

# DESCRIÇÃO DE VAGAS:

## O GUIA COMPLETO PARA ATRAIR VERDADEIROS TALENTOS

APRENDA COMO FORMATAR E ESCREVER DESCRIÇÕES  
INCRÍVEIS E ALINHAR TEXTO COM SUA CULTURA



# QUAL É O GRAU/NÍVEL DESTE MATERIAL?

## **Básico/introdutório**

Conteúdos introdutórios abordam os fundamentos da área de gente e gestão. Nesses materiais, você confere instruções, práticas e dicas para aprender os conceitos básicos. Eles são a base para você avançar aos próximos níveis de conhecimento.

**VOCÊ ESTÁ AQUI ✓**

## **Intermediário**

Materiais como esse são ideais para profissionais que estão familiarizados com a área de gente e gestão, mas que possuem apenas experiência básica na execução de estratégias. Esses conteúdos vão além dos fundamentos e abordam funções e exemplos mais complexos.

## **Avançado**

Você é ou quer ser especialista em gente e gestão? Este é o tipo de conteúdo para você. Nele, apresentamos estratégias avançadas e desenvolvemos uma compreensão aprofundada do assunto.

A descrição de vaga é uma janela para o mundo de como uma organização entende suas oportunidades, áreas e cultura. A forma como são descritos os papéis e responsabilidades de um colaborador, as atividades a serem desempenhadas e o ambiente de trabalho irão mostrar o DNA da empresa e sua proposta de valor para potenciais talentos.

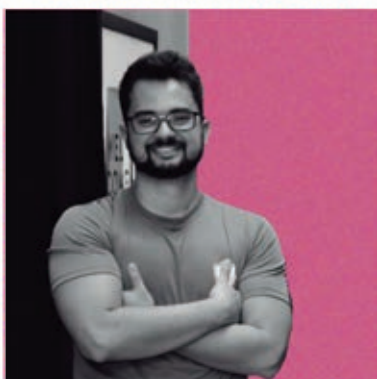
# SUMÁRIO

3/26

5	INTRODUÇÃO	11	COMO UMA VAGA É PERCEBIDA PELOS CANDIDATOS?	20	CONDUZINDO TESTES
7	PORQUE UMA BOA DESCRIÇÃO É TÃO IMPORTANTE	13	ELEMENTOS ESSENCIAIS	21	CHECKLIST
8	O PRÉ-PLANEJAMENTO	16	ESTILO E FORMATAÇÃO	22	CONCLUSÃO
10	VOCÊ SABIA? AS VÁRIAS UTILIDADES DE UMA DESCRIÇÃO DE VAGA	18	OTIMIZANDO SUA DESCRIÇÃO	26	SOBRE A GUPY

# SOBRE OS AUTORES

4/26



**GUILHERME DIAS**

CMO & CO-FOUNDER NA GUPY

CONTEÚDO

-----  
**Linked in**



**TATIANA FERNANDES**

ESPECIALISTA DE MARKETING DIGITAL NA GUPY

CONTEÚDO

-----  
**Linked in**



**BARBARA IAMAUCHI**

DESIGNER NA GUPY

DESIGN

-----  
**Linked in**



# INTRODUÇÃO

5/26

## O QUE VOCÊ VAI APRENDER AQUI?

Todos os dias, milhões de empregos são listados em portais e plataformas, mídias sociais, bancos de talentos...são tantas opções que, para alcançar os profissionais acima da média, é preciso se destacar. Com o mercado altamente competitivo em que vivemos, atrair os melhores perfis de repente se torna muito mais difícil - e ainda mais importante.

Nesse cenário, a descrição de vaga deixou de ser mera ferramenta do RH e hoje, é a porta de entrada dos candidatos à sua empresa. E, por isso mesmo, é preciso proporcionar uma primeira impressão de impacto para conectar a pessoa certa ao cargo certo.

A problema é que uma job description não é uma ciência exata e requer equilíbrio para que não seja nem genérica demais, nem extensa e cansativa. Porém, ainda é um desafio longe de ser solucionado: segundo pesquisa de uma consultoria, 72% dos gerentes de contratação acreditavam fornecer uma descrição clara, mas apenas 36% dos candidatos concordavam com essa constatação.

Pois então, como escrever um anúncio que gere interesse, envolva candidatos e, ainda por cima, alavanque a marca e cultura organizacional para incentivar inscrições? Hora de conferir este guia completo e entender quais estratégias usar. Nele, você vai entender como criar descrições de cargos impactantes e com a combinação certa para você atrair os profissionais buscados.

