade na barra de pesquisa, o Recruiter recomenda competências que você talvez queira adicionar com base na função que está tentando preencher.

### Quem você está procurando contratar?

Arquiteto

São Paulo

Desenho de arquitetura



IR

COMPETÊNCIAS EM ALTA PARA ESTE CARGO

SketchUp

Desenho de arquitetura

Revit

ArchiCAD

Escolha as principais competências para seu cargo com o LinkedIn Recruiter.

## Utilize seus profissionais com melhor desempenho para guiar sua pesquisa

Já sugeriram que você contratasse alguém “como a Marcia, da área de vendas”? Ou, a encontrar alguém que seja “50% do Carlos do design e 50% do Mario do marketing”? Às vezes, é mais fácil descrever quem estamos procurando.

Basta inserir o nome do seu candidato ideal na barra de pesquisa e o LinkedIn Recruiter criará uma pesquisa baseada nos dados do perfil do candidato e identificará talentos semelhantes.

The screenshot displays the LinkedIn Recruiter search interface. At the top, the navigation bar includes 'Recruiter', 'Projects', 'Clipboard', 'Jobs', 'Reports', and 'More'. The main header area asks 'Who are you looking to hire?' and features a search bar containing 'John Boley' and 'Lili Waugh Mahoney'. A dropdown menu shows suggested candidates:

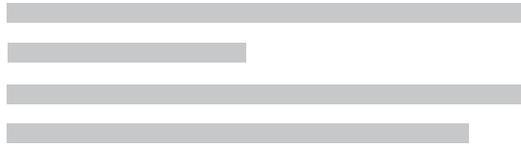
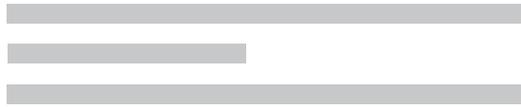
- Lili Waugh Mahoney**, Associate Product Operations Manager at LinkedIn
- Lilian Wang**, Product Ops & Research at LinkedIn
- Lilia Martinez-Coburn**, VP Product at MedHelp. I'm hiring! PM, Designers, Engineers
- Lilian Loyola**, Human Resources Business Partner
- Liliana Kellett (Guiscardo)**, People Geek @ Culture Amp

On the left, the 'Updates' section shows 'Follow candidate' and 'Your saved searches' options. On the right, there is a 'Post a job' button with '4 job slots remaining', a 'People you may want to hire' section with instructions to start searching, and a 'Project activity' section showing 'Test' results: 0 profiles, 0 contacted, and 0 reviewed as of 08/08/2015. The bottom right corner displays 'EnterpriseRelevance-Microsoft'.

# Utilize sugestões inteligentes para expandir e refinar seus resultados de pesquisa

Independentemente de você ser um recrutador novato ou experiente, lembrar de todas as instituições de ensino, empresa anterior e competências é difícil. O Recruiter economiza seu tempo sugerindo termos que você pode ter esquecido, ajudando a refinar ainda mais sua pesquisa.

Cargo	Arquiteto +
Localidades	Rio de Janeiro e Região +
Competências	Pesquisa de design AutoCAD + Design sustentável Revit
Empresas	+ Adicionar empresas FixDex
Formação acadêmica	Northwestern University + DePaul University Universidade de São Paulo
Palavras-chave	+ Adicionar palavras-chave Certificação LEED
Visualizar mais	

9 mil Total de candidatos	694 Possuem conexões
9.650 candidatos no total	
	<b>John Candidato</b> Gerente de Projetos, Análise de Negócios na sua empresa
Atual	
Anterior	
	<b>Susan Potencial</b> Gerente de Projetos, Análise de Negócios na sua empresa
Atual	
Anterior	



# Identifique e priorize os candidatos mais propensos a serem sua próxima contratação

Para ajudar a priorizar seu contato, o LinkedIn Recruiter exibe Destaques em talentos qualificados. Esses candidatos não são somente boas opções para sua vaga, eles também são mais propensos a responder suas mensagens de InMail, se candidatar e aceitar sua oferta.

