LIVRE BLANC

L'INBOUND RECRUITING

PAR KIOSKEMPLOI ET AKTOR INTERACTIVE

Comment attirer les meilleurs talents ?

SOMMAIRE

1. Introduction

2. Inbound et Outbound Recruiting
   A. L'inbound recruiting pour attirer les talents...
   B. L'outbound recruiting pour concrétiser

3. Les Candidate Personas au coeur de votre stratégie
   A. Qu'est-ce qu'un Candidate Persona ?
   B. Comment définir votre Candidate Persona ?
   C. Comment construire votre stratégie ?

4. Les 4 étapes à suivre
   A. Attirer
   B. Convertir
   C. Recruter
   D. Fidéliser

5. Les moyens à disposition
   A. Les réseaux sociaux pour mettre en avant sa marque employeur
   B. Site carrière : la vitrine de votre entreprise
   C. Le Content marketing appliqué aux RH
   D. Le marketing au service du recrutement
   E. Les ressources internes

6. Mesurer et optimiser les résultats

7. Bilan

8. Pour aller plus loin ...

9. Les auteurs

1. INTRODUCTION

Le recrutement est en pleine mutation depuis ces dernières années. La transformation digitale, les réseaux sociaux, l'accès à une grande quantité d'informations, ont totalement changé les méthodes de recrutement. Aujourd'hui, les entreprises doivent répondre à de nouveaux challenges : guerre des talents, pénurie de profils, problème d'attractivité…

Ainsi, elles doivent sans cesse innover pour attirer les meilleurs talents. De là, est apparu l'Inbound Recruiting : cette méthode s'appuie sur des techniques rédactionnelles permettant aux entreprises de se faire connaître des candidats potentiels, en travaillant leurs contenus et en construisant une marque employeur attractive.

Ce guide a pour but de décrypter cette tendance et de vous donner des pistes pour construire une stratégie d'Inbound Recruiting efficace. Pour cela, une multitude d'outils sont à votre disposition : site carrière, réseaux sociaux, blogs, vidéos…

Aktor Interactive, agence spécialisée en e-recrutement et **Kioskemploi**, éditeur de logiciels de recrutement vous font part de leur expérience sur ce sujet et vous donnent leurs conseils pour construire votre stratégie de contenus RH.

2. INBOUND & OUTBOUND RECRUITING

A. L'Inbound Recruiting pour attirer les talents

L'Inbound Recruiting découle directement de l'Inbound Marketing, qui s'est développé ces dernières années.

En marketing, le principe est le suivant : offrir du contenu sous diverses formes pour susciter l'intérêt des potentiels consommateurs et à terme, les convertir en clients. En délivrant du contenu utile en fonction de l'intérêt de sa cible, l'entreprise fait venir naturellement les futurs clients à elle.

Il en va de même pour la recherche d'emploi. Les candidats ont accès de nos jours via le web, à une multitude d'informations sur les entreprises, qui vont jouer sur l'attractivité. Le rapport de force a changé et les candidats sont beaucoup plus sélectifs et exigeants. Les entreprises doivent se montrer créatives pour sortir du lot et attirer les talents potentiels. C'est de cette nouvelle approche du marché du travail qu'est née « l'Inbound Recruiting ».

L'Inbound Recruiting en quelques mots :

Il s'agit de la création de contenus autour d'une entreprise, de ses valeurs, de son ADN. C'est ce qu'on appelle la marque employeur. La mise en avant de cette marque employeur va alors susciter l'intérêt des potentiels talents et les attirer de façon subtile.

Vous ne savez pas par où commencer ? Notre agence conseil en e-recrutement, Aktor Interactive peut vous accompagner afin de mettre en place une stratégie Inbound & Outbound efficace et adaptée à vos besoins.

B. L'Outbound Recruiting pour concrétiser

Par définition, l'Inbound Recruiting se démarque de l'Outbound Recruiting. L'outbound se base sur les méthodes de marketing traditionnelles qui visent à aller chercher le candidat directement pour l'amener à postuler. A l'inverse, le principe de l'Inbound est d'attirer le talent à vous.

Ce sont deux méthodes qui s'opposent mais qui sont complémentaires. En effet, l'inbound va vous permettre d'attirer et l'outbound de conclure. L'inbound vous permet d'entamer la conversation avec votre cible de manière non intrusive. L'outbound vous permettra de déclencher la candidature.

