

# E-Book Empregabilidade#1

## LinkedIn e Rede de Contactos



INSTITUTO DO EMPREGO  
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

FORUM  
estudante



consórcio  
**MAIOR**  
EMPREGABILIDADE

---

# **FICHA TÉCNICA**

Título – **LinkedIn e Rede de Contactos**

Promotor – **CME**

Editor – **Forum Estudante**

Coordenação Geral – **Rui Marques**

Gestão de Projeto – **Gonçalo Gil**

Coordenação Executiva – **Cristina Carita**

Autoria – **Cristina Carita**

Design Gráfico – **Miguel Rocha**

Data – **abril 2022**

# Índice

**#1**

**Introdução**

**#2**

**Rede de  
Contactos**

**#3**

**O "Pitch"**

**#4**

**LinkedIn**

**#5**

**A reter**

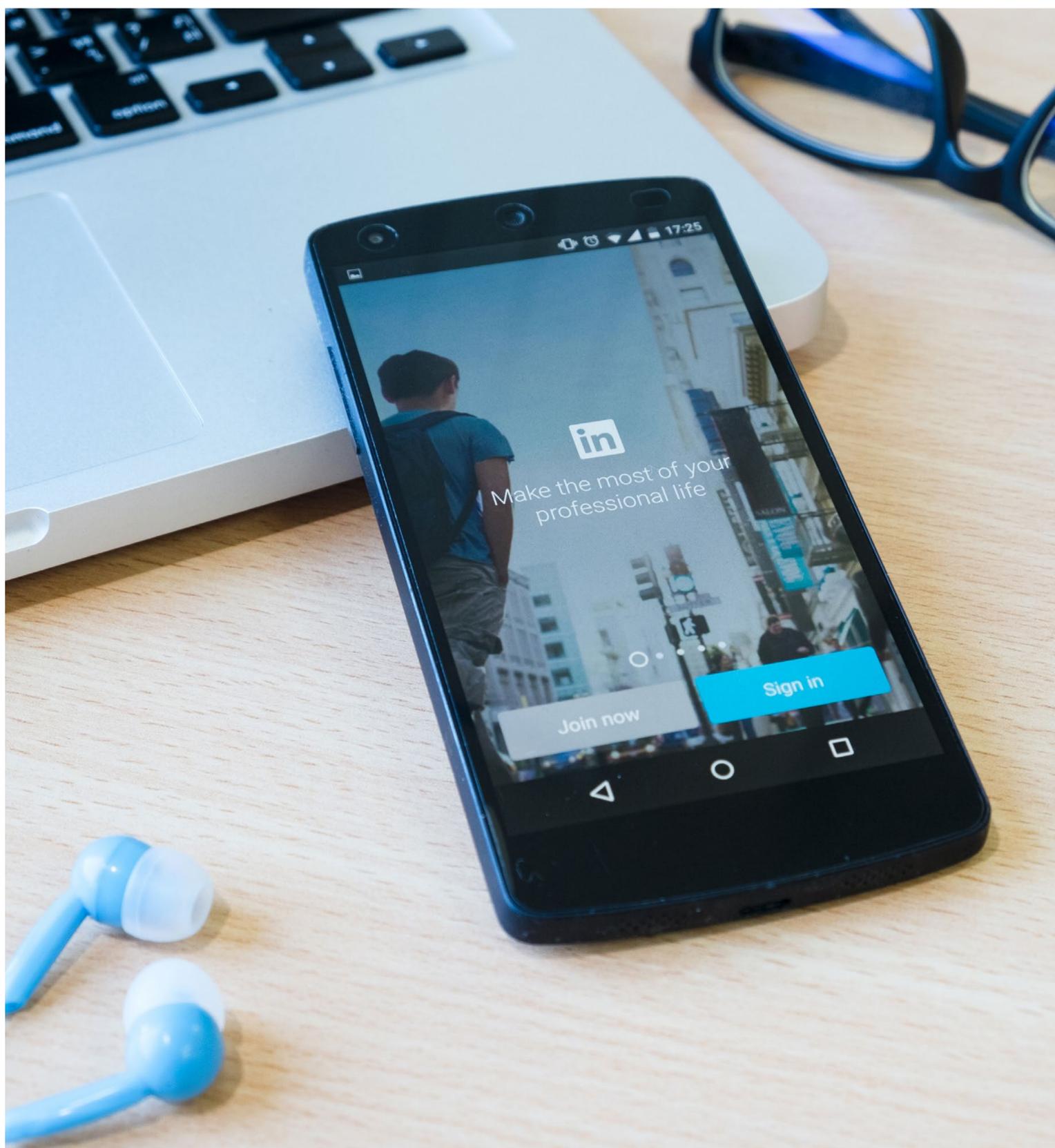
**#6**

**Exercícios**



# #1 INTRODUÇÃO

Escrever sobre a ferramenta LinkedIn é, obrigatoriamente, escrever sobre uma **rede de contactos**. Isto porque de nada adianta construir um perfil de LinkedIn se não se pensar numa estratégia para criar e gerir uma rede deste tipo.





Por outro lado, quando nos referimos a uma rede de contactos, há que deixar bem claro que **não se trata de uma rede de amigos, conhecidos ou seguidores**, à semelhança das que existem no Facebook, Instagram ou Twitter. O objetivo do LinkedIn é muito diferente das outras redes existentes e amplamente utilizadas, começando pela sua característica distintiva – **esta é uma rede social profissional**.

Assim, com este ebook, pretendemos clarificar **o que é uma rede de contactos profissional**, bem como explicar como **criar, expandir e gerir essa rede**, detalhando **todas razões pelas quais é importante possuir um perfil no LinkedIn**.



## #2 REDE DE CONTACTOS

Uma rede de contactos é composta pelas diversas **peessoas com que cada um de nós se vai cruzando ao longo da vida** e com as quais mantém contacto regular. Importa ir construindo uma relação de confiança e credibilidade com estas pessoas, **assente na qualidade da relação que se mantém e não na quantidade de pessoas que existem na rede.**





**Uma rede de contactos ou de relacionamentos pessoais/profissionais permite-nos:**

- Facilitar o contacto com empresas e organizações de difícil acesso;
- Ter acesso a pesquisas ou publicações que não estão divulgadas;
- Apresentar ou ser apresentado a outras pessoas;
- Dar a conhecer o trabalho e as competências;
