

LinkedIn

.....

CHECKLIST de

13 Métricas para medir

o seu **DESEMPENHO**



Linked **2**Power

_____	<input checked="" type="checkbox"/>
_____	<input checked="" type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>



CLIQUE PARA ACEDER AO
MEU PERFIL LINKEDIN

É Hora de Potenciar o seu Perfil LinkedIn!

Olá, eu sou o Pedro Camez - Especialista na utilização do LinkedIn para Negócios! O perfil LinkedIn é o seu melhor cartão de visita e por essa razão decidi criar esta CheckList para ajudar os profissionais a construírem um perfil campeão!

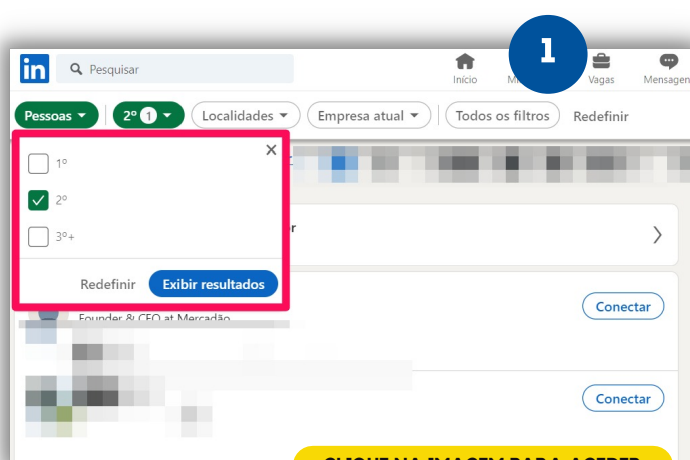
Vamos começar!

1) TOTAL DE CONEXÕES

- Clique em “minha rede”, de seguida em “conexões”, depois “pesquisar por filtros” e seleccionar grau 1, 2 e 3.

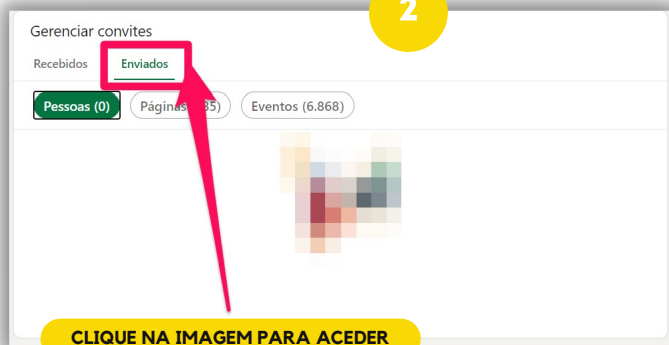
Indique as conexões

- Conexões 1º grau _____
- Conexões de 2º grau _____



CLIQUE NA IMAGEM PARA ACEDER

2



CLIQUE NA IMAGEM PARA ACEDER

2) TAXA DE SUCESSO DE CONVITES ENVIADOS

- Uma das atividades mais relevantes no LinkedIn é o reforço da sua rede de contactos. Neste ponto, será importante avaliar a taxa de convites aceites.
- Valores baixos podem indicar vários aspetos: Mau perfil ou até más práticas no envio de convites, entre outros problemas.
- Fórmula: $\text{N}^\circ \text{ de convites aceites} / \text{N}^\circ \text{ de convites realizados}$

exemplo

Quanto mais próximo estiver dos seus públicos-alvo, melhores resultados terá em matéria de visibilidade na rede para quem interessa.

Como deve estruturar a sua rede?

1. ○ Branca - Empregabilidade

- . Recrutadores, Consultores de RH, Headhunters ou Executive Search
- . RH de empresas onde gostaria de trabalhar (podem ser assistentes, técnicos ou gestores de RH ou até Diretores).

2. ● Azul - Negócio

- . Profissionais de contacto (diretores, gestores, técnico, CEO) das empresas alvo e que permitam aproximá-lo dos seus clientes - decisores ou influenciadores.

3. ● Verde - Especialidade / Função

- . Pares (que trabalham em funções similares nas empresas concorrentes ou que gostaria de trabalhar)
- . Alumni (colegas de Faculdade ou formação técnica, professores)

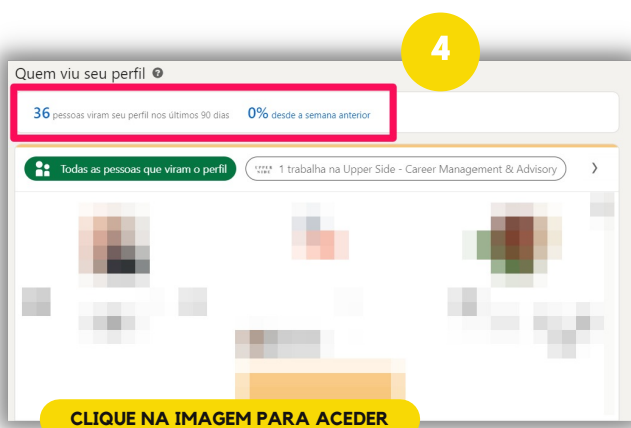
4. ● Vermelha - Localização

- . atuam em países, cidades alvo da sua atividade atual ou futura.
- . que podem servir de intermediários no acesso a outras redes.

