



Estratégias empresariais para o LinkedIn

25º Dossiê

Lab de Tendências - Casa Firjan

01/09/2020

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.

Estratégias empresariais para o LinkedIn



A partir das discussões sobre estratégias empresariais para o LinkedIn fomentadas pelo Aquário Casa Firjan - série de palestras e debates semanais - ocorrido no dia 01/09/2020, vamos analisar como as empresas podem usar essa rede social para se aproximar de seu público e também para atrair talentos para o seu time de colaboradores.



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Contexto



Histórico

O LinkedIn é uma rede de negócios fundada em 2002, com a missão de conectar os profissionais, apresentar suas aptidões e trazer oportunidades de trabalho para as pessoas. Em 2016, foi vendido para a Microsoft, tornando-se a maior aquisição da empresa. Atualmente, é a rede profissional de maior alcance, com mais de 600 milhões de membros.

O LinkedIn possibilita interações entre profissionais e empresas, oferecendo ferramentas que fomentam a troca de conteúdo, como, por exemplo, tendências setoriais e dicas de carreira.



Benefícios para as empresas

[Mais de 30 milhões de empresas usam o LinkedIn para negócios.](#) A rede social oferece espaço para realização de conexões, networking e vendas. É uma plataforma muito importante para construção de reputação, interação e atração de talentos. A rede disponibiliza ferramentas para todos os tamanhos e tipos de empresas, de pequenas a grandes e de B2B a B2C. O LinkedIn não é visto apenas como uma rede de contratação de profissionais, mas como uma plataforma de vendas e marketing para as empresas.



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Elementos essenciais para um perfil empresarial

1

Propósito

Garantir que o perfil da empresa transmita o branding, os valores e seus produtos.

2

Ferramentas

Conhecer e experimentar as ferramentas da rede social para saber como conquistar os melhores resultados.

3

Conteúdo

Programar e monitorar os resultados das postagens para entender como o engajamento funciona na plataforma.



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Pontos iniciais para a elaboração de um perfil empresarial

- 1 Identificar os objetivos da empresa para a criação de um perfil no LinkedIn (company page);
- 2 Mapear os diferenciais da empresa para entender como o perfil pode se tornar uma referência;
- 3 Gerenciar a imagem da marca por meio da criação de um perfil consistente, com informações completas;
- 4 Definir uma URL (endereço de link) personalizada para a empresa;
- 5 Estimular que alguns funcionários produzam conteúdos (ex: artigos) associados ao perfil da empresa;
- 6 Promover parcerias por meio de grupos do LinkedIn que estejam alinhados ao mesmo setor da empresa;
- 7 Aproveitar a plataforma para desenvolver relacionamentos comerciais e corporativos.



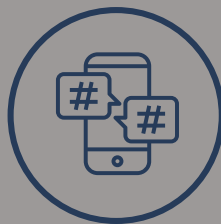
Estratégias empresariais para o LinkedIn

Boas práticas para implementar no perfil empresarial



Entender

como o LinkedIn reforça determinados perfis e conteúdos



Destacar

as publicações por meio do uso de hashtags vinculadas aos assuntos do momento



Publicar

conteúdos que convidem o usuário a se engajar com outras plataformas da empresa



Produzir

postagens que contribuam para o desenvolvimento profissional das pessoas



Alinhar

os conteúdos produzidos aos valores e cultura da empresa



Divulgar

a empresa como um lugar interessante para as pessoas trabalharem



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Questionamentos para as empresas

Como a empresa pode se tornar uma referência para sua audiência?

Compartilhe conteúdo relevante, desperte a atenção do público com vídeos e interações, como pesquisas e perguntas, entenda como pode ajudar seus seguidores e seja ativo na rede.



A produção de conteúdo irá oferecer uma base para o aumento de visibilidade. É importante avaliar o que é publicado, os grupos do qual faz parte e como está interagindo com os membros que seguem a página.

