



O que pensam os candidatos de hoje

13 insights para aumentar sua
eficiência como recrutador



Como equilibrar seus instintos com insights baseados em dados

Seus instintos de recrutador são, com certeza, apurados. Você os utiliza diariamente para construir relacionamentos com candidatos e atraí-los para sua empresa. Porém, nem sempre apenas o instinto basta. Para ser um excelente recrutador, utilizar insights também ajuda muito. Os insights baseados em dados podem mostrar quem são seus candidatos, com detalhes que escapam da intuição. Apenas os insights baseados em dados podem dizer se o seu palpite sobre um candidato está certo e se a sua estratégia de comunicação é a melhor. A boa notícia é que este relatório traz os insights de que você precisa.

Sobre este relatório

Na nossa pesquisa anual de talentos*, perguntamos a mais de 14.000 profissionais do mundo inteiro quais eram suas atitudes e hábitos na procura por emprego. Descobrimos como eles encontram empregos, o que os leva a mudar e o que desejam, em diferentes estágios do processo. Em seguida, combinamos tais dados com o que sabemos sobre comportamento humano para compreendê-los ainda mais. Ao unir seus instintos e os insights, você levará suas estratégias de recrutamento a um outro patamar.

Então vamos lá.

* Consulte o Apêndice para ver a metodologia completa.

Índice

Iniciar a conversa	2
Inspirar a candidatura	9
Otimizar a experiência de entrevista	17
Encerrar o processo	28

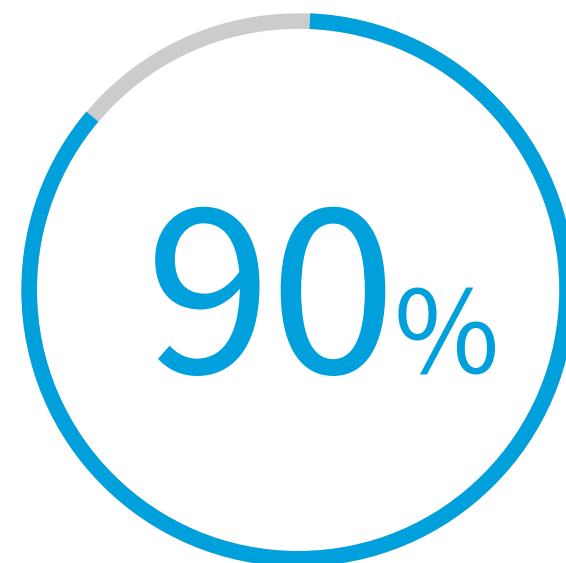
Iniciar a
conversa



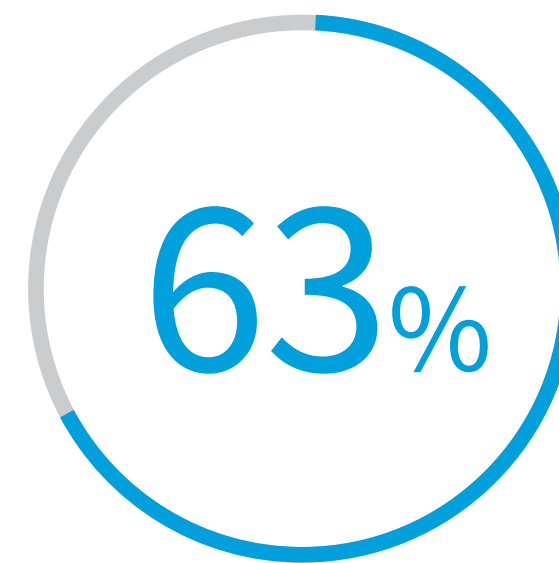


Para começar: os candidatos desejam receber informações suas

O medo de perder oportunidades de carreira é uma realidade.¹ Os candidatos desejam evitar a sensação de perder a oportunidade dos sonhos e, assim, buscam saber o que você tem a oferecer. Eles também adoram elogios e favorecem aqueles que os dão.² Qualquer contato que você faça será visto como um cumprimento, tornando sua empresa mais simpática para o candidato.



estão abertos a novas oportunidades de trabalho



se sentem lisonjeados quando um recrutador entra em contato

¹ Wilding, Melody. (6 de julho de 2016). Medo de perder oportunidades de carreira: How to Stop 'Fear of Missing Out' From Ruining Your Happiness (Medo de perder oportunidades de carreira: como impedir que o "medo de perder oportunidades" arruine a sua felicidade"). *Forbes*.

² Cialdini, Robert. (2009). Influência: The Psychology of Persuasion (Influência: a psicologia da persuasão). HarperCollins ebooks.



Mas eles também desejam receber notícias do gestor de contratações

As pessoas respondem à autoridade, mesmo sem perceber.¹ Um homem bem vestido nos chama a atenção, não um vestindo camiseta. Remédios “recomendados por médicos” são os mais vendidos. Muitos candidatos vêem os gerentes de contratação como tendo mais autoridade, então eles são mais propensos a responder a eles.



estão mais propensos a responder se o gestor de contratações entra em contato

¹ Cialdini, Robert. (2009). *Influência: The Psychology of Persuasion* (*Influência: a psicologia da persuasão*). HarperCollins ebooks.



3 maneiras de melhorar seu alcance

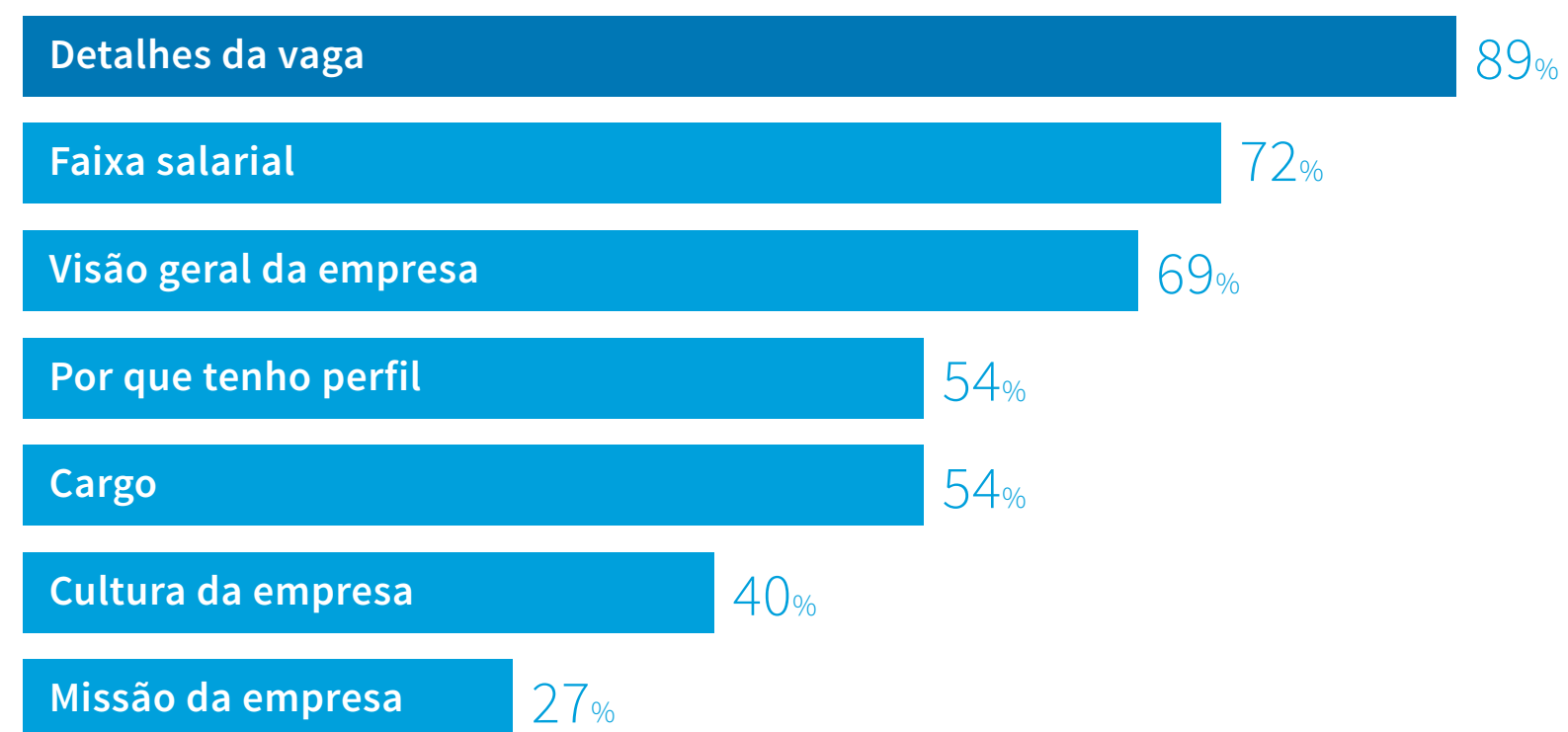
		Como fazer
1	Cultive relacionamentos com gestores de contratações	Agende um almoço, uma caminhada ou um encontro no esporte preferido. Quanto mais os conhecer, mais fácil será pedir-lhes ajuda.
2	Busque recrutadores mais experientes	Cite pessoas com cargos que mostrem autoridade, como “Vice-presidente”, para dar peso às mensagens.
3	Potencialize sua própria autoridade	Publique, compartilhe, comente e recomende os conteúdos para criar uma rede e interagir com ela, mostrando seu status profissional.



