course/linkedin-perfil-trabalhar-voce

1.

05

**O que é mais importante**

Vamos falar um pouco sobre as mudanças que aconteceram no Linkedin. Quem é usuário desde 2009 deve se lembrar de como era a interface, bem diferente da que nós temos hoje. Em 2016, o LinkedIn mudou e bastante.

Já em 2019, a plataforma mudou mais ainda. Vou compartilhar com vocês o meu LinkedIn, <https://www.linkedin.com/in/priscilastuani/>, e mais tarde irei ensinar como criar a sua própria URL personalizada para que as pessoas te encontrem ainda mais facilmente.

Repare que a foto de perfil não está mais "quadradona" e "chapada", que meu cargo aparece logo abaixo do meu nome, aparece a informação de quantos contatos eu tenho na minha rede e, descendo um pouco a página, encontramos as publicações no Pulse, que é uma plataforma do LinkedIn para compartilhamento de artigos (que iremos explorar em detalhes mais a frente).

Também temos um resumo pessoal, as experiências e empresas em que trabalhei e a formação acadêmica. Essas informações também existiam em 2009, mas a plataforma foi cada vez mais melhorada para facilitar a interação dos usuários com ela (que é justamente o objetivo dos programadores, desenvolvedores e engenheiros de *software*).

Descendo mais um pouco, encontramos as experiências de voluntariado, os certificados dos cursos, reconhecimentos e prêmios, idiomas que falo, projetos em que colaborei e os grupos nos quais participado.

Tudo isso é uma prévia, pois não estou logada em uma conta para acessar o meu perfil. De forma geral, acho que a interface ficou muito mais bonita do que era em 2009!

Importante lembrarmos que mudanças sempre acontecem. Afinal de contas, as pessoas interessadas em melhorar a experiência do usuário nessas plataformas sempre farão melhorias. Porém, as principais informações resistem e continuam na página.

Eu fiz uma pesquisa com os meus colegas aqui da Alura, que programam em Java, perguntando o que acontece quando sai uma nova versão do Java. Será que eles sofrem muito e precisam estudar tudo de novo desde o início? A resposta que eu recebi, de forma bem homogênea entre eles, é de que eles conseguem programar, mas às vezes leva mais tempo para se adaptarem aos novos recursos.

A mesma resposta foi comum entre os designers e pessoas que trabalham com outros softwares e plataformas. Portanto, perceba que é um comportamento comum estarmos acostumados e íntimos com uma interface, e termos que nos adaptar às mudanças.

É importante fazermos algumas ressalvas: por mais que a interface do LinkedIn mude, alguns recursos sempre continuarão ali, sem alterações, como o título, o resumo e a experiência, que são as principais características às quais devemos nos atentar. Dessa forma, se a plataforma passar por uma mudança radical, continuaremos com as informações que os parceiros comerciais ou recrutadores costumam verificar.

06

**Para saber mais**

Compartilho aqui um [texto interessante sobre como definir melhor seus objetivos para atuar no LinkedIn](http://priscilastuani.com.br/como-definir-objetivos-no-linkedin)!

2.

07

**Crie seu portfólio**

Vimos que abaixo do item resumo é possível incluir links e arquivos referentes à sua experiência profissional, inclusive também é possível inserir o seu portfólio. Se você gostou da ideia, mas não tem um ainda, confira essas dicas.

Pensando nisso, quero compartilhar este artigo do nosso blog onde você pode aprender a criar um portfólio de design: <https://blog.alura.com.br/como-montar-um-portfolio-de-design/>

Aqui também temos um artigo com dicas valiosas para você construir um portfolio em tecnologia: <https://www.alura.com.br/artigos/portfolio-na-area-de-tecnologia-um-guia-para-construir-um-ideal>

Se você é de outra área e sabe como criar um portfólio, compartilhe conosco através do Fórum.

08

**Foto de perfil**

Vamos falar agora sobre a foto do perfil. Antes da Carolina pensar em contratar um ensaio fotográfico e fazer uma mega-produção para ficar bem na foto, é importante ela lembrar de uma coisa: como ela quer ser vista pelo recrutador?

A nossa imagem pode transmitir muitas coisas, e o que é mais esperado n LinkedIn? Precisamos tomar alguns cuidados, como evitar utilizar imagens cortadas, daquelas que foram tiradas com namorados(as) ou familiares, já que esse tipo de imagem não transmite profissionalismo. O mesmo é válido para fotos de casamentos, eventos sociais ou aquelas que tiramos nas férias, que são muito válidas para outras redes sociais, mas não nesse contexto profissional.

No LinkedIn, precisamos transmitir profissionalismo e seriedade. Pensando nisso,o ideal é pesquisarmos algumas referências, buscando saber o que os especialistas na plataforma ou os recrutadores recomendam.

Eu separei alguns perfis cujas imagens acredito atenderem a essas necessidades. O primeiro deles é o da Vanessa Alkmim. Perceba que a foto de perfil dela mostra apenas o rosto e parte dos ombros, com um fundo branco atrás. Isso é interessante, pois um fundo colorido poderia despertar mais curiosidade sobre ele próprio do que sobre o resto do perfil, deixando de cumprir o objetivo da imagem.

Outro perfil que podemos destacar é o da Aline Roque Klein. Perceba que, dessa vez, temos um fundo um pouco mais "divertido", mas o foco ainda está no rosto dela.

Por último, temos a foto de perfil da Vanessa Tonini, que possui um fundo mais relacionado à natureza, mas desfocado, mantendo a atenção no rosto dela. Pensando nisso, a Carolina deve se preocupar em tirar uma fotografia que seja funcional aos seus objetivos, sem que seja necessário investir em um fotógrafo ou uma câmera profissional.

Sabendo disso, vamos adicionar uma foto a perfil da Carolina. Temos a opção de utilizar a câmera ou carregar uma foto. Como a foto já está salva no computador, selecionaremos ela.

Acabamos de comentar que o ideal é que a foto foque o rosto e, no máximo, os ombros e a região do busto. Portanto, utilizaremos o recurso do *zoom* para ajustarmos o posicionamento da imagem.

Repare que o LinkedIn possui diversas opções de filtros, mas o ideal é deixarmos a foto o mais simples e "*clean*" possível. Isso porque potenciais recrutadores ou clientes desejam ter uma boa percepção da pessoa em quem estão interessados, evitando surpresas na vida real.

Portanto, não utilizaremos as opções de edição, mantendo a foto em seu original. Clicando em "Salvar", a foto da Carolina será adicionada ao perfil. Além dessa imagem, também podemos adicionar um fundo que remeta às nossas preferências e interesses.

Uma boa fonte de imagens, nesse caso, é o [Pixabay](https://cursos.alura.com.br/course/linkedin-perfil-trabalhar-voce/task/www.pixabay.com), um banco de imagens gratuitas e em alta resolução. Na pesquisa do site, colocaremos o termo "design" e escolheremos uma dentre as diversas imagens relacionadas.

Após selecionarmos a imagem, basta clicarmos em "Free Download" e resolvermos o captcha. Em seguida, no perfil do LinkedIn, clicaremos no lápis localizado no canto direito do fundo e subiremos a imagem escolhida.

Podemos ajustar o zoom e a posição da imagem, além de adicionar algum filtro. Finalizando as alterações, clicaremos em "Aplicar". Finalizada essa etapa, basta clicarmos em "Salvar". Pronto!

Queremos que um possível recrutador, por meio deste perfil, tenha uma primeira impressão sobre os interesses e capacidades da Carolina, e as imagens ajudam nesse processo, criando um efeito estético mais bonito.

10

**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://es.freeimages.com/);
* [Pixabay](https://pixabay.com/pt/);
* [FreePik](https://www.freepik.es/);
* [Morguefile](https://morguefile.com/photos);

11

**Experiência e Competência**

Preparados para darem os próximos passos na criação de um perfil no LinkedIn?

No Perfil da Carolina, já temos uma imagem de perfil, uma imagem de fundo, o cargo dela e as áreas de interesse, além do resumo, que é uma das partes mais delicadas. Agora, continuaremos a preencher as informações.

Perceba que, abaixo do resumo, temos um indicador de "Força do perfil", que no momento se encontra no nível "Intermediário". A nossa missão é fazer com que ele chegue ao nível "Campeão". Porém, se rolarmos a página, perceberemos que não existem mais campos a serem preenchidos.

Entretanto, logo abaixo da localização do usuário, temos a opção "Adicionar seção do perfil". Clicando nela, é aberto um menu *dropdown* com algumas opções.

A primeira delas, "Introdução", apresenta a seguinte mensagem:

"Carolina, sua introdução ficou ótima. Veja outras seções que você pode adicionar ao seu perfil".

Perceba que o próprio LinkedIn nos dá uma motivação para continuarmos nessa tarefa. A próxima opção é o "Histórico profissional". A primeira sub-opção nesse menu é a "Experiência de trabalho", que traz a descrição "Insira seu histórico profissional, incluindo contratos e estágios". Clicaremos no botão de + localizado ao lado dela.

Na nova janela, preencheremos os campos "Cargo" e "Empresa" com as informações encontradas no currículo da Carolina. Lembre-se que, se você trabalha em uma empresa que possui um perfil no LinkedIn, o logo dessa empresa será exibido ao lado do nome dela. Preste atenção nisso, pois um recrutador ou interessado pode ser direcionado diretamente para o perfil da empresa em que você trabalha ou trabalhou, podendo obter mais informações sobre o negócio.

Também é possível adicionar as informações "Localidade" e o período em que você trabalhou na empresa, além de uma caixa que permite informar se este é o seu cargo atual.

Abaixo, é possível colocar o título do cargo - por exemplo, "Estagiária em Design digital na AGEX". Já na descrição, podemos dar uma breve explicação das atribuições relativas ao cargo, que é uma informação que pode ser copiada diretamente do currículo.

Perceba que nada nos impede de, no campo "Descrição", descrevermos um pouco sobre a própria empresa. Sabendo disso, adicionaremos uma pequena descrição da AGEX a esse campo:

AGEX é uma agência da faculdade Fazart na qual os alunos têm a oportunidade de passar por vários setores da empresa, de modo a terem mais contato e experiências com o dia-a-dia do designer.

Mas agora temos uma dúvida... será melhor deixar esse texto corrido, ou separar os pontos em tópicos? Em relação a isso, não existe um consenso, pois cada profissional de recrutamento e seleção têm suas preferências em relação à leitura dessas informações. Portanto, essa é uma decisão particular. Eu, Priscilla, gosto de deixar o texto em tópicos, pois acredito que isso facilita a leitura. Porém, se forem dezenas de tópicos descrevendo nossas atribuições, esse texto pode ficar muito grande e cansativo. Pense nisso!

Assim como no "Resumo", nessa etapa também podemos subir um arquivo de mídia ou adicionar um link. A Carolina tem algum projeto em que ela teve destaque e que foi muito bem aceito pelo cliente? Se ela tiver autorização do cliente e ainda não o tiver adicionado junto ao seu portfólio no resumo, poderá dar destaque a esse trabalho nessa seção.

A opção logo abaixo, "Compartilhar com a rede", pode ser mantida ativada para que as pessoas recebam notificações a respeito da sua carreira e evolução na empresa. Claro, é uma funcionalidade opcional e vai depender dos seus interesses. Clicando em "Salvar", todas essas alterações passarão a figurar no perfil.

Além dessa experiência profissional, a Carolina participou de um projeto no qual vários empreendedores tiveram acesso aos estudantes de design da Fazart. No projeto, os estudantes deveriam criar uma embalagem que contribuísse na proposta de valor dos produtos ou serviços destes empreendedores, e o trabalho da Carolina ficou em destaque.

Perceba que esse foi um projeto temporário e com um fundo mais acadêmico, apesar da experiência adquirida na interação com o cliente. Pensando nisso, em que seção essa informação poderia ser colocada?

Clicando em "Adicionar seção do perfil", encontraremos a opção "Conquistas > Projetos", que parece se adequar ao que procuramos. Copiaremos o nome encontrado no currículo e colaremos em "Nome do projeto", incluindo as datas de início término. Também existe a opção "Projeto em andamento" para trabalhos ainda em curso.

Em "Associado a", colocaremos "Aluno na Fazart, 2 ano Graphic Design", já que é um projeto associado à faculdade. Logo abaixo, é possível incluir uma URL e uma descrição do que foi feito, que também pode ser copiada diretamente do currículo.

Uma dúvida que pode surgir nesse momento: será que é melhor colocar o texto em primeira ou em terceira pessoa? Alguns especialistas recomendam sempre utilizar a primeira pessoa, pois isso causa mais aproximação com a pessoa que está lendo. Por essa razão, optamos por isso.