3) Nº DE CONVITES RECEBIDOS

- Uma forma de controlar o número de novos convites será fazer a sua aceitação / recusa uma vez por semana.
- Outra forma de medir este indicador será através do diferencial de contactos em relação à semana anterior.

CLIQUE NAS CAIXAS AO LADO DE CADA SECÇÃO PARA MARCAR AS ETAPAS CONCLUÍDAS.



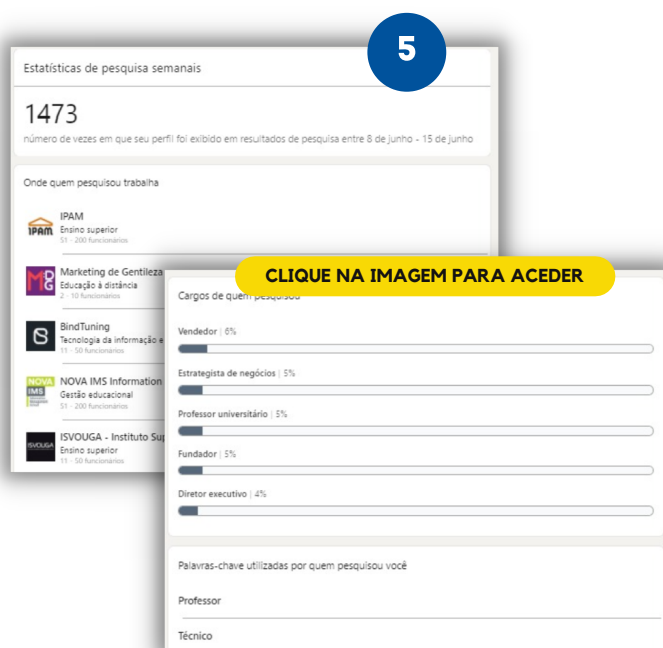
4) VISUALIZAÇÕES DE PERFIL

- Na página inicial, em “Quem viu o seu perfil?”, encontramos o número de vezes que as pessoas viram o seu perfil nos últimos 90 dias e também a percentagem de crescimento de visualizações desde a semana anterior.

- Números baixos indicam atividade fraca! Se o número de visualizações diminuir, aumente as suas ações. O gráfico indica ainda um resumo das suas atividades.

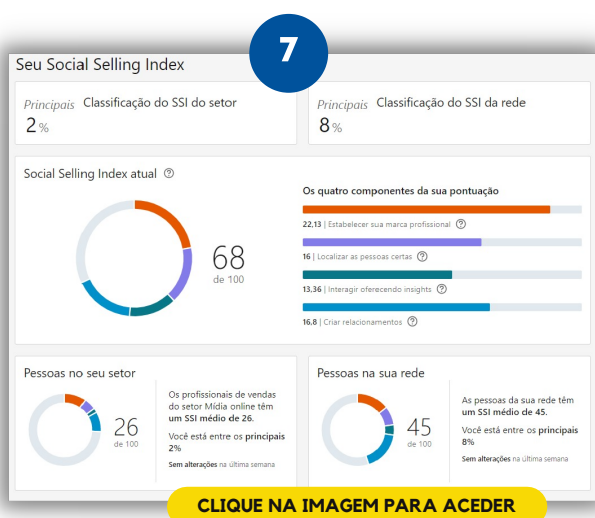
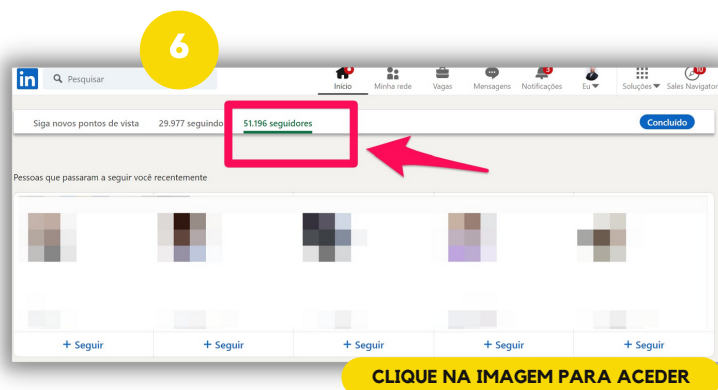
5) RESULTADOS DE PESQUISA LINKEDIN

- Este número indicará se o perfil (e as suas competências ou áreas de especialidade) está ou não a ter procura na rede.
- Faça um pequeno exercício e identifique a palavra-chave ou palavras-chave que melhor o descrevem.
- No campo de pesquisa “People” ou “Pessoas”, coloque-as e analise o seu posicionamento na rede. Pode filtrar a sua análise por país, por indústria, etc.