Prepare-se!

# PORÉM, ATENÇÃO!

## TENHA EM MENTE QUE SEUS RESULTADOS DEPENDERÃO DE COMO VOCÊ APRESENTARÁ SUA CULTURA

A descrição de vaga é apenas uma das etapas do recrutamento, que começa desde antes da necessidade e abertura de vagas.

O ponto de partida deve ser a sua cultura organizacional - conjunto de valores, missão e visão que influenciam atitudes e comportamentos, já que profissionais de alta performance optam por culturas que se alinhem e combinem com o que acreditam.

Isso porque o processo de atração deixou de ser unilateral e a escolha não mais parte do empregador, e sim de candidatos cada vez mais qualificados.

A cultura na empresa torna-se, portanto, ferramenta imprescindível para oferecer uma experiência inclusiva, autêntica e com espaço para crescimento e um aprendizado transformador.

Não basta a satisfação pelo trabalho; para serem conquistados, talentos precisam amar onde e com quem trabalham.

6/26

Perceba, então, que este processo acaba sendo cíclico: quanto maior sua marca empregadora e cultura, maiores as chances de despertar o interesse dos perfis, virando assim um mecanismo de auto seleção de verdadeiras estrelas. Um movimento contínuo que agrega valor à equipe e ajuda cada colaborador a tornar a companhia e a ele mesmo, melhores.

Assim, rever a proposta de valor, reputação e outros indicadores internos da organização é fundamental para que você possa levantar previamente quais pontos precisam ser melhorados e quais aumentar antes de começar seu processo seletivo, oferecendo as condições perfeitas para receber sua constelação de talentos.

Uma vez que o candidato olha a descrição do cargo, consegue ver além disso: como o que é esperado, até onde vão as limitações e autonomia daquela posição, entre outros pontos.

Por fim, as organizações sabem que seu maior ativo competitivo são as pessoas e não mais tecnologia há alguns anos atrás. Sendo assim, possuir os melhores talentos é o que fará uma empresa alavancar frente aos seus concorrentes. Todo esse processo começa no planejamento de uma vaga e na escolha das palavras que pode, ou não, atrair e engajar um o profissional certo.

# PORQUE UMA BOA DESCRIÇÃO É TÃO IMPORTANTE

A descrição de vaga pode ser definida como a declaração escrita das funções e responsabilidades de determinada posição.

Seu papel tem impacto enorme no processo de recrutamento e seleção porque envolve investimento de tempo e dinheiro em todas as etapas. Se bem executada, alinha as expectativas, diminui uma possível colocação errada e, conseqüentemente, a taxa de turnover, agregando uma experiência muito mais positiva tanto para a empresa quanto ao candidato.

A melhor descrição de vaga no recrutamento é aquela que:

- Esclarece a função do cargo tanto para o colaborador quanto à organização, prevenindo mal-entendidos;
- Indica o posicionamento hierárquico do cargo;
- Ajuda a resolver eventuais contestações ou insatisfações;
- Oferece informações sobre a estrutura da empresa;
- Fornece uma base para determinar se uma pessoa pode desempenhar as tarefas;
- Apresenta de forma transparente a cultura e valores da organização para que o interesse seja despertado em quem tem realmente compatibilidade;
- ENCANTA! Uma boa descrição de vaga no recrutamento precisa estar munida de linguagem, expressões e tom de voz coerentes com o público para conseguir gerar uma conexão real e emocional com o candidato.



# O PRÉ-PLANEJAMENTO

8/26

## QUEM É O RESPONSÁVEL POR DESCREVER A VAGA?

Job descriptions envolventes não devem ser criadas apenas por uma pessoa única, mas sim pela união entre o responsável pela seleção da vaga (muitas vezes o próprio RH, que tem know-how de mercado e que sabe como comunicar com o público-alvo da melhor maneira) e o gestor solicitante da vaga, que tem claro as necessidades e expectativas para essa posição.

Além disso, em alguns casos, pode ser interessante o envolvimento do time de Marketing e Comunicação para alinhar a linguagem utilizada pela empresa, construir uma campanha específica ou preparar uma mídia online ou offline para transmitir a mensagem com mais intensidade e assertividade (por meio de vídeos, banners, eventos, etc.).

## ANÁLISE DO CARGO

Se sua organização não possui uma descrição de vaga ou ela está desatualizada, o primeiro passo é fazer uma análise de vaga, ou seja, a coleta de todas as informações importantes (como conhecimento, habilidades, responsabilidades, etc. ) para se ter uma visão completa do cenário.

