

VALLORE RH

Consultoria em Recrutamento & Selecao

BRIEFING — EQUIPE DE TRAFEGO PAGO

Este documento e de uso interno e foi preparado exclusivamente para a equipe responsavel pela gestao de trafego pago da Vallore RH.

- Quem somos, o que vendemos e como funcionamos
- Para quem anunciamos — publico-alvo e segmentacao
- Canais recomendados: LinkedIn Ads, Meta Ads, Google Ads
- Angulos de copy e mensagens que convertem
- O que fazer e o que NAO fazer nos criativos

QUEM SOMOS

Grupo Vallore

Mesmo grupo da
Juris Vallore,
empresa referencia
nacional em logistica
e assistencia
juridica no Brasil.

A solidez e
credibilidade do grupo
e um dos nossos
principais diferenciais.

A Vallore RH em poucas palavras

Somos uma consultoria especializada em Recrutamento & Selecao que faz parte do Grupo Vallore — o mesmo grupo da Juris Vallore, referencia nacional em logistica e assistencia juridica.

Conectamos empresas de todos os portes aos melhores talentos, com processos ageis, SLA definido em contrato e foco em contratacoes assertivas.

Nao somos uma plataforma de vagas. Somos uma consultoria ativa: vamos ao mercado buscar o candidato certo, fazemos a triagem, conduzimos entrevistas e entregamos o candidato validado.

Nosso publico-alvo sao empresas que precisam contratar com qualidade — mas nao tem tempo, estrutura ou especialidade para fazer um processo seletivo rigoroso por conta propria.

Importante para os criativos: nao somos agencia de emprego nem plataforma de vagas.

Somos uma consultoria que faz o processo completo — do hunting ate a entrega do candidato.

20 dias

SLA padrao
de entrega

48h

SLA urgencia
disponivel

4

Candidatos
por vaga

O QUE VENDEMOS — ENTENDA O PRODUTO

Para criar anuncios eficazes, voce precisa entender profundamente o que a Vallore RH entrega.

Hunting Ativo de Candidatos

Nao esperamos o candidato aparecer. Nossa equipe vai ativamente ao mercado buscar profissionais — inclusive quem nao esta procurando emprego. Isso e um diferencial forte para os criativos: comunicar que somos proativos, nao reativos.

Triagem Tecnica e Comportamental

Cada candidato e avaliado: experiencia, formacao, competencias tecnicas, fit cultural e motivacoes. O cliente nao precisa filtrar curriculos — nos entregamos apenas quem ja passou pela nossa triagem rigorosa.

Entrevista Conduzida pela Nossa Equipe

Conduzimos a primeira entrevista. Isso significa que o cliente so vai entrevistar candidatos que ja foram validados por nos. Esse e um argumento poderoso: menos tempo perdido com candidatos inadequados.

Parecer Tecnico Individualizado

Para cada candidato apresentado, entregamos um relatorio escrito com pontos fortes, pontos de atencao, aderencia ao perfil e recomendacao. Isso facilita e acelera a decisao do cliente.

SLA Definido em Contrato

20 dias uteis (padrao) ou 48 horas (urgencia). Esse prazo e escrito em contrato — nao e uma promessa verbal. Para os criativos: use isso como prova de seriedade e compromisso.

Garantia de Reposicao (Premium e Urgencia)

Se o candidato nao se encaixar em ate 30 dias, refazemos sem custo. Isso elimina o risco financeiro do cliente e e um argumento de conversao muito forte — especialmente para quem ja teve experiencia ruim com outra consultoria.

MODALIDADES DE SERVICO

Nao divulgar valores nos criativos. Foque em beneficio, urgencia e resultado.

ESSENCIAL

Como funciona

SLA:

Ate 20 dias uteis

Candidatos:

Ate 4 candidatos

Reposicao:

Sem reposicao incluida

Angulo de copy:

Indicado para vagas com prazo normal. O cliente quer qualidade, mas nao ha urgencia critica. Angulo de copy: processo completo, sem preocupacao.