6) Nº DE SEGUIDORES

- Verifique o seu nº de seguidores, nem todos os profissionais estão conetados consigo.



7) ÍNDICE DE VENDAS SOCIAIS (SOCIAL SELLING INDEX)

- Se tiver um valor superior a 65 isso revela que a sua atividade é regular na rede

- Calcula a sua eficácia em 4 grandes elementos:
 - Estabelecer a sua marca profissional (força de perfil)
 - Localizar as pessoas certas (contactos)
 - Interagir oferecendo insights (partilha de conteúdos)
 - Criar relacionamentos (mensagens trocadas no LinkedIn).

8) Nº DE CANDIDATURAS

- Métrica para quem procura emprego.
- Estas podem encontrar-se em vários locais no LinkedIn:
 1. Página Oficial de Emprego
 2. Página de Carreiras em Página de Empresa
 3. Atualização de Estado em Página de Empresa
 3. Debate dentro de Grupos
 4. Debate sobre Emprego dentro de Grupo
 5. Atualização de Estado de Utilizador na Rede.
 6. Atualização de Estado em Página Universitária.

- Embora nem sempre consiga identificar potenciais vagas de emprego, é expectável que possam surgir em todos estes locais.

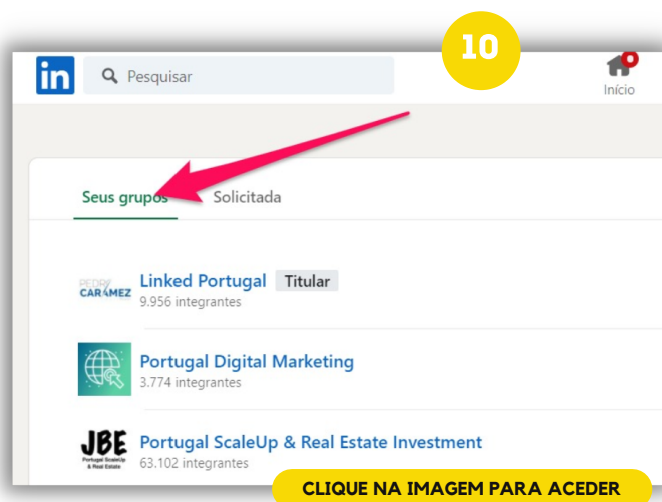
9) Nº DE MENSAGENS ENVIADAS

- Com que regularidade utiliza a caixa de correio do LinkedIn?

Alimente o que acredita ser um bom padrão de comunicação e ignore o que não aprecia.

O LinkedIn permite que o utilizador possa enviar uma mensagem privada para membros da sua rede!

Quando o convite é aceite, não deve desperdiçar esta oportunidade para iniciar uma diálogo com a nova conexão. O número de mensagens vai indicar o seu nível de proatividade!



10) Nº DE GRUPOS QUE INTEGRA + GRUPOS VISITADOS

- Pode integrar 100 grupos em simultâneo e deve fazer uma escolha criteriosa!

- Para além do número de grupos, semanal / mensalmente (dependendo da sua análise), deve realizar uma visita para visualizar alguma oportunidade de emprego/atualização que possa constar.

11) Nº DE VISUALIZAÇÕES, REAÇÕES E COMENTÁRIOS NAS PUBLICAÇÕES

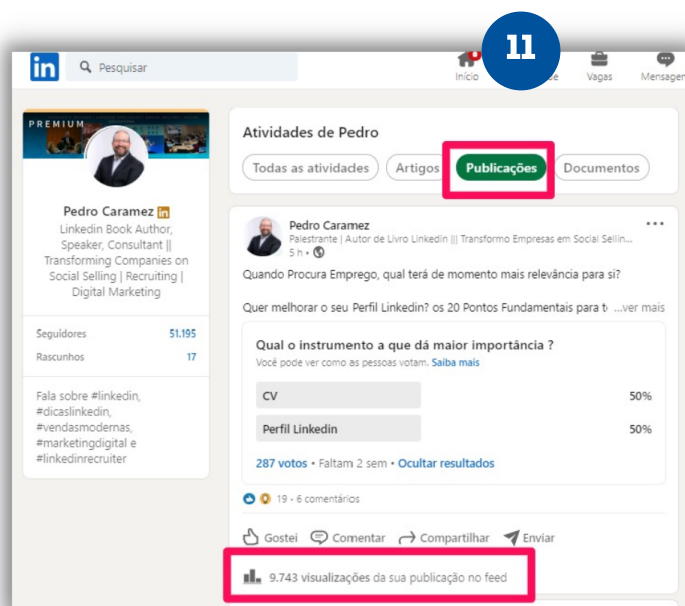
- Esteja atento(a) às interações com os seus conteúdos.