Os candidatos querem que sua primeira mensagem traga muita informação

Detalhes sobre a vaga e sobre salários estão no alto da lista do que os candidatos desejam saber. Muitos também esperam obter informações sobre a empresa. Utilize essa classificação para verificar e priorizar o conteúdo das suas mensagens.

O que os candidatos mais desejam encontrar na primeira mensagem de um recrutador



6 truques cientificamente comprovados para melhorar suas mensagens aos candidatos

		Como fazer	Por que funciona
1	Não forneça todas as informações	Deixe para depois algumas informações importantes para instigar a curiosidade. Por exemplo, resuma a função e a empresa, mas não mencione o salário.	Quando não sabemos tudo o que queremos, nos sentimos compelidos a buscar as informações que faltam. É uma curiosidade incontrolável. ¹
2	Torne sua mensagem pessoal	Dirija-se diretamente a eles, utilizando “você” nas frases. Por exemplo, “Você tem conhecimento de dispositivos móveis para liderar nossa equipe”, em vez de “Eu tenho uma vaga de desenvolvedor com o salário de X.”	Prestamos mais atenção às mensagens com impacto pessoal. Embora apenas metade dos candidatos digam que desejam saber como se ajustam à vaga, <i>todos</i> prestarão mais atenção se você apresentar o cargo relacionado a eles.
3	Personalize incluindo detalhes	Seja específico ao demonstrar seu esforço para conhecer os candidatos. Por exemplo, “A start-up que você criou atraiu minha atenção” é melhor que “Seu perfil é ótimo.”	Demonstrar competência é a chave para uma boa primeira impressão. ² Ao personalizar suas mensagens, você demonstra que sabe fazer pesquisas prévias e é competente de fato.

¹ Loewenstein, George. (1994). *The Psychology of Curiosity* (A psicologia da curiosidade). *Psychological Bulletin*, 116, 75-98.

² Goudreau, Jenna. (16 de janeiro de 2016) *A Harvard Psychologist Says People Judge You Based on 2 Criteria When They First Meet You* (Um psicólogo de Harvard diz que as pessoas nos julgam no momento em que nos conhecem usando dois critérios). *Business Insider*.

6 truques cientificamente comprovados para melhorar suas mensagens aos candidatos *(continua)*

		Como fazer	Por que funciona
4	Seja natural	Escreva como você fala, sem jargões ou formalidades. Seja divertido, demonstre entusiasmo ou qualquer coisa que torna você <i>único</i> . Confira se está sendo suficientemente pessoal lendo sua mensagem em voz alta.	Calor humano também é fundamental para uma boa primeira impressão. Todos ficam mais simpáticos quando demonstram seu lado humano e bem-humorado. ¹
5	Encontre um denominador comum	Encontre algo em comum com o candidato, como uma conexão ou uma instituição de ensino. Opte por pontos que só vocês têm em comum, como o fato de gostarem de monociclo e não do mesmo time de futebol.	Gostamos de quem é semelhante, especialmente quando essa semelhança é incomum. Isto ocorre porque nos sentimos parecidos e ao mesmo tempo diferentes dos demais. ²
6	Deixe que conduzam a conversa	Ao falar ao telefone, pergunte sobre aspirações de carreira, cargo atual e o que os entusiasma. Utilize essas informações para identificar-se de algum modo com o candidato. Escute mais do que fale.	Estudos da neurociência demonstram que as pessoas se sentem mais felizes quando falam de si próprias. ³ Ao permitir que os candidatos falem, eles passam a gostar mais de você, pois os centros de prazer em seus cérebros são ativados.

¹ Goudreau, Jenna. (16 de janeiro de 2016) [A Harvard Psychologist Says People Judge You Based on 2 Criteria When They First Meet You](#) (Um psicólogo de Harvard diz que as pessoas nos julgam no momento em que nos conhecem usando dois critérios). *Business Insider*.

² Grant, Adam. (24 de junho de 2013) [6 Ways to Get Me to Email You Back](#) (6 maneiras de fazer com que eu responda seu e-mail). *LinkedIn Pulse*.

³ Ward, Adrian F. (16 de julho de 2013). [The Neuroscience of Everybody's Favorite Topic](#) (O tópico da neurociência favorito de todos). *Scientific American*.