Feito isso, a seção "Projeto" será adicionada ao perfil, e pode ser lida com mais detalhes clicando na setinha para baixo ao lado dela. Agora já temos as principais informações pedidas pelo LinkedIn, como experiência profissional, voluntariado e formação acadêmica. O próximo passo são as competências.

Ainda que as pessoas iniciem seu LinkedIn como estudante ou estagiário, todos os profissionais possuem características, sejam elas *soft skills* (que são habilidades de comunicação, de interagir com outras pessoas e de liderança), sejam elas competências mais técnicas, também conhecidas como *hard skills* (como aquelas de um programador ou desenvolvedor, que precisa se aprofundar em uma linguagem de programação).

Clicando em "Adicionar seção do perfil" e depois na setinha ao lado de "Competências", temos a mensagem "destaque seus pontos fortes como profissional". Clicaremos no botão + ao lado dela e incluiremos os pontos fortes da Carolina, por exemplo, "trabalhar em equipe", "Illustrator", "Adobe Photoshop", "Criatividade", etc.

Se ocorrer algum erro de digitação e for necessário deletar, basta clicar no x que aparece quando uma das habilidades é selecionada.

O LinkedIn também sugere algumas opções de competências com base no perfil que estamos criando. Nesse caso, alguns exemplos são "Microsoft Office", "Atendimento ao Cliente", "Gestão", entre outros. Há alguns anos, o Office era um diferencial. Porém, hoje, todos nós utilizamos esse pacote intuitivamente, seja o do próprio Windows, de outros sistemas operacionais ou ferramentas similares (como o Google Docs).

Pensando assim, a não ser que a pessoa esteja realmente iniciando sua carreira (como no caso de um Jovem Aprendiz) e precise demonstrar esse tipo de conhecimento, não é necessário adicionar essa competência.

Já as opções "Atendimento ao Cliente", "Gestão", "Liderança" e "Mídias sociais" parecem fazer parte do perfil da nossa personagem. Mais tarde, se ela desejar, ela pode incluir ainda mais competências ou remover aquelas que não deseja mais listar. Clicando em "Adicionar", o LinkedIn exibirá a mensagem "Perfil campeão - Você chegou lá!".

Perceba que, na nossa apresentação, a palavra "Competências" está destacada na cor vermelha. É interessante a gente pensar na questão de *hard skills* e *soft skills*, pois é justamente o momento de demonstrar nossas habilidades. Porém, não é sempre que especialistas e recrutadores vão prestar atenção nesse ponto.

Na seção de competências do meu perfil, por exemplo, repare que aparecem números ao lado de cada categoria, como "Mídias sociais + de 99" ou "Recruiting 74". Quem não me conhece, ao se deparar com essas informações, realmente acreditará que eu devo entender um pouco de mídias sociais, recrutamento e estratégia de marketing. Porém, isso não é uma garantia de que eu realmente tenho esses conhecimentos.

Justamente por esse motivo, os recrutadores recomendam ter cuidado em relação às expectativas sobre as competências. Elas são importantes, afinal precisamos demonstrar para o mercado o que temos a oferecer, mas é necessário exemplificá-las na entrevista, do contrário podemos perder uma oportunidade.

Portanto, pense nas suas competências com muito carinho e consideração em relação ao que o recrutador desejará verificar na prática!

13

**Conquistas e Recomendações**

No vídeo anterior nós falamos sobre as conquistas e agora chegou o momento de nós encaixarmos os cursos que a Carolina fez lá na plataforma do LinkedIn.

Então eu vou acessar o Curriculum dela e perceba que ela tem uma série de cursos que já foi feito, eu simplesmente copio o Design Thinking, vou lá no LinkedIn dela, clico aqui em adicionar nova seção do perfil, vou até a opção Conquistas, clico aqui em Cursos, e perceba que ela vai abrir uma tela, e eu simplesmente colo o nome do curso que eu acabei de copiar. Perceba que o próximo item é o número, se é um curso livre não se preocupa com isso, por quê?

Geralmente quando uma instituição coloca o número de certificado é mais para o acompanhamento interno deles, para o recrutador tanto faz se você é o número 300 ou 3000 a fazer esse curso. Então pode ficar despreocupado, não precisa colocar nenhuma informação aqui e logo em seguida eu vou associar esse curso a uma das empresas em que a Carolina fez enquanto ela trabalhava.

Então quando ela fez o curso de Design Thinking ela trabalhava como estagiária na Agex. Tá tudo certinho, eu clico aqui em salvar. Então perceba que ela tem vários cursos aqui para gente incluir, então eu vou descer, scrollar aqui a página, perceba que tem a opção Conquistas e um sinalzinho de mais.

Como eu já coloquei o primeiro curso, se eu quiser acrescentar novos eu venho aqui e clico aqui em Curso. Agora eu vou copiar e colar todas essas informações, perceba que é um processo muito simples.

Eu já subi todos os cursos que ela fez, e agora ela fica até na dúvida, a Carolina, será que seis cursos é pouco, será que é muito? Como ela está iniciando a trajetória profissional dela, ela pode colocar os mais recentes, os cursos mais recentes que ela fizer, porque senão às vezes ela começa a colocar um curso lá de 2012, a gente tá em 2019, será que faz tanto sentido?

Provavelmente ela já internalizou tudo aquilo que ela aprendeu e já se tornou um hábito, então não faz muito sentido, não precisa colocar.

Agora se ela fez um novo curso de uma tecnologia nova, ela fez agora uma certificação, então faz sentido ela atualizar. Mas caso contrário não se preocupa tanto com a quantidade, porque senão ela pode colocar desde os cursos mais simples, aqueles de duas horas que ela faz na faculdade, que pode gerar aprendizado, mas em relação aos outros não tem tanta substância digamos assim.

Então a gente pode colocar sempre os cursos mais atualizados. Se ela fez lá, por exemplo, imagina que tem um curso Illustrator 1, aí ela fez o 1, de repente passou um tempinho ela fez o Illustrator 3. Então pode tirar aquele 1 e coloca só aquele mais recente, que tem mais conteúdo, tem mais coisas novas. Quando você vê essa questão dos cursos está meio antigo, começa a atualizar.

Você que é aluno da Alura aproveita esse recurso, sempre deixa atualizado, você fez lá a versão mais recente, atualiza aqui porque isso vai ser legal para o recrutador saber que você é uma pessoa que está buscando conhecimento, está praticando de alguma maneira.

O próximo item da nossa lista aqui para a gente atualizar do Curriculum Vitae para o LinkedIn é a questão do idioma, então deixa eu acessar aqui o perfil dela. Perceba que ela tem um Inglês Intermediário, então eu clico aqui em Conquista, Idioma, coloca aqui o inglês, e na proficiência a gente vai colocar exatamente o quão segura ela se sente com esse idioma. É básico, básico a intermediário, é intermediário?

No caso dela é esse, porque a gente precisa ser muito sincero nessa opção porque às vezes na ânsia da Carolina conquistar a vaga dos seus sonhos, e ela ver que um dos pré-requisitos é ter um inglês fluente ou avançado, e o dela é intermediário. Imagina que ela é chamada lá para fazer entrevista e a recrutadora decide fazer uma pegadinha com ela e começa fazer a entrevista em inglês.

Como será que a Carolina vai se sentir não conseguimos dialogar naquele momento com aquela recrutadora?

Uma oportunidade pode ser perdida por conta disso, então lembre-se, seja muito coerente com o nível que você se encontra. É básico? Não tem problema, a gente coloca aqui básico, o recrutador muitas vezes vai ver se aquilo que você colocou no seu LinkedIn condiz com a realidade.

Por isso que o momento da entrevista é o momento da verdade, não adianta nada a gente ter aqui um Curriculum, um LinkedIn maravilhoso, perfeito, estelar, tudo fantástico. Se na hora da entrevista tudo aquilo que tá lá escrito não reflete a realidade sobre quem nós somos.

Nesse momento seja muito sincero, coloca aqui o nível que você tá, e tudo bem, colocou, e clicou em salvar. Imagina que a Carolina fala outro idioma, então a gente vem aqui em idioma de novo, coloca lá o alemão e coloca a proficiência também, o nível dela é avançado ou é básico, e a gente clica em salvar. Então essa opção aqui é interessante também para a gente sempre atualizar conforme a gente vai se aprimorando no idioma.

Agora chegou o momento de a gente falar sobre as recomendações. As recomendações são importantes no LinkedIn. Aliás você sabe o que é uma recomendação? Se caso ainda você não teve essa experiência porque é o seu primeiro contato com o LinkedIn deixa eu te mostrar aqui uma recomendação só para você ver.

Por exemplo, vamos entrar no perfil da Mayra Oliveira, que é uma colega aqui da Alura. Então ela trabalha aqui como revisora, eu estou scrollando a página só que a gente ver a recomendação. Olha só quem recomendou ela, ela me recomendou e eu a recomendei de volta.

Então quando a gente fala de recomendação, perceba que a partir do momento que você está em conexão com essa pessoa você tem a opção de colocar uma recomendação, ou seja, você vai enaltecer as características, os hard skills, os soft skills daquela pessoa que você conhece, isso é muito importante.

Agora que você já viu a carinha de uma recomendação vamos voltar aqui para algo que eu preciso falar para você. As recomendações do LinkedIn são importantes, é considerado como um plus, é uma aprovação que a gente recebe, o reconhecimento de outras pessoas, é uma prova social, lá no curso Princípios da Influência a gente fala sobre isso, a questão da autoridade, quando outra pessoa reconhece quem nó somos, aquilo que nós fazemos de melhor.

Então na verdade quando a gente fala de tudo isso é muito legal, imagina você ter lá 10 pessoas reconhecendo o seu trabalho, mas do ponto de vista do recrutador é importante a gente levantar aqui uma bandeira, a recomendação versus o comportamento do candidato vai ser avaliado no momento da entrevista e consequentemente se ele for aprovado para aquela vaga.

Perceba que as recomendações por mais importantes que elas sejam, elas não vão substituir a referência formal de antigos empregadores. Muitos recrutadores ainda ligam e pedem referências sobre a experiência que aquele determinado profissional teve na empresa enquanto ele trabalhou lá.

Então o LinkedIn é bacana? É ótimo. Eu costumo dizer que é uma vitrine profissional, é onde a gente vai lá, fala no que a gente é bom, mantém em contato com as pessoas, aceita as validações das aptidões que eles fazem em relação às nossas hard e soft skills.

E também temos as recomendações, mas isso não é 100% garantia de que você vai arrumar um emprego dos seus sonhos.

Lembre-se, o que está escrito lá tem que ser verdade, por quê? Senão a gente fica naquela questão assim, por exemplo, imagina que eu não conheço muito bem a Carolina, não trabalhei com ela, só vi o perfil dela mais ou menos aqui no LinkedIn. E eu a adiciono no LinkedIn, começo a escrever uma recomendação falando que o trabalho da Carolina é fenomenal, que profissional incrível, mas pera aí, eu nem conheço ela.

A gente precisa escrever recomendações genuínas, até a Carolina pode olhar e falar assim, poxa Priscila, isso aí você não precisa nem dizer. Eu preciso, porque às vezes na empolgação a gente quer receber recomendações, quer recomendar os outros porque a gente está feliz, porque a gente acha que aquela pessoa é boa, então assim, a gente precisa conhecer o trabalho daquelas pessoas.

Porque se no momento da entrevista o recrutador começa a sondar aquele profissional, por exemplo, a Carolina tem uma ótima comunicação, ela fala que parece um anjo, eu presto atenção em tudo. E aí chega no momento da entrevista a Carolina fica lá toda tímida, mal consegue abrir a boca.

Então pera aí, tudo bem, tem a questão do nervosismo, quando a gente vai participar de um processo seletivo agente geralmente fica mais nervoso, pode falar demais ou de menos, mas se o recrutador começa a observar que aquelas características que foram enaltecidas não correspondem à realidade, mais um momento a gente pode perder a nossa oportunidade.

16

**Faça sua recomendação**

Ainda sobre recomendações, saibam que elas têm o poder de fazer várias coisas, como por exemplo: destacar o nosso perfil; despertar a curiosidade do recrutador, talvez seja aquele clique que faltava para ele entrar em contato você; reforçar a captura dos seus pontos fortes e validar os seus pontos fortes na entrevista.

Lembre-se, o momento da verdade vai ser quando você estiver cara a cara com o seu recrutador. Quanto mais atrativo for o seu perfil, ou seja, através das recomendações e de todas as informações que a gente está preenchendo ao longo do curso, melhor são as suas chances de causar uma boa impressão e consequentemente conquistar aquela vaga que você espera.

Mas como é que a gente consegue recomendações? Eu, por exemplo, tenho algumas recomendações, só que eu já vou fazer quase 10 anos como usuária do LinkedIn, então ao longo do tempo e pesquisando, estudando, lendo muito, a gente vai aprendendo algumas coisas.