- Uma das estratégias do utilizador dar vida à sua ação

LinkedIn é a realização de atividades no seu mural: gostos, comentários e partilhas.

Alguns erros:

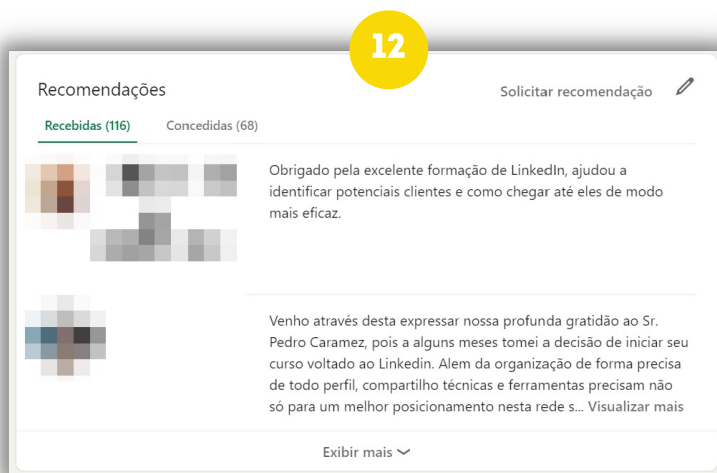
- Hora de publicação inadequada;
- Natureza do seu conteúdo.



12) RECOMENDAÇÕES

Alertas para solicitar recomendações:

- Apenas solicite recomendações de pessoas que conheça.
- Lembre-os da vossa relação institucional.
- Se conhece bem a pessoa e acha que não se vai importar, sugira pontos de vista para a redação da recomendação.



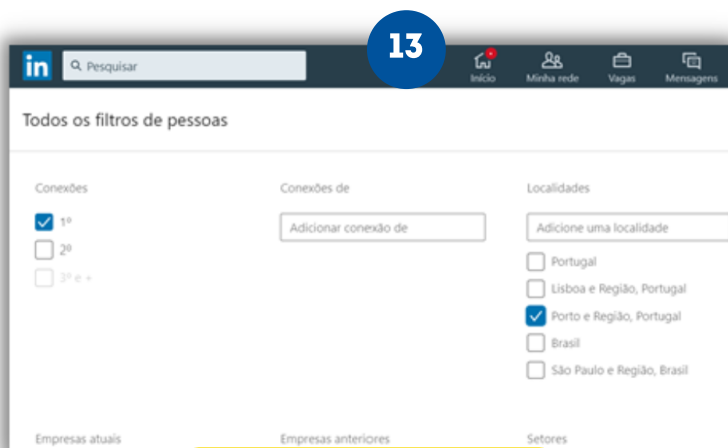
13) REPRESENTAÇÃO DO SETOR DE ATIVIDADE E LOCALIZAÇÃO

- Onde está na sua rede e o que eles fazem? Quando olha para os seus contactos, qual é a representação das diferentes indústrias e representações geográficas? Você interage com as pessoas certas nas indústrias e locais certos?



- Para verificar isso faça uma pesquisa à sua rede” e, em seguida selecione a “localização” e “setor” e pode ver os setores e locais que estão melhor representados na sua rede.

- Pode criar um documento com esses números base para ter uma ideia mais concreta do seu crescimento.



CLIQUE NA IMAGEM PARA ACEDER

PLANO DE AÇÃO

INDICADORES	DATA	__/__/__	__/__/__	__/__/__	__/__/__
Total de Conexões					
Taxa de Sucesso de Convites Enviados					
Nº de Convites Recebidos					
Visualizações de Perfil					
Resultados de Pesquisa LinkedIn					
Nº de seguidores					
Índice de Vendas Sociais (Social Selling Index)					
Nº de Candidaturas					
Nº de Mensagens Enviadas					
Nº de Grupos que Integra + Grupos Visitados					
Nº de visualizações, reações e comentários nas publicações					
Recomendações					
Representação do Setor de Atividade e Localização					