Como inspirar a candidatura

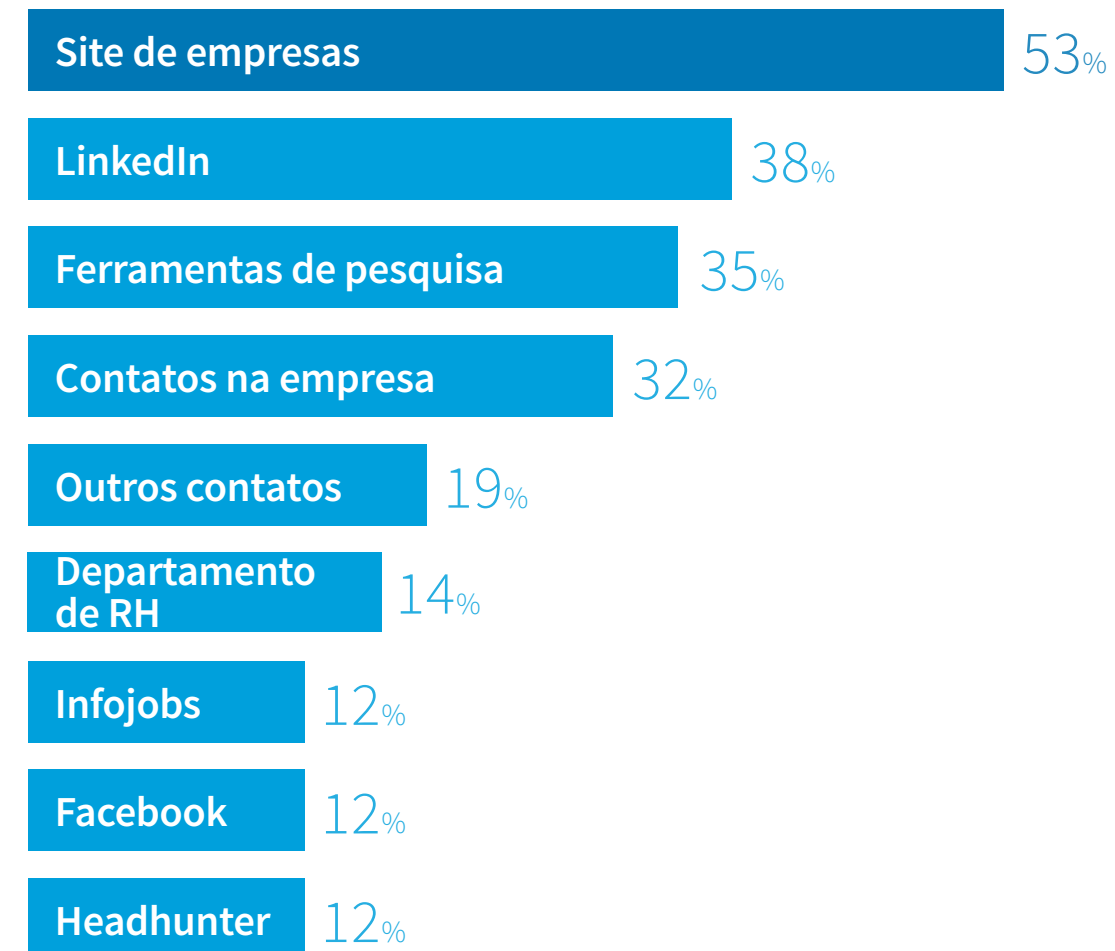




Os candidatos passam em média 1 a 2 meses colhendo informações antes de se candidatarem

O site da sua empresa é a principal fonte de informações, seguido pelo LinkedIn e pelos mecanismos de busca. Os candidatos também confiam em funcionários da empresa como fontes importantes de informações, mas utilizam menos outras mídias sociais e recrutadores.

Onde os candidatos obtêm informações antes de se candidatarem



4 maneiras simples de atrair mais candidatos para o seu site

		Como fazer	Por que funciona
1	Invista na aparência	Atualize imagens, layout e texto para torná-lo visualmente mais agradável. Tenha a sua cultura em mente: se a empresa é modesta, evite um site de visual exagerado.	Favorecemos o que é atrativo. ¹ Assim como indivíduos atrativos arrecadam mais fundos para campanhas beneficentes, sites atrativos geram mais tráfego. Avaliamos o apelo visual em milésimos de segundos e julgamos a empresa com base nessa avaliação. ²
2	Ofereça algo de valor para o candidato	Ofereça recursos e dicas para ajudar os candidatos ao longo do seu processo. Veja o guia How We Hire (Como contratamos), uma análise transparente e detalhada sobre o processo de contratação no Google.	Muitas vezes dizemos sim se recebemos algo antes. ³ Se você já comprou algo após receber uma amostra do produto, sabe do que estamos falando. Não é o valor que importa.
3	Dê voz aos seus funcionários	Apresente relatos e testemunhos autênticos de funcionários no seu site. Compartilhe seus canais sociais para ter acesso também a opiniões externas.	Em geral, concordamos com a maioria. ² Confiamos nos livros mais vendidos e nos restaurantes com longas filas. Quando os funcionários falam bem de você, os candidatos confiam mais na sua empresa.
4	Mostre as coisas como são	Ouse ser diferente, mostrando fotos e vídeos reais, testemunhos espontâneos de funcionários e descrições de vagas sem rodeios.	Os sites corporativos estão ficando muito parecidos. Já que as pessoas prestam mais atenção ao contraste, ⁴ diferenciar-se dos demais pode atrair mais visitantes.

¹ Cialdini, Robert (2001). *The Science of Persuasion* (A ciência da persuasão) *Scientific American*. 284(2), 76-82.

² Hopkin, Michael (13 de janeiro de 2006). *Web Users Judge Sites in a Blink of an Eye* (Usuários da web julgam os sites em um piscar de olhos) *Nature*.

³ Cialdini, Robert (2009). *Influence: The Psychology of Persuasion* (Influência: a psicologia da persuasão). HarperCollins ebooks.

⁴ Laja, Peep. *8 Things that Grab and Hold Website Visitor's Attention* (8 coisas que atraem e mantêm a atenção de visitantes em um site).



Como gerar candidaturas utilizando pesquisas

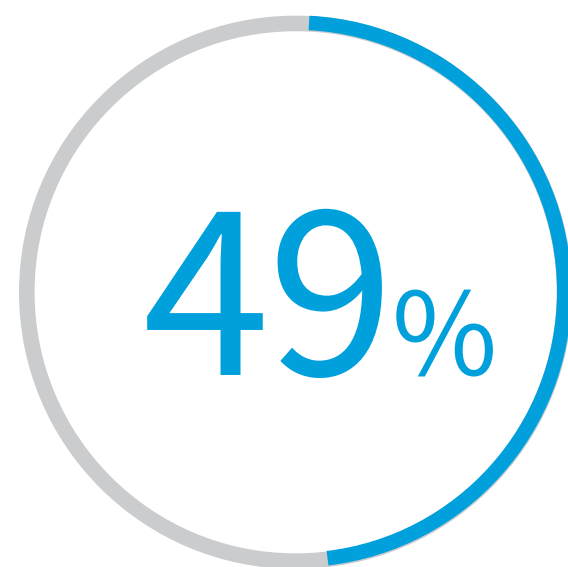
Quanto mais alto você estiver nos resultados de pesquisas, maior será a probabilidade de os candidatos clicarem e se candidatarem. As pessoas tendem a pensar que aquilo que está visível também é mais provável.¹ Ao aparecer nos primeiros lugares em resultados de pesquisa, as empresas se tornam mais “disponíveis” para os candidatos, que acreditam estar ali o emprego certo para eles. Os candidatos também são influenciados pela autoridade do Google, e acreditam que os resultados mais visíveis são de fato mais relevantes.

		Como fazer
1	Veja onde você está	Assim como você pesquisa o seu próprio nome no Google, faça isto também com sua empresa. Combine-o com funções, p.ex., “Engenheiro de software do LinkedIn”, para ver o que os candidatos visualizariam.
2	Otimize suas descrições de vagas	Otimize seus cargos e descrições de vagas com palavras-chave utilizadas pelos talentos que está buscando. Comece rapidamente <u>com estas oito etapas simples</u> .

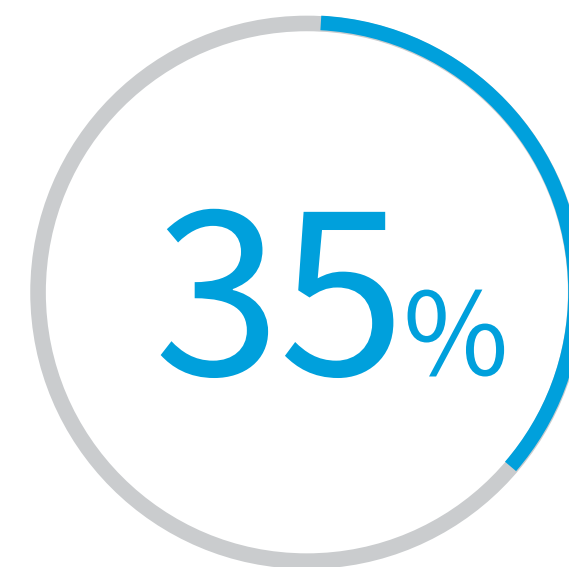
¹ Tversky, Amos & Kahneman, Daniel (1973). *Availability: a Heuristic for Judging Frequency and Probability* (Disponibilidade: uma heurística para avaliar frequência e probabilidade) *Cognitive Psychology*. 5, 207-232.

