

# Desenvolvimento Pessoal T5 - ONE

**LinkedIn: como fazer o seu perfil trabalhar para você**

## 01. POR DENTRO DO LINKEDIN

# Introdução

---

## **Você vai aprender:**

- ❑ Como tornar seu perfil campeão;
- ❑ A utilizar os principais recursos;
- ❑ Criar uma rede de contatos de valor;
- ❑ Usar o Pulse a favor da sua estratégia
- ❑ Como gerenciar seu perfil;
- ❑ Como ganhar mais visibilidade profissional

## **Ao final do curso esperamos que você:**

- ❑ Tenha uma visão geral sobre LinkedIn;
- ❑ Crie sua estratégia para atingir seus objetivos no LinkedIn;
- ❑ Descubra como otimizar sua comunicação;
- ❑ Pratique sua escrita, como foco no Pulse;
- ❑ Tenha mais interação com as pessoas.

# O que fazer no LinkedIn

---

O que o LinkedIn **não** é:

Estático;

Repositório de currículos;

Lugar para enviar spam.

**Defina objetivos:**

- Você quer conseguir um novo trabalho?
- Fortalecer a sua presença digital ou sua marca pessoal no LinkedIn?
- Quer estabelecer relações e contatos profissionais?
- Ficar atualizado sobre as principais vagas do mercado?
- Aumentar a sua visibilidade ou melhorar o seu posicionamento profissional?
- Ou acompanhar as empresas em que gostaria de trabalhar, seja para ficar sabendo de eventos dos quais possa participar ou de vagas que tenham o seu perfil?

**Por que usar o LinkedIn?**

- mais de 500 milhões de usuários cadastrados
- 40% dos usuários utilizam o LinkedIn diariamente
- 106 milhões de usuários estão ativos mensalmente
- 3 milhões de usuários compartilham conteúdo semanalmente
- 80% dos *leads* dos negócios B2B surgem por meio de interações no LinkedIn
- 56% dos usuários são do gênero masculino, e 44% feminino
- o Brasil é o país com o terceiro maior número de usuários na rede

# Ações

---

Edgar criou seu perfil no LinkedIn para buscar emprego. Incentivado por um amigo, ele revisou seu curriculum vitae e começou a enviar para todos os seus contatos, pedindo para que eles mandem para quem conhecem, e assim, quem sabe, conseguirá sua tão sonhada vaga de trabalho.

De acordo com o que vimos nesta aula, essa prática é considerada:

- A) Trabalhosa, porém necessária, pois isso aumenta as chances dele conseguir uma oportunidade de trabalho.
- B) Boa, afinal de contas ele está acionando sua rede de contatos.
- C) Boa, assim ele aproveita para se apresentar às pessoas.
- D) Perigosa, pois pode ser considerada Spam.  
(Exatamente, por mais prático que seja enviar mensagem "copiada e colada", nem sempre pode ser a melhor abordagem.)

# Objetivos

---

Vimos que definir objetivos para atuar no LinkedIn pode fazer toda diferença.

Sua estratégia pode estar pautada em criar uma rede de relacionamento profissional forte, aumentar a sua visibilidade ou, ainda, conquistar uma vaga de emprego.

Agora reflita: qual é o seu principal objetivo? Se quiser, compartilhe suas ideias conosco através do Fórum, pois é sempre bom aprender com você também!

- Acompanhar empresas onde desejo trabalhar
- Estabelecer networking para conseguir uma vaga de emprego

# O que é mais importante

---

Mudanças sempre acontecem, mas alguns itens resistiram.

**Título**

**Resumo**

**Experiência.**

Características principais!

Recursos principais!

# Para saber mais

---

Compartilho aqui um texto interessante sobre como definir melhor seus objetivos para atuar no LinkedIn!

