

TIGRE **clivva**

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

Sobre o projeto:

No LinkedIn, a Tigre transformou sua estratégia de marca empregadora em uma poderosa vitrine da cultura corporativa, integrando comunicação, marketing e gestão de pessoas, aumentando em mais de 85% seu engajamento de 2024 para 2025.

Com um cronograma de conteúdos conectado aos objetivos de negócio, a empresa consolidou quatro pilares essenciais: **Cultura e Valores, Operacional, Gestão de Pessoas e Institucional**, criando narrativas autênticas que fortalecem a marca e geram engajamento. Em apenas 12 meses, a companhia conquistou mais de 32 mil novos seguidores, recebeu mais de 42,5 mil reações, 1,7 mil comentários, 340 compartilhamentos e incríveis 254 mil visualizações na página.

Um dos grandes destaques foi a editoria “**Feras Pra Crescer**”, criada para valorizar a jornada de profissionais que cresceram dentro da companhia. Desde o lançamento, todos os conteúdos da série estiveram entre os mais performáticos do período.

O resultado foi um LinkedIn que une marketing e marca empregadora de forma estratégica e humana, conquistando relevância digital e duplicando o engajamento ao dar protagonismo às pessoas. Conheça mais!

Cenário:

A Tigre publicava de forma consistente em seu perfil, mas sem viés de employer branding. Os conteúdos nem sempre tinham total conexão com os seguidores e não aproveitavam a grande força de marca empregadora que o LinkedIn proporciona sendo uma rede profissional.

As publicações apresentavam-se pouco humanizadas, com predominância de peças com fotos de bancos de imagem e abordagem superficial das jornadas dos profissionais da companhia, resultando em uma comunicação distante. Parte dos públicos-alvo não estava sendo impactada, especialmente aqueles interessados em integrar e fazer parte da organização. Além disso, havia baixa diversidade de formatos: predominavam carrosséis e cards únicos, enquanto recursos como enquetes, prévias de notícias, galerias e vídeos eram pouco explorados.



DEIXE SEU CONHECIMENTO
TUDO CERTO, TUDO TIGRE.

Veja a agenda de treinamentos >>>



DEIXE SEU CONHECIMENTO
TUDO CERTO, TUDO TIGRE.

Veja a agenda de treinamentos >>>



DEIXE SEU CONHECIMENTO
TUDO CERTO, TUDO TIGRE.

Veja a agenda de treinamentos >>>



DEIXE SEU CONHECIMENTO
TUDO CERTO, TUDO TIGRE.