PREMIUM

Como funciona

SLA:

Ate 20 dias uteis

Candidatos:

Ate 4 candidatos

Reposicao:

1 reposicao gratis (30 dias)

Angulo de copy:

Para quem quer seguranca maxima. O medo de contratar errado e o principal gatilho. Angulo de copy: garantia de reposicao, seguranca na decisao.

URGENCIA 48H

Como funciona

SLA:

48 horas

Candidatos:

Ate 4 candidatos

Reposicao:

1 reposicao gratis (30 dias)

Angulo de copy:

Para vagas criticas. O gatilho e a dor imediata: vaga aberta, time parado, prejuizo real. Angulo de copy: urgencia, velocidade, solucao agora.

PERFIL DO CLIENTE IDEAL (ICP)

Use isso para configurar a segmentação dos anúncios e escrever copys que falem com a dor real de cada perfil.

Pequenas Empresas — Ate 50 func.

Sem RH interno. O proprio dono ou gestor decide tudo. A dor e contratar errado e perder tempo e dinheiro. O gatilho principal: 'Voce nao precisa de um RH — precisa de um processo.' Segmentar por: cargo de CEO, Socio, Diretor, Gerente Geral.

Medias Empresas — 50 a 500 func.

Tem RH, mas sem capacidade de hunting ativo. Volume de vagas alto, urgencia frequente. A dor e a vaga aberta travando a operacao. Gatilho: 'Seu RH ja tem muito para fazer. A gente cuida do hunting.' Segmentar por: Gerente de RH, HRBP, Diretor de RH.

Startups e Agencias — 10 a 200 func.

Time enxuto, crescimento rapido. Qualquer contratacao errada compromete o time inteiro. A dor e a falta de tempo para um processo rigoroso. Gatilho: 'Contrate certo da primeira vez.' Segmentar por: CEO, Head of People, COO.

Gerentes de Area (qualquer empresa)

Importante: o RH as vezes resiste a contratar consultoria para nao evidenciar limitacoes internas. Por isso, abordamos tambem o gerente da area contratante — ele sente a dor da vaga aberta diretamente. Segmentar por: Gerente Comercial, Gerente de Marketing, Gerente de Operacoes.

Franquias e Redes

Alto turnover, perfil de cargo padrao, demanda recorrente. A dor e a operacao parada por falta de pessoal. Gatilho: 'Reposicao rapida, sem burocracia.' Segmentar por: Gerente de Expansao, RH Corporativo, Franqueado Master.

Empresas em Expansao

Abriram novo contrato, nova unidade ou nova frente de negocio. Precisam contratar rapido e certo. A urgencia e o principal gatilho. Usar o plano Urgencia como CTA principal. Segmentar por: CEO, COO, Diretor Comercial.

SEGMENTACAO DOS ANUNCIOS

Configure assim nos gerenciadores — por canal, cargo, porte e comportamento.

Segmentacao recomendada

Cargo / Funcao:

CEO, Diretor Geral, Socio-Fundador, Gerente de RH, HRBP, Gerente da area contratante (Comercial, Marketing, Operacoes), Head of People, COO

Porte da empresa:

2 a 500 funcionarios — foco principal entre 10 e 200 (PME e startups em crescimento)

Setor / Segmento:

Agencias de marketing (prioridade 1), tecnologia, saude, varejo, educacao, servicos, franquias, imobiliario

Localizacao geografica:

Brasil — prioridade: Grande Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre

Comportamento e interesse:

Pessoas que pesquisaram: 'contratar funcionario', 'consultoria de RH', 'processo seletivo', 'recrutar', 'vaga de emprego empresa'

Exclusoes recomendadas:

Estudantes, profissionais CLT sem cargo de gestao, candidatos a emprego (evitar misturar com publico que BUSCA emprego)

Canais indicados

LinkedIn Ads

Canal principal. Permite segmentar por cargo, setor, porte da empresa e nivel de senioridade. Ideal para decisores. Use Lead Gen Forms para captar contatos diretamente. Formato: imagem ou carrossel. Orcamento: priorize aqui.

