

13 Métricas para Medir o seu Desempenho no LinkedIn

Estamos habituados a medir o nosso desempenho nas várias redes sociais, mas ficamos sempre confusos sobre a escolha dos melhores indicadores para medir a nossa performance no LinkedIn. Nesta análise, vou dividir indicadores individuais e corporativos.

Esta ação de avaliação ajudará encontrar o foco para alcançar os seus propósitos.

Existem dois tipos de métricas para aferir a sua ação no LinkedIn: medidas quantitativas e medidas qualitativas. As medidas quantitativas são normalmente associadas com valores em vários campos e as medidas qualitativas com a qualidade das suas ações – esta segunda métrica é sempre difícil de mensurar.

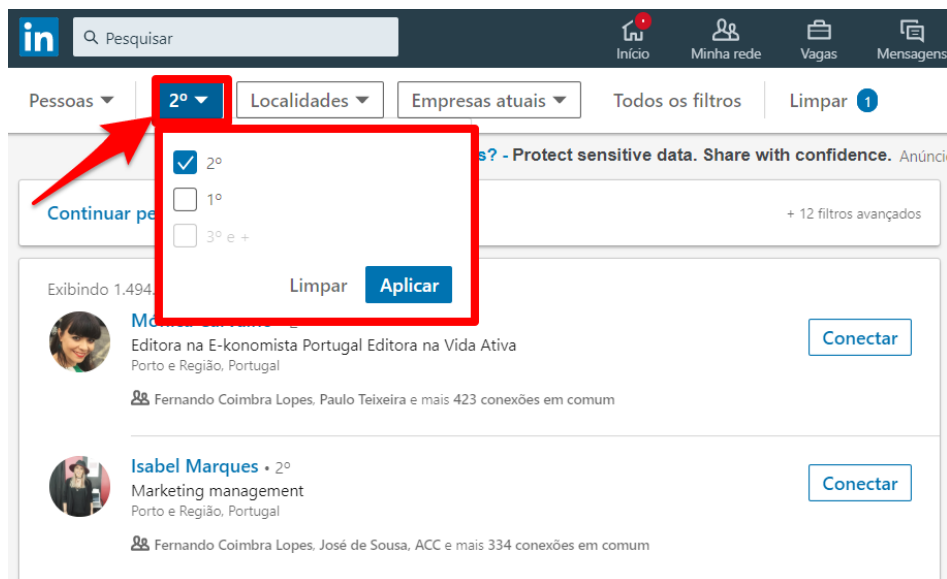
Então, quais os 12 indicadores mais importantes para medir a sua ação no LinkedIn?

Análise quantitativa

1. Total de contatos

Para obter os dados sobre os contatos totais - o seu primeiro, segundo nível - deve clicar no botão azul (lupa) de pesquisa -

https://www.linkedin.com/search/results/people/?facetNetwork=%5B%22S%22%5D&origin=FACETED_SEA
[RCH](#)



Indique os contatos de nível 2, bem como o número dos seus contatos totais (ou “total de usuários que pode entrar em contato por meio de uma Introdução”).