Como aumentar a visibilidade da company page?

Como fazer com que o perfil seja atraente para profissionais talentosos?

O relacionamento com a rede, as informações sobre a cultura da marca e como os colaboradores se posicionam será essencial para tornar o perfil uma referência e ajudar a encontrar as melhores pessoas para ocupar as vagas da sua empresa.





Estratégias empresariais para o LinkedIn

Desafios

Adaptação



A empresa precisa estar constantemente atualizada com as novidades do LinkedIn para adequar seu perfil e produzir conteúdos relevantes, que promovam engajamento. Acompanhar as inovações com agilidade permite estar mais próximo dos usuários e ser visto como um perfil que vale a pena ser seguido.

Credibilidade



Ao criar um perfil nas redes sociais é importante que as informações da empresa estejam completas, claras e alinhadas. É importante atualizar com frequência e responder as interações e perguntas. Além de disponibilizar os outros contatos digitais para que o público conheça mais sobre o negócio.

Engajamento



Atenção com o conteúdo gerado e compartilhado. Não deve ser um espaço apenas para estimular vendas. É necessário lembrar do diálogo com pessoas e da importância de motivar o engajamento, interagindo e atendendo as necessidades do público.



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Oportunidades



Engajamento do público

É possível criar ações especiais no perfil empresarial do LinkedIn como, por exemplo, palestras ao vivo (lives). Essas ferramentas permitem desenvolver engajamento com determinados públicos da empresa. Uma vez que as pessoas aceitem e confirmem a presença, é possível entender antecipadamente qual tipo de audiência o encontro terá.



Segmentação

A participação em grupos do mesmo setor ou destinados ao seu público-alvo permite que as empresas conheçam melhor seu mercado e tenham maior contato com seus clientes em potencial. Podem interagir oferecendo conselhos e também construindo parcerias. É possível criar os próprios grupos convidando membros alinhados com os objetivos da empresa, e, por meio deles, criar pesquisas e conteúdos direcionados.



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Referência

YouTube – Canal Firjan

[Hackeando o LinkedIn: a importância da rede no mercado de trabalho | Aquário Casa Firjan](#)

Participantes do debate

[Nelio Xavier | Criador e apresentador do Insider, primeiro podcast sobre LinkedIn no Brasil](#)

[Ana Carolina Almeida | Gerente de marketing do LinkedIn para América Latina](#)

[Ana Cláudia Freire | Executiva de Talentos da IBM para a América Latina](#)

[Diego Cidade | CEO da Academia do Universitário e LinkedIn Top Voices](#)

Mediação: [Nelio Xavier | Criador e apresentador do Insider, primeiro podcast sobre LinkedIn no Brasil](#)



Estratégias empresariais para o LinkedIn

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

[BLUM, Bárbara. Comunicação vira a habilidade mais valorizada por empregadores. Folha de São Paulo. 2020.](#)
[Cada 7 segundos se contrata a alguen en LinkedIn. ¿Quieres ser tú? EAE business school. 2020.](#)
[Cristiano Santos. Perfil LinkedIn.](#)
[Daniel Goleman. Perfil LinkedIn.](#)
[Erica Firmo. Perfil LinkedIn.](#)
[Luiza Helena Trajano. Perfil LinkedIn.](#)
[Melhores práticas para LinkedIn pages.](#)
[OSMAN, Maddy. Estatísticas e Fatos do LinkedIn \(2020\). Blog kinsta.](#)
[Pesquisa revela o perfil dos usuários brasileiros no LinkedIn. Canaltech. 2013.](#)
[Ricardo Amorim. Perfil LinkedIn.](#)
[Rony Meisler. Perfil LinkedIn.](#)
[Simon Sinek. Perfil LinkedIn.](#)
[XAVIER, Nelio. Insider Podcast.](#)
[XAVIER, Nelio. LinkedIn responde. Plataforma Spotify.](#)