Por exemplo, escolha uma pessoa que você conhece bem, pode ser colegas da faculdade, estágio ou voluntariado caso você ainda não tenha uma posição ou um trabalho fixo. Além disso, aguarde alguns dias e se a pessoa não recomendar de volta aí sim você envie uma mensagem, por quê?

É muito comum os usuários do LinkedIn, que talvez não percebam isso, geralmente eles clicam lá no perfil da pessoa, deixa eu acessar aqui o perfil de uma colega minha. Dessa vez eu acessei aqui do meu perfil porque eu vou recomendar uma pessoa e aí tem que ser genuíno, tem que ser verdadeiro. Então por isso que eu acessei o meu perfil.

Eu vou acessar aqui a Gisele Tronquini, que é a minha colega de trabalho, eu trabalho com ela já há mais dois anos, então foi tempo suficiente para conhecer bem o perfil profissional dela.

Perceba que ao clicar aqui no perfil dela tem a opção “Mais”, e as pessoas podem clicar muito aqui em Solicitar uma recomendação. E a gente vai preencher e tal, mas esse não é o momento. O que eu quero dizer para vocês é pensa bem aí nas pessoas que você conhece. Seja o seu colega da faculdade, do estágio, enfim do projeto que você atua como voluntário, não tem problema. Você vai clicar em Mais e aqui você vai escrever, você vai clicar em “Recomendar”, por quê?

Uma das boas práticas que o LinkedIn tem é sempre oferecer uma recomendação caso você esteja no início da sua carreira para depois você pedir a recomendação. Imagina a Carolina, não conhece quase ninguém só os seus colegas de trabalho, e ela fica mandando mensagem para um monte de pessoas que ela não interage, que ela conhece de vista, mas que está lá no LinkedIn por opção, que eles recomendaram.

E ela vai começar a pedir recomendação. Será que as pessoas vão recomendar? Elas vão olhar e vão falar assim, gente nem conhece essa garota, quem é ela?

Nesse caso a recomendação que eu tenho para vocês é primeiro você recomendar a pessoa que você gostaria de receber uma recomendação depois. Então nesse caso eu cliquei lá em mais, recomendar, e agora a gente vai ver aqui o passo a passo.

De onde você conhece a Gisele? Qual o relacionamento que eu tenho com ela? Perceba que tem várias opções, então olha, você e Gisele estudaram juntos, você trabalhava com Gisele no mesmo grupo, então essa daqui tem muito a ver com o que acontece com a gente aqui no nosso dia a dia. Qual era o meu cargo na época, o dela?

Revisora de didática na Caelum, então eu coloco aqui e clico em avançar. Agora abriu a telinha para eu escrever a minha recomendação para ela, então eu vou digitar aqui e a gente já se fala.

Terminei, eu vou ler para vocês o que eu escrevi: “A Gisele é uma profissional hiper atenta aos detalhes, com muita vontade de colaborar para que as coisas assumam sua melhor versão. É uma excelente colega, sempre disposta a ajudar e a conversar, trabalhar com a Gisele tornou-se muito fácil e prazeroso. Seu profundo conhecimento em nossa didática me permite criar muitos cursos sempre com foco na qualidade.”

Perceba que aqui eu coloquei várias coisas, várias informações importantes. Falando que ela é uma pessoa que sabe ouvir, que tem conhecimento aqui no processo que a gente usa dentro da empresa, que é fácil trabalhar com ela. Aqui a ideia é justamente essa, e enaltecer as qualidades que essa pessoa tem, no caso a minha colega de trabalho.

Quando você for recomendar alguém que você conhece que você atuou, ainda que seja um projeto curto, ou que você se relacionou e essa pessoa está em outra empresa, mas que você conhece a atitude que ela tem, o profissionalismo, aproveita esse momento e escreva uma recomendação para ela.

Eu escrevi aqui, revisei para ver se o português está certo, então agora eu clico em “Enviar”.

Pronto, a recomendação para a Gisele já foi feita, ela vai receber, e ela tem a opção de aprovar ou pedir para eu corrigir alguma coisa depois.

20

**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/>

3.

09

**Resumo**

O resumo profissional é considerado por muitas pessoas e muitos recrutadores como a cereja do bolo, ou seja, é o momento onde o recrutador vai ver a nossa foto, vai ver os nossos interesses ali de acordo com os cargos que a gente colocou, com o título.

E a partir disso ele vai ler o resumo, é aquele momento onde nós vamos ter alguns segundos, poucos segundos pra capturar e chamar atenção de uma forma muito positiva do nosso recrutador ou daquela pessoa que quer conhecer o nosso perfil.

Mas no caso do Luigi ele tem mais experiência com administração, auxiliar de administração e agora? Será que ele vai colocar essa informação no curriculum dele mesmo pensando em conquistar uma vaga de desenvolvedor, de fazer mais projetos na área de tecnologia? Bom, sim. Nós vamos colocar essa informação, mas lembre-se o foco principal será sempre a programação.

E como é que a gente pode escrever estes resumos? Eu fiz algumas pesquisas e fui pegando alguns trechos de um perfil que eu achei interessante, eu quero compartilhar com você.

Minha trajetória profissional começou como auxiliar administrativo, perceba que a gente contextualiza, que ele tem experiência numa área, atualmente também estudo e entrego pequenos projetos na área de desenvolvimento Web para negócios de pequeno e médio porte.

Então de uma forma muito simples a gente contextualizou essa jornada, ainda que esteja no início do Luigi. Então eu vou pegar aqui essa informação que eu anotei no bloco de notas e vou aqui no perfil dele, então eu posso clicar aqui em “Adicionar Seção”, “Introdução”, “Resumo”, só clicar encima. Pronto a gente já entrou naquela tela que nós estávamos anteriormente. Então eu vi aqui, tá tudo certinho, posso dar um “Enter”. E o quê que é mais importante a gente salientar?

É comum os profissionais de tecnologia, por exemplo, conforme eles vão fazendo cursos eles vão criando ali várias técnicas, eles vão conhecendo linguagem de programação, Frameworks, enfim, vai construindo ali uma sopa de letrinhas, imagina com várias siglas pra dizer quais são as especialidades ou as áreas que esse profissional atua.

O Luigi ainda não tem tanta familiaridade assim, ele está mais focado em PHP porque foi a linguagem que resolveu ali muitos dos problemas que ele tinha. Então como é que a gente pode dizer isso para o mercado? O quê que a gente pode ressaltar? Os hard skills que é a linguagem, que são as linguagens de programação, a técnica, o banco de dados, enfim as informações mais técnicas e também a gente pode ressaltar os soft skills, que são as habilidades mais comportamentais, de relacionamento, de comunicação, liderança e assim por diante.

Então se a gente colocar esse resumo, particularmente eu acho que está ok, mas tá muito simples, a gente pode colocar mais coisas, o Luigi fica na dúvida, mas será que não vai ficar muito extensa, será que não vai ficar muito curto? Isso também costuma dividir opinião dos profissionais que utilizam o LinkedIn como o fonte ali pra capturar recursos.

Tem profissionais e recrutadores que preferem coisas mais enxutas em pequenos parágrafos, pra justamente facilitar a leitura e ele captar, numa leitura muito rápida aquelas características que ele busca e tem profissional que não se incomoda em ver um grande texto lá colocando desde o começo até a fase atual daquele profissional, quando a gente fala de carreira.

Então a minha sugestão é que a gente use o meio termo, não tão pouco, mas também não coloque lá desde a primeira série do ensino fundamental a nossa trajetória acadêmica. Então eu vou fazer aqui um textinho, já leio pra você.

Prontinho, já escrevi aqui, uma breve, já fiz um texto e eu vou ler pra você, “sou uma pessoa curiosa e que gosta de resolver problemas. Aprender faz parte do meu dia a dia e os desafios me mantém sempre disposto a aprender cada dia mais”, bom parece que aprender aqui ficou meio repetido, então eu posso colocar “os desafios me mantém sempre motivado a descobrir as melhores soluções”, pronto. É comum a gente vai escrevendo e aí a gente vai ver que algo pode ser melhorado.

Depois “busco oportunidade para estagiar na área de Tecnologia da Informação onde eu possa desenvolver meus conhecimentos técnicos e crescer junto com a empresa e com os meus colegas de trabalho”.

Então perceba que aqui a gente já contextualizou quem ele era, onde ele está e para onde ele quer ir. Sou uma pessoa curiosa, então, por exemplo, ele vai trabalhar resolvendo problemas, desenvolvendo ideias, tornando ideias algo que possa realmente fazer a diferença na vida das pessoas.

Então o fator curioso aqui pode ser visto como algo positivo, porque ele está sempre, o Luigi, está sempre em busca de resolver as coisas. Então a gente percebe que pode ser uma boa maneira de se apresentar.

Depois, “busco oportunidade para estagiar na área de Tecnologia da Informação”, então lembra ele estava lá na área de administração e agora a gente já deixa claro, escancarado que ele está disposto a conseguir um estágio e aqui a gente fala que pode desenvolver os conhecimentos técnicos e também crescer junto com a empresa e com seus colegas de trabalho.

Aparentemente para o primeiro resumo do LinkedIn a gente vai concluir que está ok e clicamos aqui em “Salvar”. Se a gente quiser ver olha, só clicar aqui em “Exibir mais” pra a gente ver o resto do texto.

Conforme ele for se aprofundando, agora ele tem PHP, mas se no futuro próximo ele decidir, trocar ali, buscar outra área, outra linguagem de programação ou ele for se apaixonado por outra área dentro da tecnologia da informação nada o impede, pelo contrário, é muito recomendável que ele venha aqui e atualize o seu perfil.

Lembre-se LinkedIn não é nada estático, então a gente precisa realmente estar sempre transformando ele pra cada vez mais ele ficar atrativo com as características que a gente quer demonstrar para o mercado e também quando chega o momento, a hora da verdade que aquela pessoa que viu o nosso perfil consiga concluir que tudo aquilo tem muito a ver com a gente.

10

**Resumo**

Vimos que o Resumo é considerado como a cereja do bolo do perfil, ou seja, é o momento onde podemos cativar a atenção das pessoas ao dizer quem somos e o que podemos fazer por elas.

Pensando nisso, aproveite para atualizar o seu perfil agora também.

Se você precisar de uma inspiração, complete os espaços com informações sobre você. Lembre-se de ajustar o texto de acordo com o que tem mais a ver com você. Esse é apenas o primeiro passo. Depois disso você pode atualizar o seu resumo sempre que achar importante.

\*Minha trajetória profissional começou como **\_\_\_\_**. Atualmente, estudo **\_**.

Sou uma pessoa **\_ e que gosta de \_\_\_**. Aprender faz parte do meu dia a dia e os desafios me mantém sempre motivado a descobrir as melhores soluções.

Busco oportunidade para **\_\_\_\_** na área de **\_\_\_\_**, onde eu possa desenvolver meus conhecimentos técnicos e crescer junto com a empresa e com meus colegas de trabalho.\*

11

**Portfolio**

Vimos que abaixo do item resumo é possível incluir links e arquivos referentes à sua experiência profissional, inclusive também é possível inserir o seu portfólio. Se você gostou da ideia, mas não tem um ainda, confira essas dicas.

Pensando nisso, quero compartilhar [este artigo do nosso blog](https://blog.alura.com.br/como-montar-um-portfolio-de-design/) onde você pode aprender a criar um portfólio de design.

Se você é um programador, dá uma olhada [nessas dicas aqui](https://youtu.be/gu1OXrirC0U).

Se você é de outra área e sabe como criar um portfólio, compartilha conosco através do Fórum.

12

**Curso, Projetos e Competências**

Digamos que os tópicos mais críticos para a gente preencher no LinkedIn já foi feito. Agora a gente vai ver como nós podemos incluir algumas informações complementares como é o caso dos cursos.

Então perceba que aqui no curriculum vitae do Luigi tem alguns cursos que ele fez, ele já entendeu que é melhor deixar os cursos mais atuais pra a gente até mesmo ter ali uma síntese dos conhecimentos que ele adquiriu, então eu vou copiar essa informação ele fez o curso de Design Patterns PHP, então eu clico aqui em “Adicionar sessão do perfil”, “Conquistas”, repara que tem aqui a opção de cursos, então eu coloco o nome do curso, número eu posso deixar em branco porque para o recrutador não faz diferença se ele foi o aluno um aluno dez ou mil daquela turma, “Associado a” a gente coloca aqui aonde ele fez.

Então eu vou colocar aluno na FIPA, porque isso tem mais a ver com a carreira acadêmica dele, ainda que ele faça os projetos onde ele pode colocar em prática. Uma vez que esteja tudo preenchido eu clico simplesmente em “Salvar”.

Agora que a gente já abriu uma sessão com os cursos então eu venho aqui em “Conquistas” clico no “mais” escolho aqui a opção “Curso”, pronto. E agora eu vou pegar todos esses cursos e passar lá para o LinkedIn.