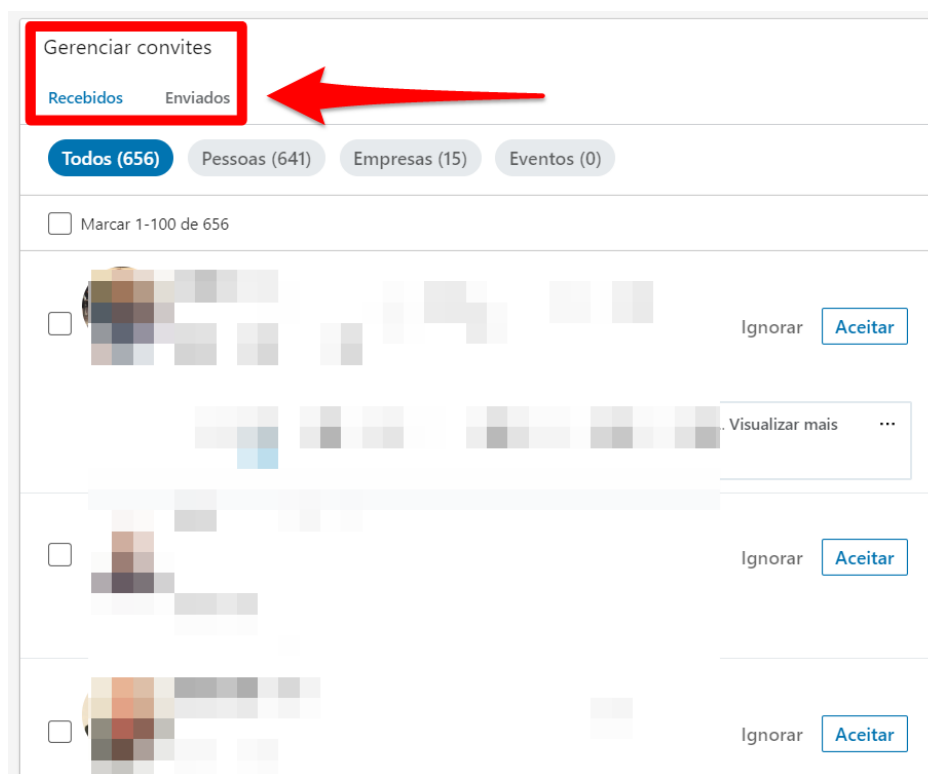
Contatos 1º nível _____

Contatos de 2º nível _____

Total de Contatos de Rede _____

2. Novos convites

O LinkedIn pode mostrar-lhe o número de novas ligações, e ainda vai mostrar-lhe todos os seus convites pendentes na sua caixa de entrada.



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.

Mantenha um registo do volume de convites que recebe semanalmente!

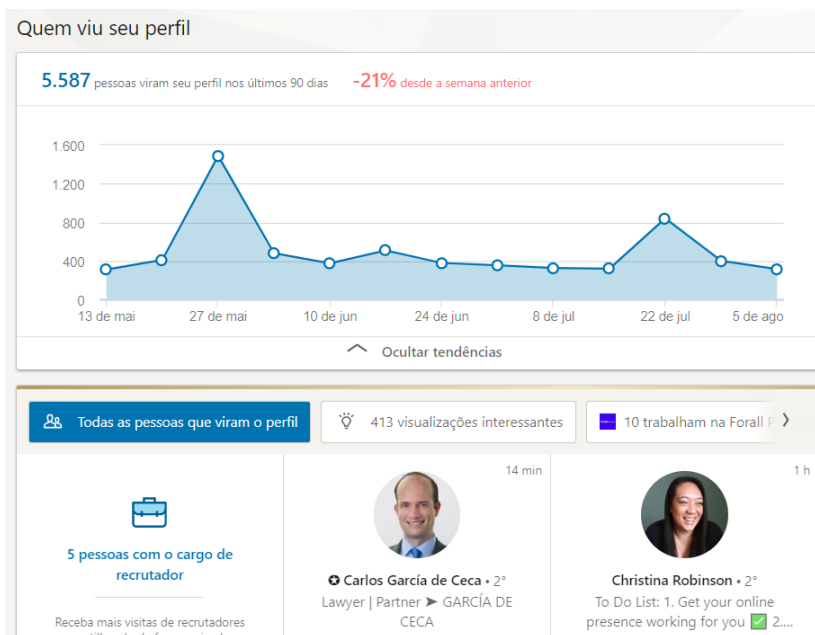
É recomendável atentar sobre esses números para ter certeza de que não está estagnado. Um pouco de crescimento estratégico a cada semana pode fazer toda a diferença para o seu sucesso na rede.

4. Taxa de Convites Aceites

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.

5. Visibilidade do seu perfil

Na página inicial, podemos analisar “Quem visualizou o seu perfil?”. Aqui, encontramos o número de vezes que as pessoas viram o seu perfil nos últimos 90 dias - <https://www.linkedin.com/me/profile-views/urn:li:wvmp:summary/>



Acho de enorme valor os dados que podemos recolher. Ao clicar sobre o número haverá o direcionamento para uma nova página que identifica quantos visitantes já viram o seu perfil nos últimos X dias e há a identificação desses visitantes por nome, cargo, e / ou indústria.

Essas pessoas podem indicar *leads* interessantes tanto para si como para o negócio.