Veja a agenda de treinamentos >>>

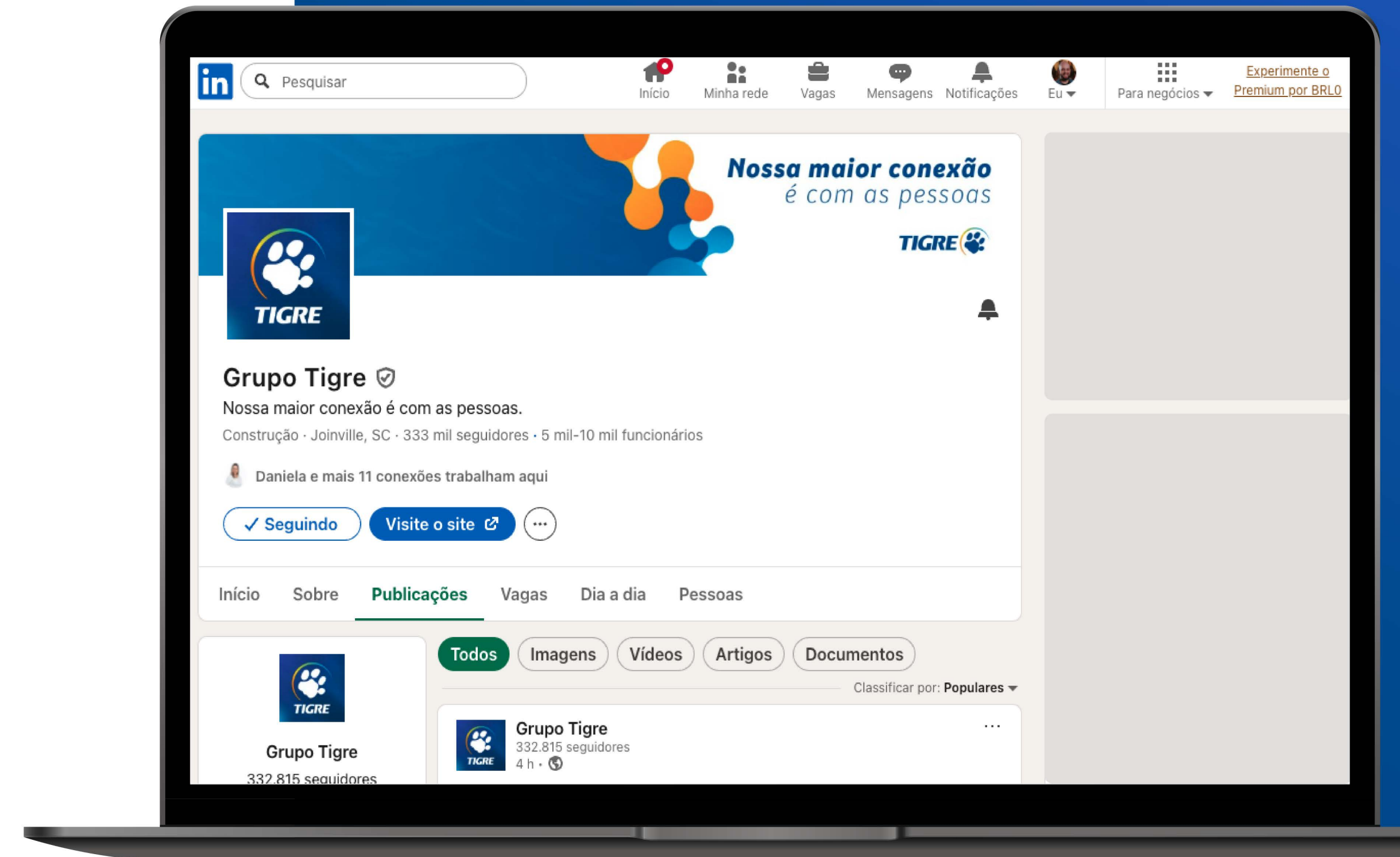


Desafio:

O desafio era **reposicionar a presença digital da Tigre** para que fosse mais atrativa, estratégica e conectada às pessoas. A empresa percebia que precisava ir além da comunicação institucional e criar conteúdos que mostrassem sua cultura viva, valorizando quem faz parte dela.

Os principais objetivos eram:

- Fortalecer o posicionamento da marca empregadora.
- Estimular a conexão com seguidores e admiradores da marca.
- Evidenciar que a entrada na Tigre é acessível e real para qualquer pessoa alinhada aos objetivos da empresa.
- Valorizar os profissionais como protagonistas das narrativas que sustentam os pilares do EVP, assegurando diversidade, autenticidade e credibilidade às mensagens da marca.
- Ampliar e simplificar o uso de formatos, priorizando aqueles com melhor desempenho em alcance e conversão.



Marca empregadora e marketing em uma mesma narrativa

Ao dar protagonismo às pessoas, os “Feras da Tigre”, foi possível gerar identificação genuína com profissionais, talentos e seguidores, ampliando relevância e engajamento. **Essa visão norteou a criação de uma narrativa digital integrada, em que as pessoas estão no centro das histórias.** Os posts de marca empregadora tornaram-se referência em engajamento, reforçando também a estratégia de marketing.

Uma das iniciativas de maior destaque foi a editoria **Feras Pra Crescer**, que mensalmente traz o depoimento de um profissional promovido dentro da companhia, mostrando jornadas reais de sucesso. **Mais do que inspirar, esses relatos consolidam a cultura da Tigre e reforçam o poder de unir marca empregadora e marketing em uma mesma narrativa.**

