

Como criar um funil de recrutamento eficiente com as experiências de publicidade do Indeed

Equipe editorial do Indeed

A alta competitividade do mercado de trabalho atual fez com que muitas organizações repensassem as abordagens de recrutamento. Devido à acirrada disputa pelos talentos disponíveis, recrutadores de sucesso têm usado uma variedade de ferramentas tecnológicas e de análise que promovem as empresas ao mesmo tempo que aperfeiçoam as marcas empregadoras, o que inclui aproveitar ensinamentos de profissionais de marketing para criar “funis de recrutamento”.

Assim como o funil de marketing, que conduz os clientes em uma jornada desde o conhecimento até a compra de um produto ou serviço, o funil de recrutamento foi criado para que candidatos de qualidade não apenas descubram as vagas, mas sejam contratados para elas. Vamos ver como adotar uma visão de marketing para refinar sua estratégia de recrutamento.

Aprimore seu funil de recrutamento com as tecnologias de publicidade

Um típico funil de recrutamento é criado de acordo com as etapas básicas do processo de contratação: conhecimento, atração, candidatura, pré-seleção, entrevista e contratação. Um bom funil de recrutamento é bem definido, com processos, critérios e objetivos claros em cada estágio, permitindo que as empresas desenvolvam campanhas baseadas em objetivos que sejam replicáveis e escaláveis.

No início do desenvolvimento de uma campanha de contratação, as empresas identificam os objetivos e os principais indicadores de desempenho (KPIs), como o número pretendido de candidaturas ou o custo por inscrição. Em seguida, as equipes de contratação elaboram os anúncios de vagas, que podem ser novos ou extraídos de anúncios existentes em um sistema de gestão de RH (ATS).

Quando os anúncios de vaga estão prontos para a publicação, é hora de pensar como um profissional de marketing e atrair a atenção dos candidatos para esse tipo de conteúdo de forma estratégica. Um funil de marketing usa métricas como cliques, visualizações e engajamento para elaborar estratégias, posicionar conteúdos e gerar o reconhecimento do público. Os anúncios de vaga são criados para divulgar vagas abertas, e a publicidade direcionada é a melhor ferramenta para refinar seu funil de recrutamento. Ao combinarem a interface de campanhas simplificada do Indeed à publicidade direcionada com base em KPIs e objetivos de contratação específicos, as empresas conseguem publicar anúncios de forma estratégica nos locais onde eles alcançarão os candidatos certos.

Além disso, a tecnologia de otimização do Indeed automaticamente usa posicionamentos multicanal para promover os anúncios de vagas de emprego. Assim, é possível economizar tempo, passando do posicionamento manual limitado para o automatizado, que direciona os anúncios para os melhores canais, horários e públicos. Isso simplifica o recrutamento e aumenta o alcance das campanhas de

¹ Comscore, visitantes únicos, maio de 2021. A taxa de acesso cruzado de candidatos é três vezes maior que a de não candidatos.

contratação: 80% dos candidatos nos Estados Unidos usam o Indeed ou o Glassdoor¹, e a Rede de mídia de confiança do Indeed já alcança mais de 120 sites de parceiros.

Atraia candidatos de qualidade ao direcionar sua estratégia de publicidade

Quando os profissionais de recrutamento e seleção conseguem exibir anúncios para os candidatos de qualidade com maior probabilidade de se inscrever, as chances de alcançar os objetivos de campanha aumentam. A Publicidade Direcionada do Indeed | Marcas (ITAB) adiciona outro foco aos anúncios direcionados.

Adicionando a ITAB a seu portfólio de ferramentas de publicidade do Indeed, você consegue aumentar a atração dos candidatos com anúncios em banners personalizados, que aparecem no lado direito dos resultados de busca de vagas, alcançando o público-alvo com informações como dados sobre a empresa, vagas abertas e fotos. Por exemplo, se você está contratando para um cargo gerencial com horário flexível, as promoções da ITAB podem incluir informações para ajudar a definir o que “flexível” significa em sua empresa. Além disso, você pode adicionar uma chamada para ação (CTA) personalizada, como “buscar vagas abertas” ou “receber atualizações contínuas”.

Outro componente da experiência de publicidade do Indeed que aumenta a atração dos candidatos são as vagas patrocinadas. Esse recurso faz uso de quase duas décadas de informações sobre candidatos e dados exclusivos de 225 milhões de currículos e 25 milhões de anúncios de vagas em todo o mundo, tudo isso para direcionar a publicidade e aprimorar a visibilidade dela. Os usuários entrevistados afirmam que os anúncios premium melhoram a próxima etapa do funil de recrutamento, a candidatura, gerando, em média, 2,3 vezes mais inscrições do que apenas os anúncios gratuitos,² além de aumentar em 250% a probabili-

dade de uma contratação bem-sucedida.³

Como despertar o interesse de potenciais candidatos com a criação de marca aprimorada

Transformar visualizações em candidaturas requer mais do que anunciar vagas abertas. Na verdade, mais de 60% dos candidatos buscam mais informações sobre uma empresa depois de ler a descrição da vaga.⁴ Nesse ponto, a criação de marca se torna crucial, principalmente na medida em que influencia cada vez mais as escolhas de carreira. De acordo com o recente relatório do Indeed “The Impact of Employer Branding on Recruitment and Retention” (O impacto da marca empregadora no recrutamento e na retenção), “79% dos entrevistados consideram a missão de uma marca antes de se candidatar a uma vaga, e mais da metade dos trabalhadores afirmam que, quando se trata de satisfação profissional, a cultura de uma empresa é mais importante do que o salário”.