Ainsi, vous ne devez pas délaisser les méthodes de recrutement traditionnelles (diffusion sur les jobboards, annonces sponsorisées sur les réseaux sociaux, sourcing…). Il est indispensable de mettre en place une véritable stratégie de diffusion afin de faire connaitre vos opportunités auprès de votre cible.

En résumé :

L'Inbound vous permet de diffuser une image attractive de votre entreprise mais à lui seul, il ne suffit pas à faire connaitre vos opportunités et concrétiser les candidatures. Le tout est de trouver le bon équilibre entre l'utilisation de l'Inbound et l'Outbound Recruting et de mettre en place une véritable stratégie cohérente par rapport à votre cible, qu'il vous convient bien sûr de définir en amont.

Gestmax+

Un logiciel de recrutement tel que GestMax vous permettra de diffuser vos annonces en quelques clics grâce à l'outil de multidiffusion intégré Robopost et de gagner un temps considérable.
Notre agence conseil Aktor Interactive peut également vous accompagner dans le choix des médias les plus pertinents.

3. LES CANDIDATES PERSONAS AU COEUR DE VOTRE STRATEGIE

A. Qu'est-ce qu'un Candidate Persona ?

Les candidats se comportent de plus en plus comme des « consommateurs », ils comparent les entreprises avant de faire leur choix pour postuler. Ainsi, afin de mieux comprendre et cerner votre cible, il faut commencer par définir le portrait robot de votre futur employé. C'est ce qu'on appelle le « Candidate persona », inspiré du concept marketing « Buyer persona ».

Candidate Persona : Définition

C'est la représentation de votre candidat idéal basé sur des critères professionnels, socio-démographiques et personnels mais également sur l'analyse de ses objectifs, de ses freins, de ses aspirations… Pour attirer les talents, vous devez avant tout connaître leurs méthodes de recherche et leurs sources d'informations.

3. LES CANDIDATES PERSONAS AU COEUR DE VOTRE STRATEGIE

B. Comment définir votre Candidate Persona ?

Pour définir, votre candidate persona vous devez commencer par établir toutes les caractéristiques concernant le profil idéal du candidat.

Comment trouver ces informations ?

Il existe de nombreuses sources telles que les réseaux sociaux professionnels. Vous pouvez ainsi analyser le comportement de votre « candidat cible » sur Linkedin, voir quel type de contenu il partage, à quels groupes il appartient, son activité etc.

Mais le meilleur moyen pour définir un portrait le plus complet possible est de recueillir des feedbacks. Les Candidate Personas doivent être basés sur de solides recherches, par exemple en utilisant des sondages ou en réalisant des entretiens en face à face. Ces recherches peuvent inclure une analyse des employés actuels et des candidats avec qui vous avez été en contact, ainsi que tous ceux qui correspondent à vos idéaux pour votre Candidate Persona. L'objectif est d'être le plus précis possible afin d'orienter au mieux votre stratégie.

3. LES CANDIDATES PERSONAS AU COEUR DE VOTRE STRATEGIE

Afin de mieux comprendre les attentes des candidats, Aktor Interactive a créé Jobpanel, un observatoire des évolutions digitales en matière de recrutement. Nous reccueillons l'avis des internautes sur leur expérience candidat, ce qui permet d'établir des profils précis et de mettre en évidence leurs attentes, leurs freins, leurs objectifs... Cela permet aux entreprises de savoir ce qui marche et d'adapter leurs propres sites et processus de recrutement en fonction de cela.

Exemple de candidate persona

Mélanie - marketing digital

Age : 28 ans

Localisation : région parisienne

Background

Master en marketing, avec une spécialisation digitale
1 année d'études à l'étranger dans un pays anglo-saxon

Objectifs

Évoluer vers un poste à responsabilité
Travailler dans un environnement international

Experience

4 ans d'expérience en marketing digital dans un contexte international

Freins

Processus de recrutement longs
Besoin de nouveaux challenges pour s'épanouir

Compétences

Content marketing
SEO / SEM
Social Média
Anglais courant

Centres d'intérêt

Très active sur les réseaux sociaux (Linkedin, Facebook et Twitter)
Possède un blog personnel
Fait partie de groupes Linkedin sur le marketing digital

3. LES CANDIDATES PERSONAS AU COEUR DE VOTRE STRATEGIE

C. Comment établir votre stratégie ?

Une fois que vous aurez établi votre candidate persona, vous pourrez définir votre stratégie de communication adaptée à ses aspirations et produire du contenu qui intéressera votre cible.