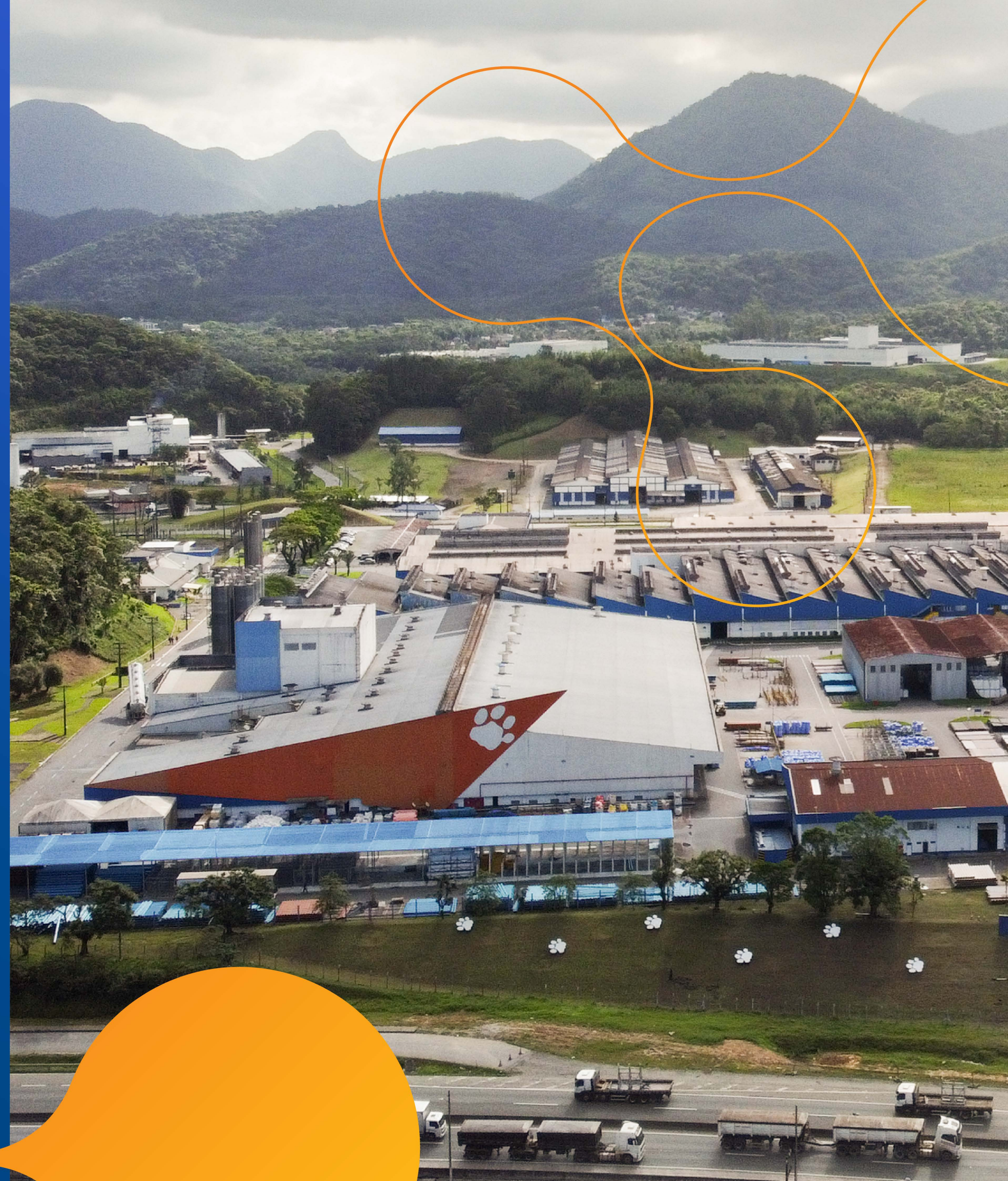


A mecânica do nosso trabalho

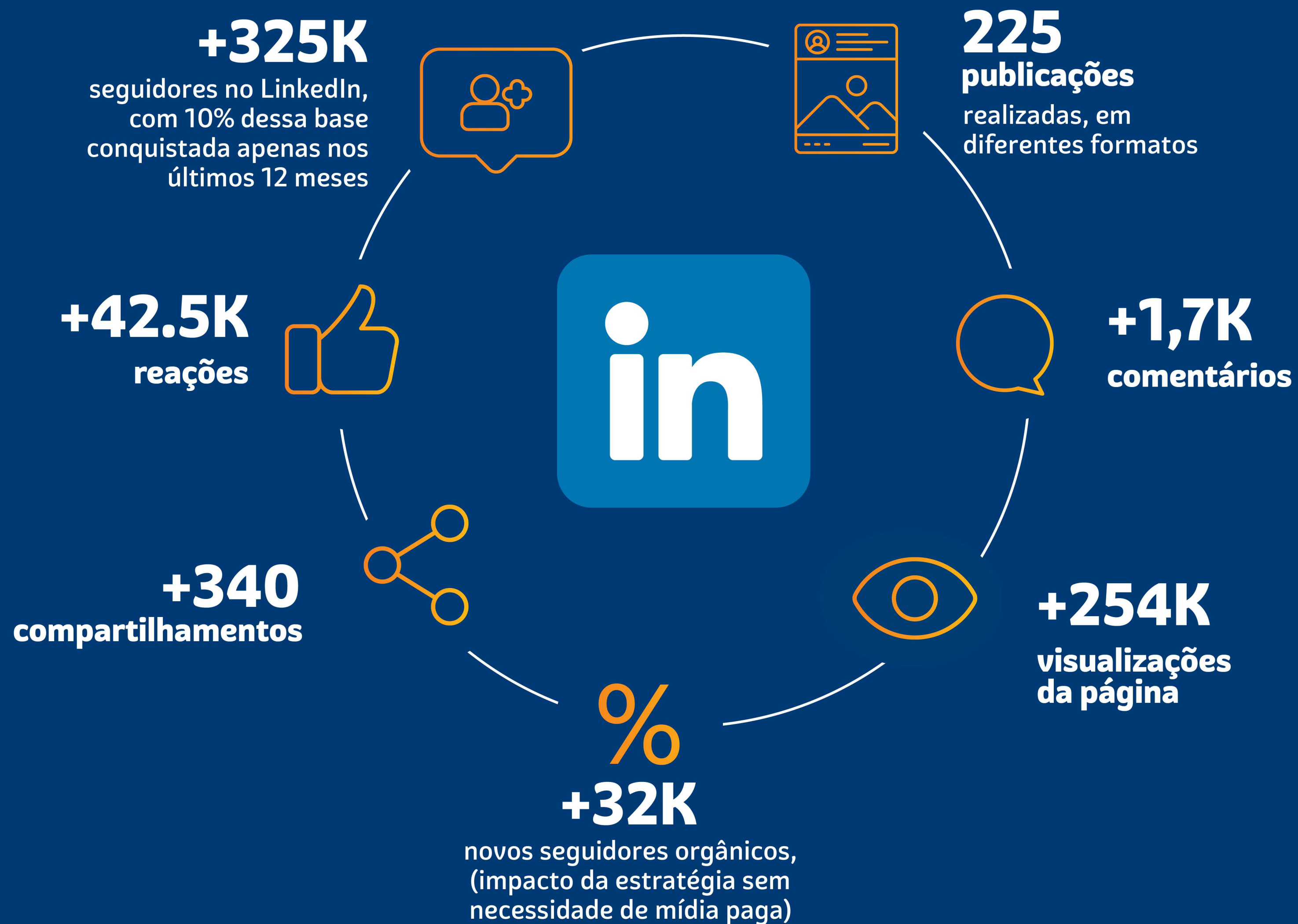
O processo Tem início com indicações feitas em conjunto com o time de Business Partner de Pessoas, garantindo diversidade nas escolhas e valorização de diferentes trajetórias dentro da empresa. Após a definição do perfil, o cliente faz o convite e explica a dinâmica.

A editoria Feras Pra Crescer se consolidou como destaque porque valoriza profissionais de alta performance e influência interna. Para os participantes, a aparição na página, especificamente nesta editoria, é reconhecida como um marco em suas trajetórias, o que fortalece o senso de engajamento e a percepção de valorização.

Esse movimento contribuiu para que a página ganhasse relevância estratégica, ampliando o alcance das mensagens-chave de cultura e negócio.



Principais resultados:



Crescimento orgânico comparativo 2024 - 2025

Seguidores: +11,7% em 2025

Taxa de engajamento: +86,6% em 2025

Vídeos de maior impacto:

“Um Dia Comigo na Tigre” (Jul/2025)

vídeo mais curtido da história da página.

“Dicas de Processo Seletivo” (Mai/2025)

segunda maior taxa de engajamento do último ano.

Distribuição de conteúdos por pilar:

Cultura e Valores: 61,7%

Gestão de Pessoas: 21,3%

Institucional e Estratégia: 12,8%

Operacional: 4,2%

225 publicações realizadas, diversificando
formatos (carrossel, vídeo, enquete, preview
de notícia, galeria).

Legado do trabalho

O projeto tem como legado um modelo integrado de comunicação corporativa que une marketing e marca empregadora, trazendo resultados concretos em engajamento e percepção de marca. Mais do que números, a Tigre consolidou um espaço digital onde profissionais têm protagonismo e onde a cultura da empresa é reconhecida como inspiração para talentos dentro e fora da organização.