As mídias sociais exercem um papel fundamental durante a candidatura

Com a explosão das mídias sociais na última década, os candidatos as utilizam cada vez mais para pesquisar vagas. Atualmente, o LinkedIn é uma ferramenta essencial para muitos. Portanto, concentre seus esforços onde os candidatos estão.



seguem empresas em mídias sociais para acompanhar as vagas disponíveis



dizem que o LinkedIn teve um papel significativo na troca recente de emprego

3 maneiras de fazer as redes sociais trabalharem para você

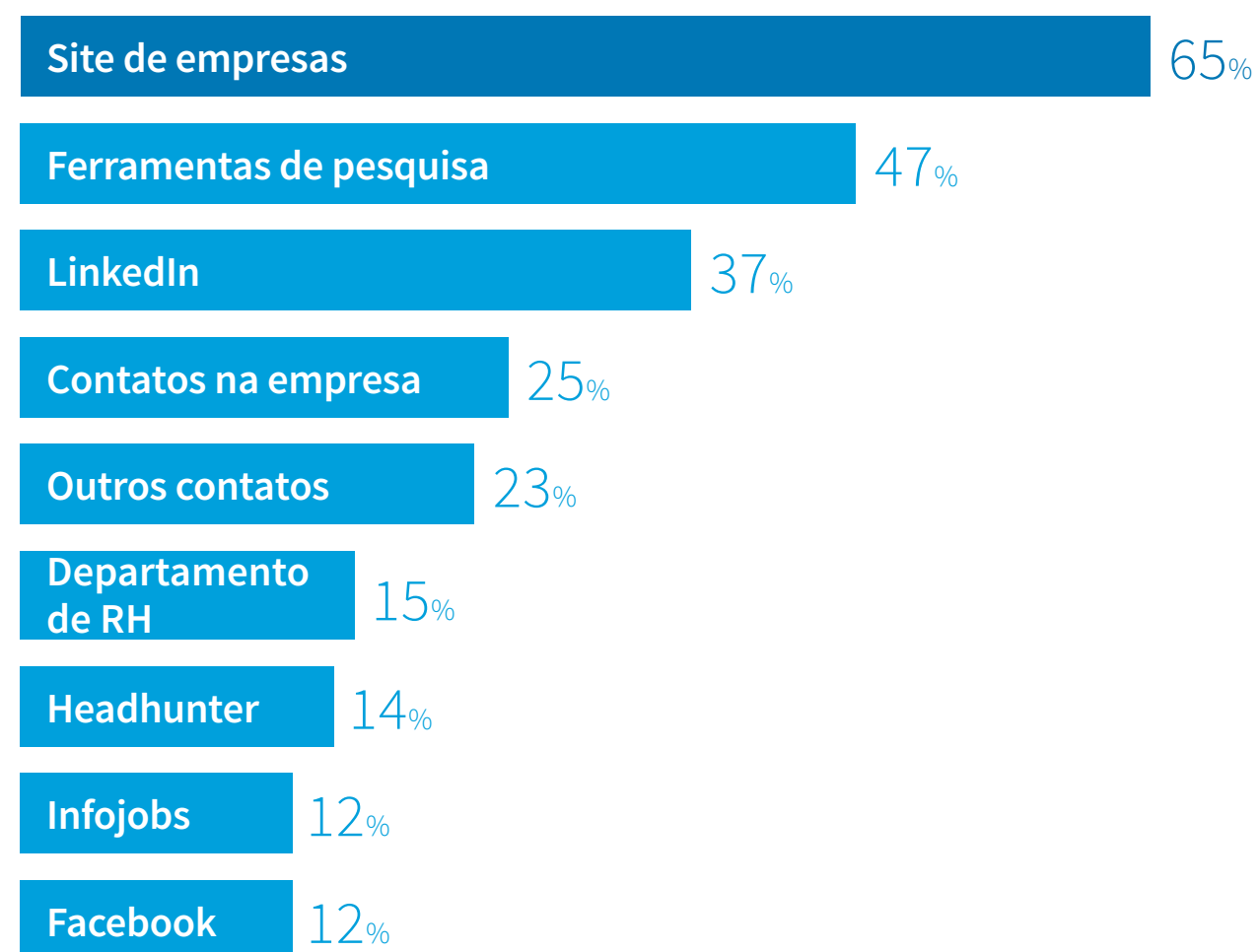
		Como fazer	Por que funciona
1	Aumente a base de seguidores	Adicione o botão de seguir sua empresa no LinkedIn ao seu conteúdo digital e à sua assinatura de e-mail.	Os seguidores são a versão digital de uma longa fila em um restaurante. Ter muitos seguidores atrai um número ainda maior deles e dá a impressão de que sua empresa está no caminho certo.
2	Interaja com seus seguidores	Utilize atualizações de status para informar, educar e entreter os candidatos. Inclua anúncios de vagas nas atualizações, já que metade dos seus seguidores seguem sua empresa exatamente por esta razão. Confira as atualizações de status da HP para se inspirar.	Favorecemos aquilo que conhecemos. Compramos preferencialmente um produto anunciado, em vez de aquele que nunca vimos. Similarmente, em termos cognitivos é mais fácil candidatar-se se o profissional já interagiu com conteúdo da empresa.
3	Mobilize seus funcionários	Peça aos funcionários que sejam ativos e mostre a eles o valor disso. Comece com estas cinco dicas e veja exemplos de como os funcionários podem ajudar .	Quando os funcionários são ativos no LinkedIn, os candidatos confiam mais na empresa. Cada interação positiva indica que você é um bom empregador.