Link: <http://priscilastuani.com.br/como-definir-objetivos-no-linkedin/>



## 02. PERFIL COM POUCA EXPERIÊNCIA

# Foto de capa

---

Se você precisa de referências de bancos de imagem gratuitas e de alta resolução para deixar a sua capa com a sua cara, além de usar uma foto sua, você pode conferir as seguintes opções:

- [Free images](https://www.freeimages.com/es);

[<https://www.freeimages.com/es>]

- [Pixabay](https://pixabay.com/pt/);

[<https://pixabay.com/pt/>]

- [FreePik](https://www.freepik.es/);

[<https://www.freepik.es/>]

- [Morguefile](https://morguefile.com/);

[<https://morguefile.com/>]

# Conquistas e Recomendações

---

## Conquistas

- Cursos: mais recentes
- Idioma: ser sincero na descrição e coerente com o nível que você se encontra

## Recomendações

- É um plus;
- É uma aprovação;
- Prova social; (Recomendação versus comportamento do candidato)

Mas não substitui a referência formal de antigos empregadores.

# Informações adicionais

---

Atualizar:

- Voluntariado
- Formação Acadêmica
- Competências

# Faça sua recomendação

---

## **Recomendações podem:**

- Destacar seu perfil;
- Despertar curiosidade no recrutador;
- Reforçar a captura dos seus pontos fortes;
- Validar seus pontos fortes na entrevista.

## **Como conseguir recomendações?**

- Escolha uma pessoa que você conhece bem (colegas da faculdade, estágio ou voluntariado).
- Aguarde alguns dias e se a pessoa não recomendar de volta, envie uma mensagem.

# Dicas sobre recomendações

---

As recomendações do LinkedIn são uma ótima estratégia para conseguir maior visibilidade. Para conseguir essas indicações, contudo, é importante aprender como solicitá-las de maneira profissional.

Confira: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/como-pedir-uma-recomendacao-no-linkedin/>

### 03. PERFIL COM ALGUMAS EXPERIÊNCIAS

# Perfil pouco experiente

---

## **Vamos começar pelas informações que já temos no CV!**

- Formação acadêmica;
- Experiência profissional;

### **Profissão**

- Estudante/Estagiário;



# Foto de perfil

---

Como você quer ser visto pelo recrutador?

O ideal: Que mostre o busto, ombro, foco no rosto.

# Resumo profissional

---

## **Exemplo:**

Minha trajetória profissional começou como auxiliar administrativo. Atualmente, também estudo e entrego pequenos projetos na área de desenvolvimento web para negócios de pequeno e médio porte.

Sou uma pessoa curiosa e que gosta de resolver problemas. Aprender faz parte do meu dia a dia e os desafios me mantêm sempre motivado a descobrir as melhores soluções.

Busco oportunidade para estagiar na área de Tecnologia da Informação, onde eu possa desenvolver meus conhecimentos técnicos e crescer junto com a empresa e meus colegas de trabalho.

# Cursos, Projetos e Competências

---

Cursos

Projetos

Competências:

hard skills e soft skills

## 04. PERFIL MAIS EXPERIENTE

# Perfil com mais experiência

---

**Vamos começar pelas informações que já temos no CV!**

- Formação Acadêmica;
- Experiência profissional;
- Cursos;
- Projetos;
- Idiomas;
- Certificações.

# Resumo, URL e certificações

---

## **Profissão:**

Gerente de Projetos de TI

## **Resumo:**

Com mais de 15 anos de experiência e um MBA em Arquitetura de Soluções pela FIAP, possui vivência em desenvolvimento web utilizando a plataforma Java e conhecimentos sólidos em Engenharia de Software.

Com foco na construção de software com qualidade e boas práticas, que geram produtos testáveis e de fácil manutenção agregando valor aos clientes, à equipe e à inovação.

Possuo vasta experiência em: [ inserir experiências aqui ]

## 05. Pulse e SSI

# Contatos

---

**LinkedIn: No plano gratuito, é possível adicionar até 3.000 pessoas;**

**Critérios para aceitar novas solicitações;**

**Grupos de interesses;**

- Pessoas que trabalham na mesma empresa que você;
- Membros dos grupos que você participa;
- (Ex) colegas de faculdade.

**Foco na qualidade** e não na quantidade: **O ideal é unir os dois**

**Boas práticas:** Ao enviar solicitação de contato:

- Escreva uma mensagem para se apresentar de forma objetiva.
- NÃO tente vender nada no primeiro contato.