Junto com o gestor, não deixe de fazer uma avaliação crítica de requisitos, pois quanto maior a lista de itens pedidos, menor será o número de candidatos e o engajamento para participar de todas as etapas no funil do processo seletivo.

Questione: quais os requisitos tem correlação com o que é necessário da vaga? O que é realmente esperado do candidato e como é possível transformar a vaga em algo engajador e fortalecer o employer branding? Faça as perguntas certas e alcance um equilíbrio.

# O PRÉ-PLANEJAMENTO

9/26

Esse trabalho de triagem inicial é uma das tarefas que vem sendo automatizadas por sistemas de recrutamento e seleção que contam com Inteligência Artificial. Na Gupy, por exemplo, os algoritmos extraem significado do currículo - e outras dezenas de características dos candidatos e das descrições da vaga - para ranquear os perfis e mostrar aos recrutadores aqueles com maior matching. A descrição de vaga é o primeiro passo para isso e, seja de forma automatizada ou manual, é fundamental para que as etapas de seleção sejam assertivas.

Hoje, a tecnologia chegou para auxiliar o setor a desprender tempo na parte mais estratégica, como o próprio planejamento da vaga, engajamento dos candidatos, entrevistas, etc. Esse papel mais tático do RH precisa ser conquistado com ferramentas modernas e com a incorporação de criatividade, inovação e estratégia na criação e gestão de suas oportunidades de emprego.

O passo a passo para criar a descrição segue as etapas de:



1 - Identificar a vaga a ser analisada.



2 - Determinar qual a melhor abordagem dos procedimentos ou métodos afim de colher todos os dados necessários com o contratante (questionário, entrevista e observação).



3 - Coletar e revisar os dados.



4 - Resumir e documentar



5 - Ajustar a mensagem, fotos e depoimentos para que transmita ao candidato emoção e todas as sensações que você espera

# VOCÊ SABIA? AS VÁRIAS UTILIDADES DA DESCRIÇÃO DE VAGA

Acredite, a descrição de vaga é uma aliada versátil! Ela vai além da aquisição de candidatos e ajuda também na performance e carreira dos seus colaboradores. Veja quais oportunidades ela pode gerar:



**Treinamento e desenvolvimento profissional:** o futuro colaborador tem suporte para buscar constante atualização e um nível consistente de competência de acordo com o plano de carreira e promoções acordadas na descrição, galgando novos horizontes.



**Avaliação e gerenciamento de desempenho:** Definir metas de desempenho mensuráveis baseadas nas atribuições do cargo, dando uma clara orientação ao funcionário e facilitando na hora de avaliar sua atuação de tempos em tempos também é uma vantagem.



**Desempenho:** Quando o funcionário não estiver desempenhando de forma adequada ou está abaixo da média, quais foram as atividades que ficaram aquém do esperado? Será que houve quebra de expectativa em relação ao que foi divulgado a ele no recrutamento?



**Valorização interna:** A descrição pode também ajudar funcionários com mais tempo de empresa a desenvolver a própria perspectiva de carreira ao permitir que eles vejam os requisitos, chequem quais habilidades ainda lhe faltam, procurem um caminho de aprendizado e, em seguida, estipulem desafios periódicos a partir da vaga.

