



**LinkedIn como vitrine da cultura corporativa:**  
como a Tigre uniu marketing e marca empregadora  
para aumentar em mais de 80% seu engajamento

## Cronograma Detalhado

### **Agosto/2024 – Diagnóstico e definição da estratégia**

Iniciamos o projeto com uma análise completa do perfil da Tigre no LinkedIn, revisando capa, descrição (“sobre”) e identidade do canal para garantir consistência com o posicionamento institucional. Definimos o tom de voz e linguagem. Nesse momento, também estruturamos qual seria a geolocalização de cada material, a fim de direcionar conteúdos relevantes a diferentes públicos estratégicos, considerando a atuação Global da Tigre. Com base nisso, criamos a estratégia de marca empregadora, mapeando os pilares que norteariam toda a comunicação: Institucional, Operacional, Gestão de Pessoas e Cultura e Valores. Para dar vida à estratégia, definimos os formatos mais adequados — fotos, vídeos, enquetes e notícias — equilibrando diversidade e consistência na produção.

### **Setembro a Dezembro/2024 – Implementação e consolidação inicial**

Com a estratégia desenhada, partimos para a execução, criando um cronograma estruturado de publicações que desse ritmo e previsibilidade ao canal. Foi nesse período que os primeiros conteúdos de marca empregadora foram publicados, trazendo à tona histórias reais de colaboradores e iniciativas internas, sempre conectadas aos pilares pré-definidos. Essa fase foi essencial para consolidar a presença da Tigre no LinkedIn como marca empregadora, reforçando o alinhamento com o marketing.

### **Janeiro/2025 – Revisão e inovação com nova editoria**

O início do ano foi dedicado à revisão de metas e avaliação dos resultados obtidos. A partir das análises, identificamos a oportunidade de reforçar o senso de pertencimento dos colaboradores com uma nova editoria: “Feras Pra Crescer”. A série foi criada para valorizar trajetórias de carreira de quem teve promoções dentro da Tigre, transformando histórias de desenvolvimento profissional em inspiração tanto para colaboradores quanto para potenciais talentos. A editoria foi um sucesso. Em todas as suas edições mensais, os posts apareceram entre os que mais engajaram no mês.

### **Fevereiro a Julho/2025 – Expansão e consolidação da presença digital**

Com a estratégia refinada, entramos em uma etapa de expansão. Intensificamos a produção de materiais, sempre mantendo o foco nos pilares estratégicos. O calendário editorial passou a privilegiar ainda mais conteúdos que reforçam cultura, valores e gestão de pessoas, ampliando o alcance e o engajamento da marca. O LinkedIn se consolidou como um canal vivo e dinâmico, refletindo a força da cultura Tigre e conectando ainda mais a empresa ao público interno e externo.