*Exemplo de mensagem:*

*"Oi, Beltrão. Tudo bem?"*

*Vi que você trabalha com recrutamento e seleção e por isso gostaria de acompanhar mais de perto o seu trabalho.*

*Um abraço."*

Se a pessoa que te adicionou não mandou mensagem:

- Seja você a pessoa que vai se apresentar e agradeça o convite.



# Grupos

---

## Prós X Contrás

### Prós:

Melhorar o networking, ver o que está rolando no mercado, quais são as principais dúvidas que as pessoas têm e a partir disso interagir e trocar ideias.

### Contrás:

Tem tido muito spam

## Etiqueta:

- Ouça primeiro, e depois fale;
- Nunca venda em um grupo;
- Tenha cuidado com postagens multiplataforma (faça abordagens diferentes).

## Como ter destaque sem ser chato? [evitar]

- Postar várias vezes a mesma coisa;
- Divulgar insistentemente seu produto ou serviço;
- Só falar de você;
- Não contribuir com as discussões.

## O que fazer para ter mais destaque?

- Compartilhar seu conhecimento de forma generosa;
- Ajudar os colegas do grupo respondendo a dúvidas;
- Publicar links úteis e conteúdo relevante;
- Divulgar oportunidades realmente valiosas.

## De quantos grupos participar?

- Limite máximo de participação em 100 grupos;
- **Identifique os grupos que tem mais a ver com a sua estratégia;**
- Participar de 2 a 5 grupos é muito razoável.

# Pulse

---

## **Pulse:**

Plataforma onde as pessoas podem compartilhar artigos, ideias e isso tem feito parte do planejamento estratégico de muitos profissionais que querem se posicionar no LinkedIn para ganhar visibilidade, ser uma referência na área onde elas atuam.

## **Vantagens de usar o Pulse:**

- Notificação aos contatos;
- Pode ajudar a se posicionar no Google;
- Gera visibilidade;
- Aumento de influência;
- Posicionar-se como expert;

**Se já tenho blog:** Primeiro poste em seu blog e após uma semana resposte o conteúdo no seu Pulse.

# Pulse

---

## Como usar o Pulse para minha estratégia pessoal?

### Planejamento

#### Defina suas estratégias:

- Conquistar sua autoridade na área;
- Fortalecer sua autoridade na área;
- Compartilhar aprendizados.

### Periodicidade

#### **Calendário editorial**

- Data de publicações;
- Prazos para produção de conteúdo;
- Pautas e temas de conteúdos;
- Palavras chaves;
- Divulgação nas redes sociais.

## Como escrever bons conteúdos para o LinkedIn Pulse?

### Sugestões:

- Ajude as pessoas/ofereça soluções;
- Não queira vender algo de cara;
- Coloque coisas que você aprendeu;
- Livros que você leu
- Filmes que você assistiu e que te despertou tal reflexão.

**Exemplo de pulse:** <https://www.linkedin.com/pulse/7-h%C3%A1-bitos-de-pessoas-com-alta-intelig%C3%A2ncia-emocional-priscila-stuani/?trk=mp-reader-card>

# Pulse

---

## **Passo 1:**

Pensar na mensagem geral que você quer transmitir.

Exemplo:

Empresas B2B costumam ser mais formais.

Posts pessoais tendem a ser mais informais.

Encontre o seu jeito

## **Passo 2:**

Faça um rascunho do seu artigo;

Revise.

Tudo bem se tiver que corrigir.

## **Passo 3:**

Título;

Imagem principal [*site pixabay*]

Pode atrair mais audiência.

## **Passo 4:**

Formatação adequada.

Ajuda a deixar o texto mais "escaneável".

## **Passo 5:**

Divulgue.

Compartilhe com as pessoas.

# Modelo de cronograma

---

Você viu que ter um cronograma de publicações pode te manter mais organizado e produtivo. Pensando nisso, compartilho o link de um exemplo que criamos na aula para que você faça uma cópia do arquivo para usá-lo.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vtGNxOdzBCJHdfRc-WVnE6NEDuTX9b3GeWsAolQwOJs/edit?usp=sharing>

# Social Selling Index

---

## **Mas como sei se meu perfil tem relevância?**

SSI (Social Selling Index):

Índice que funciona como um indicador dos seus esforços sobre a metodologia dos Social Selling no LinkedIn.