# COMO UMA VAGA É PERCEBIDA PELOS CANDIDATOS?

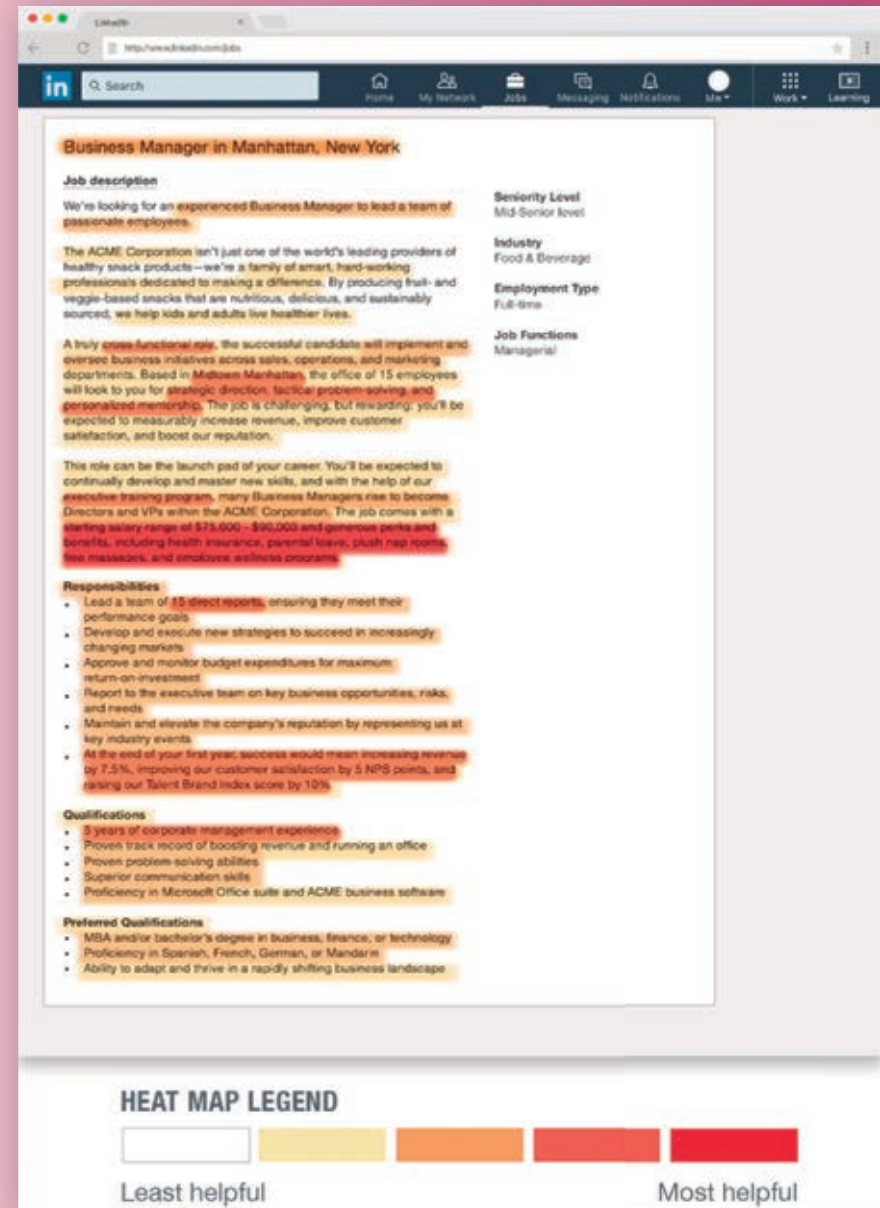
Dados da plataforma LinkedIn revelaram quais partes são vistas primeiro e consideradas mais atraentes pelos usuários.

As áreas em vermelho destacadas com maior frequência demonstram as seções de maior interesse e consideradas úteis.

Em pouquíssimos segundos, o candidato bate o olho nas compensações, funções a serem desempenhadas, metas e resultados esperados nas responsabilidades, localização e para quem o candidato se reporta. São critérios que o fazem mais propenso a participar do processo.

Já a cultura, missão e informações da empresa são procurados de maneira complementar e fora da descrição, via site e página de LinkedIn da companhia e referências de funcionários para entender como é o clima organizacional.

O tom também conta pontos e deve ser cuidadoso. Não existe certo ou errado, o mais importante é que esteja alinhado com o tom de voz da sua empresa, ou seja, que tenha "a sua cara" e que o candidato possa sentir essa atmosfera através da leitura.





# O RAIO-X DAS VAGAS MAL ESCRITAS

12/26

Como você viu, detalhar uma vaga tem peso fundamental para angariar os profissionais mais compatíveis. Mesmo assim, ainda temos o predomínio de ofertas falhas ou mal estruturadas, seja por:

- **É uma descrição desatualizada ou revisada superficialmente;**
- **A vaga está com má formatação, parágrafos longos e sem listas para facilitar a leitura;**
- **Uso de palavras-chave que não tem conexão real com as tarefas diárias do trabalho;**
- **Descrição genérica ou longa demais;**
- **Faltam informações importantes, como objetivos, valores e missão da empresa;**
- **Falta alinhamento entre gestores e recrutadores, sendo o RH o único responsável em preencher os requisitos da vaga.**

Tudo isso contribui para uma margem de interpretação ou errada ou muito ampla pelos perfis, aumentando as chances de angariar ou reter os que são totalmente incompatíveis.

A consequência? O desalinhamento desde o começo. O candidato não entende qual será o trabalho a ser realizado, as responsabilidades que deverá ter e as expectativas do seu gestor. Logo, ao entrar, ficará ainda mais difícil se destacar e atender as demandas que lhe forem entregues.

É uma faca de dois gumes: Se errado, gera grande frustração e quebra de expectativas. Se ruim, o talento sequer se aplica. E isso sem contar na demora para fechamento da vaga ou turnover, implicando custos diretos e indiretos.

