

QUEM NÃO É VISTO NÃO É CONTRATADO

ALTERAÇÕES E
ATITUDES SIMPLES
VÃO TURBINAR SEU
PERFIL NO LINKEDIN
E TE AJUDAR A SE
DESTACAR EM MEIO
AOS 32 MILHÕES
DE USUÁRIOS
BRASILEIROS DA REDE
SOCIAL DE NEGÓCIOS
VAND VIEIRA



O LinkedIn entrou no ar em maio de 2003, ano em que você provavelmente só usava o currículo no Word ou em PDF. Mas a plataforma foi ganhando fama, você viu seus colegas e chefes se inscreverem e resolveu que era hora de usar também. Ainda bem! “Hoje o Brasil ocupa o quarto lugar no ranking dos países com mais contas nessa rede social. Somente Estados Unidos, Índia e China estão à nossa frente”, diz a gerente sênior de marke-

ting do LinkedIn na América Latina, Natália Rocha, de São Paulo. O número de 32 milhões de usuários impressiona e deixa a dúvida: como se destacar entre tanta gente? Afinal, seus dados profissionais estão lá para serem vistos e para você usá-los para se candidatar a vagas e fazer networking.

COMECE PELO COMEÇO

Preencher todos aqueles campos pode dar preguiça quando se começa a mon-

tar o perfil, mas é um básico mais do que necessário. O LinkedIn também (e principalmente) serve para divulgar suas habilidades e experiências, trocar informações e fazer contatos que, de um jeito ou de outro, podem fazer a sua carreira decolar. “Completar tudo ajuda a aumentar a relevância no buscador, além de torná-lo mais atrativo e útil para quem o vê”, diz Natália. Trabalhos voluntários, cursos profissionais, características comportamentais... vale tudo. Exceto

mentir. “Recrutadores conseguem identificar quando um candidato não está falando a verdade durante um processo seletivo”, diz a psicóloga e coach da consultoria SBCoaching Técia Caetano, de Fortaleza. “Sendo assim, é essencial mostrar exemplos concretos do que está descrito”, completa. Dica: evite que seu perfil se torne um aglomerado de blocos de texto que ninguém vai ler sendo clara e direta e invista em diferentes formatos ao apresentar conquistas. Textos curtos com fotos, vídeos, PDFs e links externos são muito bem-vindos. E, caso dominar dois ou mais idiomas seja extremamente importante na sua área ou mesmo se estiver de olho em vagas no exterior, vale traduzir o conteúdo do perfil para o inglês e outras línguas.

SEJA ATRAENTE

Para chamar a atenção de qualquer recrutador ou headhunter — seja uma pessoa ou um programa de inteligência artificial —, é importante analisar os termos mais usados nas descrições de vagas relacionadas ao segmento em que deseja atuar. O segundo passo é utilizá-los em frases que façam sentido (e, de novo, sejam verdadeiras), como palavras-chave no sumário e principalmente no headline, espaço reservado para uma breve apresentação que fica logo abaixo da sua foto. Nesse sentido, um estudo do LinkedIn indica quais palavras estão na ponta dos dedos de quem está tentando se promover na plataforma: “inovador”, “apaixonado”, “responsável”, “focado”, “especializado”, “líder”, “estratégico”. Só que você não precisa usar esses e outros termos sozinhos. Eles podem e devem fazer parte de um texto leve e criativo que fale sobre suas principais características no trabalho. Ou seja, em vez de escrever apenas “psicóloga comportamental”, tente fazer uma introdução que passe essa mensagem, conte que é “apaixonada pela mente humana” e fale brevemente sobre o momento em que decidiu seguir essa profissão ou algum episódio marcante.

No seu perfil, também é possível personalizar a URL (seu endereço) com nome e sobrenome. Isso facilita que pessoas que

recebam seus cartões consigam acessar sua conta. Até porque... haja paciência para digitar aquelas loongas sequências de números e letras comuns às URLs. Como fazer? Visualize seu perfil e, no canto superior direito, clique em “Editar perfil público e URL”. Outro ponto bem importante e que geralmente é dispensado no currículo impresso ou digitalizado é a sua foto. Segundo Natália Rocha, contas com uma imagem de perfil definida são 21 vezes mais visualizadas. “O ideal é mostrar bem o rosto e avaliar se sua área pede mais ou menos formalidade no cenário, na roupa e na pose”, fala a consultora de carreira e diretora do site Vida e Carreira, Adriana Gomes, de São Paulo. Para não ter erro, você pode fazer uma selfie com uma expressão natural, sem muita produção e em um ambiente neutro e claro. Fotos noturnas ou na balada, nem pensar!

VOLTE SEMPRE

Depois de fazer as atualizações que indicamos nesta matéria, nada de deixar seu perfil acumulando poeira. Publicar artigos também causa uma boa impressão entre seguidores, contatos e empregadores. Escolha temas que te agradem e escreva com embasamento e atenção — copie e cole o texto no Word para garantir que nenhum erro gramatical passou despercebido! E, se você é uma das que, sim, estão procurando um novo emprego, a interação com profissionais que ainda não fazem parte da sua lista de contatos é um ótimo jeito de ficar por dentro do que rola nos grupos do LinkedIn. “Ao ir além e tentar se conectar com essas pessoas, não mande apenas a solicitação. Apresente-se de maneira sucinta e demonstre interesse e admiração pelo trabalho delas”, diz Técia. O momento em que alguém visualiza o seu perfil é a hora certa para retribuir a visita e enviar a solicitação.

Ok, mas toda essa movimentação repentina não pode colocar o chefe e os colegas de trabalho em estado de alerta com relação à vontade de uma pessoa de mudar de emprego? Pode. Só que é possível ocultar essas atualizações. Melhor: não há o que esconder porque a maior parte das visitas que as empresas recebem em

Uma luz para o CV

Nada do que foi dito aqui significa que o currículo tradicional foi totalmente dispensado. “Por ser mais resumido, ele continua sendo uma mão na roda na hora de indicar um amigo e até para empresas que preferem uma seleção baseada única e exclusivamente em capacitações e experiências profissionais para escolher um ou outro candidato”, afirma Técia. Esse modelo de recrutamento (cego) é adotado com a finalidade de aumentar a diversidade nas empresas. Além disso, diferentemente do layout pronto do LinkedIn, é possível customizar o currículo livremente. Assim, designers e arquitetos, por exemplo, podem mostrar sua criatividade e o que sabem fazer antes mesmo de o portfólio ser avaliado.

suas páginas no LinkedIn vêm do perfil de seus colaboradores. Ou seja, elas também saem ganhando quando seus funcionários têm um destaque considerável na plataforma. Para ter ideia, o tamanho médio da rede de colaboradores de uma empresa chega a ser dez vezes maior do que o número de seguidores das company pages em si. É, agora não tem mais desculpas para não iniciar os trabalhos. ★