

ALGORITmo LINKedin

Ch5wWVig9LVvYpzHu4PXPn0pVDB2 / 04853130730 / +5521988834077

**O BRASIL TEM MAIS DE
85 MILHÕES DE USUÁRIOS
NO LINKEDIN, SENDO
58 MILHÕES DE EMPRESAS.**

Dado do LinkedIn, 2025.

COMO SE COMPORTAR NO LINKEDIN

1

Seja original

Preze pela originalidade.
Não copie conteúdos
de outras redes – adapte para
o que funciona no LinkedIn

2

Crie conteúdos de valor

Traga postagens com aprendizados, cases,
bastidores e reflexões – este tipo
de post costuma performar melhor

3

Tenha consistência

Você pode aproveitar recursos já validados
em outras plataformas, mas invista
em roteiros interessantes e conectados
ao universo corporativo

4

Interaja com a audiência

Responda, reaja e compartilhe
conteúdo relevante.

COMO SE COMPORTAR NO LINKEDIN

1

Seja original

Preze pela originalidade.
Não copie conteúdos
de outras redes – adapte para
o que funciona no LinkedIn

2

Crie conteúdos de valor

Traga postagens com aprendizados, cases,
bastidores e reflexões – este tipo
de post costuma performar melhor

3

Tenha consistência

Você pode aproveitar recursos já validados
em outras plataformas, mas invista
em roteiros interessantes e conectados
ao universo corporativo

4

Interaja com a audiência

Responda, reaja e compartilhe
conteúdo relevante.

COMO SE COMPORTAR NO LINKEDIN

1

Seja original

Preze pela originalidade.
Não copie conteúdos
de outras redes – adapte para
o que funciona no LinkedIn

2

Crie conteúdos de valor

Traga postagens com aprendizados, cases,
bastidores e reflexões – este tipo
de post costuma performar melhor

3

Tenha consistência

Você pode aproveitar recursos já validados
em outras plataformas, mas invista
em roteiros interessantes e conectados
ao universo corporativo

4

Interaja com a audiência

Responda, reaja e compartilhe
conteúdo relevante.

COMO SE COMPORTAR NO LINKEDIN

1

Seja original

Preze pela originalidade.
Não copie conteúdos
de outras redes – adapte para
o que funciona no LinkedIn

2

Crie conteúdos de valor

Traga postagens com aprendizados, cases,
bastidores e reflexões – este tipo
de post costuma performar melhor

3

Tenha consistência

Você pode aproveitar recursos já validados
em outras plataformas, mas invista
em roteiros interessantes e conectados
ao universo corporativo

4

Interaja com a audiência

Responda, reaja e compartilhe
conteúdo relevante.



Chloe Shih 

Product • Prev. Discord, Meta, TikTok, Google • Forbes 30U30



Ch5wWVig9LVvYpzHu4PXPn0pVDB2 / 04853130730 / +5521988834077

COMO SE COMPORTAR NO LINKEDIN

1

Seja original

Preze pela originalidade.
Não copie conteúdos
de outras redes – adapte para
o que funciona no LinkedIn

2

Crie conteúdos de valor

Traga postagens com aprendizados, cases,
bastidores e reflexões – este tipo
de post costuma performar melhor

3

Tenha consistência

Você pode aproveitar recursos já validados
em outras plataformas, mas invista
em roteiros interessantes e conectados
ao universo corporativo

4

Interaja com a audiência

Responda, reaja e compartilhe
conteúdo relevante.



Camila Farani · 3°
Senior Business Host Times Brasil, Exclusive Licensee CNBC |
Founder at Farani Escola de Negócios | Bloomberg List LATAM |
Angel Investor | Shark Tank BR | Entrepreneur 26 years | Speaker
São Paulo, São Paulo, Brasil · [Dados de contato](#)

 **CNBC**
 **Massachusetts Institute of Technology**

[Black Friday FEN](#)

907 709 seguidores



Todas as atividades

[Publicações](#)[Comentários](#)[Vídeos](#)[Mais](#) ▾**Camila Farani**  · 3° e +[+ Seguir](#) ...

Mais influente da América Latina pela Bloomberg | ...