# ELEMENTOS ESSENCIAIS

13/26

A estrutura básica de uma descrição de vaga contém a seguinte ordem:

## **Título e localização**

O primeiro elemento fundamental da descrição. O bom título consiste em:

- Refletir de forma precisa qual é a essência do trabalho e os deveres que devem ser executados;
- Demonstrar a posição da vaga dentro do organograma da empresa;
- Não ser exagerado, pomposo ou usar muitos sinônimos;
- Ser auto-explicativo para fins de recrutamento.

## **Responsabilidades e atribuições**

Aqui, você deverá colocar:

- O sumário, um resumo importante de 2 a 3 principais funções sobre o cargo, com uma breve explicação sobre as responsabilidades do trabalho, o ambiente de trabalho e a cultura da equipe. Não esqueça de alinhar a vaga com a estratégia da empresa;

- 1 ou 2 parágrafos sobre o dia a dia, descrevendo a rotina da pessoa e suas atribuições, com linguagem em voz ativa e foco em ações e resultados (use verbos como "liderar", "supervisionar", "criar", "desenvolver", "envolver). O tamanho varia de acordo com a posição, mas atenção para que não vire um manual operacional! Tente descrever esta etapa em 2-3 parágrafos ou uma lista de até 6 itens.

## **Qualificações e Requisitos**

São referentes às credenciais e habilidade mais específicas, como educação, certificados e experiências. Fuja de jargões super complicados e mantenha os tópicos sucintos, sem deixar de redigir uma descrição que estimule talentos a se inscreverem.

# ELEMENTOS ESSENCIAIS

14/26

## Habilidades e competências

As habilidades são atividades aprendidas por meio do estudo e da prática. São os conhecimentos técnicos que podem ser mensurados de alguma forma com base no que o candidato aprendeu, como por exemplo “fazer análise de produtos eficaz”.

Já as competências são as características ou atributos sociocomportamentais que você espera que o candidato possua para o cargo, como “ser comunicativo”, como capacidade de persuasão, senso de liderança ou ser comunicativo - características inatas exibidas por uma pessoa.

## Benefícios e incentivos

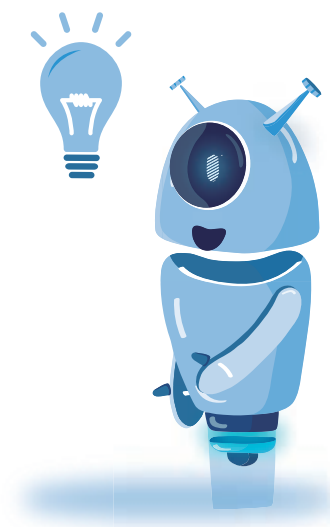
Uma parte essencial de demonstração de força da marca empregadora. Traz desde a faixa salarial e participação nos lucros, além de outros benefícios que destacam a organização, como academia e investimento em cursos e workshops.

## Informações sobre a empresa

A atração de talentos é forte e apaixonante! É aqui que você apresenta a cultura de valor. Encante, demonstre empatia e que os colaboradores são verdadeiros ativos. Coloque:

- Missão;
- Visão;
- Valores;
- Clientes atendidos;
- Histórico.

**DICA BY GUPY:** Pesquise sua concorrência e como ela faz a descrição de vagas. Vale também observar como vendem a cultura de valores e a organização. Lembre-se que você precisa conseguir atrair os melhores talentos para sua empresa, então esse é o momento de construir uma imagem incrível e transparente para eles.



# BOAS PRÁTICAS

## Linguagem

- O tom e voz devem estar sempre alinhados ao estilo da empresa. Não adianta ser uma empresa super quadrada e escrever algo descolado, nem ser super formal, sendo que sua cultura é bem descontraída. O importante é passar autenticidade;
- Adote uma linguagem neutra de gênero para que ela seja mais inclusiva e atraia uma gama de perfis mais diversos;
- Outra boa prática é empregar “você” e “nós”, evitando uso em 3ª pessoa, pois a descrição fica mais amigável e pessoal.