Os candidatos pesquisam ainda mais na preparação para as entrevistas

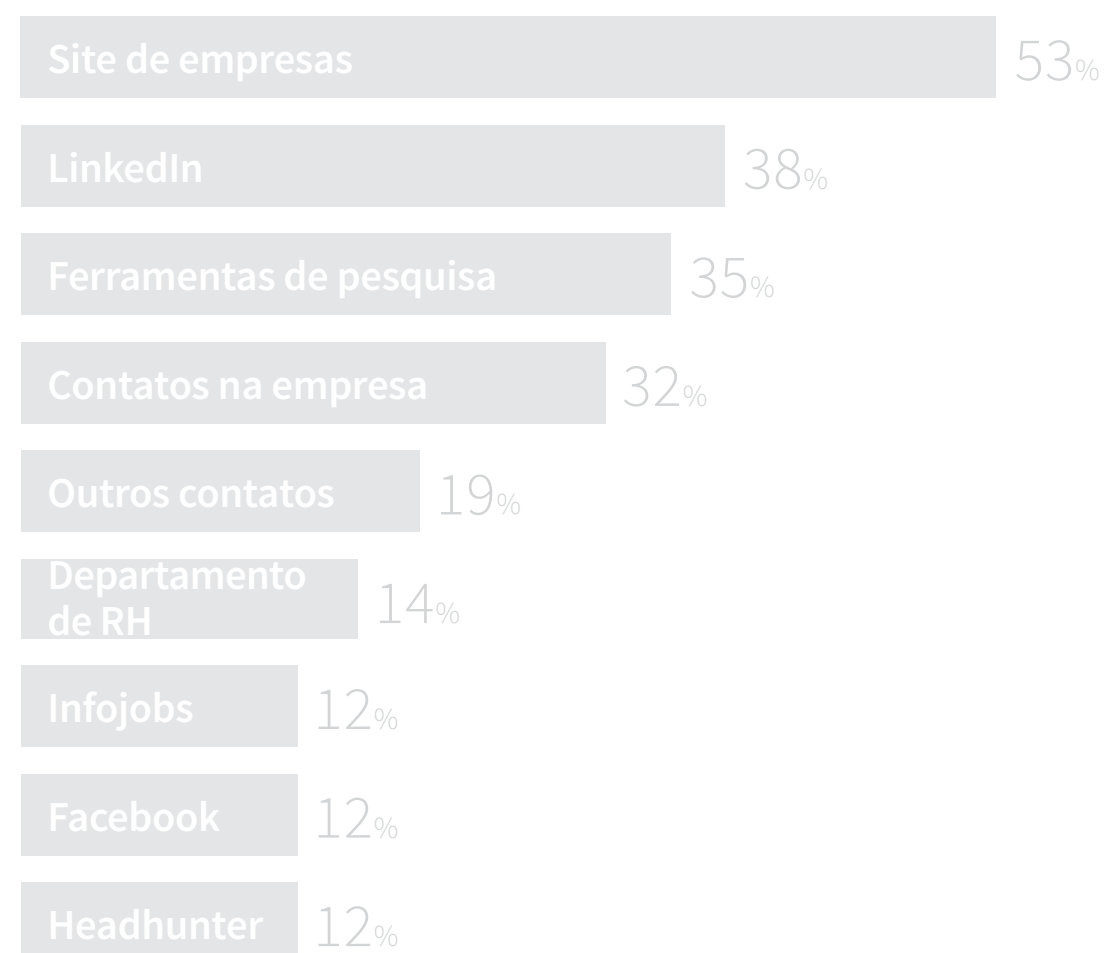
À medida que as entrevistas se aproximam, os candidatos fazem mais pesquisas nos sites das empresas e nas ferramentas de pesquisa. Eles utilizam o LinkedIn de forma constante ao longo do processo, enquanto o uso de outras plataformas sociais e recrutadores permanece baixo.

Onde os candidatos obtêm informações em preparação para entrevistas

Etapa de entrevista



Etapa de candidatura



Você pode preparar seus candidatos para o sucesso

	Como fazer	Por que funciona
1 Explique seu processo de entrevista no seu site	Inspire-se nas empresas que fazem a coisa certa. A McKinsey & Company tem uma <u>aba de “Entrevista” em sua seção de Carreiras</u> que inclui vídeos e dicas, e o site do Google tem <u>uma seção inteira dedicada ao seu processo de entrevista</u> .	Quando torna o processo transparente, sua empresa se torna mais confiável e simpática. Lembre-se também de que oferecer algo (informações, neste caso) pode aumentar seu poder de influência.
2 Destaque-se por ser um recurso confiável	Defina expectativas claras, um prazo e exemplos de perguntas. Vá além do que é necessário e agrade os candidatos com informações úteis. Veja o exemplo do <u>recrutador do Google, que enviou uma folha de dicas detalhadas antes da entrevista de um candidato</u> .	As pessoas gostam de se sentir no controle. Isto está ligado diretamente à nossa sensação de bem-estar. ¹ Ajudar na preparação dos candidatos lhes dá um senso de controle, fazendo com que gostem mais de você e da sua empresa.

¹ Fischer, Ronald & Boer, Diana (2011). *What is More Important for National Well-Being: Money or Autonomy?* (O que é mais importante para o bem-estar nacional: dinheiro ou autonomia?) *Journal of Personality and Social Psychology*. 101(1), 164-184.



Como otimizar
a experiência da
entrevista



Os candidatos querem que o processo de entrevista seja breve

Em geral, o tempo necessário para mover-se da candidatura à contratação é de dois a três meses. Nesse período, eles passam em média por três entrevistas, número ideal para a maioria.

O candidato médio passa por

2-3

meses da
candidatura
à contratação

3

número
de entrevistas

84%

satisfeitos
com o número
de entrevistas

2 regras de ouro para seu processo de entrevista

		Como fazer	Por que funciona
1	Não subestime o poder de processos mais ágeis	Tenha como referência o prazo de 2 a 3 meses. Se a sua empresa leva quatro meses para contratar, condense o seu processo para ter mais chances de ser o primeiro a fazer a proposta.	É preferível evitar uma perda do que obter uma conquista. ¹ É mais provável que um candidato aceite a primeira de duas ofertas equivalentes, pois o risco de perder ambas é pior do que o benefício de ser aprovado nas duas. Uma oferta de emprego agora é melhor do que duas no futuro.
2	Não sobrecarregue os candidatos com muitas entrevistas	Utilize três entrevistas como um número de referência. ² Sujeitar os candidatos a 13 entrevistas apenas reduz sua motivação.	Menos entrevistas mantêm os candidatos entusiasmados com sua empresa, sem desmotivá-los. Além disso, se o seu processo for eficiente, eles presumirão que a empresa também é.

¹ Kahneman, D. & Tversky, A. (1992). *Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty* (Avanços na teoria de potenciais candidatos: representação cumulativa da incerteza) *Journal of Risk and Uncertainty*, 5 (4): 297–323.

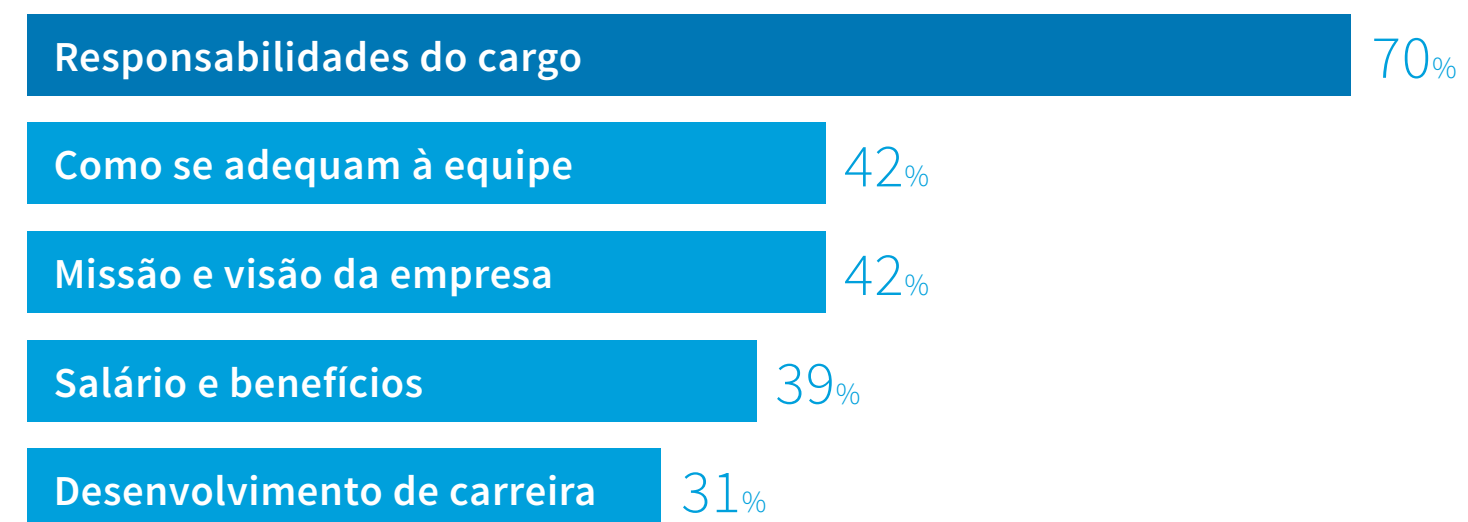
² Pesquisas do Google também demonstram que o número ideal de entrevistas deve ser baixo: 4.



