

Este Boletim Markesalq apresenta informações gerais sobre a rede profissional LinkedIn. O conteúdo está dividido em quatro partes. A primeira traz a importância da rede como ferramenta para o marketing digital. A segunda, por sua vez, trata de alguns pontos-chave que devem ser lembrados na elaboração de um perfil no LinkedIn. A terceira parte abrange o uso do LinkedIn que é usado pelas empresas, tendo em uma quarta parte dois exemplos que fazem uso do mesmo. Sugestões e comentários são bem-vindos e podem ser realizados pelo e-mail grupo@markesalq.com.br e pelo blog do boletim boletimmarkesalq.blogspot.com.br Boa leitura!

Estratégias do LinkedIn

O LinkedIn

Nathalia de Oliveira Santos e Elaine Cristina da Silva

Atuando há quatorze anos, a maior rede profissional do mundo conhecida como LinkedIn possui cerca de 500 milhões de usuários, contando com participação de 29 milhões que são brasileiros. Sua fundação ocorreu em Dezembro de 2002 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly e Jean-Luc Vailant, objetivando conectar as pessoas e as empresas, fazendo com que as buscas de oportunidades no mercado de trabalho fossem dinâmicas e dessem credibilidade para quem fosse usuário da mesma^{1,2}. A evolução da tecnologia da comunicação abre cada vez mais espaço para o sucesso do LinkedIn, visto que há outra dinâmica no uso dos currículos para ocupar um cargo, com o uso de perfil *online*, que acaba sendo mais atrativo e eficaz^{3,5,1}.

O objetivo principal do LinkedIn é conectar as pessoas por meio da área de negócios buscando o crescimento na área profissional, porém, encontrar emprego é apenas um dos motivos pelos quais as pessoas o utilizam. Tal fato ocorre porque elas querem também consumir todo o conteúdo ali existente na plataforma, seguindo as empresas e as pessoas para fazer contatos e propagandas, como ocorre em perfis corporativos, por exemplo^{5,12}.

Quando a rede LinkedIn surgiu, o objetivo para impulsionar o *networking* (processo em que um usuário amplia sua rede de relacionamentos) e divulgar o perfil profissional era conhecido por uma parcela restrita para um público corporativo, tendo como foco negócios e carreira, possibilitando encontrar parceiros, fornecedores e funcionários gratuitamente e de forma simplificada¹. De acordo com a Luciane Borges (especialista na rede) a gestão para atrair os usuários foi principalmente por meio do marketing "boca a boca", além da realização de campanhas de publicidade, eventos de relacionamento e assessoria de imprensa^{3,12}.

Em 2016 a compra do LinkedIn pela Microsoft alavancou os acessos e o crescimento da rede, passando de três milhões de usuários cadastrados em 2003 para mais de quatrocentos milhões de usuários em 2016, com tendência crescente para os próximos anos. Com o início da crise econômica, mesmo que as vagas tenham sido soluções em marketing^{3,10}.

Construindo um perfil campeão no LinkedIn

Uma pesquisa realizada pela empresa americana *Jobvite* indica que 93% dos recrutadores fazem pesquisas nas redes sociais para encontrar pessoas qualificadas, com 45% sendo por meio do Twitter, 50% do Facebook e 80% do LinkedIn. Com isso, é necessário salientar que pequenos detalhes podem fazer grandes diferenças e algumas dicas que se forem consideradas podem ajudar a construir um perfil com qualidade na busca por uma vaga de emprego^{6,1}.



Figura 1: O Poder da Publicação LinkedIn

Fonte: Foco Web (2016)

Vale lembrar que um bom perfil representa um bom conteúdo, devendo ser substancial e ter quantidade suficiente de palavras-chave referente às principais conquistas que se teve na carreira, contemplando as habilidades que façam com que o perfil seja buscado de forma inteligente e precisa, além da localidade do usuário, das competências, nível de escolaridade ou área de formação. O resumo que é olhado pelos recrutadores deve possuir observações sobre a experiência profissional, habilidades e interesses, colocados de maneira sincera e transparente em não mais de dois ou três parágrafos^{5,7,18}.