## Título e descrição

- Evite termos genéricos. Inclua palavras-chave específicas que possam ser facilmente selecionadas pelos mecanismos de pesquisa (para isso, vale conversar com sua equipe de marketing para o uso de técnicas de otimização de palavras-chave e aumentar as chances dela ser encontrada pelos candidatos);
- Evite utilizar siglas ou abreviações;
- Evite usar palavras que não expliquem sobre a vaga, como “Analista ninja” ou “Programador Rockstar”. Além de afastar candidatos, prejudica a busca pela vaga. Deixe claro o nível do cargo (júnior, pleno ou sênior, por exemplo);

## Outros

- Faça o uso de listas entre as seções, principalmente na parte de qualificação e requisitos;
- Evite parágrafos longos e densos (uma boa média é de 2 a 3 linhas cada). Lembre-se que parte das buscas por vagas acontece via dispositivos mobile. Portanto, seja direto, curto e simples;
- Faça uso de subtítulos entre as seções para que a leitura fique mais fácil.



# ESTILO E FORMATAÇÃO

16/26

Atenção aos verbos para descrição de atividades:

## **Verbos sobre COMUNICAÇÃO:**

Atender, comunicar, consultar, divulgar, encaminhar, explicar, fornecer, informar, notificar, prestar, providenciar, ratificar, receber, recepcionar, relatar, solicitar, telefonar.

## **Verbos sobre REALIZAÇÃO:**

Utilize no início da frase: Ajustar, analisar, apoiar, apresentar, aprimorar, aprovar, avaliar, conduzir, consultar, controlar, desenvolver, elaborar, examinar, executar, informar, organizar, orientar, participar, pesquisar, planejar, preparar, rever, selecionar, supervisionar, treinar, verificar.

## **Verbos sobre PROJETOS E DOCUMENTAÇÃO:**

Anotar, arquivar, catalogar, classificar, coletar, controlar, copiar, emitir, interpretar, lançar, preparar, realizar, redigir, registrar, retificar, selecionar, transcrever.

## **Verbos sobre RESULTADOS A ATINGIR:**

Utilize no meio da frase, depois de palavras como "visando a", "afim de", "para" ou "com o objetivo de". Alcançar, atingir, aumentar, contribuir, cumprir, estabelecer, estimular, facilitar, implementar, manter, maximizar, minimizar, obter, otimizar, preservar, promover, proteger, reduzir.

## **Verbos sobre OPERAÇÕES:**

Abrir, acionar, ajustar, aplicar, apoiar, armazenar, carregar, confeccionar, construir, cortar, desmontar, dirigir, empacotar, entregar, estocar, limpar, lixar, manejar, manipular, medir, operar, pintar, preparar, regular, reparar, retirar, separar, transportar, utilizar, zelar.

## **Verbos sobre SUPERVISÃO:**

Acompanhar, aprovar, controlar, coordenar, definir, determinar, estabelecer, orientar, planejar, programar, propor, revisar, supervisionar.

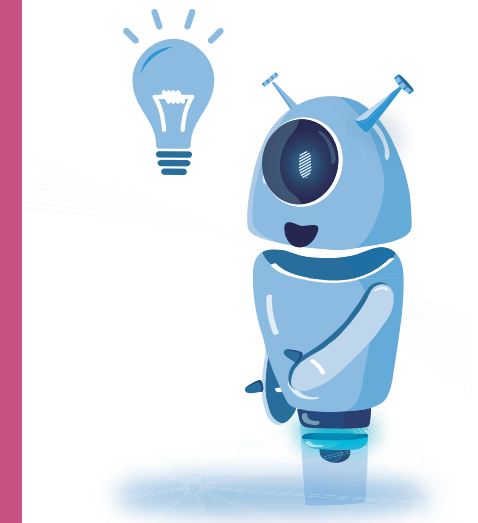
## **Verbos sobre INFORMAÇÕES:**

Analisar, conferir, constatar, examinar, observar, verificar.

# ESTILO E FORMATAÇÃO

Ao construir uma persona para um determinado cargo, você identifica e entende quais são os desafios e problemas que o candidato tem, além dos reais benefícios que ele busca. Se for por exemplo um profissional millennial, sua descrição pode dar ênfase a benefícios, como desenvolvimento da carreira e flexibilidade de horário.

**DICA BY GUPY:** Já pensou em desenvolver uma persona de candidatos? Nessa estratégia de marketing, a persona é a representação ficcional de um perfil baseado no comportamento e hábitos do público-alvo de uma empresa. Com ela, é possível entender com mais profundidade quem é o cliente, suas dores, objetivos, valores e motivações, estabelecendo uma comunicação mais eficiente.



# OTIMIZANDO SUA DESCRIÇÃO

18/26

Compare os dois modelos:

## Antes

**Título:** Engenheiro Front End

**ERRO:** Qual o nível exigido? o título não é preciso.

### Descrição:

Estamos em busca de web designers que estejam animados em aprender

e melhorar nossa plataforma de tecnologia. O profissional será responsável por projetar e otimizar o desempenho de uma variedade de sites.