Agora nós já transferimos as informações que estavam no curriculum vitae para as conquistas dentro aqui do item cursos, certa vez o Luigi estava procurando, vendo quais são as opções que nós temos aqui de sessões de perfil e ele olhou uma coisa que eu quero compartilhar com vocês, se nós clicarmos aqui em “Adicionar histórico profissional” repara que tem a opção “Licenças e Certificados”? Como assim? Mas e agora? Será que o ideal mesmo ele ter colocado esses cursos lá em “Cursos” ou aqui?

Bom no caso desse campo especifico o item certificado é mais recomendado pra aquelas pessoas que têm Certificação Cisco, Certificação Java, Dot Net ou se você tem uma licença para atuar como, por exemplo um Coach ou um especialista em alguma metodologia muito específica. Então perceba que neste caso o mais recomendado, os cursos que nós temos aqui no curriculum vitae do Luigi era mais indicado naquele lugar.

Se ele tirar uma certificação em Java, por exemplo, ele vai vir aqui e vai colocar o nome da certificação dele, a organização, quem emitiu aquela certificação, a data de emissão, tem algumas certificações que tem data de expiração, outras não, então aí a gente tem que ficar só atento a esse detalhe. Código da credencial é um número que sai no certificado porque aí quando eu acessar o link que eu posso colocar onde essa credencial está a gente vai ver que todos os dados, aquele número de certificado corresponde a prova que o Luigi fez e que ele teve aprovação e que essa certificação vai expirar ou não e assim por diante.

Então às vezes pode gerar uma certa dúvida nesse sentido de, puxa mas é cursos ou certificados? Então essa é a principal diferença. Por enquanto o Luigi ainda não tem nenhuma certificação, mas ele já vai ficar atento porque assim que ele tiver ele vem aqui para atualizar essa opção. Então eu vou clicar aqui em “Fechar”, descartar porque a gente não alterou nada.

Qual o próximo item que a gente vai colocar? Vamos falar sobre os projetos. Se eu acessar aqui o curriculum vitae do Luigi repara que aqui em “Experiência profissional” tem uma de Desenvolvedor PHP, Freelancer, de março de 2017 até hoje. Onde que a gente vai incluir essa informação? Bem as experiências profissionais é mais recomendado para a gente colocar quando a gente tem ali mais um dia a dia, o freelancer para ele na verdade serviu como uma maneira dele aplicar o que ele tem aprendido, mas que são projetos.

Sendo assim eu vou subir aqui até ela, vou clicar em “Adicionar sessão de perfil” e vou procurar a opção “Projetos” onde temos conquistas...projetos, adicione projetos relevantes que demonstre a sua experiência, é justamente isso que a gente quer. Ainda que o Luigi não atue com contrato numa empresa, como desenvolvedor, esse é o momento para ele vender o peixe dele.

Então ele vai colocar aqui as tarefas que ele tem desenvolvido. Eu vou copiar porque essa informação a gente já tem. Nome do projeto? Vou por aqui “Freelancer PHP”, ele começou em março de 2017 e ele está ainda, o projeto está em andamento. Associado a aluno da FIPA.

URL do projeto é se ele tiver um portfólio, se for um site, como ele tem vários projetos olha só o que eu vou fazer, na descrição eu vou colocar o que a gente copiou lá do curriculum, responsável pela criação de websites para padarias, salões de beleza e borracharia de pequeno porte e aqui eu posso colocar o site ou aplicativo, enfim o que ele trabalhou. Se ele tiver, se ele conseguir a autorização por escrito desses clientes vai ficar muito legal porque aí vai ter assim como as pessoas verem realmente o que ele fez.

E isso é muito importante porque se ele ficar esperando concluir a faculdade para conseguir o primeiro trabalho, ele pode até ter sucesso profissional, mas perceba que vai levar mais tempo do que ele arregaçar as mangas e começar a correr atrás, a colocar, implementar as coisas que ele faz. Faz um aplicativo pra um amigo, faz um site pra família da namorada e assim por diante. Porque aí ele vai colocando em prática isso.

Então uma vez que eu tenho é digitado aqui as informações eu clico em “Salvar” e pronto a gente já tem mais essa informação aqui olha em “Projetos: Freelancer PHP”. E agora qual é o próximo item? Vamos falar das competências. Deixa eu acessar aqui o perfil dele pra vocês verem, o que a gente pode colocar de competências?

Acessando o perfil aqui tem um item aqui que a gente vai colocar competências, aqui competências, destaque seus pontos fortes como profissional, clicando nele a gente vai ter acesso a essa tela, então eu posso colocar PHP perceba que o próprio LinkedIn já oferece algumas sugestões, eu posso colocar HTML, posso colocar aqui, CSS, pronto. Deixa eu ver aqui o curriculum dele rapidamente só pra gente ver algumas palavras aqui, poxa ele tá conhecendo bem Jquery, então vamos pôr o Jquery aqui. Olha já apareceu. Qual é TDD com PHD, vamos ver se aparece TDD com PHD, pronto apareceu.

Então nessa parte de competências a gente pode colocar os nossos hard skills, que são essas informações mais técnicas, por exemplo, se eu fosse atualizar o meu perfil com as competências de marketing eu poderia colocar gestão de mídias sociais, gestão de conflitos em redes sociais, conteúdo para blogs, CEO, curadoria de conteúdo.

Então perceba que dentro da sua área de atuação você vai ter vários hard skills, esse é espaço, mas a gente não pode esquecer da questão do soft skills. Ou seja, eu estou falando, por exemplo, de comunicação, comunicação empresarial, mas aqui eu vou colocar só comunicação. Depois outra habilidade que ele tem, negociação, afinal de contas parece que o Luigi tem um tino comercial muito bom, então ele tem que desenvolver essa questão da negociação ainda que ele tenha um bom tino.

Depois o que mais a gente pode colocar aqui? Trabalho em equipe e assim por diante. Então esse é o espaço para você colocar, o Luigi fica na dúvida, mas será que eu coloco poucas, muitas. A gente precisa se lembrar da questão do resumo, lembra que eu falei que tem gente que coloca muita informação e outros pouca informação.

Então vamos sempre tentar ter ali um meio termo, a gente pode colocar até 50 (cinquenta) competências se a gente quiser no LinkedIn hoje é possível fazer isso, mas tem alguns profissionais que recomendam que a gente coloque no máximo entre 30 (trinta), porque senão a gente começa a entrar tanto no detalhe das coisas e às vezes aquele recrutador ou aquela pessoa que quer contratar você vai pegar naquele detalhe e aí de repente não é uma área que você domina tanto, você só tem o conhecimento superficial.

Então nesse espaço coloque as principais, aquela que você domina, aquela que você faz de olhos fechados e com o tempo você vai atualizando, tirando, inserindo novas competências e assim por diante. Porque assim como o perfil todo no LinkedIn a gente precisa tá de olho para ver o que faz mais sentido para nossa realidade hoje.

Então uma vez que essas competências forem selecionadas, basta clicar aqui no botão “Adicionar” e pronto. Você vai ver que vai ter aqui essas opções onde as pessoas vão poder validar, então se um colega do Luigi entrar aqui da faculdade, ou do trabalho, poxa o Luigi manda muito bem no PHP, então vou validar, no HTML, no CSS e assim por diante.

Então perceba que é uma maneira de você compartilhar, através inclusive das palavras chaves onde a gente fala de CSS, HTML e PHP, que pode facilitar as pessoas fazerem as buscas e a gente ser encontrados através delas.

4.

02

**Perfil com mais experiência**

Chegou o momento de nós trabalharmos um perfil profissional que tem mais experiência. Isso na verdade deixa o Júlio um pouco apreensivo porque afinal de contas ele tem muita informação para colocar no perfil do LinkedIn dele e ele fica achando que tudo que é em excesso pode prejudicar ele. Tanto que na verdade como ele não sabia muito bem como se posicionar no LinkedIn perceba que ele criou a conta dele, tem só o nome, a área que ele trabalha e os interesses e uma foto que nem é dele.

Então agora chegou o momento da gente trabalhar para deixar esse perfil além de campeão que é super completo, cheio de informações que podem atingir aos interesses dele que é justamente sair da área de desenvolvimento, que ele é bem hands on, mão na massa, ele trabalha com desenvolvimento Java e ele quer partir para a área de gestão de projetos.

Então como é que a gente vai posicionar tantas informações, muita experiência que ele tem e também conseguir fazer aquele link com a área de interesse que ele tem em trabalhar. Bom a gente vai começar com as informações que nós já temos no curriculum vitae que ele criou. Então o quê que a gente vai fazer? Pegar as informações, a gente começa pela formação acadêmica.

Então como não tem aqui nenhuma sessão criada com a exceção dos interesses, eu clico aqui em “Adicionar sessão do perfil” e procuro aqui formação acadêmica, só clicar nela a gente tem acesso a essa página. Deixa eu ver o quê que ele fez aqui, então perceba que ele fez Ciências da Computação. Nome da instituição, se eu colocar por exemplo, FIAP, se eu colocar USP, repara que vai aparecer aqui o nome da faculdade e o link, quando o perfil, essas informações forem salvas e alguém acessar o perfil do Júlio ela pode clicar nesse link ou no nome que vai ser direcionado para uma Company Page caso essa empresa tenha um perfil ativo no LinkedIn.

Então nesse caso aqui eu vou pôr como exemplo a FIAP. E coloco aqui formação, perceba que só tem mestrado em Ciência da Computação, não é o interesse, então a gente coloca só Ciências da Computação.

Agora se ele colocasse, por exemplo, administração, perceba que aparece várias opções aqui basta a gente selecionar, mas no caso ele fez Ciências da Computação. Área de estudo a gente põe Tecnologia da Informação. Nota e atividades em grupos é uma informação que não é muito relevante tá, então você pode deixar em branco. E aqui perceba que a gente tem como colocar um link pode ser de um trabalho, de um projeto que ele fez na faculdade que deu grande visibilidade ou carregar um arquivo com esse tipo de informação.

Uma vez que a gente tenha preenchido basta clicar aqui em “Salvar”. Depois, deixa eu só mostrar aqui que apareceu um Pop Up do LinkedIn falando que a gente avançou mais um nível ok. Se eu voltar aqui no curriculum dele, perceba que ele tem MBA em Arquitetura de Soluções. Então a gente vai incluir essa informação novamente. Como a sessão já foi criada basta eu ir em formação acadêmica, clico nesse “mais”, coloco aqui FIAP também que foi onde ele fez, FIAP, formação, área tecnologia da informação e é o mesmo procedimento que eu falei no anterior, clico em “Salvar”.

Então perceba que aqui as informações da área acadêmica já estão disponíveis. Qual o próximo passo? Vamos para experiência profissional, então eu vou pegar aqui as informações dele, perceba que esse curriculum, tem bastante informação. Então a gente vai copiar um por um, deixa eu voltar aqui para ver. Eu clico aqui “Adicionar nova seção de perfil”, “Experiência de trabalho” e começo a copiar todas essas informações, então eu venho aqui, gerente de projetos, então já aparece aqui a opção, o nome da empresa, essa B2i9.

Perceba que o campo empresa é o mesmo que vai acontecer quando, que eu te falei quando acontece lá quando a gente fala da escola, da faculdade que a gente estuda, se essa empresa já tiver uma Company Page que é o espaço para as empresas dentro do LinkedIn, quando a pessoa entrar no perfil dele, do Júlio pode clicar lá e vai ser direcionado pra essa Company Page ok? Então eu coloco aqui a B2i9, ainda não tem uma Company Page ativa, não tem problema.

Localidade aqui eu posso por Rio de Janeiro e região. Desde quando ele começou a trabalhar nessa empresa? Então eu venho aqui e coloco março de 2016 até o momento, então ele está trabalhando aqui, deixa o meu cargo atual. Atualizar o meu setor a gente pode colocar ativo também, tecnologia de informações e serviços, atualizar meu título, gerente de projetos a gente pode deixar.

Descrição, essa informação é importante, a gente coloca aqui o que ele já selecionou, só copiar e colar, não tem muito segredo, por isso é importante a gente já ter o curriculum pronto, porque a gente otimiza esse processo. Nesse momento a gente não vai carregar nenhum arquivo e nem disponibilizar nenhum link, mas imagina que ele apareceu dando entrevista pra um jornal ou para um canal de TV e apareceu na internet. Ele pode copiar esse link e colocar aqui. Uma vez que esteja tudo revisado a gente clica em “Salvar”.