Os candidatos desejam obter informações exclusivas sobre o cargo com os entrevistadores

Os candidatos também estão avaliando você. Assim, dê o que eles desejam. As responsabilidades do cargo é o que mais lhes interessa. Não se esqueça de abordá-las.

O que os candidatos mais gostam de ouvir dos entrevistadores





Certifique-se de não esquecer de nada

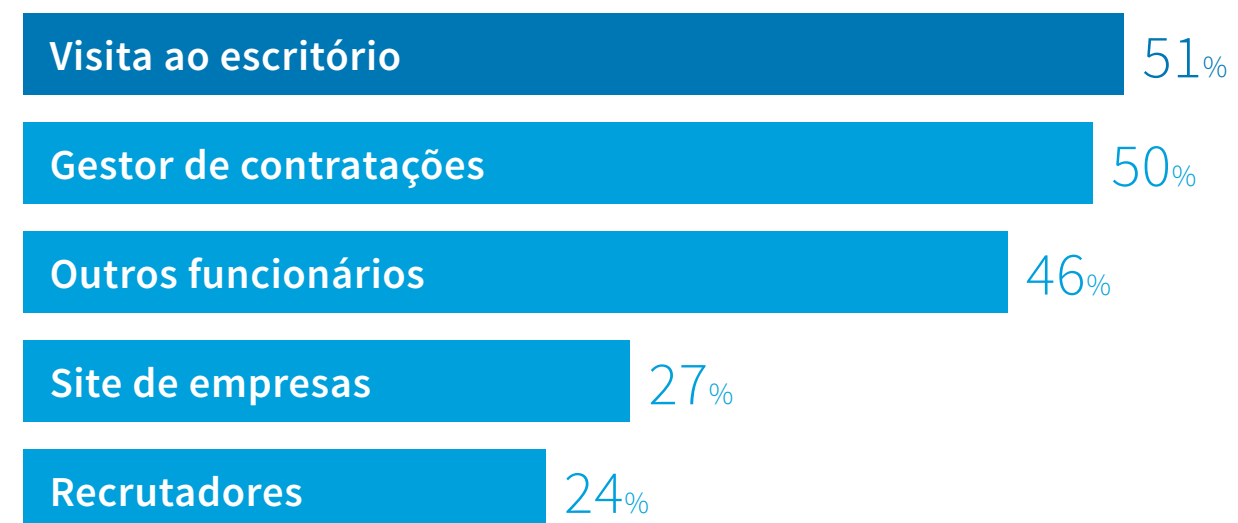
		Como fazer
1	Conheça a história da empresa em detalhes	Pratique a apresentação da missão e visão da empresa para atrair os candidatos certos.
2	Atribua tópicos a diferentes entrevistadores	Divida a responsabilidade para poder cobrir cada área de modo mais completo.
3	Deixe tempo para esclarecer dúvidas	Não ocupe os candidatos até o último minuto. Controle o tempo para apressá-los.



Os candidatos querem ver sua cultura em ação

O maior desafio dos candidatos nas entrevistas é não conhecer o ambiente de trabalho. Visitas ao local de trabalho fornecem uma visão da sua cultura. Torne-as parte da experiência de entrevista.

Principais maneiras pelas quais os candidatos conhecem a cultura da empresa



Deixe que os candidatos conheçam os bastidores

		Como fazer	Por que funciona
1	Apresente o local de trabalho	Convide os candidatos para visitas, eventos ou almoços na empresa. Ou, caminhe com eles pelo local de trabalho após as entrevistas.	Nada substitui o que se vê, o que se sente, até mesmo os sabores da sua empresa. ¹ Experimentar a cultura da empresa desde o início gera recordações mais vivas e opiniões mais acertadas sobre a adequação à vaga.
2	Entre no mundo virtual	Utilize realidade virtual e vídeos ao vivo para ajudar os candidatos a sentirem-se no local de trabalho.	Quando não for possível realizar uma visita, é melhor estimular o sentido da visão dos candidatos do que não estimular qualquer dos seus sentidos.

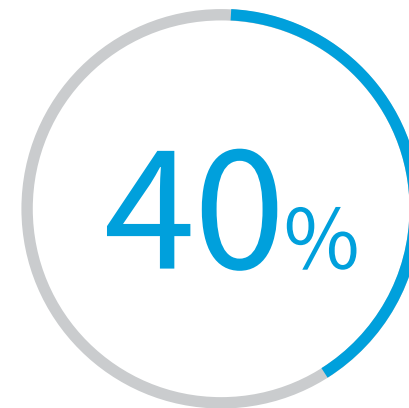
¹ Grohol, J. (2010). 8 Tips for Improving Your Memory (8 dicas para melhorar sua memória) *PsychCentral*.



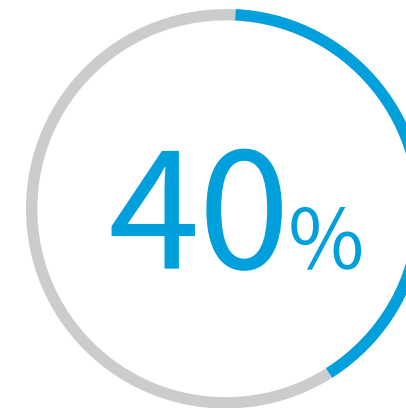
Acesso à liderança e o feedback rápido facilitam a experiência

Para potencializar ao máximo a experiência de entrevista para os candidatos, saiba o que eles mais desejam: conhecer os líderes da empresa e obter comunicação adequada.

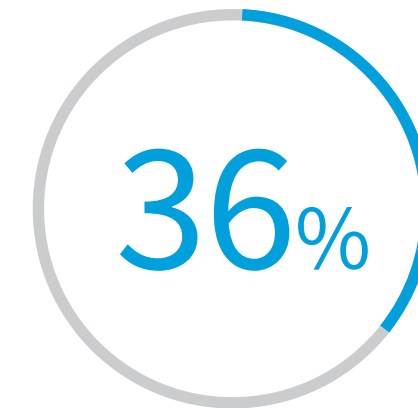
As 3 coisas que os candidatos mais desejam na experiência de entrevista



Conversas com a equipe de liderança



Próximos passos imediatos



Uma impressão de como se saíram

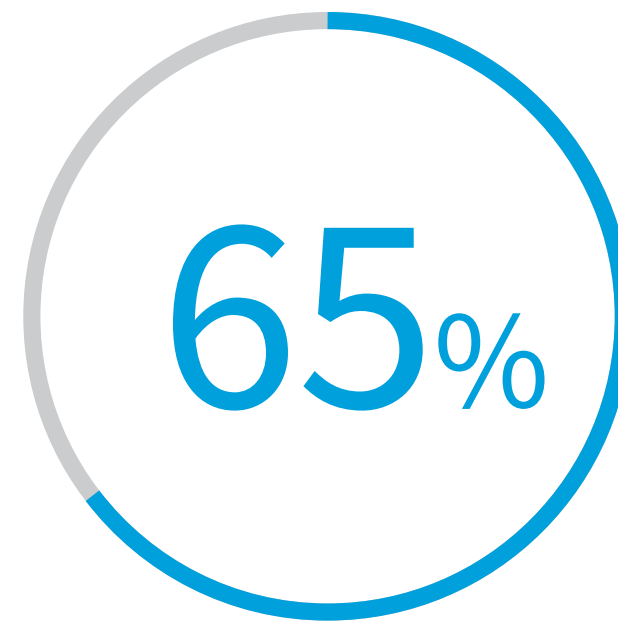
2 maneiras simples de agradar aos candidatos

		Como fazer	Por que funciona
1	Faça-os conhecer seus líderes	Peça para a liderança reunir-se com os candidatos individualmente ou estar disponível para uma rápida apresentação.	Lembre-se do poder de influência da autoridade. Assim como os gestores de contratações podem melhorar as taxas de resposta dos candidatos, os líderes da empresa podem melhorar as taxas de aceitação.
2	Dê feedback imediato sobre a entrevista	Ligue para os candidatos e fale claramente sobre o desempenho que tiveram na entrevista.	O feedback ajuda no aprimoramento profissional dos candidatos. Respostas rápidas faz com que se sintam no controle. Se ambos estiverem presentes, você os agradecerá ainda mais, mesmo que não sejam admitidos.