[Agende uma reunião](#)2 h · 

Camila Farani no LinkedIn

[+ Assinar](#)

Negociação mal feita é prejuízo disfarçado

Camila Farani



4 comentários

 Gostei Comentar Compartilhar Enviar

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS (SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os pontos fortes e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os pontos fortes e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas – ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os pontos fortes e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os pontos fortes e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas – ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os posts e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os posts e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os pontos de interação e compare com a concorrência

DIRETRIZES PARA PÁGINAS CORPORATIVAS

COMPLETE TODAS AS
INFORMAÇÕES DA PÁGINA

Suas chances de receber visualizações semanais aumentam 30%

PERSONALIZE O BOTÃO DE
CHAMADA PARA AÇÃO (CTA)

Escolha o que fizer mais sentido
(visitar o site, preencher um formulário etc.)

USE FORMATOS DIFERENTES

Imagens, vídeos e lives tendem a aumentar o engajamento.
Compartilhar documentos também é uma boa opção

HUMANIZE SUA MARCA

Dê destaque para o time, mostre conquistas da empresa e
histórias internas - ou seja, destaque as pessoas

CONVIDE CONTATOS

Permita que os funcionários também convidem contatos
e estimule a equipe a interagir com as publicações

INTERAJA DE VOLTA

Compartilhe, reposte e mostre que faz parte da conversa

SEGMENTE SEUS CONTEÚDOS
(SE FIZER SENTIDO)

O LinkedIn permite segmentações por idioma,
localização, função, senioridade, setor etc.

ANALISE SEU DESEMPENHO

Entenda quem visita sua página, te segue, quais foram
os melhores posts e compare com a concorrência

FRAMEWORK DE CONSTRUÇÃO DE AUTORIDADE

80%

CONTEÚDOS PARA AUTORIDADE

Insights únicos da indústria

Análises de tendências

How-tos especializados

Infográficos técnicos com dados exclusivos

FRAMEWORK DE CONSTRUÇÃO DE AUTORIDADE

80%

CONTEÚDOS PARA AUTORIDADE

Insights únicos da indústria

Análises de tendências

How-tos especializados

Infográficos técnicos com dados exclusivos

20%

CONTEÚDOS PESSOAIS

Sua jornada profissional

Bastidores
do trabalho

Build in public
dos projetos

Opiniões pessoais que
mostram
personalidade

DECIFRANDO O ALGORITMO DO LINKEDIN



Relevância
do conteúdo

DECIFRANDO O ALGORITMO DO LINKEDIN



Ch5wWVig9LVvYpzHu4PXPn0pVDB2 / 04853130730 / +5521988834077

DECIFRANDO O ALGORITMO DO LINKEDIN



FUJA DOS CONTEÚDOS RASOS



Você não precisa mudar o produto. Basta mudar a forma como explica.

A pipoca é a mesma.
Mas quando o texto da embalagem muda, a experiência muda junto.

No exemplo abaixo, o que era um bloco de texto denso virou instruções claras, com hierarquia visual, tópicos numerados e palavras-chave destacadas.

Mais fácil de entender. Mais rápido de seguir.
Resultado: menos frustração, mais confiança, mais marca, mais agilidade na hora de consumir o produto.

É isso que muita empresa ainda ignora.

A comunicação que acompanha o produto também é produto.
Embalagem, e-mail, tela de app, instrução de uso... tudo comunica.

Quando o cliente precisa decifrar o que você quis dizer, você já perdeu um ponto na experiência.

Quer gerar valor de verdade?
Comece tornando óbvio o que hoje está confuso.

A boa experiência começa na forma como você orienta quem está do outro lado.



Introducing my first-ever guest on my new show, Your Internet Coworker, Ryan Roslansky, CEO of LinkedIn!

FULL EP → <https://lnkd.in/gVs6SBSE>

I've been doing my Tech Talk series here on LinkedIn just for fun, but it's gotten so much love that I'm now expanding it to Your Internet Coworker, where I interview dope people in tech, business, and media to check up on how they're really feeling about their careers as their work bestie.

This week, I was invited to LinkedIn's AI Day on Tuesday, and I got 25 min with Ryan, so we did that silly trend you saw yesterday (ICONIC) and sat down for this lil chit chat. (Yes, I stayed up real late editing again 🥰)

After doing a few episodes of my Tech Talk series on LinkedIn, I realized the kind of interviewer I want to be is a casual, cheeky kind of work bestie where you talk about what's been keeping you up at night, what you've been grinding through, what new epiphanies you have, what lessons you've learned, and maybe some hot goss sprinkled here and there 🥰

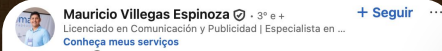
I don't think I got there quite yet with Ryan 🥰. It was our first time meeting (I was a lil shy 🙈), but next time!

Please do share and comment what you want to see next time so we can do this again!!