Agora repara que ele trabalhou, ele começou a trabalhar nessa empresa desde 2014, mas de 2014 a 2016 ele tinha uma função e a partir de 2016 ele teve outra. Então para ficar mais organizado lá no LinkedIn a gente vai abrir aqui uma nova experiência, então eu clico aqui no “mais” da experiência basta colar informação que a gente tinha, B2i9. Rio de Janeiro e aqui eu coloco março de 2014, este não é o cargo atual, então eu tiro aqui opção e agora eu coloco o mês que ele começou a trabalhar deixa eu só confirmar, abril de 2016. Então eu venho aqui abril de 2016. Este não é o cargo atual então por isso que a gente não selecionou e aqui basta copiar as coisas que ele fez.

Tá vendo que só tem como Analista Desenvolvedor Java, então a ideia aqui é a gente colocar um pouquinho do que ele fazia. Já coloquei aqui essas informações e vou aproveitar e vou copiar e colar para a gente deixar aqui o nosso, nossa experiência mais recheada, porque senão fica muito subjetivo, Analista de Desenvolvimento de Java, então o quê que ele fazia enquanto ele era Analista? Volta aqui e clico em salvar e ok. Agora pessoal perceba que ele tem aqui mais três experiências, eu vou copiar e colar essas informações e daqui a pouco a gente continua.

Pronto pessoal já copiei aqui as informações que faltavam e perceba que interessante olha como a gente tem aqui dois cargos diferentes aqui na mesma empresa o próprio LinkedIn já faz aqui uma relação dessas informações. Achei bem interessante porque visualmente falando fica mais clean, fica mais limpo, fica mais objetivo. Então qual é a próxima informação que a gente vai trabalhar? A gente vai colocar cursos que ele fez.

Então deixa eu ver aqui no curriculum dele quais são os cursos que ele tem. Os cursos então aqui são vários, eu vou copiar, volto aqui no perfil dele, como ainda não tem a sessão criada a gente clica aqui pra incluir eu venho aqui em “Conquistas”, “Cursos”, “Nome do curso”, copio, número você pode deixar em branco porque geralmente esses cursos são livres, então o controle que tem no certificado geralmente é para controle da empresa que ofereceu aquele curso. Então para o recrutador tanto faz se você foi o número quinhentos ou mil a fazer esse curso. Então pode ficar despreocupado não coloca nenhuma informação, “Associado A”, quando ele fez esse curso ele estava em que em que empresa?

Então a gente coloca aqui ele tava trabalhando lá como Desenvolvedor Java na XPTO. Clico em “Salvar” e eu vou fazer o mesmo processo, lembrando que basta eu clicar aqui em no “mais” e clico aqui em “Cursos” e agora eu vou também transportar todas essas informações pra lá.

Terminamos de subir todos os cursos que ele fez. Então repara que na verdade o Júlio tem muitos cursos, mas ele precisou fazer uma filtragem nessas opções porque senão podia ficar muito extenso essa informação. Então o objetivo aqui desse campo de conquistas onde a gente entra em cursos é realmente deixar aqueles cursos, os mais recentes os mais importantes, aqueles que têm mais a ver com as palavras chaves que definem os seus interesses, então aqui repara que tem Kanban, Srping MVC, opa, Arquitetura de Software deixa eu corrigir aqui, que parece que ficou comeu uma letrinha.

Então não tem problema, clico aqui no lápis e coloco e clico em “Salvar”. Porque essas palavras aqui inclusive dos cursos vão te ajudar até um ranqueamento melhor nas buscas quando um recrutador, por exemplo, ou alguém que tá procurando um profissional com essas características procura. Então lembre-se de utilizar essas palavras chaves sempre a seu favor.

Próximo item que a gente vai trabalhar são os projetos. Vamos ver se o Júlio tem algum projeto? Então vou clicar aqui no curriculum dele aqui, deixa eu ver aqui. Projetos, perceba que ele trabalhou em dois projetos como voluntário.

Então eu vou pegar essa informação e vou subir, então agora eu vou voltar no perfil dele e ver aonde eu posso colocar essas opções. Então eu clico aqui adicionar nova sessão, perceba que a gente já tá aqui em “Histórico profissional” e desço aqui até a opção “Trabalhos voluntários”, mas o Júlio fala assim, poxa é interessante a gente colocar inclusive essa informação no LinkedIn?

Sim. Recrutadores observam com muito carinho quando os perfis potenciais pra vaga que eles precisam colocar algum profissional porque quando a gente tem um trabalho voluntário é interessante a gente, além de fazer o bem para o próximo para a sociedade aí num contexto muito geral dentro do voluntariado é importante a gente trazer essas informações porque a gente anuncia para o mercado que nós somos pessoas comprometidas também com essas questões.

Então partindo desse princípio eu vou simplesmente copiar as informações e colocar aqui. Já colocamos aqui essas informações, então cada vez mais o perfil dele vai ficar supercompleto e esse é um dos objetivos que a gente tem.

04

**Resumo, URL e certificações**

O próximo tema que nós vamos trabalhar são os idiomas.

Então basta eu ir no curriculum vitae do Júlio, ver aqui que ele tem o inglês avançado, para a gente incluir essa informação basta clicar em “Adicionar sessão do perfil” nós estamos em “Conquistas” e temos aqui a opção Idiomas, inclua essa informação, perceba que o LinkedIn já oferece algumas sugestões, mas como não correspondem ao que a gente quer, basta dar um Enter e ir, acrescentar a proficiência, no caso do Júlio é avançado.

Tanto essa informação como todo o curriculum do Júlio, seja ele no LinkedIn ou no curriculum vitae, precisa corresponder à realidade justamente para gente evitar saias justas naquele momento da verdade, quando a gente tem a nossa entrevista com o recrutador. Uma vez que a informação esteja correta basta clicar em “Salvar”. O próximo item que a gente vai trabalhar são as certificações, inclusive eu deixei ali em destaque porque o Júlio tem uma dúvida, além dos cursos que ele fez aqui na Alura e em outras instituições, perceba que ele tem Certificação Java e Certificação Profissional Scrum Master. Será que ele coloca lá em cursos?

Na verdade quando a gente tem certificação o ideal é a gente colocar no próprio campo mais correspondente, ou seja, a gente clica aqui em “Adicionar” volta aqui com a flechinha em “Conquistas” desço aqui para a opção “Histórico Profissional”. Basta clicar aqui em “Licenças e certificados”, por quê? Repara que tem aqui alguns campos que a gente vai precisar preencher.

Então, nome a gente coloca aqui, deixa eu copiar aqui novamente, Certificação Java, ótimo. Organização emissora, então foi no caso dessa foi da Oracle, basta selecionar aqui, data de emissão, foi emitido em março de 2016, então eu venho aqui coloco março de 2016.

Esse certificado tem expiração? Dependendo da certificação que o Júlio fizer vai ter algumas que podem ter a data de expiração, nesse caso a gente coloca aqui que não expira. Esse é um exemplo só para gente ver como é que funciona. Código da credencial, quando a gente fala de certificações oficiais como Java, com Scrum Master, Dot Net, elas têm um número de registro, então a gente coloca lá no nosso currículo e a gente vai aproveitar essa informação também aqui no LinkedIn, porque se o recrutador ou quem acessar perfil do Júlio quiser ter certeza de que realmente ele fez essa certificação, ele pode clicar nesse link e ele vai ver as informações, aí o link que a gente coloca onde direciona para esses certificado, vai ter data expiração, a nota que ele tirou e as informações adicionais. Uma vez que essas informações forem preenchidas basta clicar em “Salvar”.

Agora a gente vai fazer o mesmo processo só que no caso da certificação profissional do Scrum Master. Então eu vou fazer o mesmo processo. Maravilha, já concluímos aqui a questão das licenças e certificados. E voltando aqui pra nossa apresentação agora a gente vai focar na questão da profissão, ou seja, onde eu coloco aqui olha, perceba que está Gerente de Projetos.

Então eu clico no lápis ao lado e coloco aqui, Gerente de Projetos de TI, porque gerentes de projeto não é uma área, não é uma função exclusiva da área de tecnologia da informação, então a gente precisa especificar para aquela pessoa que for ver o nosso perfil, no caso o perfil do Júlio ter informação mais clara sobre qual é a área em que ele trabalha. Então a gente pode colocar aqui e deixa Gerente de Projetos na B2i9.

E agora gente perceba que nós temos aqui informações de contato, então para você editar basta clicar nesse lapisinho e perceba que a URL dele tá cheia de número, que não faz muito sentido, então para a gente deixar essa URL mais concisa, mais profissional, mais curtinha, o que vai facilitar também o aparecimento do perfil dele tanto nas buscas que as pessoas fizerem no LinkedIn ou nos outros buscadores como Google, basta a gente clicar nela, nós vamos ser direcionados para outra tela e tem aqui uma opção da gente editar, o ideal quando a gente falar de URL, pelo menos no LinkedIn é que a gente deixe só o nome dele, então pode ficar julio-garcia e eu clico em “Salvar”.

Opa esta URL não está mais disponível, então a gente pode tentar colocar um tracinho aqui, GPTI, será que vai? Pronto foi, por quê? Eu coloquei aqui a função dele, o principal cargo, a área que ele quer ficar mais reconhecido, que é como Gerente de Projetos da área de TI. Então legal a URL já foi atualizada, aqui nessa tela a gente vai colocar algumas informações, mas perceba que telefone não é uma informação obrigatória, assim como o endereço. Então por uma questão de segurança a gente vai deixar esses campos vazios, por quê? Se o Júlio quiser conversar com alguém, depois de um primeiro contato nada o impede de, por mensagem, mandar o seu telefone.

E agora a gente vem aqui em e-mail então perceba que tem aqui as opções da gente colocar Skype, Google Hangouts e assim por diante. Então vamos colocar mensagem instantânea, vai ser Júlio exemplo tá não vou salvar porque se tiver algum Júlio exemplo por aí a gente vai acabar tendo um conflito aqui de Ids. Mas é só um exemplo para vocês verem que você pode colocar essas informações adicionais.

Depois data de nascimento a gente coloca aqui e perceba que tem uma opção, aniversário visível para sua rede? Aqui tem como a gente colocar somente para nós, para suas conexões, pra sua rede, ou seja, pra aquelas pessoas que estão, que são conhecidas dos seus contatos e ou todos os usuários do LinkedIn. Então a gente vai deixar aqui suas conexões e clica em “Aplicar”.

Depois disso a gente precisa focar no resumo. Lembrando que o resumo é a cereja do bolo. Se a gente puder falar dos graus de importância que o LinkedIn tem a gente vai falar sobre a foto de perfil daqui a pouco e também sobre o resumo porque é aquele momento onde o recrutador vai bater o olho e vai ver quem é você, o que você faz, no que você é bom.

Então como é que a gente pode trabalhar essa questão? Vou scrollar aqui a página e perceba que tem o item “Resumo”, no caso do Júlio como ele é um aluno nota mil ele já fez aqui o perfil profissional dele, então basta a gente copiar e colar.

Então perceba que a gente tem algumas informações aqui bem relevantes, eu vou ler para você, “com mais de 15 anos de experiência e um MBA em Arquitetura de Soluções pela FIAP, possuo vivência em desenvolvimento Web utilizando a plataforma Java e conhecimentos sólidos em Engenharia de Software. Com foco na construção de softwares com qualidade e boas práticas que geram produtos testáveis e de fácil manutenção, agregando valor aos clientes, à equipe e a inovação”, mas como o Júlio tem muito tempo de, muita experiência em TI, mas isso aqui não impede também de outros profissionais que já tem mais cursos, mais especializações incluir essas habilidades técnicas. Então eu posso copiá-las, deixa eu só fechar essa página aqui e volto no nosso resumo.

Pra eu não deixar simplesmente assim em tópicos, eu por uma questão mais estética do meu ponto de vista eu acho que fica melhor em texto corrido. Então eu vou colocar aqui a mensagem, possuo profundo conhecimento, vasta experiência, acho que fica melhor, possuo vasta experiência em, dois pontos, e clico aqui, então agora na verdade eu vou só tirar esses traços para ficar mais fácil nesse momento pra pessoa que for ler.

Já concluímos aqui as informações e a gente pode também adicionar uma mídia, pode ser um arquivo ou um link com documentos, fotos, sites, apresentações, vídeos externos, justamente pra a gente trabalhar a questão da nossa autoridade.

Então se o Júlio já palestra em eventos, se ele compartilha informações no blog dele a gente pode colocar isso daqui também, porque isso vai aumentar a curiosidade do nosso recrutador para conhecer o Júlio e com certeza fazer com que o momento mágico que é o momento da entrevista aconteça.

Então uma vez que eu tenha inserido as informações, e revisei, basta clicar aqui em “Salvar”, apareceu aqui uma mensagem do LinkedIn, seu perfil foi atualizado em outro dispositivo recentemente, gostaria de atualizar a sua página? Basta clicar em ok e pronto as informações vão ficar atualizadas agora.