- Partilhar opiniões, teorias, estudos, experiências, recomendações;
- Discutir temas específicos com pessoas com maior informação sobre o tema;

Quando procuramos emprego, **a nossa rede de contactos pode ser um bom veículo** para nos recomendar ou orientar no caminho certo. Uma rede é uma relação que se inicia com a troca de contactos e evolui para o estabelecimento de **pontes entre dois ou mais indivíduos.**

Todos conhecemos pessoas, mesmo nos casos dos jovens que estão a terminar os estudos e



prestes a iniciar a procura de emprego. Esse será o ponto de partida – **começar por olhar para as pessoas que conhecemos**, percebendo em que é que nos podem ajudar e como lhes podemos ser úteis. **Desta forma, podes começar a construir a tua rede**, que já existe, mas poderá estar dispersa e subaproveitada.

## **Construir a Rede de Contactos**

Para iniciares a construção da tua rede (ver exercício 1), podes começar por **identificar quem tu conheces, sejam eles família, amigos, colegas, professores**. Atenção, não se trata de identificares as 1.057 pessoas na tua lista de Facebook, mas antes as pessoas que tu conheces pessoalmente. Repara, teres 1.057 pessoas no Facebook não quer dizer que tenhas uma boa rede de contactos. O que significa é que tens muitas pessoas nessa rede social. Mas com quantas manténs uma relação frequente? E essa relação é verdadeiramente baseada em troca de experiências, conheci-



mento, informação e contactos? Tens, na tua rede, as pessoas certas para te ajudar na transição para o mercado de trabalho?

Pensa nestas questões e, de seguida, organiza a tua listagem (ver exercício 2) sabendo que existem quatro tipos de redes que todos nós possuímos:

**Rede atual** – composta por pessoas que podemos contactar sem qualquer tipo de intermediário: amigos, família e colegas, por exemplo.

**Rede ativa** – composta por pessoas com quem mantemos contactos regulares e com um bom nível de intensidade.

**Rede potencial** – composta por pessoas que não conhecemos, mas com as quais podemos entrar em contacto através da ação de um intermediário: amigos de amigos, por exemplo.



**Rede latente** – composta por contactos directos com pessoas que conhecemos no passado, mas com quem deixámos de manter um contacto frequente: antigos colegas de trabalho ou escola, por exemplo.