Meta Ads — Instagram e Facebook

Bom para remarketing e lookalike. Use para quem ja visitou o site ou interagiu com o LinkedIn. Formato: stories e feed com imagem. Copy mais emocional — fale da dor da vaga aberta.

Google Ads — Search

Capture quem ja esta buscando solucao. Palavras-chave: 'consultoria de RH SP', 'contratar funcionario rapido', 'empresa de recrutamento', 'como contratar funcionario'. Use extensoes de chamada.

ANGULOS DE COPY — MENSAGENS QUE CONVERTEM

Use esses angulos como base para criar copys, headlines e roteiros de video.

01 — Urgencia e Dor da Vaga Aberta

Headline: 'Sua vaga aberta esta custando caro.' Body: Cada dia com uma posicao em aberto significa perda de producao, sobrecarga do time e risco de perder clientes. A Vallore RH fecha vagas em ate 48 horas. Gatilho: urgencia. Para: CEO e gestores com vaga critica aberta.

02 — Garantia e Reducao de Risco

Headline: 'Candidato nao deu certo? A gente repoe. Sem custo.' Body: Nos planos Premium e Urgencia, garantimos reposicao gratuita em ate 30 dias. Voce nao paga duas vezes pelo mesmo problema. Gatilho: seguranca. Para: quem ja teve experiencia ruim com contratacao.

03 — Autoridade e Processo

Headline: 'Hunting ativo + entrevista conduzida + parecer tecnico. Tudo incluso.' Body: Nao entregamos curriculos — entregamos candidatos validados. SLA em contrato, processo rigoroso, resultado previsivel. Gatilho: credibilidade. Para: decisores analiticos e RH que valoriza processo.

04 — Alivio para o RH Sobrecarregado

Headline: 'Seu RH nao precisa fazer tudo.' Body: Hunting ativo consome tempo que o RH deveria usar para cultura, retencao e estrategia. A Vallore RH assume o processo seletivo — do briefing ao candidato validado. Gatilho: alivio de carga. Para: Gerentes de RH e HRBP.

05 — Grupo Vallore — Confianca Institucional

Headline: 'Parte do Grupo Vallore — solidez de quem ja provou no mercado.' Body: A Vallore RH e do mesmo grupo da Juris Vallore, referencia nacional em logistica e assistencia juridica. Voce nao esta contratando uma consultoria desconhecida. Gatilho: confianca. Para: empresas medias e grandes.

06 — CTA Direto — Baixo Atrito

Headline: 'Primeira conversa gratuita. Sem compromisso.' Body: Fale com a Vallore RH. Entenda como funciona e avalie se faz sentido para a sua empresa. Sem pressao, sem contrato por telefone. Gatilho: curiosidade e baixo atrito. Para: qualquer perfil no topo do funil.

FORMATOS E ESTRUTURA DOS ANUNCIOS

Como montar cada peça para cada canal — estrutura de copy e recomendações de formato.

LinkedIn — Imagem Única (principal)

Headline (150 car.): direto e orientado a dor ou resultado. Ex: 'Feche sua vaga em até 48h — com candidatos já validados.'

Intro (600 car.): contextualize a dor, apresente a solução e termine com CTA claro.

CTA: 'Saiba mais' ou 'Entre em contato'. Evite 'Candidatar-se' — pode confundir com vaga de emprego.

LinkedIn — Lead Gen Form

Use para captar leads diretamente na plataforma sem levar para o site. Campos sugeridos: Nome, Empresa, Cargo, Telefone, Descrição da vaga. Acompanhe o lead em até 24h — Lead Gen Forms tem taxa de conversão muito alta mas lead esfria rápido.

Meta — Feed e Stories (retargeting)

Use para quem já visitou o site ou interagiu no LinkedIn. Copy mais curta e emocional. Stories: use texto sobre imagem de fundo sólido. Feed: imagem limpa, sem muito texto (regra dos 20%). Ângulo: testemunho, urgência ou garantia.