O recurso Destaques exibe os talentos conectados à sua organização por meio de seus funcionários, sua marca empregadora ou mesmo por terem se candidatado a cargos anteriormente. Você se lembra de todo o trabalho que teve para obter seguidores na sua Career Page? Ele será exibido no Destaque “Interagir com sua marca empregadora” juntamente com as pessoas que interagiram com suas atualizações na Company Page ou seus anúncios de vaga.

Os candidatos exibidos em destaque são

# de 2 a 3x

mais propensos a responder às suas mensagens de InMail do que os outros candidatos.

<b>9 mil</b> Total de candidatos	<b>694</b> possuem conexões da empresa	<b>442</b> interagiram com sua marca empregadora	<b>27</b> candidatos anteriores
----------------------------------	--	--	---------------------------------

9.650 candidatos no total

**João Candidato**  
Gerente de Projetos, Análise de Negócios na sua empresa

Atual

Anterior

**Marcia Potencial**  
Gerente de Projetos, Análise de Negócios na sua empresa

Atual

Anterior

### Saiba mais...

**Candidatos no total** (9K)  
[Todos os candidatos encontrados](#)

**Quem possui conexões da empresa** (694)

**Quem interagiu com sua marca empregadora** (694)

**Quem seus concorrentes buscam** (694)

**Quem pode estar pronto para uma transferência** (694)

**Candidatos anteriores** (694)

Os destaques permitem que você filtre facilmente os resultados incluindo os candidatos mais propensos a interagir.

Os destaques variam com base nos diferentes tipos de relacionamentos e interações no LinkedIn.

## Destaques com o LinkedIn Recruiter

O Recruiter fornece insights na forma de destaques, que otimizam sua experiência de contratação, identificando candidatos de qualidade com mais rapidez.

As conexões da empresa são

### 1,5x mais propensas

a aceitar seu InMail

As pessoas que interagiram com sua marca empregadora são

### 2x mais propensas

a aceitar seu InMail

Pessoas há mais tempo no cargo são menos propensas a aceitar seu InMail, mas as que o fazem

### são mais propensas

a considerar a vaga em aberto

- **Conexões da empresa:** Pessoas que estão conectadas com pessoas na sua empresa

**Candidatos anteriores:** Pessoas que se candidataram a vagas na sua empresa anteriormente

- **Interagiu com sua marca empregadora:** Pessoas que interagiram com sua Company Page, suas atualizações de status ou anúncios de vaga

**Fonte de talentos da concorrência:** Pessoas que seus concorrentes buscam, incluindo as pessoas afiliadas às instituições de ensino ou empresas das quais eles tendem a recrutar

- **Possivelmente pronto para transferência:** Pessoas que estão na função atual de 1 a 5 anos

**Possui atividades de recrutamento:** Pessoas que foram contatadas ou interagiram com recrutadores na sua empresa

# Anexo



# Por onde começar

Abordamos muitos assuntos neste guia, mas você não precisa decorar tudo de uma vez.

Esta tabela o ajudará a identificar as necessidades de talento mais urgentes e por onde começar.

Se isto se parece com você,	então você deverá focar em:	Confira:
<p>Você faz parte de uma equipe de recrutamento sofisticada, competindo pelos talentos de melhor qualidade.</p> <p>Você já possui uma reputação sólida como empregador.</p>	<p>Fortalecer sua marca empregadora para desenvolver sua reputação e utilizar as redes dos seus funcionários para encontrar talentos passivos difíceis de encontrar.</p>	<p><a href="#">Página de Carreira &gt;</a> <a href="#">Recruitment Ads &gt;</a> <a href="#">Elevate &gt;</a> <a href="#">Jobs &gt;</a> <a href="#">Recomendações &gt;</a> <a href="#">Recruiter &gt;</a></p>
<p>Você precisa contratar um grande volume de pessoas rapidamente.</p> <p>Você tende a utilizar agências ou sites de empregos para atender às suas necessidades de recrutamento.</p>	<p>Publicar suas vagas em aberto no LinkedIn para encontrar o talento certo com as competências e experiências certas. Além disso, focar em incentivar seus funcionários a compartilhar suas oportunidades e fazer recomendações.</p>	<p><a href="#">Vagas &gt;</a> <a href="#">Recomendações &gt;</a> <a href="#">Página de Carreira &gt;</a> <a href="#">Recruiter &gt;</a></p>
<p>Você possui uma equipe pequena e um orçamento pequeno. Você precisa de uma forma econômica de recrutar um volume pequeno, mas regular, de talentos.</p> <p>Você conta com agências de emprego para preencher muitas de suas vagas em aberto.</p> <p>Muitas das pessoas que você recruta não conhecem você como um empregador.</p>	<p>Utilizar sua Página de Carreira para divulgar suas vagas em aberto e criar sua marca empregadora.</p> <p>Além disso, explorar formas criativas e autênticas de compartilhar com os candidatos os diferenciais da sua cultura.</p>	<p><a href="#">Página de Carreira &gt;</a> <a href="#">Jobs &gt;</a> <a href="#">Recruiter &gt;</a></p>