Hope you enjoy this lil nugget of fun and educational content!

Disclaimer: My entire tech talk series and now Your Internet Coworker has been entirely all for fun. I just run around events and offices with my big ol' camera backpack and tripods asking if I can hang with dope people.

Follow [Chloe Shih](#) for more tech + creator career content!



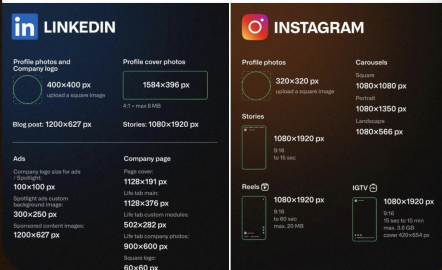
La guía completa de medidas para Social Media.

En la siguiente guía, podrás encontrar medidas de diversos formatos para las siguientes redes: [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [Pinterest](#), [YouTube](#) y [Behance](#).

[Fourmeta Agency](#)

[#socialmedia #sizeguide #digitalmarketing](#)

Exibir tradução



Tem empresa que só entende o valor de um profissional no dia em que ele pede demissão.

E o mais curioso é que, quase sempre, não é por falta de aviso.

Um dos meus alunos ficou 3 anos esperando uma promoção e ouvindo "você está na lista", "só precisamos alinhar o orçamento", "na próxima rodada de reconhecimento vai ser você".

Ele esperou, entregou mais do que pediam e assumiu responsabilidades que não eram dele, mas o reconhecimento nunca veio.

Até que ele cansou.

Fez meu curso, reposicionou o perfil no LinkedIn e, em poucas semanas, recebeu uma proposta pra ganhar quase o dobro do salário, em uma empresa que enxergou o valor que a antiga nunca viu.

E quando ele foi pedir demissão, o chefe apareceu com a promoção.

Aquela mesma que prometeram por três anos, mas já era tarde.

O profissional de hoje não fica na empresa só por dinheiro.

Fica por propósito, por ambiente, por respeito, por espaço de crescimento. Fica quando sente que é visto, ouvido e valorizado.

O problema é que muitas empresas continuam achando que só salário segura talento e esquecem que o que prende de verdade é reconhecimento.

Porque todo mundo concorda que talento não se perde do dia pra noite, né?

TRUQUES POUCO ÓBVIOS DO LINKEDIN

POSTS COM IMAGENS
PERSONALIZADAS OU
COLAGENS

VÍDEOS E LIVES
DE EVENTOS

DOCUMENTOS
COMPARTILHÁVEIS

ENQUETES

ARTIGOS LONGOS



TRUQUES POUCO ÓBVIOS DO LINKEDIN

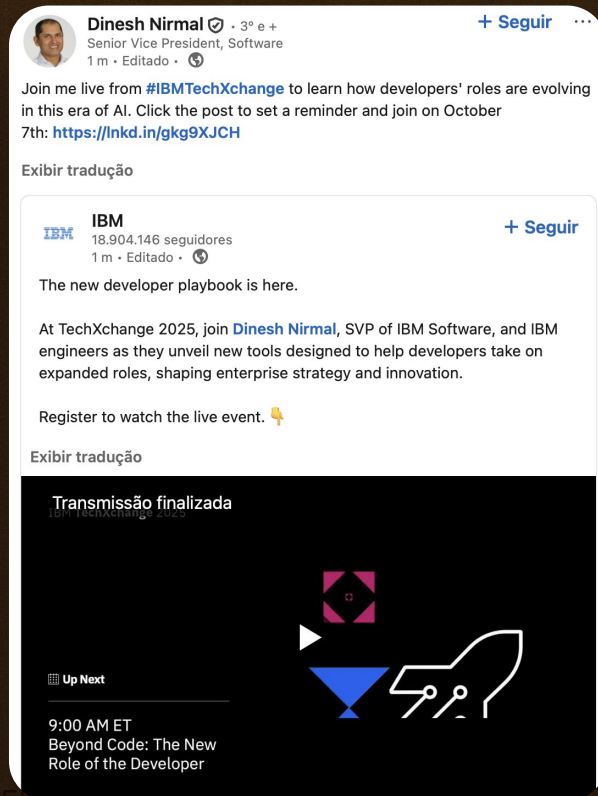
POSTS COM IMAGENS
PERSONALIZADAS OU
COLAGENS

VÍDEOS E LIVES
DE EVENTOS

DOCUMENTOS
COMPARTILHÁVEIS

ENQUETES

ARTIGOS LONGOS



Ch5wWVig9LVvYpzIHu4PXPNoPVDB2 / 04853130730 / +55-11-9999-9999

TRUQUES POUCO ÓBVIOS DO LINKEDIN

POSTS COM IMAGENS
PERSONALIZADAS OU
COLAGENS

VÍDEOS E LIVES
DE EVENTOS

DOCUMENTOS
COMPARTILHÁVEIS

ENQUETES

ARTIGOS LONGOS



Raphael Dyxklay · 2º
Construindo a Barte em público
[Acesse meu site](#)
1 m · 🌐

+ Seguir ...