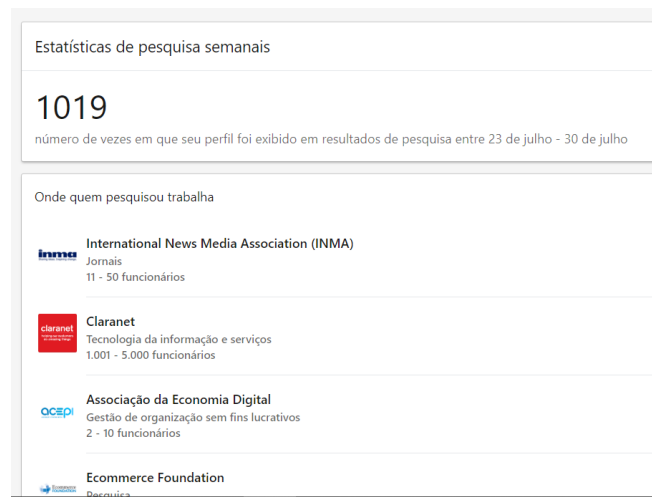
Se não receber pelo menos dez visualizações por semana, então o mais provável é: pode estar perdendo propostas profissionais!

6. Resultados de pesquisa LinkedIn

Outro indicador está relacionado com o número de vezes que surgiu em pesquisas de outros usuários. 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.



Que palavras-chave devem estar no seu perfil?

Avalie a sua posição nas suas várias palavras-chave. Não se esqueça de pesquisar, usando o filtro das “keywords” ou da relevância.

7. Representação do Setor de Atividade e localização

Onde está na sua rede e o que eles fazem?

Quando olha para os seus contatos, 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.

https://www.linkedin.com/search/results/people/?facetNetwork=%5B%22F%22%5D&origin=FACETED_SEA
[RCH](#)

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



Todos os filtros de pessoas

Conexões

- 1º
- 2º
- 3º e +

Conexões de

Adicionar conexão de

Localidades

- Adicione uma localidade
- Portugal
 - Lisboa e Região, Portugal
 - Porto e Região, Portugal
 - Brasil
 - São Paulo e Região, Brasil

Empresas atuais

Empresas anteriores

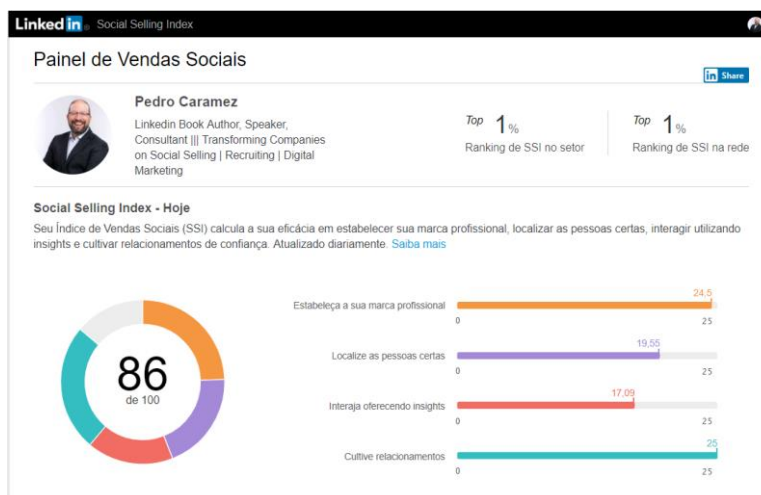
Setores

7. Índice de Vendas Sociais

O LinkedIn disponibiliza publicamente o Índice de Vendas Sociais (tradução literal de Social Selling Index) para apoiar a ação de todos os utilizadores da rede.

Segundo o LinkedIn, o Índice de Vendas Sociais (IVS) calcula a sua eficácia em 4 grandes elementos: estabelecer a sua marca profissional, localizar as pessoas certas, interagir utilizando insights e cultivar relacionamentos de confiança. Clique aqui para calcular o seu IVS: www.linkedin.com/sales/ssi

Para cada um destes elementos, o índice tem um score de 25 pontos e um campo explicativo para que o utilizador possa entender o que deve fazer melhor em cada um dos elementos.



8. Página da empresa – seguidores

Se a sua empresa tem página corporativa no LinkedIn, deve manter-se atento aos seus seguidores. Deve clicar no separador de análise para avaliar o número de seguidores associados à página da empresa.!

Número de seguidores: _____

Você comunica às pessoas sobre a existência da página da empresa?

O LinkedIn já tem botão específico para colocar no site da sua organização. Para obter o plugin do Perfil da Empresa, [clique aqui](#). Para além disto, deve atualizar a página da sua empresa regularmente.

Análise Qualitativa

9. LinkedIn Engagement

Com que regularidade utiliza a caixa de correio do LinkedIn?

Alguns dos membros da sua rede enviarão mensagens de natureza comercial pouco interessantes, mas é bom manter um olho na caixa de correio. Algumas pessoas vão querer realmente contactá-lo e construir um relacionamento.