A escolha de uma foto de perfil é algo relevante, já que ter uma foto aumenta em nove vezes a chance de visualização, não se esquecendo de todo o cuidado que deve ser tomado para a escolha da mesma, evitando *selfies* que não sejam adequadas devendo-se evitar óculos escuros e ocultar parte da face. O uso da foto deve objetivar chamar a atenção para a trajetória e conquistas profissionais, denotando um aspecto de seriedade profissional⁷.

Rede AgroServices
Sua rede de contatos e ideias.

#SOMOSTODOS PRODUTORES



Aqui você se atualiza, faz conexões e toma as melhores decisões.

Cadastre-se já: www.redeagroservices.com.br



rede AgroServices
pelo desenvolvimento do agronegócio

O cuidado também deve estar relacionado com o que está sendo colocado, não devendo ser usadas palavras que possam dar um sentido diferente para o perfil do candidato. Colocar a instituição onde o candidato estudou é de extrema relevância, visto que pode aumentar em até 17 vezes uma possível visualização e é imprescindível que haja uma construção de uma rede de contatos que possa servir como indicação para possíveis oportunidades profissionais por meio das competências verificadas. A atualização do cargo também deve ser realizada periodicamente, já que isso pode aumentar em até oito vezes a visualização do perfil do usuário.⁷

■ LinkedIn e as empresas

Toda empresa que deseja impulsionar sua marca, negócios e conteúdo busca nessa rede profissional a geração de oportunidades e para tal, faz-se necessária a criação de páginas que facilitem um melhor uso do usuário para a possibilidade de aumento de *network*, construindo a marca, efetuando vendas e descobrindo talentos. As empresas que são mais ativas nesta rede buscam na inovação desta ferramenta trazer informações e oportunidades de emprego, de forma mais conceituada e informativa^{4,8}.

O investimento no LinkedIn para as empresas pode aumentar o contato com clientes B2B (*Business to Business*), além de permitir uma alta segmentação de público e foco na produtividade, fortalecendo a cultura interna como forma de um grande veículo de comunicação para interação dos profissionais, atuando como um novo canal para compartilhar conteúdo^{2,8,18}



Figura 2: As 10 marcas brasileiras mais influentes na rede LinkedIn Fonte: Comércio (2016)

Quando há uma publicação deve-se ter um conteúdo adequado com a audiência, verificando-se o que o público quer descobrir, sempre atento ao que é informado para os usuários e se as pessoas procuram pelo serviço da empresa. Independente dos temas serem institucionais ou dirigidos, os *posts* podem ser publicados a cada dois dias, geralmente⁴.

A empresa que faz uso do LinkedIn já está com uma grande vantagem, pois além de atuar como uma espécie de recrutadora, a rede ainda permite disponibilização de uma lista com possíveis candidatos conforme o desejo da empresa. Ademais, há algumas ferramentas tais como: *Showcase Page* (desenvolver um relacionamento de longo prazo com um público específico), navegador de vendas, atualizações direcionadas e patrocinadas (voltado principalmente para quem deseja valorizar a marca do negócio digital), anúncios pagos, grupos nos quais procura elevar as vendas, *pulse* (constrói a reputação da marca), *slide share* (conteúdos de interesse para os recrutadores e também candidatos) e a opção "candidate-se", a qual torna o processo de seleção e recrutamento mais fácil^{4,6,9}.

As empresas podem atuar de três maneiras, conhecidas por: *Hire, Market e Sell*, entendidas como "Soluções de Talento", que são produtos para recrutar e trabalhar a marca empregadora; "Soluções de Marketing", que atua como uma forma de publicidade bem segmentada, e as "Soluções de Vendas", entendidas como produto desenvolvido para maximizar a rede dos vendedores e tornar a abordagem ao cliente mais assertiva^{4,9}.

A opção de LinkedIn Premium (versão paga) oferece algumas vantagens exclusivas, tais como o exemplo do "InMails", que consiste em uma ferramenta que envia mensagens para quem ainda não está na lista de contatos e uma visualização com mais detalhes de quem foram as pessoas que visitaram o perfil, com relatórios completos sobre os acessos¹¹.

Empresas que Utilizam o LinkedIn

■ Bayer

A Bayer é uma empresa química e farmacêutica global que conta com uma atuação global, tendo sua sede em Leverkusen, na Alemanha. Possuidora de uma cultura organizacional alinhada com responsabilidade social que foi sendo desenvolvida ao longo de 150 anos, é considerada uma das empresas mais atrativas para se trabalhar⁹.