Google — Search (captura de intenção)

Palavras-chave exatas: 'consultoria de recrutamento SP', 'empresa de RH para contratar funcionário', 'processo seletivo terceirizado'. Use extensões de chamada e localização. Texto: destaque o SLA e a garantia. Ex: 'Candidatos em 48h | Garantia de Reposição | Grupo Vallore'.

Video (YouTube e LinkedIn)

Roteiro sugerido: 0-5s hook (dor) → 5-15s apresentação da solução → 15-30s prova e diferencial → 30-45s CTA. Use depoimento real ou encenação da dor (gestor com vaga aberta, time sobrecarregado). Termine sempre com o logo Vallore RH + Grupo Vallore.

Carrossel — LinkedIn e Instagram

Use para educar o público sobre o processo. Slide 1: dor (vaga aberta). Slides 2-6: as etapas do processo Vallore RH. Slide final: CTA. Esse formato funciona muito bem para remarketing e para públicos que ainda não conhecem a marca.

COMO FUNCIONA NOSSO PROCESSO

Para os criativos: comunique que o processo é simples, rápido e totalmente gerenciado por nós.

1

Briefing e Alinhamento

O cliente descreve o perfil da vaga. Nossa equipe alinha expectativas e garante que entendemos tudo o que é necessário para encontrar o candidato certo. O SLA só começa após o briefing completo.

2

Hunting Ativo de Mercado

Nossa equipe vai ao mercado buscar candidatos — inclusive os que não estão procurando emprego. Usamos LinkedIn, banco de talentos próprio e redes especializadas para mapear os melhores perfis.

3

Triagem e Avaliação Técnica

Cada candidato é avaliado: experiência, formação, competências técnicas, comportamentais e fit com a cultura da empresa. Só os aprovados avançam para a próxima etapa.

4

Entrevista pela Valore RH

Conduzimos a primeira entrevista. O cliente só vai entrevistar candidatos já validados por nós — economizando horas de processo e reduzindo drasticamente o risco de uma contratação inadequada.

5

Apresentação dos Candidatos

Enviamos até 4 candidatos com parecer técnico de cada um. Os dados completos só são liberados após o pagamento integral — garantia de segurança para ambos os lados.

6

Decisão e Fechamento

O cliente entrevista e decide. Nossa equipe continua disponível para apoiar até o fechamento, inclusive com orientações sobre proposta salarial e primeiros passos do onboarding.

Dados completos são liberados após pagamento integral. Alteração no perfil zera o SLA e reinicia o processo do zero.

COMO TRATAR OBJECoes NOS ANUNCIOS

Antecipe as resistencias nos criativos — quem responde a objecao antes de ser perguntado converte mais.

Objecao: 'E caro' → Antecipe nos criativos

Nao fale de preco nos anuncios. Fale de custo-beneficio: 'O custo de uma vaga aberta por 60 dias supera qualquer investimento em processo seletivo.' Use dados: turnover custa 1x a 3x o salario anual do cargo. Reframe: investimento vs. risco.

Objecao: 'Ja temos RH' → Posicione como complemento

Copy: 'Seu RH cuida da estrategia. A Vallore RH cuida do hunting.' Deixe claro que nao substituímos o RH — somos um parceiro para o processo seletivo. Evite qualquer copy que possa soar como critica ao RH interno.

Objecao: 'Nao conheco a empresa' → Use o Grupo Vallore

Sempre mencione o Grupo Vallore e a Juris Vallore nos criativos. Isso ancora a credibilidade em algo que o publico pode pesquisar e confirmar. Use: 'Parte do Grupo Vallore — referencia nacional em servicos juridicos e logistica.'

Objecao: 'Ja tentei consultoria antes' → Diferencial de processo

Copy: 'Nao entregamos curriculos — entregamos candidatos validados. SLA em contrato, parecer tecnico e garantia de reposicao.' Foque nos elementos que diferenciam: processo rigoroso, compromisso contratual e garantia.