Deves ter atenção ao facto de **não ser suficiente adicionar nomes a uma lista**. É importante ter o cuidado de perceber qual o grau de proximidade de cada uma destas pessoas, por um lado, e o nível de influência que têm para te ajudar na procura de emprego, por outro (ver exercício 3).

## **Gerir a Rede de Contactos**

Mais do que adicionar nomes a uma lista, **é importante manter a rede ativa**. Uma rede é composta por relacionamentos, que são uma troca que se estabelece entre duas ou mais pessoas. Tal como no caso das amizades, se não mantivermos a comunicação com os nossos amigos, eles acabam por se distanciar.



**A dinâmica é a mesma, no caso de uma rede de contactos profissional.**

É importante ter em conta que uma rede não serve apenas para quando precisamos dela. **Devemos ir alimentando as relações que se estabelecem**, com trocas regulares de opiniões, informações, aprendizagens. Assim como gostamos de pedir ajuda às pessoas que conhecemos, também elas gostam de ser ajudadas quando precisam. **Uma relação é caracterizada pela reciprocidade ou desaparece.**

Não adianta estabelecer um novo contacto, trazer uma nova pessoa para a nossa rede e depois não comunicar com ela. Uma rede é muito mais que a soma de vários contactos. **O que podes fazer pela tua rede?** Consoante o teu grau de proximidade, assim podes estabelecer diferentes tipos de ações: presenciais ou online.



## #3 O “PITCH”

Para criares e manteres a tua rede de contactos através de um contacto presencial **é importante que conheças algumas dicas sobre como iniciares o contacto e fazeres a tua apresentação.**



Não esperes que os outros te ajudem só porque estão na tua rede. **É importante que dêes o primeiro passo e faças a primeira partilha** – estabelece pontes, partilha informação que



sabes que determinada pessoa vai valorizar, chama a atenção para formações ou conferências, envia informação útil, consoante o caso. A esta dinâmica chama-se a lei da reciprocidade, sendo reconhecida por todos, de forma mais formal ou informal. Mas não esperes que essa partilha aconteça imediatamente. **Oferece ajuda e fica conhecido como uma pessoa disponível**, a quem queremos reciprocamente a atenção, o cuidado, a informação disponibilizada.

O passo seguinte é saber o que fazer e dizer para encontrar ou manter a relação com as pessoas certas. Por vezes, encontramos pessoas-chave em momentos que não antecipamos e acabamos por perder oportunidades. Tratam-se de momentos informais ou semi-formais, **que não podemos nem devemos desperdiçar**, sejamos nós a tomar a iniciativa numa conferência ou a encontrar, por acaso, essa pessoa quando está no café com um amigo.



Numa viagem de avião, num café, num almoço entre amigos, num debate onde fomos participantes ou oradores, numa feira ou conferência, entre tantos outros, **devemos estar preparados para nos apresentarmos**. Não é uma entrevista nem a apresentação do teu Curriculum Vitae. **É uma apresentação curta, mas eficaz: um *elevator pitch* mais ou menos extenso, consoante o momento.**

### **O que é um “Elevator Pitch”?**

Trata-se de uma expressão original inglesa para denominar uma apresentação curta de vendas com o objetivo de captar a atenção de clientes ou investidores. Tão curta, que pode ser realizada numa viagem de elevador. Esta expressão e o seu conteúdo acabou por ser adaptado e o modelo está a ser amplamente utilizado nos dias de hoje, nomeadamente na área do recrutamento e seleção e no empreendedorismo: *pitch* de ideias de negócios, *speed recruitment*, *pitch* de apresentação, entre outros. Por norma, temos um pouco mais de tempo do que uma viagem de elevador, mas temos que a rentabilizar ao máximo para fazer crescer a nossa rede de contactos.



Seja um potencial empregador, influenciador, investidor ou recrutador, sabe muito bem, de antemão, o que vais dizer sobre ti:

- O teu nome e a área de especialidade em que estudaste para que sejas identificado enquanto indivíduo com uma identidade profissional;
- Um resumo das principais áreas ou projetos em que trabalhaste. Não te esqueças de apresentar alguns resultados para ter impacto e crédito;
- Apresenta o que estás à procura neste momento e o que tens para oferecer com as tuas competências;





Não te esqueças de deixar os teus contactos e, se possível, agendar um *follow up*. O ideal é ter um cartão de visita. Os telemóveis têm uma grande capacidade de memória, mas as pessoas nem sempre se recordam do nosso nome. Um cartão de visita é sempre possível de ser resgatado do dossier ou da gaveta. E, tendo em conta a lei da reciprocidade, caso o interlocutor esteja interessado, retribui oferecendo-te também o seu cartão.