Estag ou CEO, seu cargo implícito é fazedor de reunião e passador de mensagem.

Mas eu genuinamente achava que era só ficar passivo ali na sala.

A minha sorte é que (na energia e na vontade) eu fui longe o suficiente até aprender comunicação estruturada.

Foi assim que acabei me tornando o chato que insiste tanto em boas reuniões que escreveu um playbook interno.

Não vou pedir para você comentar "eu quero" pra ter acesso, mas se o material te interessou, deixa um comentário pro algoritmo entregar pra sua rede.

E se achar que vai ser útil pra alguém que conhece, marca a pessoa ou compartilha (fiz com maior carinho ❤️)



Playbook de reuniões 2.0

1. [Must-have] Checklist do que toda reunião deve possuir?

- ☐ Dono(a) definido(a)
- ☐ Com que resultado queremos sair dessa reunião (por escrito)
- ☐ Quebras de tempo esperada
 - ☐ Exemplo: updates (10')/ discussão (10')/ plano de ação (10')
- ☐ Plano de ação nos últimos 10'
 - ☐ O que será feito
 - ☐ Owners das ações
 - ☐ Timeline
 - ☐ Checkpoint (quando e onde)
- ☐ Parking lot - zona de assuntos que fogem do foco da reunião

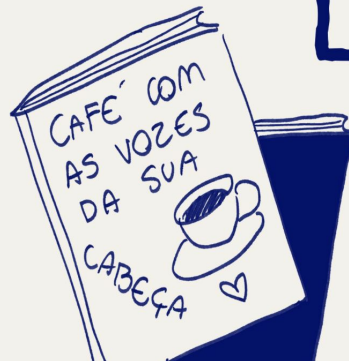


Camila Scopeta Rodrigues · 3º e +
(Anti) Social Media and Content Creator
1 m · 🌐

+ Seguir ...

Um bom marketing não passa de uma boa história (e isso não torna nada mais fácil)

LIVROS QUE TODO
marketeiro
DEVERIA
LER



Ch5wWVig9LVvYpzIHu4PXPn0pVDB2 / 04952120720 / +5521988824077

TRUQUES POUCO ÓBVIOS DO LINKEDIN

POSTS COM IMAGENS
PERSONALIZADAS OU
COLAGENS

VÍDEOS E LIVES
DE EVENTOS

DOCUMENTOS
COMPARTILHÁVEIS

ENQUETES

ARTIGOS LONGOS



Dave Gerhardt • Following

CMO at Privy.com | B2B Brand Builder | Host of The Ecommerce Marketin...

13h • Edited • 🌐

Marketers. Do you like working from home? In the office? Or hybrid?

*yeah I wanted to test a poll 🤓

[#marketing](#)

Do you like working from home? In the office? Or hybrid?

The author can see how you vote. [Learn more](#)

Work from home.

Work in the office.

Hybrid.

2,748 votes • 6d left

TRUQUES POUCO ÓBVIOS DO LINKEDIN

POSTS COM IMAGENS
PERSONALIZADAS OU
COLAGENS

VÍDEOS E LIVES
DE EVENTOS

DOCUMENTOS
COMPARTILHÁVEIS

ENQUETES

ARTIGOS LONGOS

**Camila Farani**  · 3° e +
Mais influente da América Latina pela Bloomberg | Investid...
[Agende uma reunião](#)
5 m · 



 Camila Farani no LinkedIn [+ Assinar](#)

O offline virou artigo de luxo e é o ativo mais cobiçado em 2025
Camila Farani

 372

98 comentários · 2 compartilhamentos

Ch5wWVig9LVvYpziHu4RXPNOpVDB2 / 04853130730 / 1552108824077

Como **indexar melhor** seus conteúdos no LinkedIn

Use termos estratégicos no título

Otimize a seção "sobre" do perfil

Fale com consistência
sobre temas e termos

Use de 3 a 5 hashtags por publicação