Objecao: 'Nao tenho urgencia agora' → Plante a semente

Para esse perfil, use conteudo educativo (carrossel, video explicativo) em vez de oferta direta. Objetivo: ser lembrado quando a urgencia aparecer. Copy: 'Quando a vaga abrir, voce vai querer ja nos conhecer.'

Objecao: 'Prefiro indicacao' → Construa autoridade

Use prova social sempre que possivel: depoimentos, cases e numeros. Mesmo sem mostrar clientes especificos, use dados como: 'Candidatos apresentados em ate 48h' ou 'Processo seletivo com SLA garantido em contrato.' Credibilidade gera indicacao.

ORIENTACOES PARA OS CRIATIVOS

Siga essas diretrizes em todos os anuncios, copys e criativos da Vallore RH.

NAO FAZER

- Divulgar valores dos planos nos criativos ou copys
- Usar imagens de pessoas felizes ou sorridentes sem contexto
- Prometer prazos especificos sem aprovacao da equipe
- Usar imagens genericas de aperto de mao ou pessoas sorridentes sem contexto
- Criar copys que soem como critica ao RH interno do cliente
- Usar linguagem que confunda com plataforma de vagas ou agencia de emprego
- Prometer contratacao garantida — garantimos o processo, nao a contratacao

FAZER

- Usar provas sociais e dados: 'candidatos em 48h', 'SLA em contrato'
- Reforçar o Grupo Vallore: 'solidez e credibilidade de quem já provou no mercado'
- Copys orientadas a dor: 'Vaga aberta custando caro? A gente resolve.'
- CTA claro: 'Fale com a Vallore RH' ou 'Primeira conversa gratuita'
- Destacar diferenciais: parecer tecnico, SLA contratual, garantia de reposicao
- Posicionar como complemento ao RH: 'seu RH foca em estrategia, nos no hunting'
- Usar carrossel para educar sobre o processo (funciona muito bem para retargeting)
- Testar angulos diferentes: urgencia, garantia, autoridade e alivio de dor

METRICAS E KPIS PARA ACOMPANHAR

O que medir, como interpretar e quando otimizar cada campanha.

CTR — Click-Through Rate

Meta: acima de 0,5% no LinkedIn e acima de 1% no Meta/Google. CTR baixo indica problema no criativo ou na segmentacao. Teste headlines diferentes antes de mudar o visual. No LinkedIn, CTR de 0,3% ja e razoavel para B2B.

CPL — Custo por Lead

Meta: abaixo de R\$ 80 no LinkedIn Lead Gen e abaixo de R\$ 40 no Meta. CPL alto pode indicar segmentacao ampla demais ou criativo pouco relevante. Compare CPL por modalidade anunciada e por cargo segmentado.

Taxa de Conversao de Lead

Meta: acima de 20% de leads que viram conversa qualificada. Abaixo disso, revise o formulario de captura ou o processo de follow-up. Lead qualificado = empresa com vaga aberta ou prevista nos proximos 30 dias.

ROAS — Retorno sobre Investimento

Calcule considerando o valor minimo da modalidade (R\$ 2.600). Um lead convertido em cliente ja paga o investimento em anuncios de um mes inteiro. Meta: pelo menos 1 cliente a cada R\$ 800 investidos em anuncios.

Frequencia de Exibicao

No LinkedIn, mantenha frequencia abaixo de 4 (exibicoes por pessoa). Acima disso, o anuncio começa a cansar. Renove os criativos a cada 3-4 semanas ou quando o CTR comecar a cair consistentemente.

Qualidade dos Leads

Acompanhe semanalmente com a equipe comercial: os leads estao chegando com o perfil certo? Se nao, ajuste a segmentacao — pode estar atingindo candidatos a emprego em vez de empresas contratantes.

VAMOS JUNTOS!

A Vallore RH precisa de uma equipe de trafego que entenda profundamente nossa proposta de valor e ajude nos a chegar nas pessoas certas, na hora certa.

Qualquer duvida sobre os criativos, segmentacao ou mensagem — fale com a equipe antes de publicar.

48h

SLA minimo
disponivel

4

Candidatos
por vaga

100%

Por demanda
sem mensalidade