

CAPITAL HUMANO

# LinkedIn e o seu impacto

O LinkedIn nasceu a 5 de Maio de 2003, ou seja, tem já 21 anos, sendo propriedade da Microsoft desde Junho de 2016 (aquisição no valor de 26,2 biliões USD), tem atualmente 830 milhões de utilizadores em todo o mundo, distribuídos por mais de 200 países, sendo a principal plataforma profissional nos dias de hoje.

JOSÉ RODRIGUES



Expert in Human Resources & Entrepreneur, Certified Coach PLD19, Harvard Business School Alumni

Sabemos desde há muito que as redes sociais têm um impacto fortíssimo no dia a dia de todos nós. São já várias as redes em que dedicamos muito do nosso tempo, sendo que cada uma delas tem o seu target específico, como o Tik Tok, Facebook, Instagram, LinkedIn, entre muitas outras (confesso que não as conheço todas). No entanto, há uma que se destaca no meio profissional, o LinkedIn.

O LinkedIn nasceu a 5 de Maio de 2003, ou seja, tem já 21 anos, sendo propriedade da Microsoft desde Junho de 2016 (aquisição no valor de USD \$26,2 Biliões), tem actualmente 830 milhões de utilizadores em todo o mundo, distribuídos por mais de 200 países, sendo a principal plataforma profissional nos dias de hoje. Se é uma rede essencial para os profissionais, não o é menos para as empresas, sendo que hoje em dia 58 milhões de empresas estão registadas nesta rede social.

Se analisarmos estes membros demograficamente, 20% têm entre os 18 e 24 anos, 60% entre os 25 e 34 anos, 18% entre os 35 e 54 anos e apenas 2% com 55 anos ou mais. O que faz com que a geração millennial seja a mais representativa nesta rede.

Sendo a plataforma de referência para geração de leads B2B (business to business), é um instrumento essencial para os profissionais de marketing (e não só) para anunciarem os produtos e/ou serviços das suas organizações, uma vez que 65 milhões dos utilizadores são *decision makers*.

A outra principal razão pela qual os utilizadores do LinkedIn estão activos na plataforma, é para efeitos de recrutamento para emprego.



**122 milhões de pessoas receberam uma entrevista através do LinkedIn, tendo 35,5 milhões sido contratadas**

Com mais de 58 milhões de empresas registadas e 50 milhões de pessoas à procura de emprego no LinkedIn a cada semana, não é surpresa descobrir que 87% dos recrutadores usam regularmente o LinkedIn.

Na verdade, um estudo descobriu que 122 milhões de pessoas receberam uma entrevista através do LinkedIn, tendo 35,5 milhões sido contratadas por uma pessoa com quem se ligaram na plataforma. Um bom estatuto do LinkedIn para recrutadores é que as pessoas contratadas através do site, têm 40% menos probabilidade de deixar a empresa nos primeiros 6 meses.

De acordo com o LinkedIn, as mulheres representam hoje quase 42% da liderança da empresa, com as que ocupam cargos de liderança técnica crescendo 79% nos últimos cinco anos. Tudo isto faz com que esta rede seja um

instrumento extraordinário para vários públicos diferentes. No entanto, algo também está a mudar, e nem sempre é positivo. Ou seja, nas mais variadas áreas, os profissionais são reconhecidos com prémios ou convites (conferências e desafios diferenciados), não pela sua competência comprovada, mas pelo número de seguidores, likes e de posts publicados, sendo que na sua maioria nem se trata de conteúdo desenvolvido pelos mesmos, mas sim partilhas de outros.

Este facto distorce o mercado e a partilha de conhecimento em fóruns, uma vez que quem o faz não é pela sua competência, mas sim pela sua visibilidade. Com isto, não pretendo referir que as pessoas não têm competência, mas o facto é que não é por isso que são escolhidos para esses mesmos prémios/conferências/desafios.

Seria importante que os curadores dessas iniciativas tivessem em consideração o trabalho desenvolvido pelos diversos profissionais, a sua complexidade dentro da organização (local/regional/global) e o momento que essa mesma atravessa. Que projectos desenvolve, e destes quais são da sua autoria ou gestão/implementação. Por vezes, o menos óbvios são os mais interessantes.

Caso contrário, teremos um mercado de conteúdos desvirtuado, com conteúdos fracos e sem interesse para a maioria das pessoas, uma vez que as partilhas são sempre as mesmas, pelos mesmos de sempre.

\* Fonte dos dados estatísticos: Estatísticas e Fatos do LinkedIn (2024) (kinsta.com)

(6) 13 estatísticas do LinkedIn que você precisa saber em 2023 | LinkedIn