Dessa forma, uma primeira impressão positiva sobre a cultura e missão da empresa é essencial para engajar os candidatos. Você já deve conhecer o Perfil de Empresas do Indeed, gratuito e disponível para todas as empresas com vagas na plataforma. No último ano, os candidatos usaram o Perfil de Empresas para realizar pesquisas mais de 1,5 bilhão de vezes. O que talvez você não saiba é que agora sua empresa pode aprimorar e refinar a mensagem básica da marca com o Pacote da marca empregadora - Select, um amplo serviço oferecido por meio da parceria do Indeed com o Glassdoor.

Com opções aprimoradas de promoção de marca e supervisão de campanha, a atualização para o Pacote da marca empregadora - Select combina o alcance das duas plataformas — 55 milhões de candidatos mensais no Glassdoor⁵ e 250 milhões de visitantes únicos mensais no Indeed⁶ em todo o mundo. Por meio do Pacote da marca empregadora - Select, é possível, por exemplo, convidar funcionários para publicar

² Dados do Indeed (EUA)

³ Dados do Indeed (EUA)

⁴ Glassdoor/Harris Poll, setembro de 2019, EUA

⁵ Google Analytics, as visitas representam o pico de visitas mensais no terceiro trimestre de 2021

⁶ Google Analytics, visitantes únicos, fevereiro de 2020

avaliações, atuando efetivamente como “embaixadores de talentos” ao apresentar as experiências deles; destacar a cultura da empresa com a seção multimídia “Por que trabalhar com a gente?”; fazer integrações com contas de redes sociais e muito mais. Além disso, é possível ver e responder a todas as avaliações feitas no Indeed e no Glassdoor em um só lugar.

O Pacote da marca empregadora - Select também inclui informações baseadas em dados, como relatórios de “seguidores” por local, cargo e e-mail, ou palavras-chave usadas em avaliações, que usam nuvens de palavras para criar representações visuais dos prós e contras. A análise dessas informações pode levar a ações para aprimorar a percepção de sua marca. Além disso, uma história de marca atrativa pode fazer com que os talentos passem de visitantes a candidatos. Na verdade, as empresas que usam o Pacote da marca empregadora - Select relatam, em média, um aumento de 12% nas visualizações do perfil tanto no Indeed como no Glassdoor,⁷ de 27%⁸ nos cliques em vagas e de 34%⁹ nos cliques de “início de candidatura”.

Como experiências de candidato aprimoradas levam a contratações mais rápidas

Não importa qual vaga você está tentando preencher. O objetivo é manter os talentos de qualidade ao longo do funil de recrutamento, desde a pré-seleção e a entrevista até a contratação. Aguardar pode ser a parte mais difícil para quem busca um emprego, e esperas muito longas criam “buracos negros” no RH, causando o desinteresse e a desistência dos candidatos. O “ghosting” (termo usado para se referir ao desaparecimento sem aviso em relacionamentos virtuais) se tornou uma experiência de contratação cada vez mais comum desde o surgimento da pandemia. Na verdade, uma pesquisa do Indeed revelou que 51% dos candidatos acreditam terem sido mais ignorados pelas empresas durante a pandemia, e isso pode ser atribuído à sobrecarga dos recrutadores.

Usar automações para refinar o processo de contratação pode economizar o tempo dos recrutadores para que eles cativem os candidatos com comunicações de qualidade. Tanto para os candidatos como para as empresas, os problemas de comunicação são um dos maiores fatores para o não recebimento de respostas. Por exemplo, alguns candidatos que abandonaram o processo seletivo durante a fase de entrevista disseram que a ansiedade foi um fator determinante. Por meio de interações mais empáticas e acolhedoras com empresas e recrutadores, os candidatos conseguem compartilhar necessidades, como intervalos entre as entrevistas, condições especiais para avaliações obrigatórias e questões relacionadas a viagens ou equipamentos tecnológicos, e reduzir o estresse.

Como aproveitar ao máximo o funil de recrutamento

Pensar como um profissional de marketing pode ajudar você a ampliar o alcance de sua campanha de contratação e conquistar resultados ainda melhores em cada etapa do funil de recrutamento.

Seja para gerar reconhecimento, atrair a atenção, aumentar o número de candidaturas ou tornar a pré-seleção, a entrevista e a contratação mais rápidas e eficientes, é fundamental identificar e usar as ferramentas e tecnologias certas para aprimorar os processos e maximizar os resultados.

Ao combinarem as experiências de publicidade automatizadas e os serviços de marca empregadora do Indeed, as empresas e os recrutadores podem estabelecer objetivos e KPIs mais estratégicos. E, embora um funil de recrutamento bem-sucedido comece com a exibição de anúncios de vagas de emprego para candidatos de qualidade, as equipes de contratação precisam de soluções abrangentes que simplifiquem, otimizem e aprimorem o funil de recrutamento para alcançar os talentos certos da melhor forma possível.

⁷ Dados do Indeed e do Glassdoor (global), de maio de 2020 a maio de 2021

⁸ Dados do Indeed e do Glassdoor (global), de maio de 2020 a maio de 2021

⁹ Dados do Indeed e do Glassdoor (global), de maio de 2020 a maio de 2021