Cronograma

- **Agosto/2024** – Diagnóstico e definição da estratégia
- **Setembro a Dezembro/2024** – Implementação e consolidação inicial
- **Janeiro/2025** – Revisão e inovação com nova editoria
- **Fevereiro a Julho/2025** – Expansão e consolidação da presença digital

Equipe envolvida:

Patricia Saddock de Sá

Gerente Executiva de Atração, Cultura e Desenvolvimento - Grupo Tigre

Izabela de Mello Frizeiro

Head de Comunicação Interna e Responsabilidade Social - Grupo Tigre

João Pedro Muniz

Especialista de Comunicação interna Latam - Grupo Tigre

Leonardo Wollinger - Diretor de Criação e Conteúdo

Camila Schmid - Diretora de Experiência do Cliente

Luciane Rech - Gerente de Experiência do Cliente

Alessandra Matsumi - Gerente de Estratégia e Cultura

Itaciana Pereira - Coordenadora de Criação

Adriana Maestrelli - Coordenadora de Conteúdo

Edemaike Silva - Analista Sênior de Redes Sociais

Barbara Leandro - Estagiária de Redes Sociais

Maria Victoria - Estagiária de Redes Sociais

Gabrieli Kapp - Redatora (Revisora)

Vinícius Baptista - Designer

Lucas Mussak Timoteo - Designer

Thais Freese - Analista de Experiência do Cliente

Marcelo Martim - Analista de Experiência do Cliente



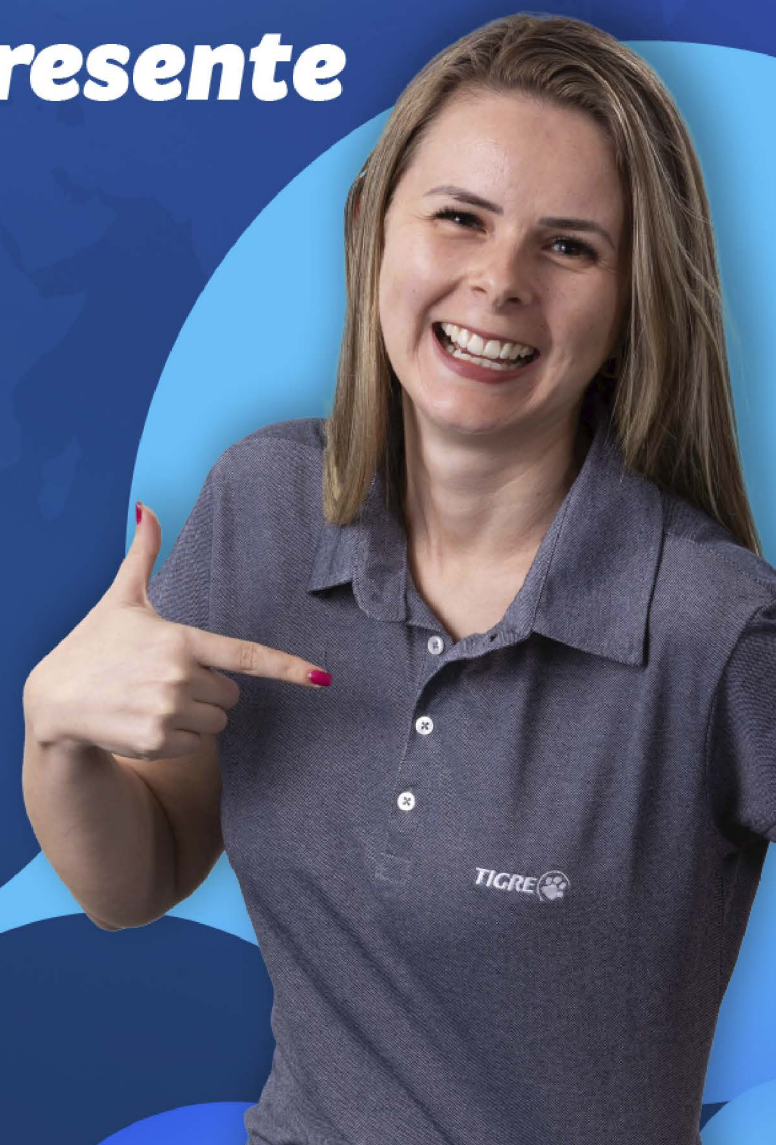
realmente melhora o dia a dia dos nossos colegas.

A PATERNIDADE CONSTRÓI HISTÓRIAS



A Tigre está presente em mais de 30 países!

São mais de 5 mil feras transformando realidades! E você pode se juntar a nós!



Sidney

COLABORADOR
HÁ 6 ANOS

Olá, eu sou o Sidney e trabalho aqui no Grupo Tigre há 6 anos!



Escaneie o QR-Code e acesse nossa página no LinkedIn!