As suas principais competências estão concentradas em Ciências da Vida, nas áreas de saúde (Bayer HealthCare), agricultura (Bayer CropScience) e materiais de alta tecnologia (Bayer MaterialScience). No ambiente da agricultura, por exemplo, verifica-se salientar o avanço considerável em termos de Comunicação e Marketing, que acaba sendo feito nas diversas mídias sociais, tais como é o caso do LinkedIn. A CropScience, nesse caso, responsável portanto, pelo negócio agrícola, é uma das líderes mundiais em ciências agrícolas nas áreas de sementes, soluções inovadoras para a proteção de cultivos baseados em modos de ação químicos e biológicos¹.

O uso de tal ferramenta para a empresa possui informações gerais sobre a empresa e sobre as diversas áreas em que ela atua, atualizações recentes sobre prêmios recebidos, por exemplo, *insights* sobre a cultura da empresa (idiomas que é necessário para atuação e causas que os funcionários da Bayer apoiam, por exemplo) e notícias atrelando suas áreas de atuação com outros diversos temas¹³.

Para um cargo de *Manager*, por exemplo, a Bayer indica por meio da rede LinkedIn algumas competências necessárias, como atuar na área de Indústria Farmacêutica, Venda de produtos farmacêuticos, Oncologia, entre outras. Uma visão geral da página no LinkedIn também traz índices das principais empresas, setores, regiões e instituições de ensino que contratam esse tipo de cargo¹⁴.

■ Mérieux NutriSciences – Bioagri

Com mais de 50 anos de atuação, presente em 21 países e com 6.500 colaboradores, operando em cerca de 100 laboratórios acreditados em todo o mundo, a Mérieux oferece consultoria para a indústria alimentar, de nutrição, agroquímica, farmacêutica e cosmética.

A empresa utiliza a rede profissional LinkedIn, divulgando vagas de emprego, publicando periodicamente notícias e atualidades sobre a empresa, dividindo, na rede, as suas áreas em Biotecnologia, Indústria química, Serviços ambientais, Alimentos e bebidas e Pesquisa para procura de emprego, oferecendo também outros detalhamentos da empresa, tal como ocorre com o link do site oficial¹¹.

Na seleção para uma vaga através do LinkedIn são observados se os currículos e o perfil se encaixam para a vaga a ser preenchida, analisando a formação, habilidades, experiências e área de interesse. É dessa maneira, portanto, que o uso da rede complementa e auxilia na seleção dos potenciais candidatos para as mais diversas áreas de atuação¹¹.

LinkedIn



A rede LinkedIn é uma revolução na área profissional, atuando de maneira essencial em qualquer estratégia de marketing digital, tornando horizontal o relacionamento entre as pessoas que procuram uma vaga de emprego e as empresas, já que há um compartilhamento de conteúdo que são altamente relevantes.

Houve uma mudança na forma da procura por emprego, por meio de uma nova forma de construir um *networking* através de uma rede social. Além disso, a plataforma oferece a grandes empresas o investimento em soluções para a melhoria contínua das ferramentas de busca.

Duas empresas de grande porte que atuam no Brasil e fazem uso do LinkedIn são a Bayer e a Mérieux NutriSciences, em que ambas fazem uso das diversas ferramentas que são oferecidas pela rede para divulgação das vagas e explicação de suas atuações no mercado de trabalho.

i Graduandas em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda – Faculdade Anhanguera de Piracicaba