09

**Resumo**

imos que o Resumo é considerado como a cereja do bolo do perfil, ou seja, é o momento onde podemos cativar a atenção das pessoas ao dizer quem somos e o que podemos fazer por elas.

Pensando nisso, aproveite para atualizar o seu perfil agora também.

Lembre-se de ajustar o texto de acordo com o que tem mais a ver com você. Esse é apenas o primeiro passo. Depois disso, você pode atualizar o seu resumo sempre que achar importante.

\*“Com mais de **\_\_ anos de experiência e um MBA (Pós, mestrado…) em \_\_\_\_** pela **\_**, possuo vivência em **\_\_** utilizando a linguagem **\_ e conhecimentos sólidos em \_\_**.

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

Sólida experiência com: **\_\_\_**.\*

Lembre-se que se você quiser uma segunda opinião sobre o seu perfil, compartilhe comigo através do Fórum.

5.

01

**Contatos**

Vamos falar sobre as conexões que a gente pode criar para o nosso perfil, independente se você tem pouca experiência, se você já atua no mercado ou se você tem muita experiência.

A partir de agora a gente vai ver informações que servem para todos os perfis. Perceba que eu estou aqui na timeline do perfil do Júlio e tem a opção "Amplie sua rede", se eu clicar nela, eu vou ser direcionada para outra página, onde eu posso adicionar os contatos pessoais de acordo com o meu e-mail, com as contas de e-mail que eu utilizo.

Se você fizer esse processo, se você clicar em continuar, você vai poder sincronizar os seus contatos do seu e-mail e aí o LinkedIn envia uma mensagem pra essas pessoas, avisando que você está no LinkedIn, que quer se conectar com elas e aí as pessoas podem aceitar o seu convite.

Mas perceba também que existe a opção da gente começar a se conectar com as recomendações que o próprio LinkedIn faz pra gente. Então tem vários profissionais aqui que ele pode simplesmente mandar convite e tudo bem. E tem opção também da gente seguir algumas empresas, então poxa, GitHub, legal, vamos seguir, Amazon Web Services também. Então essa aqui, essa opção é pra gente ficar mais próximo daquelas empresas que a gente tem interesse ou que a gente gosta de saber das novidades, ou até mesmo que a gente gostaria de trabalhar.

Voltando aqui em pessoas, a gente precisa pensar em algumas situações. No LinkedIn a gente tem o plano básico, que é esse gratuito onde nós estamos e ele permite que a gente adicione até 3 mil pessoas. Então por mais que o Júlio esteja iniciando a sua jornada no LinkedIn, ele precisa criar alguns critérios pra aceitar novas solicitações ou até mesmo para enviar, porque imagina se ele começa a mandar solicitação pra pessoas superdesconhecidas, que não têm absolutamente nada a ver com as áreas dele?

Se ele atingir esse número máximo de pessoas, ele vai ter que entrar no perfil dele, ver quem são as pessoas que vão permanecer, se é possível retirar e assim por diante. Então começa a pensar aí, quais são os seus critérios? Pessoais, tá? Não é algo fixo assim, que vai ser válido pra todas as pessoas, mas é importante a gente pensar em algumas questões. Vamos pensar nos nossos grupos de interesse. Você já adicionou as pessoas que você trabalha ou que você trabalhou? Os membros dos grupos que você participa? A seguir a gente vai falar sobre os grupos. E os seus ex-colegas ou colegas de faculdade?

Então sempre priorize primeiro, sempre foque nesse grupo, porque a gente vai ter mais relação com essas pessoas no futuro ou até mesmo assim que a gente finalizar a criação do nosso perfil, pode ter várias pessoas adicionando, mandando solicitações pra gente. Então vai do Júlio ver se aquele perfil faz sentido ou não ou se pra ele ter muitas conexões não tem problema, ok. Mas o importante é a gente pensar nessa questão, para a gente não atingir o número máximo de pessoas lá no nosso perfil e depois não conseguir adicionar pessoas que a gente gostaria, que têm a ver com os nossos interesses, por conta dessa questão de a gente adicionar várias pessoas.

Por isso, mais do que nunca, é importante nós termos foco na qualidade e não na quantidade. Quais são as pessoas que estão com você? Você se relaciona com elas? Você conhece elas ou gostaria de conhecer? Algo que ela faz profissionalmente tem a ver com você? Então a gente precisa sempre se lembrar que o ideal é unir os dois, a qualidade e a quantidade, mas, no caso do Júlio, da Carolina e também do Luigi, como eles estão iniciando aí a sua experiência com o LinkedIn, eles vão tentar focar mais nesse momento na qualidade, então vão adicionar as pessoas que eles conhecem. E vamos falar também sobre quais são as melhores práticas pra gente se relacionar com as pessoas através do LinkedIn.

A primeira coisa que eu quero compartilhar com vocês é que ao enviar solicitação pra aquelas pessoas, você pode escrever uma mensagem pra se apresentar de forma objetiva e, por favor, de maneira alguma, não tente vender nada no primeiro contato.

Imagina que o Júlio procura aqui uma recrutadora, vamos fazer um exemplo aqui. Ele entra no perfil dela, pede pra se conectar. Perceba que aqui tem a opção da gente adicionar nota. E aí ele coloca: "Oi Beltrão, tudo bem? Estou desempregado e busco urgentemente por uma oportunidade profissional, se souber de alguma vaga no meu perfil, pode me avisar, por favor?". Por mais que ele tenha sido educado e colocando esse "por favor", ele já meio que escancara a vida dele pra essa profissional.

Então o ideal é fazer com que a gente traga as pessoas pra próximo de nós e não as afaste. Então nesse caso a gente poderia trocar a mensagem pelo seguinte: "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". E aí a gente clica aqui em "concluído" e essa pessoa vai receber a mensagem que a gente enviou pra ela. Então perceba que o approach, a maneira com que a gente tenta se aproximar das pessoas pode fazer a diferença.

Muitas pessoas mandam apenas a solicitação de contato, pra fazer parte do perfil da outra pessoa e as outras acionam, aceitam sem problema algum. Mas partindo do princípio que a gente vai utilizar o LinkedIn de forma estratégica e que a gente quer construir de fato uma rede de contatos que podem servir pra gente em algum momento e que a gente também possa servir pra elas, é importante a gente aproveitar esses pequenos recursos, esses detalhes como, por exemplo, enviar uma mensagem para a gente tentar conhecer a outra pessoa. Não saber de intimidade, não saber detalhes, a questão não é essa, mas sim se apresentar, "olha, eu trabalho com tecnologia da informação, gerente de projetos, se você precisar de alguma coisa estou à disposição".

Então a outra pessoa pode responder um "obrigado", "ai, que bacana" e você começa a estabelecer uma relação com essa pessoa e trocar ideias. E um dos grandes objetivos das redes sociais, em especial LinkedIn, é facilitar a interação que a gente tem com as outras pessoas.

Imagina se o Luigi não participa de eventos, não tem ali um contato muito grande com profissionais de outras áreas, inclusive com a de recrutamento e seleção, o LinkedIn, de alguma maneira, aproxima as pessoas. É uma plataforma que, geograficamente a gente pode estar muito longe, mas ela tem o poder de nos aproximar e isso é que a gente tem que utilizar a nosso favor dentro da estratégia que a gente traçou aqui pro LinkedIn.

Se a pessoa te mandou uma solicitação, mas não mandou mensagem, simples, seja você a pessoa que vai agradecer pelo convite, avisar que ela já foi aceita e se apresentar de uma maneira muito sutil, de uma maneira muito objetiva, justamente pra aquela pessoa saber quem é você, pra você não ficar perdida lá no perfil que ela vai conquistando novos contatos.

04

**Grupos**

Outra opção que nós temos para expandir a nossa rede de contatos, o famoso networking dentro do LinkedIn e também conhecer o que tá rolando no mercado, é através dos grupos.

Então pensa na palavra-chave que define o seu interesse, pode ser, por exemplo, marketing digital, usabilidade, UX, pode ser desenvolvimento Java, enfim, pensa e faz essa busca.

No caso do Júlio, a gente vai colocar o termo agilidade. Os métodos ágeis. Então perceba que vai aparecer empresa, perfil, mas a gente quer fazer uma pesquisa mais focada, então eu clico aqui em "mais" e vou até "grupos" e perceba que apareceram várias opções aqui. Por exemplo, ele quer fazer parte desse grupo de agilidade, então basta clicar em "solicitar participação" e aí a gente pode fazer esse processo em todos os grupos que a gente tem interesse.

Mas é importante eu falar sobre uma questão. Não faz muito tempo o LinkedIn, os grupos do LinkedIn tinham um outro perfil, as pessoas interagiam mais, criavam mais discussões e isso facilitava a interação das pessoas, surgimento de novas ideias, até mesmo o network.

Então hoje essa característica já mudou, então é importante nós falarmos sobre os prós e os contras. Os prós eu acabei de compartilhar com vocês, a gente pode melhorar o nosso networking, a gente pode ver o que tá rolando no mercado, quais são as principais dúvidas que as pessoas têm e a partir disso a gente consegue interagir, a gente troca ideias. Esse é um pró muito importante. Mas os contras têm pesado um pouco mais, por quê?

Muitas pessoas estão fazendo spam nos grupos, o que não é muito legal. Então imagina que o Júlio tem o blog dele e aí ele quer divulgar o artigo dele, porque ele sabe que divulgar o artigo é importante. Então, imagina que ele participa de 50 grupos no LinkedIn, e ele vai lá e copia e cola essa mensagem em todos os grupos, é legal? Não é. Porque imagina que uma pessoa que está naquele grupo participa de outros dez, de outros cinco, de outros três grupos em comum com o Júlio?

Então aquela pessoa está sendo bombardeada de spam. Então é uma prática que a gente precisa tomar cuidado. Se você entrar em algum grupo e perceber que as pessoas só estão fazendo spam, só compartilhando: "olha, leia meu o artigo novo", "olha o meu vídeo novo", "olha o evento que eu vou participar" e não oferece nenhum espaço pra você interagir, começa a avaliar se faz sentido você ficar nesse grupo.

Mas imagina que o Júlio encontrou um grupo onde além das pessoas compartilharem dicas de artigos, de vídeo, ainda assim rola uma interação, uma troca de ideias. Então a gente precisa lembrar que é importante ter algumas etiquetas, algumas boas práticas, principalmente quando a gente fala de interação nos grupos do LinkedIn.

O primeiro deles é: ouça primeiro e depois fale; nunca venda algo em um grupo. Por mais que a solução que a sua empresa tem seja fabulosa, seja revolucionária, faça o caminho inverso.

No curso de Marketing de conteúdo a gente fala sobre isso, como transformar uma venda em algo que instigue a curiosidade da pessoa e faça com que ela clique naquele link ou te mande uma mensagem pra saber mais sobre o que se trata e o que você oferece. Então tome muito cuidado, porque antigamente a gente era bombardeado de vários anúncios e a gente era estimulado a comprar. Isso mudou.

Hoje as pessoas querem ver valor, elas querem ver o que aquilo vai ser útil pra ela e a partir disso gera aquele clique onde a pessoa pode se sentir curiosa e começar a pesquisar ou perguntar sobre o que a gente tem a oferecer.

E tenha cuidado com as postagens multiplataforma. Então imagina que, nesse exemplo que eu acabei de compartilhar com vocês, o Júlio publica lá em 30 grupos o mesmo artigo, aí ele vai no Twitter dele, publica o mesmo link, a mesma chamada. Ele vai no Facebook dele, ele vai na fanpage, por exemplo, que ele tem lá no Facebook. Então perceba que é um spam e isso não é legal. As pessoas ficam cada vez menos aptas a clicar nesses links, porque elas imaginam que "puxa, de novo, né?

De novo essa pessoa tá falando sobre isso". Então crie chamadas diferentes, faça uma chamada mais convidativa. Isso não significa que o Júlio não pode publicar, divulgar o artigo dele, mas ele pode ter uma abordagem diferente como, por exemplo, "gente criei um artigo porque surgiu tal situação e aí eu pensei a respeito, em como eu poderia lidar melhor com ela e surgiram essas ideias. O que vocês acham?", percebe a diferença? Então é isso que a gente precisa sempre ficar atento, qual é a abordagem que a gente vai ter no LinkedIn pra se aproximar das pessoas ao invés de se afastar delas. E como ter destaque sem ser chato?

Então eu tenho aqui algumas dicas pra a gente levar em consideração aí no dia a dia: postar várias vezes a mesma coisa a gente já viu que não é legal; divulgar insistentemente o seu produto ou serviço também é uma prática que a gente precisa evitar; só falar de você também é algo que não vai agregar; e não contribuir com as discussões.

Se alguém postou alguma coisa e você concorda ou discorda, se for discordar, de modo muito educado, converse com essa pessoa, diga o seu ponto de vista e respeite que ela pode pensar diferente de você, e o ambiente é propício pra isso, ninguém precisa concordar com todo mundo, senão o mundo seria muito chato. Mas a gente pode se posicionar de maneira respeitosa, pra também não gerar atrito com as outras pessoas.