O candidato ideal será capaz de gerenciar vários projetos simultaneamente, expressando preocupações técnicas quando necessário, e implementando projetos em um ambiente de trabalho ágil.

**ERROS:** Não descreveu o perfil desejado, apenas funções. Quem é essa pessoa? O Texto acaba sendo difícil de ler, sem seções isoladas. Qual o nível da vaga no organograma da empresa? Para quem a pessoa vai se reportar? Ele também implica na questão de gênero, como se o candidato fosse masculino, não traz verbos de ação no infinitivo e deixa de fora itens como qual a formação específica, as ferramentas exigidas e o tipo de perfil desejado, apenas funções. A descrição também mistura as seções, deixando tudo embolado.

### Responsabilidades:

- Entender os requisitos de negócios, propor ideias e selecionar implementações apropriadas
  - Fazer o tracking dos resultados usando ferramentas de análise da Web e criar uma base de conhecimento com melhores práticas
  - Comunicar-se eficaz com o gerenciamento, operações e pessoal técnico regularmente
  - Entrega de resultados de um ambiente de trabalho remoto
- Requisitos de trabalho
- Ensino superior completo
  - Fortes habilidades de design e um olho para a experiência do usuário e SEO
  - Experiência com design de página da web responsivo, desenvolvimento e implantação
  - Comunicação forte, analítica e problema técnicas de resolução
  - Pró-ativo e altamente organizado com capacidade de trabalhar remotamente sob supervisão geral

**ERRO:** Nada que destaque a vaga, além de informações incompletas.

Nós fornecemos um salário competitivo, estrutura de bônus de desempenho, e ambiente de trabalho altamente desejável.

**ERRO:** Os benefícios podem ser encontrados em qualquer outro lugar.

# OTIMIZANDO SUA DESCRIÇÃO

## Depois

**Título: Engenharia(o) Front End Plena(o)**

### Descrição:

Estamos à procura de profissionais de engenharia inteligentes, para se juntarem à nossa equipe e nos ajudarem a crescer, mantendo nosso site belo, rápido e incrível.

### Quais são as funções?

Aqui, engenheiras(os) de front-end ampliam os limites do que é possível. Não se limitados ao passado, optando por abraçar novas capacidades de browser.

A principal responsabilidade desta função é simples: criar a melhor experiência de usuário possível para recursos na área de trabalho e na Web para dispositivos móveis. Para isso, há a colaboração com nossos incrível time de designers para explorar possibilidades por meio de brincadeiras visuais e interativas, e depois traduzí-las em código de produção e markup.

### Que habilidades você precisa?

- O front-end é estruturado como um aplicativo de página única, que é escrito usando o Closure e outras tecnologias, então você deve ser forte nessas áreas;
- Você colaborará com sua equipe via git usando filiais de recursos em uma ambiente contínuo de deploy;
- Seu código será revisado por seus colegas e você deverá fornecer um feedbacks construtivos para os outros.

### Que tipo de pessoas são contratadas nesse papel?

Queremos pessoas que pensem sistematicamente, implementem rapidamente e inovem avidamente; Pessoas apaixonadas que querem construir coisas. Você trabalhará e terá apoio de uma equipe de nível internacional. Seus colegas do front-end incluem autores e fortes contribuidores de Bootstrap, JSHint, Closure Library / Compiler e WordPress.

### Quais são os requisitos?

Formação em Bacharel em Sistemas de Informação, Ciências da Computação. Desejável pós-graduação na área.

Conhecimentos em:

- javascript;
- jquery;
- html, css, xml;
- bootstrap e jquery.

### E quais os benefícios?

- Regime de contratação CLT;
- Salário a combinar, mas pagamos compatível com o mercado;
- Assistência odontológica;
- Assistência médica;
- Vale-refeição e alimentação;
- Vale transporte ou estacionamento;
- Seguro de vida em grupo;
- Horário flexível.

**Por que deu certo? Percebe a estrutura diferenciada e fluida, com atributos e valores certos? Essa segunda descrição com certeza chamará mais atenção.**



# CONDUZINDO TESTES

20/26

Imagine o seguinte cenário: surge uma nova vaga e você, junto ao contratante, coleta as informações necessárias e está pronto para prosseguir. Porém, o time de comunicação também se envolveu e sugeriu uma outra job description. E agora? Qual descrição vai atrair mais ou converter?