Não te esqueças que terás 2 a 5 minutos para te apresentares, ou seja, **não vais conseguir dizer tudo sobre ti e o teu percurso**. O grande objetivo do *pitch* é suscitar o interesse, **captar a atenção do interlocutor para que ele queira saber mais sobre ti** e agendar um novo encontro. É por isso que é tão importante escolher bem o que vais dizer e praticar para que saia natural.

Lembra-te, é uma conversa: **não monopolizes ou descarregues a informação toda de**



**seguida.** O mais importante é a criação de empatia para a construção de uma relação. São duas pessoas a interagir e conhecer-se melhor. A pessoa com quem estás também se vai apresentar e **é fundamental que crie espaço para que ela possa manifestar o seu interesse** com algumas questões adicionais.

Pratica a **escuta ativa** (podes ver o ebook sobre *Soft Skills* para aprofundares o teu conhecimento sobre este conceito), o interlocutor vai dar-te algumas informações **que podes incorporar nas tuas respostas à conversa.** E não te esqueças de enviar um email a agradecer e a disponibilizar-te para enviar informação ou agendar um encontro. **Aproveita também para lhe pedir conexão no LinkedIn.**



## #4 LINKEDIN

O LinkedIn pode ajudar-te a gerir uma **grande rede de contactos**, ao permitir que mantenas interações regulares com todas as pessoas da tua rede, bem como personalizar a forma como interages.



Por outro lado, o LinkedIn permite-te **manter a par do desenvolvimento do mercado de trabalho**, da evolução dos profissionais, das ideias e projetos de organizações, de temas estudados e trabalhados por especialistas



conceituados, de oportunidades de trabalho, entre outras.

### **O que é o LinkedIn?**

O LinkedIn é a maior rede profissional, tendo sido lançada oficialmente em 5 de maio de 2003. De momento, conta com mais de 645 milhões de utilizadores em mais de 200 países. Em Portugal, existem 3 milhões de utilizadores. A missão do LinkedIn é "conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos". Em 2016, foi adquirido pela Microsoft, resultando na união entre o maior serviço de nuvem profissional do mundo com a maior rede profissional do mundo.

**É fundamental que percebas que o LinkedIn não é uma rede como o Facebook.** Enquanto que o Facebook é uma rede social que tem como principal objetivo a socialização com amigos e conhecidos, **o LinkedIn é uma rede profissional com o objetivo de te permitir manter uma identidade profissional atualizada.**



Por outro lado, enquanto as redes sociais pretendem que os seus membros mantenham o contacto entre si para passar o tempo, numa lógica de entretenimento, **as redes profissionais procuram criar e gerir contactos úteis, procurar oportunidades** (de trabalho, de ideias, de pesquisa) **e manter o contacto com outros profissionais da área.**

### ○ LinkedIn em números

- Quase 700 milhões de pessoas
- Quase 17 anos de vida
- 3 milhões de utilizadores em Portugal
- 30 milhões de empresas no mundo
- 50 mil empresas em Portugal
- 310 milhões de utilizadores ativos
- 4% dos perfis publicou um post nos últimos 30 dias
- 65% das empresas portuguesas tem menos de 50 seguidores
- Países com mais utilizadores: EUA, Índia, China, Brasil e Reino Unido

Por fim, enquanto as redes sociais procuram a partilha de conteúdo, essencialmente, lú-



dico, as redes profissionais pretendem partilhar informação para que os profissionais se mantenham atualizados com conteúdos pertinentes para o desenvolvimento da atividade profissional. **O foco da rede social é “passar o tempo” enquanto que o foco da rede profissional é “investir tempo”.**



Fonte: Usage drivers – why do you typically use (websites)? [Professional SN users (5.204) Personal SN users (8.695)]

O perfil do LinkedIn é diferente do perfil de um *Curriculum Vitae* (CV). Aliás, um dos documentos que podes anexar ao teu perfil no LinkedIn é o teu CV. **Mas uma página do LinkedIn não se trata de uma cópia online do teu CV.** Antes, deve ser uma forma de te tornares visível e credível, através de partilhas interessantes e comentários oportunos.