E o que a gente pode fazer pra ter mais destaque? Então a gente precisa compartilhar o nosso conhecimento de forma generosa. Viu, leu algum artigo legal? Marca essa pessoa. Eu vou mostrar pra vocês, por exemplo, olha, deixa eu entrar aqui no perfil e acessar aqui. Vou entrar no LinkedIn de novo só pra fazer uma pesquisa, pra dar um exemplo.

Então imagina que o Júlio entrou no meu perfil e ele viu que eu postei alguns artigos que ele gostou e ele achou interessante, ele quer compartilhar com outra pessoa. Então aqui tem “artigos”, eu posso clicar em “visualizar todos”. Imagina que ele gostou desse daqui, 11 lições de vida de Albert Einstein. Então eu copio a URL, venho aqui no LinkedIn – deixa eu fechar aqui novamente – começo uma publicação e coloco: "gente, acabei de ler o artigo da @Priscila Stuani – porque o LinkedIn vai me sugerir aqui – onde ela fala sobre como Einstein pode nos ajudar a ter uma vida mais plena".

Por exemplo, legal, coloquei aqui a URL, vai gerar aqui, deleto pra ficar mais bonitinho e pronto, e clico aqui em avançar, vou clicar em avançar só pra vocês verem. Quem pode ver essa publicação? Qualquer pessoa. Se ele tiver a conta do Twitter dele sincronizada, a gente pode colocar essa opção aqui. Não vai ser o caso. Apenas as minhas conexões ou eu quero compartilhar lá no grupo de agilidade, vai aparecer aqui as opções dos grupos que ele participa, então a gente pode clicar aqui em "publicar", pronto.

Então perceba que não foi simplesmente um link aleatório, ele viu alguma coisa que chamou atenção dele, que ele achou legal e que pode ser útil pra outras pessoas. Agora imagina que de repente ele colocou ali uma palavra errada ou ele não quer mais compartilhar essa publicação, basta clicar aqui nos três pontinhos, se ele quiser editar, então a gente clica em "editar", é possível colocar três pontos, por exemplo, clica em "salvar". Ah, não. Não quero, me enganei, não era esse post que eu queria compartilhar, a gente clica em "excluir publicação" e pronto.

Então perceba que existem maneiras mais interessantes pra a gente se aproximar das pessoas. Além disso a gente também pode ajudar os colegas dos grupos, respondendo as dúvidas que essas pessoas têm, ou nas publicações que elas fazem ali na timeline, que eu acabei de mostrar para vocês; a gente pode publicar links úteis, com conteúdos relevantes pra essas pessoas; divulgar oportunidades realmente valiosas, "olha tem um evento muito bom", tem meetup muito legal que você vai participar, que alguém te convidou e que você acha que é muito legal e mais pessoas precisam saber, compartilha ali no grupo ou aqui na timeline, como eu acabei de fazer com esse exemplo do meu artigo.

Mas de quantos grupos a gente pode participar? O limite máximo de participação de grupos no plano básico é de até 100 grupos, mas para pra pensar, é muito grupo. Então o ideal é que a gente consiga identificar os grupos que têm mais a ver com a nossa estratégia, ou seja, que têm mais interação, que as pessoas não fazem tanto spam ou que você posta uma dúvida e as pessoas interagem com você ou você interage com a dúvida dos outros.

E aí o ideal, tá? Isso daqui é um número pra a gente começar, a gente pode participar de dois a cinco grupos, se a gente conseguir achar cinco grupos que atendam ali às nossas expectativas, que sejam um ambiente legal, é um número bem razoável.

Se você encontrar um grupo, não tem problema, foca sua energia, o seu tempo, pra fortalecer as conexões que você vai criar nesse grupo.

06

**Pulse**

Você já ouviu falar no Pulse LinkedIn?

É uma 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.

Então para você escrever um artigo, basta clicar aqui em "escrever um artigo" e você vai ser direcionado pra outra página. Mas será que esse recurso sempre esteve disponível a todos? Se a gente voltar um pouquinho no passado, não foi sempre assim.

O Pulse surgiu com a proposta de ser uma plataforma de notícias e para os influenciadores também compartilharem os seus artigos, influenciadores como Richard Branson, que é um importante empresário aí no cenário internacional; Gary Vaynerchuk, também um empreendedor americano; Daniel Goleman, que fala muito sobre inteligência emocional e sabe quem mais pode estar agora no Pulse LinkedIn? Você. É, você mesmo.

Então pra gente entender como nós podemos usar essa plataforma de maneira mais estratégica, nós vamos ver algumas informações como, por exemplo, quais são as vantagens da gente utilizar o Pulse?

Quando a gente publica um artigo, a própria rede já avisa os nossos contatos que esse post foi publicado; também pode te ajudar a se posicionar melhor no Google; gera visibilidade, porque o seu nome vai estar em evidência, as pessoas vão ficar curiosas pra saber o que você está publicando; e também pode aumentar a sua influência dentro da rede; e o mais importante, tudo é importante, mas isso aqui pode ser a cereja do bolo, ajuda você a se posicionar como um expert dentro da rede.

"Mas eu já tenho blog", diz o Júlio, então "será que eu posso postar o mesmo conteúdo lá no meu Pulse?", poder você até pode, mas tem uma recomendação, primeiro poste no seu blog e após uma semana você reposta o conteúdo dentro do seu Pulse. Por quê?

Esses dias é meio que suficiente para que o Google faça a indexação, porque se a gente ficar replicando o mesmo conteúdo em diferentes plataformas, o Google pode interpretar isso como algo que não é legal, e aí a gente perde no ranqueamento, ele pode achar que tá rolando ali um plágio e é isso que a gente não quer.

Então faça um teste, publica primeiro no seu blog ou no Medium, que também é uma plataforma onde as pessoas têm compartilhado muito conteúdo, e aí espera uns dias. Depois disso você vai lá, copia aquele texto, depois embaixo pode colocar o URL e a data que você publicou lá originalmente no seu blog, porque isso vai ajudar o Google a interpretar que não é um plágio, ninguém tá copiando ninguém, você só está replicando o conteúdo, ok?

E como que gente usa o Pulse para nossa estratégia pessoal? Afinal de contas nós estamos falando o curso tudo sobre currículo, sobre vagas, sobre relacionamento, networking e assim por diante, então esse é o momento da gente começar a pensar de maneira mais estratégica em relação ao Pulse também.

Como qualquer ação que a gente vai fazer, inclusive tratando-se de LinkedIn, a gente precisa ter um planejamento, porque senão o Júlio fica todo empolgado, primeira semana ele compartilha cinco artigos, na segunda semana ele compartilha três, porque o tempo ficou escasso e na terceira semana ele não compartilha nada porque ele cansou, porque as prioridades são outras.

E aí, como é que ele vai ganhar visibilidade? Como as pessoas vão descobrir que ele existe se ele não se comunica mais? Então o planejamento é essencial.

A gente precisa definir a nossa estratégia pra a gente conquistar a nossa visibilidade profissional, fortalecer a nossa autoridade na área, compartilhar aprendizados. Então essas são algumas motivações que a gente pode utilizar pra nos lembrarmos quando a gente achar que não vai dar tempo, que a gente não está disposto pra escrever, lembre-se, isso daqui faz parte da sua estratégia e pra todo planejamento funcionar bem, um dos pilares é a periodicidade, ele precisa se programar pra fazer essas publicações.

E aí isso nos remete à ideia a seguinte, nós precisamos criar um calendário editorial. Aí o Júlio olha e fala assim: "mas pera aí, isso aqui tá com cara de empresa, isso aqui as pessoas fazem mais pra empresa", mas pera aí, Júlio, você é uma empresa, você é o Júlio S.A., as pessoas vão contratar a sua empresa, porque você oferece soluções para os outros.

Então é importante a gente levar tudo isso a sério. Eu até concordo com Júlio que dá trabalho, não é todo dia que a gente tá a fim, tá naquele espírito, mas se a gente quer conquistar tudo isso que a gente viu durante o curso, inclusive o momento da verdade, que é finalmente chegar com o recrutador ou conquistar uma parceria pra fazer aquele projeto dos seus sonhos, a gente vai ter que trabalhar, a gente vai ter que se esforçar e cumprir, sempre na medida do possível, todos esses critérios.

Então olha com carinho pro seu calendário editorial, porque na verdade ele tem o intuito mais de te ajudar do que de atrapalhar, então nele a gente vai incluir algumas informações como datas de publicações; os prazos da produção de conteúdo; as pautas e os temas que a gente quer abordar e as palavras-chaves; e por último, mas não menos importante, a divulgação nas redes sociais, sempre levando em consideração pra não fazer spam.

Eu vou compartilhar aqui com vocês o modelo que eu utilizo de cronograma, onde eu coloco essas informações. Olha, entrega e revisão, o tema central. Então imagina que lá no dia 10 de abril eu tenho um tema central que está relacionado com produtividade e as palavras-chaves, porque isso vai me ajudar a distribuir o conteúdo, elas durante a minha escrita e a data que eu espero publicar aquele artigo.

No começo a gente faz passo a passo, direitinho, até a gente internalizar o hábito, depois a gente vai definir que "bom, eu vou postar duas vezes por mês no meu Pulse ou no meu blog", ok. Então a gente no começo vai fazer esse passo a passo, até que vai chegar o momento que a gente já vai meio que no automático. Enquanto você não adquire esse novo hábito, caso você queira utilizar o Pulse como uma grande plataforma pra você gerar visibilidade pro seu negócio ou até mesmo para sua marca pessoal, faça esse passo a passo. Vai chegar um momento em que você vai fazer no automático.

Então é importante a gente definir essa periodicidade, "ah, eu vou postar uma vez por mês", "poxa, será que uma vez por mês é relevante pra mim?". Bom, uma vez por mês é melhor do que nada, então começa a fazer esses questionamentos pra você ir percebendo qual é a vantagem de você ter o seu conteúdo sempre publicado. Em seguida, como é que a gente escreve bons conteúdos para o LinkedIn Pulse?

Lembrando que nós temos um curso aqui sobre Marketing de conteúdo, que a gente fala muito sobre a abordagem para as empresas, mas o conceito em geral pode ser aplicado também na marca pessoal, então lembre-se: 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 despertaram tal reflexão. Essas são algumas sugestões de como a gente pode escrever conteúdos para o nosso LinkedIn.

E tem alguns passos, o primeiro deles é: comece a pensar na mensagem geral que você quer transmitir para as pessoas. Porque toda boa história tem que ter um começo, meio e fim, então a gente precisa ter isso muito claro. E aí lembre-se, por exemplo, empresas de B2B costumam ser mais formais dependendo do negócio, imagina um advogado, um escritório de advocacia, eles têm uma postura mais formal, porque é próprio, é característica da profissão.

Agora se a gente trabalha numa Startup, que é um pouco mais informal, a gente tem uma linguagem mais próxima com as pessoas, então como é que a gente traduz isso num texto? E aí nos nossos posts, nos nossos artigos vale a pena lembrar que se a gente manter ali uma informalidade, mas no sentido de se aproximar mais das pessoas, isso pode ser mais relevante, as pessoas podem se sentir mais acolhidas. Então não tem aquela preocupação de ser extremamente formal.

Tudo isso vai nos ajudar no seguinte, a pensar em como a gente encontra o nosso jeito de se comunicar com as pessoas, você é muito informal? Não tem problema, siga o seu jeito de ser, não é porque a gente vê que deixar um artigo menos formal atrai mais as pessoas, mas tem que ver também o seu jeito de ser. Então tenha sempre isso em mente.

O próximo passo é: faça um rascunho do seu artigo, então abra lá um documento no Google Drive ou no Docs, no seu Word, enfim, na sua agenda e começa a rabiscar as coisas, começa a colocar as ideias, "poxa, nesse artigo eu quero falar disso, disso e disso", veja como elas se conectam, como você pode colocar exemplos que sejam fáceis das pessoas entenderem e a partir disso, conforme você escreve, lembre-se que a revisão tem que fazer parte desse processo, porque tudo bem se a gente tiver que corrigir, às vezes a gente fica naquela questão, naquela vontade de ter que acertar de primeira, tudo tem que ficar perfeito na primeira.

Então calma, você tem um tempo pra fazer as suas coisas, avalia com muito carinho, qual a mensagem que você quer passar e se tiver alguma coisa que pode ser melhorado, não duvide, corrija e siga a vida.