Referências

- ¹ADM, Comunidade. A importância do Marketing para o Agronegócio Brasileiro. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-importancia-do-marketing-para-o-agronegocio-brasileiro/97293/>>. Acesso em: 02 ago. 2017.
- ²BLOG, Flammo. LinkedIn para empresas: vale mesmo a pena investir? 2017. Disponível em: <<http://flammo.com.br/blog/linkedin-para-empresas-vale-mesmo-pena-investir/>>. Acesso em: 26 jul. 2017.
- ³BREITBARTH, W. The Power Formula for LinkedIn Success. Kick-start Your Business, Brand, and Job Search. Greenleaf Book Group, 2016.
- ⁴COMÉRCIO, Diário do. O que aprender com as marcas nacionais mais influentes no LinkedIn. 2016. Disponível em: <http://www.dcomercio.com.br/categoria/gestao/o_que_aprender_com_as_marcas_nacionais_mais_influentes_no_linkedin>. Acesso em: 25 jul. 2017.
- ⁵DIGITAL, Olhar. Carreira: aprenda a aproveitar ao máximo o potencial do LinkedIn. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/pro/video/carreira-aprenda-a-aproveitar-ao-maximo-o-potencial-do-linkedin/69101>>. Acesso em: 27 de Jun. de 2017
- ⁶EMPREGOS, Carreira. Saiba como as empresas usam as redes sociais para recrutar. Disponível em: <<https://carreiras.empregos.com.br/mercado/saiba-como-as-empresas-usam-as-redes-sociais-para-recrutar/>>. Acesso em: 28 de Jun. de 2017.
- ⁷ÉPOCA. Como melhorar o seu perfil no LinkedIn. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2017/07/como-melhorar-o-seu-perfil-no-linkedin.html>>. Acesso em: 27 de Jun. de 2017.
- ⁸EXAME. As 20 empresas queridinhas dos brasileiros no LinkedIn. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/as-20-empresas-mais-procuradas-pelos-brasileiros-no-linkedin/>>. Acesso em: 17 de Jun. de 2017.
- ⁹FOCO, Web. O poder da publicação LinkedIn. 2016. Disponível em: <<http://blog.webfoco.com/o-poder-da-publicacao-no-linkedin/>>. Acesso em: 20 de Jun. de 2017.
- ¹⁰G1. LinkedIn tem crescimento de 25% em base de usuários no Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/05/linkedin-tem-crescimento-de-25-em-base-de-usuarios-no-brasil-2016050175013345050.html>>. Acesso em: 19 de Jun. de 2017.
- ¹¹HOTMART. Marketing no LinkedIn: uma estratégia que pode impulsionar o seu negócio digital. Disponível em: <<https://blog.hotmart.com/pt-br/guias-e-tutoriais/marketing-no-linkedin/>>. Acesso em 29 de Jun. de 2017.
- ¹²LINKEDIN. A brief history of LinkedIn. Disponível em: <<https://ourstory.linkedin.com/>>. Acesso em: 23 de Jun. de 2017.
- ¹³LINKEDIN. Bayer. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/company-beta/1893/life/>>. Acesso em: 04 ago. 2017.
- ¹⁴LINKEDIN. Bayer. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/company/bayer>>. Acesso em: 04 ago. 2017.
- ¹⁵LINKEDIN. Mérieux NutriSciences. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/company/merieux-nutrisciences>>. Acesso em: 26 jun. 2017.
- ¹⁶NUTRISCIENCES, Merieux. Merieux NutriSciences. Disponível em: <<https://www.merieuxnutrisciences.com/corporate/>>. Acesso em: 26 jun. 2017.
- ¹⁷OFICINA, da Net. Processo de Revolução Tecnológica. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/11764-processo-de-evolucao-tecnologica>>. Acesso em: 20 de Jun. de 2017.
- ¹⁸POVO, Gazeta do. LinkedIn cresce como ferramenta no recrutamento nas empresas. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/pos-e-carreira/linkedin-cresce-como-ferramenta-de-recrutamento-nas-empresas-9cjs8sihzfzyyhc2gcmb3hm>>. Acesso em 20 de Jun. de 2017.
- ¹⁹VON ROSEN, V. LinkedIn marketing: An hour a day. John Wiley & Sons, 2012.
- ²⁰WIKIPEDIA. LinkedIn. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>>. Acesso em: 20 de Jun. de 2017.

“O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do grupo de extensão em Marketing e Gestão, o MarkESALQ. O grupo foi criado em 2011 na ESALQ/USP e tem como missão gerar e disseminar conhecimento sobre marketing e gestão aos seus membros e à sociedade como um todo. O Boletim MarkEsalq tem como jornalista responsável Mariana Vizoto; sendo coordenado pelas acadêmicas Paula de Freitas Wenzel e Isabella Galdino Ballestero. É supervisionado pelos coordenadores do grupo, Professores Eduardo Eugênio Spers e Hermes Moretti Ribeiro da Silva. Tem como parceira a empresa Moretti Design e a RedeAgroServices. Para mais informações, acesse: www.markesalq.com.br ou www.boletimmarkesalq.blogspot.com.br.”