Uma entrevista ruim pode ser custosa

As pessoas são mais sensíveis às informações negativas. O dano de entrevistas ruins é muito maior do que o benefício das boas. Atualmente, com as redes sociais, uma entrevista ruim pode representar mais do que a perda de um candidato, pode levar a perdas financeiras significativas.



dos candidatos dizem que uma experiência de entrevista ruim leva à perda de interesse na vaga

Como evitar problemas

		Como fazer	Por que funciona
1	Demonstre respeito	Defina previamente as expectativas com os candidatos, isto é, quantas entrevistas, quando e com quem elas ocorrerão. Garanta que os entrevistadores <u>estejam preparados</u> , sejam pontuais e não façam coisas como comer ou verificar o e-mail durante as entrevistas.	Nosso senso de identidade se baseia na forma como outros nos tratam. Nos sentimos valorizados quando nos tratam com respeito. Se fizer bem o básico, você agradará mais os candidatos e fará com que se sintam bem consigo mesmos.
2	Defina os entrevistadores com sabedoria	Coloque seus melhores entrevistadores no início e no final do processo, e coloque os demais nas entrevistas intermediárias.	As pessoas se lembram melhor do primeiro e do último eventos de uma série. ¹ Iniciar e finalizar bem fará com que os candidatos perdoem experiências intermediárias mais pobres.

¹ Ebbinghaus, Hermann (1913). *On memory: A contribution to experimental psychology* (Sobre a memória: uma contribuição para a psicologia experimental) Nova York: Teachers College.

Finalizar
o processo

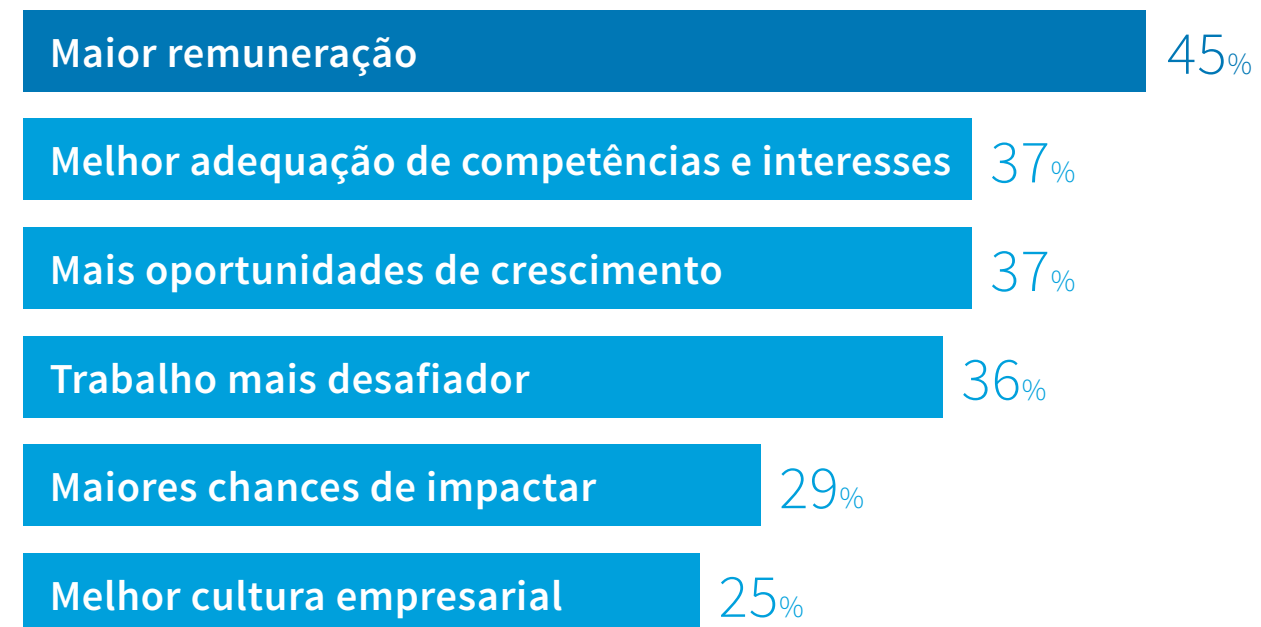




A remuneração é a principal razão pela qual as pessoas mudam de emprego

Não há dúvida de que dinheiro é importante. O salário geralmente leva a decisões de carreira, porque as pessoas presumem que serão mais felizes com maior renda. Entretanto, motivadores intrínsecos, como adequação à vaga e oportunidades de crescimento, são também cruciais.

Principais razões para a mudança de emprego



Os profissionais dizem o salário é mais importante, mas a ciência diz o contrário

Estudos mostram que uma renda maior traz mais felicidade apenas até o equivalente a \$ 75.000 por ano.¹ E embora a remuneração seja motivadora para as tarefas mecânicas (p.ex., criar widgets), ela pode, na verdade, prejudicar o desempenho em tarefas criativas ou complexas.²

		Como fazer	Por que funciona
1	Não se baseie demais no salário para atrair candidatos	Concentre-se nas razões pelas quais sua vaga ou empresa são mais adequadas para o candidato, oferecem a eles mais desafios, mais oportunidades de crescimento ou de impacto, ou uma cultura melhor do que seu cargo atual.	As pessoas sentem-se entusiasmadas quando o salário aumenta, mas se acostumam rapidamente e, logo, o valor já não as satisfaz tanto. ³ A remuneração pode entusiasmar no início, mas não torna o candidato um funcionário leal.
2	Não fale em dinheiro	Remunere de forma justa e competitiva. Tire o salário das discussões <u>perguntando aos candidatos o que poderia representar um aumento não financeiro, mas relevante, de 30% para a sua carreira.</u>	Estudos mostram que o melhor modo de usar o salário é simplesmente pagar o suficiente para que a remuneração não seja um problema. ⁴

¹ Kahneman, Daniel & Deaton, Angus. [High income improves evaluation of life but not emotional well-being](#) (Uma renda alta melhora a avaliação da vida, mas não o bem-estar emocional) PNAS. 107(38), 16489-16493.

² Pink, Daniel. (2009). *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us* (Impulso: a surpreendente verdade sobre o que nos motiva) Nova York, NY: Riverhead Books.

³ Blackman, Andrew (10 de novembro de 2014). [Can Money Buy Happiness? \(O dinheiro pode comprar a felicidade?\)](#) *The Wall Street Journal*.