### ***Para verificar o SSI:***

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

# Social Selling Index

---

## 1. Estabelecer sua marca profissional

O quão completo é seu o perfil?

Tenha um perfil 100% completo;

Publique conteúdo relevante que te posicione como um líder;

Aumente sua visibilidade com publicações e interaja com conteúdos;

Obtenha recomendações de colegas e clientes;

## 2. Encontrar as pessoas certas

Você usa a Pesquisa Avançada para identificar clientes potenciais?

Utilize a ferramenta do LinkedIn para encontrar contatos de valor;

Aproveite as apresentações de contatos em comum para expandir a rede;

Acesse o perfil de potenciais clientes.

## 3. Engajar com insights

Você compartilha conteúdo e interage com o conteúdo fornecido por suas conexões no LinkedIn?

Compartilhe conteúdo relevante;

Converse com seus contatos de 1º nível;

Use informações relevantes quando enviar um convite de conexão.

## 4. Estabelecer relacionamentos

Você interage com as pessoas?

Conecte ou siga outros profissionais

Concentre-se em tomadores de decisão

Nutra a relação continuamente para ser lembrado.

# Social Selling Index

in SALES NAVIGATOR



## Seu Social Selling Index

Primeiros Classificação SSI do setor

23 %

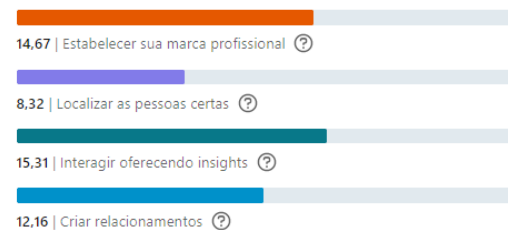
Primeiros Classificação SSI da rede

6 %

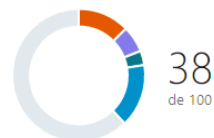
### Social Selling Index atual ⓘ



### Os quatro componentes da sua pontuação



### Pessoas no seu setor

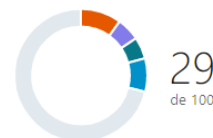


Os profissionais de vendas do setor Tecnologia, Informação e Internet têm um SSI médio de 38.

Você está entre os primeiros 23%

▼ Baixou 1% na última semana

### Pessoas na sua rede



As pessoas da sua rede têm um SSI médio de 29.

Você está entre os primeiros 6%

Sem alterações na última semana



Encontre os decisores certos e encurte seu ciclo de vendas com o LinkedIn Sales Navigator.

Saiba mais



# Conclusão

---

## O que o LinkedIn **não** é:

Estático;  
Repositório de currículos;  
Lugar para enviar spam.

## Defina objetivos:

Conseguir um novo emprego  
Se posicionar como um profissional referência na área  
Se aproximar de possíveis clientes/fornecedores  
Acompanhar tudo o que está rolando sobre nossa área de interesse  
Ganhar mais visibilidade  
Destaque profissional  
Conhecer as empresas, o dia a dia delas e interagir com elas.

# Conclusão

---

**Resumo profissional:** É a cereja do bolo!

**Experiência profissional**

**Voluntariado**

**Formação Acadêmica**

**Competências**

**Conquistas**

**Cursos**

**Idiomas**

**Recomendações**

É um plus;

É uma aprovação;

Prova social: Recomendação vs comportamento do candidato

**Mas não substitui a referência formal de antigos empregadores.**

**Recomendações podem:**

Destacar seu perfil;

Despertar curiosidade no recrutador;

Reforçar a captura dos seus pontos fortes;

validar seus pontos fortes na entrevista.

**Como conseguir recomendações?**

**Escolha uma pessoa que você conhece bem;**

Colegas de faculdade, estágio ou voluntariado.

**Aguarde alguns dias e se a pessoa não te recomendar de volta, envie uma mensagem.**

**Foco na qualidade e não na quantidade.**

**O ideal é unir os dois**

**Boas práticas:**

Ao enviar solicitação de contato:

- Escreva uma mensagem para se apresentar de forma objetiva.
- NÃO tente vender nada no primeiro contato.

Se a pessoa que te adicionou não mandou mensagem:

- Seja você a pessoa que vai se apresentar e agradeça o convite.