Sentimento sábio – são pessoas agradecendo-lhe? A interagir genuinamente? A enviar newsletters? Vai receber um pouco de cada. Recomendo a compreensão deste modelo de comunicação. Alimente o que acredita ser um bom padrão de comunicação e ignore o que não aprecia.

10. Menções

Verifica regularmente se para ver quantos dos seus termos-chave de busca (nome da empresa, seu nome, nomes de usuários, indústria, produto ou serviço) estão a ser mencionados? Depois de definir as palavras chave que quer procurar no LinkedIn tudo o que precisa fazer é iniciar a procura por conteúdo.

<https://www.linkedin.com/search/results/content/>

11. Visualização, Gostos e comentários sobre atualizações

Muitas pessoas nem sequer percebem que podem monitorar as suas próprias atualizações para perceber quantas vezes as pessoas gostaram ou comentaram o seu conteúdo.

Quais destas 7 Mensagens NÃO Gosta de Receber aqui pelo LinkedIn? 1. Mensagens SOS 2...

63 reações 92 comentários



28.946 visualizações

1 recompartilhamento



96 pessoas da Siemens viram sua publicação

Sonae MC	83
Farfetch	69
Siemens Healthineers	61
Altran	54



1.498 pessoas com o cargo de Vendedor viram sua publicação

Especialista em Marketing	867
Especialista em recursos humanos	748
Desenvolvedor de software	521



6.298 pessoas visualizaram sua publicação em: Lisboa e Região, Portugal

Porto e Região, Portugal	3.053
São Paulo e Região, Brasil	1.096
Braga e Região, Portugal	600
Aveiro e Região, Portugal	283

Agora pode ver exatamente o que publicou e como as pessoas reagiram. Se não recebe muitas respostas, podem existir várias explicações:

- Hora de publicação inadequada;
- Natureza do seu conteúdo;
- Envio automático de todos os seus tweets para o LinkedIn. O único comentário que vai ter será um adeus!
-

12. Crescimento do(s) grupo(s) e interação

Se tem um grupo com motivações pessoais ou corporativas vai querer manter um olho no seu crescimento e interação.

Verifique quantos membros tem agora e anote: _____.

Se tem ignorado o seu grupo, deve verificar as discussões em curso.

O grupo já tem vida própria sem você ou foi morto por spam, com publicações erradas? Os grupos podem ser uma poderosa forma de atração de clientes e de interessados nas nossas áreas de negócio, mas deve alimentá-los.

13. Recomendações

Já recebeu alguma recomendação no seu perfil? Descritivo? E a empresa? Já recolheu recomendações aos seus produtos e serviços?



The screenshot shows the 'Competências e recomendações' section of a LinkedIn profile. At the top right, there is a link to 'Adicionar nova competência' with a pencil icon. Below this is a button labeled 'Fazer teste de competência'. A link 'Visualizar 3 recomendações pendentes' is also present. The main content is divided into three skill categories: 'LinkedIn', 'social selling', and 'Social Media Marketing'. Each category shows the number of recommendations and specific examples, such as 'Recomendada por Brigette Hyacinth e mais 11 pessoas especializadas nesta competência' and 'Recomendada por 12 colegas de Pedro na IPAM'. A 'Exibir mais' link with a dropdown arrow is at the bottom of the list. Below the skills section, there is a 'Recomendações' section with a link to 'Solicitar recomendação' and a pencil icon. It shows 'Recebidas (72)' and 'Concedidas (66)'.

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 vai se importar, sugira pontos de vista para a redação da recomendação.

Comentários finais

A criação de um calendário LinkedIn e a identificação de tarefas diárias / semanais é essencial para garantir a sua presença efetiva.

Se gastamos uma hora por dia no LinkedIn, será que este tempo traz resultados? Onde estão os nossos números fortes? E os fracos?

KPI's LinkedIn para Monitorizar o seu Processo de Procura de Emprego

Procura novas oportunidades de emprego via LinkedIn?

Acha que está a fazer tudo bem no LinkedIn mas não mede as suas ações? Então qual o real volume de ações que realiza no LinkedIn e que resultados está a produzir?

Este artigo pretende oferecer-lhe um conjunto de indicadores para que possa monitorizar a sua performance na procura de um novo desafio. Muitos dos profissionais que procuram novas oportunidades não medem os resultados das suas atividades e complica a análise sobre os seus esforços nesta atividade tão importante.

Semanal ou mensalmente, acompanhe estes KPI's LinkedIn para poder avaliar as suas ações. Sem avaliar, não terá resultados para reajustar o seu plano de volta ao mercado de trabalho.