O próximo passo é pensar muito bem no título e na imagem principal. Eu vou deixar alguns bancos de imagens gratuitos que a gente pode acessar, como, por exemplo, Pixabay, que eu já falei aqui pra vocês, mas só acessar aqui pra a gente lembrar, que você pode colocar a palavra-chave e fazer a busca pra encontrar aquela imagem que tem tudo a ver com seu artigo, porque uma imagem bacana, em alta resolução, um título atrativo, sabe? Que inspire as pessoas, pode aumentar a sua chance de ter o seu artigo clicado por outros.

E tudo isso vai fazer com que a gente atraia mais audiência pro nosso perfil, então lembre-se, nós queremos ser úteis, nós queremos ajudar as pessoas, nós queremos inspirar as pessoas, no melhor sentido da palavra, então isso vai fazer com que eles comecem a prestar atenção naquilo que a gente tá falando. E o quarto passo é sempre buscar uma formatação adequada pro seu artigo, ou seja, isso vai ajudar o nosso texto se tornar mais escaneável, pensando nisso eu quero compartilhar com vocês aqui um exemplo de um post que eu compartilhei no meu Pulse, onde eu falo sobre os sete hábitos das pessoas com alto nível inteligência emocional.

[https://www.linkedin.com/pulse/7-hábitos-de-pessoas-com-alta-inteligência-emocional-priscila-stuani/?trk=mp-reader-card](https://www.linkedin.com/pulse/7-h%C3%A1bitos-de-pessoas-com-alta-intelig%C3%AAncia-emocional-priscila-stuani/?trk=mp-reader-card)

Então isso daqui gerou um burburinho na época, viralizou, muita gente leu. Então perceba que aqui eu faço uma breve introdução, eu coloco ali os itens em negrito, eu destaco, eu dou espaço de uma linha pra outra, porque isso deixa a leitura mais agradável, porque se ficar um texto muito comprido assim, sem parágrafo, cansa e as pessoas podem ter a impressão de que aquele texto nunca vai acabar e a chance delas abandonarem é grande, ainda que o assunto que seja interessante.

Então perceba que são pequenos detalhes que a gente vai utilizando pra deixar o nosso artigo mais atrativo. Você pode colocar vídeos, tem aqui você inserir vídeos, imagens também, pra deixar sempre o seu post mais atrativo, ok? O próximo passo e o último é: divulgue.

Então lembre-se, a divulgação é a alma do negócio, inclusive no LinkedIn, e aí você pode compartilhar com as pessoas, crie chamadas diferentes. Coloque o motivo pelo qual você decidiu escrever aquele artigo e aí você publica uma vez no seu LinkedIn, aí vai num grupo, depois de algumas horinhas vai em outro grupo, vai no Facebook, no seu Twitter, manda para as pessoas que você conhece, que acha que vai gostar e também é uma maneira da gente sempre se aproximar dos outros, "olha, escrevi um artigo, veja se é importante pra você, veja se é útil pra você" e manda para as pessoas.

Se as pessoas começarem a não responder, talvez esse seja um indício de que a abordagem não está legal, pode ser diferente e aí a gente precisa prestar atenção, porque cada pessoa age de uma maneira. Então comece a perceber como a sua rede se comporta.

07

**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>

09

**Social Selling Index**

Agora eu te convido pra fazer uma reflexão. Depois que você criou todo o seu perfil ou atualizou as informações, você já parou pra pensar como será que você consegue ter certeza que o seu perfil é relevante?

Para algumas pessoas talvez relevância é quando ela tem muitos contatos pra fazer parte da rede dela, ela recebe vários convites ou quando alguém interage com as publicações que ela faz, opinando, compartilhando com a sua rede. Isso tudo é importante, mas é válido a gente falar que o próprio LinkedIn tem uma métrica onde ele vai analisar o nosso comportamento dentro do LinkedIn e também como tem sido a nossa interação com as outras pessoas, através do SSI, que nada mais é um índice que funciona como um indicador dos seus esforços sobre a metodologia dos Social Selling no LinkedIn.

SSI significa Social Selling Index, ou seja, é um dashboard, a gente tem ali acesso a uma página, onde a gente vai ter essas informações, seu índice de vendas sociais, ou seja, o quanto as pessoas confiam no que eu digo, compartilham as coisas que eu publico, interagem comigo; calcula sua eficiência em estabelecer sua marca profissional, localizar as pessoas certas, interagir utilizando insights e cultivar relacionamentos de confiança, ou seja, tudo isso daqui você viu como construir, você viu a importância e agora a gente tem mais uma maneira de ver que todo esse esforço vai trazer aqui resultados pra gente.

Dentro de uma nota, você vai receber um score, uma nota, no seu perfil que vai de 0 a 100. Perceba que existem alguns pilares, que eu vou detalhar pra você daqui a pouco, mas basicamente o LinkedIn vai comparar, confrontar todas essas informações pra dar aqui o nosso SSI. Se eu for na página do Júlio, qual será que é o SSI dele? Estou aqui no perfil, eu vou colocar o cursor, deixar linkedin.com/sales/ssi. Perceba que o número dele está 20. De 100 ele ainda está no 20, mas nós acabamos de criar o perfil dele, ele é bem novo, ele vai ter ali um tempo pra poder amadurecer as ideias, se familiarizar mais com a plataforma.

Lembrando que o objetivo que a gente tem é sempre deixar o nosso perfil como campeão, ou seja, completíssimo, o que é importante, mas o LinkedIn também vai avaliar os números de conexões que nós temos.

Se o seu perfil falta só um tracinho pra chegar no campeão, fica calmo, conforme você fazer as suas interações com as pessoas, convidar elas pra fazer parte da sua rede, você vai ver que esse número vai ser muito legal, porque vai te ajudar a alcançar o seu objetivo. Então vamos ver aqui no detalhe o que cada um desses pilares quer dizer. Vou voltar aqui na nossa apresentação.

O primeiro passo que a gente precisa ficar de olho é sobre estabelecer a sua marca profissional, o quão completo é o seu perfil? Exaustivamente eu falei durante esse curso sobre essa questão e aqui a gente entende o porquê que é importante.

Ter o nosso perfil 100% completo vai nos ajudar a ter uma relevância maior, publicar conteúdos relevantes que te posicionem como líder, como uma referência na sua área também é importante. Isso vai fazer com que a sua visibilidade aumente através das publicações que você faz e interações também com conteúdo.

Se você postou alguma coisa que não necessariamente precisa ser apenas um link, uma imagem e uma breve descrição, pode ser experiências que você teve aí no seu dia a dia, você pode sintetizar algo que aconteceu e qual foi a lição que você tirou disso ou desabafar, dentro ali de um contexto muito profissional, mas colocar coisas que te incomodam ou coisas que você acha que podem ser feitas de forma diferente e isso pode atrair também a interação com as outras pessoas, porque muitas delas, de alguma maneira, podem se identificar com aquilo que você disse e aí a partir disso vocês começam a trocar ideias, um dos grandes objetivos que a gente tem aqui no LinkedIn. E também obter recomendações dos seus colegas e clientes.

O próximo passo é encontrar as pessoas certas? Você usa a pesquisa avançada para identificar clientes potenciais?

E clientes eu não falo necessariamente de pessoas que trabalham com vendas e buscam área de RH ou administrativo, financeiro, para se apresentar. Os clientes potenciais do nosso personagem Júlio podem ser quem? Um recrutador, pode ser uma empresa, pode ser um parceiro, enfim, perceba aí quem é a pessoa chave com que você quer se relacionar, e a partir disso você começa a utilizar a ferramenta do LinkedIn para encontrar contatos de valor, ou seja, não colecione perfis.

Pode ser que em um dado momento o Júlio tenha mais de 5 mil conexões, 2 mil conexões, isso não significa que ele vai conseguir interagir com todas essas pessoas porque, humanamente falando, é muito difícil, mas ele precisa sempre aproveitar as oportunidades? Aproveite as apresentações de contatos em comum para expandir sua rede.

Então se o Júlio entra lá no meu perfil e vê que eu conheço tal pessoa, ele pode ficar "nossa, eu gostaria de conversar com essa pessoa", ele pode mandar uma mensagem pra mim, "Priscila, eu vi que você conhece o fulano, eu gostaria de entrar em contato com ele pra falar sobre um projeto, você pode nos apresentar?", isso aumenta as chances da outra pessoa aceitar, porque ela já sabe quem a conhece, então isso é uma maneira da gente conseguir se aproximar mais facilmente das outras pessoas, de uma forma muito positiva. E acesse o perfil dos seus potenciais clientes.

Quem são eles? Com quem que você quer falar? Você quer falar com um recrutador? De qual empresa? E o que essa empresa faz? Vasculhe, no melhor sentido da palavra, entenda o que essa empresa faz, o que eles buscam no mercado e começa a se avaliar, "poxa, isso aqui eu concordo", "isso aqui tem a ver comigo".

Então já vai meio que se preparando, já vai se apaixonando por aquela empresa, porque no momento da hora da verdade vai ficar muito mais natural do que você ficar cinco minutos antes lá da entrevista acontecer dando uma olhadinha no site da empresa pelo celular, pra ver o que aquela empresa faz. Já vai interiorizando essas informações, porque as coisas ficam mais naturais e aí você também conhece, saiba onde você quer trabalhar e onde você prefere não estar.

Engaje as pessoas com insights, ou seja, você compartilha conteúdos? Interage com o conteúdo fornecido por suas conexões no LinkedIn? Muitas vezes a gente fica naquela vontade de querer compartilhar tudo que a gente leu, porque é muito legal, mas e o que as outras pessoas publicam?

Também é interessante, então reserve alguns minutos do seu dia pra olhar essa timeline, ou seja, essas publicações que as pessoas fazem. Lembre-se, compartilhe conteúdo relevante, converse com seus contatos de primeiro nível, aquelas pessoas que estão na sua rede e use informações relevantes quando enviar um convite de conexão.

Eu tenho uma experiência muito legal porque vários alunos quando vão me adicionar no LinkedIn se apresentam, "Oi, Priscila, tudo bem? Eu fiz o seu curso tal na Alura" ou "Eu sou aluno da Alura, gostaria de fazer parte da sua rede contato". No começo lembra que eu te falei que existem alguns critérios que a gente pode definir pra ver se a gente vai aceitar ou não essas pessoas?

Geralmente sempre aceito todo mundo, mas aí quando é um aluno que se apresenta, nossa, eu fico super feliz e aí já respondo a mensagem daquela pessoa e fica um clima muito legal, porque a gente consegue se aproximar um pouquinho mais? Eles, os alunos, sabem quem eu sou e muitas vezes eu não sei quem são os alunos, mas quando eles me adicionam no LinkedIn, por exemplo, eu vou lá no perfil, vejo quem é ele, conheço ele um pouco melhor e isso é muito gratificante, porque não é um número, é uma pessoa, então é justamente isso que eu acho que é bacana a gente trabalhar no LinkedIn.

E por último a gente vai começar a estabelecer relacionamentos, ou seja, você interage com as pessoas? Conecte ou siga outros profissionais. Perceba que quando eu falo de conexão, deixa eu só voltar no perfil dele.

Eu vou buscar aqui um nome aleatório, nada mais nada menos do que o Guilherme Silveira. Aqui, Guilherme Benedito da Silveira. Tem aqui a opção "seguir", mas se por um acaso ele não pode me aceitar ou eu também tenho uma estratégia de ter as pessoas no meu LinkedIn só quem eu realmente conheço, tenho mais contato, eu posso descer aqui a página, clico aqui, tá vendo? "Artigos e atividades", clico em "visualizar todos os artigos" e eu tenho opção de seguir. Toda vez que essa pessoa colocar um artigo, publicar um artigo, eu vou receber uma notificação, vai ficar aqui um ícone vermelhinho indicando que essa pessoa tem uma nova postagem.

Essa também é uma opção que a gente tem caso, por alguma razão, a gente não queira adicionar, mas a gente quer meio que ficar por dentro do que ela está fazendo, é possível a gente utilizar este recurso. Isso é bom principalmente quando a pessoa que é dona do perfil tem muitos seguidores, às vezes tem gente que tem muitos contatos e aí o LinkedIn bloqueia, não deixa a gente mandar mais solicitação. Então pra gente não ficar por fora, a gente tem este recurso aqui.

Em seguida, concentre-se em tomadores de decisões, ou seja, quais são as pessoas mais relevantes aí dentro do seu setor e nutra a relação continuamente para ser lembrado, porque se a gente simplesmente manda uma mensagem pedindo pra pessoa adicionar a gente, a gente fala da onde a conhece, bacana, a pessoa vai ficar "nossa, que legal, essa pessoa tomou cuidado pra se aproximar de mim", mas se depois eu não publico nada, se eu não interajo com nada, a chance daquela pessoa me esquecer é muito grande.

Então a ideia é sempre fazer com que o conteúdo esteja ao nosso favor, que as nossas publicações nos apoiem, justamente pra gente ter ali maior visibilidade e fazer com que as pessoas se lembrem e queiram estar em contato conosco também.