## **9 em cada 10 empresas usa o LinkedIn para recrutar**

Uma informação muito importante para quem procura emprego é que cerca de 9 em cada 10 empresas utiliza o LinkedIn para recrutar, pois através da análise do perfil de um potencial candidato tem acesso:

- › à sua experiência e habilitações (como num *curriculum vitae*),
- › à sua rede de contactos (quem está na sua rede e a sua importância no mercado),
- › ao tipo de interação com a sua rede (regular, esporádica ou inexistente),
- › às suas opiniões e partilhas de informação (consistência e pertinência da informação),
- › ao seu portfólio (artigos, vídeos, livros),
- › às recomendações de outros profissionais,
- › às competências reconhecidas pela sua rede de contactos,

**Assim, para decidir o que colocar no teu perfil, deves responder a 4 questões:**

- Qual o meu objetivo?
- O que quero comunicar?
- Com quem me quero relacionar?
- Quais as minhas áreas de interesse?



E de seguida, começar por definir:

- **O teu perfil** e a tua presença profissional na rede;
- **Encontrar as pessoas certas** para convidares para a tua rede;
- **Interagir**, acrescentando valor com comentários e informação pertinente;
- **Criar relações** com contactos regulares para toda a rede através da partilha de informação interessante para a área profissional ou com contactos mais esporádicos, mas personalizados com alguns profissionais (partilhando artigos ou estudos e solicitando informação ou contactos).

Nesta fase, é possível que penses: “Mas eu ainda não estou no mercado de trabalho” ou “Ainda não conheço ninguém” ou ainda “Não tenho uma rede de contactos para adicionar.” Contudo, estas duas últimas frases não são uma verdade absoluta! **Lembra-te da rede de contactos de que falámos no capítulo anterior.** Tu tens família, amigos, colegas, professores, oradores de seminários ou conferências a que assististe, profissionais que admiras, empresas onde gostarias de trabalhar.



## Começa pelos que te são mais próximos.

Lembra-te que é uma grande responsabilidade aceitar alguém na sua rede de contactos. Porquê? **Porque quando te aceitam, estão a disponibilizar o teu acesso à sua própria rede.** Não é apenas uma pessoa que fará parte da tua rede de contactos, mas uma vasta diversidade de profissionais que se encontram na rede desta pessoa.





## Como criar um perfil?

Ao iniciares o preenchimento do perfil, tem em atenção o que o especialista Nelson Emílio refere numa das edições do Guia do 1º Emprego:



*“Os nossos perfis são sobre nós, mas não são para nós. São um canal para que os outros conheçam mais sobre quem somos, o que fazemos e sobre o que podem esperar.”*

Nelson Emílio, especialista em *personal branding*



**Estes são alguns passos que vale a penas considerares com atenção:**

**Fotografia** – é fundamental uma imagem profissional, adequada a este tipo de rede

**Título** – tem a ver com a área em que te queres enquadrar (ex: Marketing). NUNCA coloques “à procura de emprego” ou “disponível para trabalhar”

**Resumo** – de quem és e do que pretendes ser como profissional

**Experiência, Educação e Voluntariado** – resume as tuas atividades, mas não repitas o que tens no teu CV

**Competências** – identifica as que consideras mais importantes para a área profissional que queres seguir

**Recomendações** – solicita aos teus professores ou colegas com quem trabalhaste, com orientadores de estágio ou outras atividades que tenhas desenvolvido

**Grupos de Interesse** – pessoas ou empresas que segues refletem o teu interesse por diversos temas



**Artigos e Posts** – publicares ou partilhares eventos, livros, estudos, projetos faz de ti uma pessoa interessante, mas atenção que devem ser com conteúdo pertinente a nível profissional

**Anexos** – quando preenches a tua experiência, podes anexar trabalhos que tenhas desenvolvido e que sejam interessantes e revelem a tua competência, tais como, livros, artigos, trabalhos, vídeos, apresentações, fotografias, entre outros.