# Quer mais? O LinkedIn Talent Blog tem.

[O LinkedIn Talent Blog](#) é uma das publicações mais importantes do setor por um motivo: ele abrange tudo o que você precisa saber para ter sucesso no seu trabalho. Esta é uma amostra do que você encontrará no blog:

## As pesquisas e tendências mais recentes

[Data Reveals How Candidates Want to be Recruited \(Dados revelam como os candidatos desejam ser recrutados\) - INFOGRÁFICO](#)

[Why Women Are Leaving Their Jobs \(Your First Guess Is Wrong\) \(Por que as mulheres estão deixando seus empregos. Seu primeiro palpite está errado\)](#)

## Dicas e truques rápidos

[How to Assess a Resume \(in Less Than 6 Seconds\) \(Como avaliar um currículo em menos de 6 segundos\)](#)

[4 of the Biggest Problems Recruiters Face \(And How to Overcome Them\) \(Os 4 maiores problemas enfrentados pelos recrutadores e como enfrentá-los\)](#)

## Histórias fascinantes dos seus colegas

[How GoDaddy Changed Its Image and 3x'ed the Amount of Women Engineers \(Como a GoDaddy mudou sua imagem e triplicou a quantidade de engenheiras mulheres\)](#)

[Exclusive: How Airbnb Gave Its Candidate Experience a Makeover \(Exclusivo: como a Airbnb transformou a experiência do candidato\)](#)

## Motivos para rir

[12 Songs That Speak to Recruiters \(12 músicas especiais para recrutadores\)](#)

[9 Things Recruiters Are Sick of Hearing \(9 coisas que os recrutadores estão cansados de ouvir\)](#)



[Inscreva-se para receber nosso boletim informativo](#)

obtenha as publicações mais recentes na sua caixa de entrada.

## Sobre as Soluções de Talentos do LinkedIn

As Soluções de Talentos do LinkedIn oferecem uma variedade de soluções de recrutamento para ajudar empresas de todos os tamanhos a localizar, atrair e engajar os melhores talentos.

Fundado em fevereiro de 2003, o LinkedIn conecta profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos. Com mais de 414 milhões de usuários em todo o mundo, o LinkedIn é a maior rede profissional da Internet.

Entre em contato conosco no 1-855-655-5653



Siga o nosso Blog  
[talent.linkedin.com/blog](http://talent.linkedin.com/blog)



Confira nosso SlideShare  
<http://www.slideshare.net/linkedinbrasil/>



Siga-nos no Twitter  
[@linkedinbrasil](https://twitter.com/linkedinbrasil)



Visualize nossos vídeos no YouTube  
[youtube.com/user/LITalentSolutions](https://youtube.com/user/LITalentSolutions)



Produtos e insights  
[br.talent.linkedin.com](http://br.talent.linkedin.com)



Faça parte da rede do LinkedIn  
[www.linkedin.com/company/1337](http://www.linkedin.com/company/1337)

## Autor



**Alyssa Sittig**

Gerente de Marketing de Conteúdo no LinkedIn

## Editor



**Mark Menke**

Líder da Equipe de Marketing de Conteúdo Global no LinkedIn

## Colaboradores



**Emi Hofmeister**

Gerente de Marketing de Produtos Sênior no LinkedIn



**Ryan Batty**

Diretor de Marketing no LinkedIn



**Andrew Freed**

Diretor Sênior de Marketing Global no LinkedIn



**LinkedIn**