É aí que entra o teste A/B. Ele é uma maneira de comparar duas versões de algo para descobrir qual apresenta melhor desempenho. Você pode testar o título, o conteúdo do employer branding e outros elementos.

Com ele, é possível aumentar o alcance dos anúncios de emprego e do conteúdo da marca do empregador, entendendo qual anúncio atrai mais atenção e conversão dos candidatos. Também ajuda a aumentar a qualidade geral da contratação, ajudando os recrutadores a identificar o conteúdo que traz o maior talento.

Além disso, você consegue fortalecer sua marca empregadora, pois se a vaga tiver uma descrição neutra, irá incluir uma gama maior de candidatos e trabalhar com a diversidade.

Importante: lembre-se de implementar os aprendizados que ganhar com seus testes. Se por exemplo você identificar que uma linguagem sem usar gênero masculino ou feminino nos adjetivos gera mais candidatos, implemente isso em outras vagas. Diversos testes podem ser feitos, como por exemplo:

- **Qual tom de voz é o mais engajante;**
- **Qual ordem as informações serão mostradas;**
- **Quais imagens geram mais cliques na vaga;**
- **Quais tipos de mídia podem engajar os candidatos.**

# CHECKLIST

Após a criação de uma descrição de vaga, analise e verifique se ele traz os pontos a seguir:

- ☐ Estão claras quais as **atividades diárias** o colaborador irá realizar, pois **comunico claramente expectativas e requisitos** mínimos da função.
- ☐ Estão claras quais **as competências esperadas** do novo funcionário.
- ☐ Estão claras as **especificidades da vaga** (ex.: escala 6x1, trabalho noturno, etc).
- ☐ Está claro quais os **diferenciais competitivos da minha empresa** (ambiente de trabalho, benefícios, valores, etc).
- ☐ O conteúdo foi escrito com base em um **método de pesquisa estruturado** (observação, questionário, entrevista).
- ☐ A liderança da área está **confortável com a descrição**.
- ☐ O **título está realista** e ao mesmo tempo **engajante**.
- ☐ A **descrição foi revisada** e não há nem falta de detalhes essenciais e nem muita informação extensa.
- ☐ A descrição foi revisada, com atualização de informações que **reflitam os requisitos atuais do cargo**.

**Observação:** Uma vez que a descrição está perfeita é hora de colocar em ação o plano de divulgação da vaga e utilizar os canais certos para alcançar os candidatos mais alinhados.

# CONCLUSÃO

À medida em que contratantes e profissionais de RH evoluem suas práticas de recrutamento de candidatos, a concorrência por grandes talentos no mercado só aumenta. Estar a frente significa desenvolver uma cultura única e surpreender em todas as etapas, inclusive as de pós-contratação. Lembre-se: Encantar e valorizar sempre para crescer!

**OBRIGADA POR LER  
NOSSO MATERIAL!  
ESPERAMOS QUE  
TENHA GOSTADO!**

Que tal compartilhar com outros  
profissionais de RH?

**COMPARTILHAR NO FACEBOOK**

**COMPARTILHAR NO LINKEDIN**



# O CONHECIMENTO NÃO ACABA AQUI!

Agora que você está por dentro de todas as novidades de um Recrutamento e Seleção moderno e mais orientado a resultados, que tal continuar se aprimorando? Separamos alguns materiais para fortalecer ainda mais sua estratégia:



Kit de vídeos, artigos e infográficos para reinventar seus processos seletivos



Controle sua avaliação de candidatos de forma estruturada e quantitativa



Video aulas, chats e leituras complementares para uma verdadeira formação em R&S



Ranqueie seus candidatos de forma quantitativa para uma triagem mais rápida e efetiva

# VOCÊ JÁ SABE COMO CRIAR CARGOS DE IMPACTO, **MAS QUER MAIS RESULTADOS NO R&S?**

Faça uma avaliação gratuita e rápida com  
nossos especialistas - dura só 5min - e  
contrate as pessoas certas dentro do prazo.

0 1 2 3 4

**QUERO CONHECER O SISTEMA**



A Gupy é o software número 1 de recrutamento e seleção no país. Ajudamos empresas a construírem um processo digital, eficiente, preciso e com experiências incríveis para o RH, gestores e candidatos. Nossa tecnologia utiliza Inteligência Artificial para ranquear os melhores candidatos e se integra com outros produtos de R&S para que tudo possa ser realizado e analisado em um único lugar, substituindo por completo o Excel, planilhas e gestão por e-mail. Muito mais visibilidade e resultados, com a formação de equipes incríveis para toda a organização.

[Conheça mais sobre nossos casos de sucesso e produto.](#)