## **Porque é que o LinkedIn é importante para ti?**

**Porque te coloca no meio de profissionais e organizações que te podem ajudar a:**

- › Conhecer o mercado de trabalho;
- › Conhecer a área profissional a que te queres candidatar;
- › Tornar visível a tua experiência, ideias e competência;
- › Relacionares-te com profissionais da tua área;
- › Criares e manteres uma rede de contactos profissionais;
- › Partilhares informação pertinente;
- › Estares atualizado sobre a tua área profissional;
- › Conheceres novas ideias e projetos;
- › Perceberes quem é quem nas organizações;
- › Chegares a determinados profissionais de forma mais fácil;
- › Teres acesso a oportunidades de trabalho;
- › Teres acesso a outros profissionais através dos profissionais que tens na tua rede;
- › Criares um perfil credível e apelativo para os recrutadores;
- › Utilizares uma ferramenta de gestão de contactos eficaz e reconhecida por todos os profissionais.



## #5 A RETER



### **Algumas dicas importantes:**

- 1.º Identifica a tua rede de contactos atual
- 2.º Sabe o que dizer sobre ti num contexto de contacto presencial
- 3.º Sabe o que dizer sobre ti numa rede profissional online



- 4.º Conhece a diferença entre rede social e rede profissional e adequa a tua atitude e o teu discurso
- 5.º O LinkedIn não é um CV
- 6.º Identifica quem gostarias de ter na tua rede profissional
- 7.º Define o tipo de informação que gostarias de partilhar e de receber
- 8.º Lembra-te o teu perfil é sobre ti, mas não é para ti
- 9.º Valoriza o teu perfil com portfólio dos teus trabalhos e com recomendações
- 10.º Partilha informação e pede ajuda aos profissionais da tua rede de forma desinteressada, ou seja, sem esperar algo em troca
- 11.º Mantém o teu perfil sempre atualizado
- 12.º Mantém contacto regular com a tua rede de contactos e vai alimentando-a com novas relações



# #6 Exercícios

## Exercício 1

Desenha o mapa da tua rede. Quem está mais próximo e quem está mais distante de ti?







## Exercício 3

Categoriza a tua rede de contactos, para definir o grau de influência de cada pessoa e o teu nível de proximidade com ela. De seguida, define a estratégia de contacto e coloca-a em ação.

*Exemplo:*

NOME	GRAU DE PROXIMIDADE	GRAU DE INFLUÊNCIA	TIPO DE CONTACTO
Luís Antunes	Elevado	Médio	Envio CV
Manuela Braga	Médio	Baixo	Telefonema
Carlos Santos	Baixo	Elevado	Marcar um Café
Ana Nunes	Elevado	Elevado	Pedido de Reunião
...			

NOME	GRAU DE PROXIMIDADE	GRAU DE INFLUÊNCIA	TIPO DE CONTACTO



## Exercício 4

Seleciona uma pessoa que ainda não conheces e define a tua estratégia para que faça parte da tua rede de contactos.

PESSOA A CONTACTAR

PESSOA DA TUA REDE DE CONTACTOS QUE A CONHECE

ESTRATÉGIA DE AÇÃO - O QUE VOU FAZER?



## Exercício 5

Desenha a tua estratégia de *pitch* para diferentes ocasiões e pratica!

TIPO DE INTERLOCUTOR	
OBJECTIVO PRINCIPAL	
O MEU WHY	
NOME	
ÁREA (a minha especialidade)	
RESUMO PROFISSIONAL (com resultados)	
O QUE PROCURA / O QUE TEM PARA OFERECER (ser diferenciador e acrescentar valor)	
CONTACTOS E FOLLOW UP (cartão de visita)	



## Exercício 6

Responde às seguintes questões antes de preencheres o teu perfil no LinkedIn:

Qual o meu objetivo?

---

---

---

O que quero comunicar?

---

---

---

Com quem me quero relacionar?

---

---

---

Quais as minhas áreas de interesse?

---

---

---



## Exercício 7

Cria o teu perfil. Damos-te três aspetos para praticares a definição do teu perfil de LinkedIn:

[ Título ]

[ Contactos ]

[ Sobre ]

TÍTULO (o que vais colocar por baixo do nome)

CONTACTOS (que informação vais disponibilizar para te contactarem)

Email:

Telefone:

Redes:

SOBRE (o que vais dizer sobre ti para te diferenciares)

[www.forum.pt](http://www.forum.pt)

[www.maiorempregabilidade.pt](http://www.maiorempregabilidade.pt)



INSTITUTO DO EMPREGO  
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