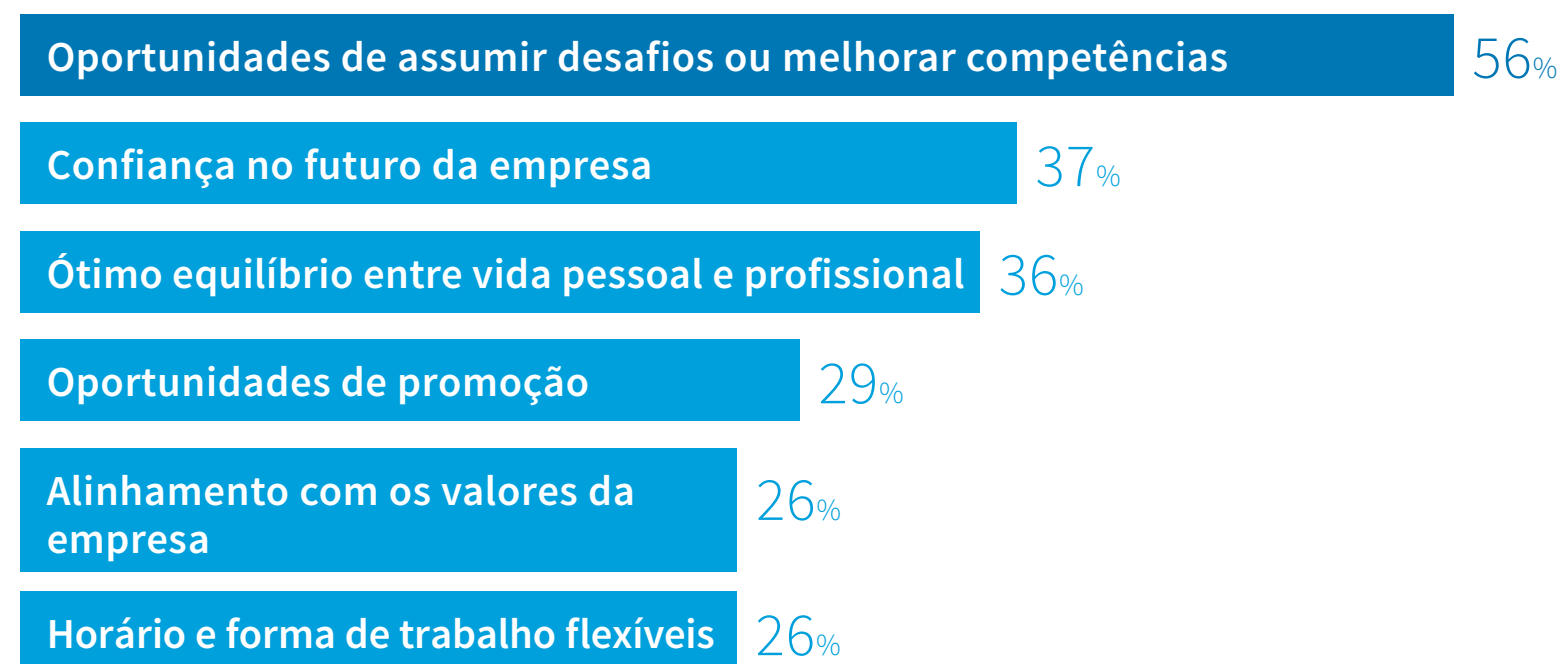
⁴ Pink, Daniel. (2009). *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us* (Impulso: a surpreendente verdade sobre o que nos motiva) Nova York, NY: Riverhead Books.



Os profissionais permanecem em seus empregos pelas oportunidades de crescimento

Quando acham que estão aprendendo e crescendo, fazendo algo relevante e controlando a forma como trabalham, os profissionais tendem a permanecer.

Por que os candidatos permanecem onde estão*



* Dados baseados em 37% dos participantes que planejam permanecer na empresa atual por mais de três anos.

Como descobrir as necessidades mais básicas dos candidatos

Nossos dados se alinham com o que a ciência tem a dizer. Estudos demonstram que, excluído o dinheiro, somos motivados por três coisas: a autonomia, o domínio e o propósito. A autonomia é o desejo de dirigir a nossa própria vida, o domínio é o desejo de aprender e melhorar, e o propósito é poder fazer a diferença ou contribuir para algo.¹ Essas três necessidades são o que motivam os candidatos a permanecer em suas empresas ou deixá-las. Portanto, pense nelas, ao negociar.

		Como fazer	Por que funciona
1	Avalie quanto de liberdade no trabalho você pode oferecer	Leve em conta horários flexíveis, trabalho remoto e equilíbrio entre vida pessoal e profissional.	Os candidatos querem poder opinar sobre onde, como e com quem trabalhar.
2	Saiba como seu cargo pode desafiar e transformar	Saliente os caminhos para novas competências, responsabilidade e promoções.	Os candidatos desejam ter um trabalho interessante e estimulante, capaz de transformá-los.
3	Conte a história da empresa de forma inspiradora	Conheça a sua missão e valores, além da importância do cargo para a equipe, para a empresa e em geral.	Os candidatos desejam que seu dia-a-dia se associe a algo maior e inspirador.

¹ Pink, Daniel. (2009). *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us* (Impulso: a surpreendente verdade sobre o que nos motiva) Nova York, NY: Riverhead Books.

Conclusão



Principais elementos para melhores recrutamentos em cada etapa

Saber o que os candidatos desejam e por que o desejam ajuda você a tomar melhores decisões. Ao combinar os insights deste relatório com sua experiência prática, você fará contratações melhores.

1	Iniciar a conversa	Tenha em mente que alguns candidatos preferem ser contatados por gestores de contratações. Seja seletivo antes de clicar em 'enviar' e peça ajuda sempre que necessário. Ao fazer contato, equilibre o desejo do candidato por muitas informações com nossas dicas de base científica para obter uma resposta.
2	Inspirar a candidatura	Ajude os candidatos a descobrir sua empresa e cargos investindo nos locais onde buscam informações, principalmente seu site, ferramentas de pesquisa e o LinkedIn. Capacite seus funcionários para que ajudem no recrutamento e reforce suas estratégias tornando-se uma fonte melhor de informações.
3	Otimizar a experiência de entrevista	Mantenha a entrevista breve, ofereça aos candidatos uma chance de aprenderem sobre o cargo e a cultura e demonstre respeito. Peça para a liderança encontrar-se com os candidatos e ofereça feedback imediato, melhorando a experiência de entrevista.
4	Para finalizar	Evite utilizar o salário como o principal elemento para a conquista do candidato. O salário pode influenciar certas circunstâncias, mas não gera lealdade. Desde que a sua proposta seja competitiva, concentre-se em como os candidatos poderão aprender e crescer, ter controle sobre o trabalho e identificar-se com um propósito.

Sobre o estudo

Para este estudo, em abril de 2017 entrevistamos duas populações diferentes, de mais de 20 países. Todos os participantes são usuários do LinkedIn, segmentados com base em informações e atividades recentes em seus perfis.

6.536

profissionais do mundo inteiro responderam sobre sua experiência no trabalho e sobre projeções no seu futuro.

7.788

profissionais que trocaram de emprego recentemente relataram sua experiência em relação à mudança de empresas.



Distribuição geográfica da amostra do estudo



Sobre as Soluções de Talentos do LinkedIn

Atraia, desperte o interesse e recrute os melhores talentos, utilizando a maior rede profissional do mundo. As Soluções de Talentos do LinkedIn ajudam na aquisição de talentos, no anúncio de vagas, na criação da marca empregadora e na criação de um programa de recomendações excelente.

Visite o nosso site



Leia nosso blog



Faça parte da rede do LinkedIn



Siga-nos no Facebook



Assista aos nossos vídeos no YouTube



Confira nosso SlideShare



Sobre os autores

Pesquisa



Neil Basu

Associado Sênior,
Programas de Pesquisa
e Operações



Allison Schnidman

Pesquisador de Mercado

Editorial



Kate Reilly

Escritora e Estrategista
de Conteúdo



Maria Ignatova

Líder em Marketing
de Conteúdo