1 - Visualizações de Perfil

As visualizações ao nosso perfil são uma consequência de grande parte do trabalho realizado no LinkedIn. A rede oferece-lhe vários gráficos com uma análise temporal de 90 dias.

Números baixos indicam atividade fraca! Não existe um número ideal de visualizações mas pode fazer uma análise comparada com outros profissionais (ver KPI #2). Avalie a oscilação ou regularidade semanal no gráfico. Se o número de visualizações diminuir, aumente as suas ações. O gráfico indica ainda um resumo das suas atividades.

Como potenciar as visualizações ao seu perfil?

1. Construa um bom perfil. Descarregue esta [checklist](#).
2. Publique conteúdo regularmente nesta área de publicações longa (Pulse).
3. Partilhe conteúdo no seu mural de atividades.
4. Goste, comente ou partilhe conteúdo de outros membros da sua rede.
5. Mencione os perfis de outros membros da sua rede nos conteúdos partilhados.
6. Participe ativamente em Grupos.
7. Comente atualizações de páginas de empresas.
8. Goste, comente ou partilhe publicações no Pulse.
9. Envie mensagens privada para membros da sua rede de contacto.
10. Goste, comente ou partilhe publicações nas páginas Universitárias.
11. Visite perfis de outros utilizadores na rede.

2 - Número de conexões

Esta é uma métrica muito discutível! No entanto, as oportunidades vão seguramente aumentar com uma rede mais desenvolvida - com uma rede de contactos mais alinhada com os nossos potenciais empregadores! Leia artigo: [Devo conectar-me a recrutadores no LinkedIn?](#)

Como identificar o nosso número de contactos?

Na opção Rede, selecione nos filtros para surgirem apenas contactos LinkedIn e depois faça *scroll* e irá surgir o seu número de contactos.

Determine os seus objetivos para cada tipologia de perfil!

3 - Número de Convites LinkedIn

Esta será uma das demonstrações da sua proatividade! Identifique os perfis tipo a contactar! Determine um número de convites por perfil para depois avaliar a sua ação semanal / mensal.

Perfil 1 - Recrutadores, Headhunters e Profissionais de Recrutamento & seleção

Perfil 2 - Técnicos, assistentes e diretores de Recursos humanos das indústrias alvo

Perfil 3 - os profissionais que poderão ter um papel decisivo na sua contratação (ex. CFO, CEO, etc.)

Perfil 4 - Pares - profissionais que atuam no seu mercado alvo.

Não vai ter 100% de sucesso nos convites, ou seja, nem todos os profissionais vão aceitar o seu pedido mas leia este artigo antes de começar a fazer esta ação importante - [Como redigir o Convite LinkedIn Perfeito?](#)

4 - Número de Candidaturas

As candidaturas a emprego são naturalmente um indicador importante. 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. Artigo no Pulse por parte de Utilizador.
7. Atualização de Estado em Página Universitária.

Embora nem sempre consiga identificar potenciais vagas de emprego, é expectável que possam surgir em todos estes locais. O número de candidaturas realizadas a partir de informação colocada no LinkedIn será um dos KPI mais relevantes.

5 - Número de Grupos que Integra + Grupos Visitados

O utilizador pode integrar 100 grupos em simultâneo e deve fazer uma escolha criteriosa! Onde poderão estar os seus recrutadores? Quais os grupos da minha área de especialidade? da minha universidade? da minha região?

Para além do número de grupos, semanal / mensalmente (dependendo da sua análise), deve realizar uma visita para visualizar alguma oportunidade de emprego que possa constar. Os utilizadores ficam diversas vezes com a sensação que lhes escapou uma oportunidade! Esta visita pode, pelo menos, dar-lhes a certeza de que foram visualizadas essa possibilidade e que estavam ou não ofertas de emprego.

6 - Número de Mensagens Enviadas

O LinkedIn permite que o utilizador possa enviar uma mensagem privada para membros da sua rede! Quando o convite é aceite, o utilizador não deve desperdiçar esta oportunidade para iniciar uma diálogo com o nova conexão. O número de mensagens vai indicar o seu nível de proatividade!

7 - Número de Atividades

Uma das estratégias do utilizador dar vida à sua ação LinkedIn é a realização de atividades no seu mural: gostos, comentários e partilhas.

Para ficar SEMPRE atualizado sobre TODAS as atualizações do LinkedIn, faça parte da comunidade “Linked2Power” que conta já com mais de 500 membros! Registe-se AQUI >>

www.linked2power.com/newsletter