Vous pourrez également choisir les bons canaux de communication pour diffuser vos informations (site carrière, blog, page Linkedin, Twitter, Youtube…).

Etablir votre Candidate Persona vous permet également de choisir les jobboards et réseaux sociaux les plus adaptés à votre cible. Posez-vous les questions suivantes : fréquente-t-il des jobboards spécialisés ou généralistes, est-il présent sur les réseaux sociaux ? Lesquels ?

Notre conseil

Listez les mots clés, thématiques et problématiques de votre Candidate Persona. Cette analyse vous permettra d'orienter votre contenu en fonction de ses préoccupations.

Votre Candidate Persona sera également une bonne base pour rédiger votre offre d'emploi. Vous pourrez ainsi mettre en avant un profil type, mais également développer les atouts de votre entreprise, et du poste pour faire écho à ses motivations et réduire ses freins.

Notre agence conseil Aktor Interactive peut vous accompagner dans la réflexion à mener sur vos Candidate Persona et vous aider à mettre en place une stratégie de communication adaptée à votre cible.

Le logiciel de recrutement Gestmax vous permet de créer des annonces types, en fonction des profils de poste. Vous gagnez ainsi un temps précieux lors de la phase rédactionnelle de vos offres d'emploi.

4. LES 4 ETAPES A SUIVRE

Avec une stratégie d'inbound recruiting, l'objectif est de créer un vivier de talents en suscitant l'intérêt des candidats potentiels, dont les motivations ont été définies lors de la réflexion sur vos « candidate persona ».

Inspirée de l'Inbound Marketing, votre stratégie Inbound Recruiting s'articule en 4 étapes :

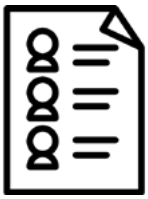
4. LES 4 ETAPES A SUIVRE

A ATTIRER

Pour attirer les candidats, de multiples canaux sont à disposition des entreprises. La tenue d'un blog expert, un site carrière attractif, la présence active sur les réseaux sociaux sont d'excellents leviers pour faire valoir sa marque employeur et attirer les talents.

De nombreux outils sont à disposition des recruteurs pour diffuser une image d'entreprise ou il fait bon travailler et évoluer : vidéo, participation à des conférences, job dating … A vous d'être innovant et créatif pour séduire les talents !

B CONVERTIR



La deuxième étape va être de transformer un potentiel visiteur en candidat. Avoir un site carrière optimisé avec un formulaire de candidature simple, vous permettra plus facilement de convertir vos visiteurs en possibles collaborateurs.

Vous pouvez également mettre à disposition du contenu gratuit qui vous permettra de récupérer des « leads », tels que des e-book métier par exemple, ou des livres blancs.

L'email sera alors un canal privilégié pour communiquer avec vos candidats potentiels une fois que vous aurez obtenu leurs adresses. Vous pourrez alors leur envoyer des communications ciblées sur vos activités pour les inspirer et maintenir leur intérêt pour votre société. C'est ce qu'on appelle le « lead nurturing ».

4. LES 4 ETAPES A SUIVRE

C RECRUTER

Cette étape est très importante car elle va permettre de concrétiser la collaboration. Une fois les candidatures reçues, vous devez procéder à l'analyse des CV, recevoir les candidats intéressants, établir un scoring. Un logiciel de recrutement tel que Gestmax vous aidera à gérer ce processus et votre workflow candidat.

Durant cette étape, vous devez créer une relation de confiance avec les candidats. Pour cela, il faut être réactif et ne pas hésiter à envoyer des messages de réassurance. Il est important de bien le tenir au courant de l'évolution de sa candidature.

Gestmax

Notre logiciel Gestmax vous permet notamment de faciliter cette communication candidats grâce à l'envoi d'e-mail automatiques personnalisés définis par vos soins en fonction des étapes du workflow. La technologie est un moyen essentiel de votre stratégie car elle va vous permettre d'automatiser des process, tracer les échanges, suivre des indicateurs.

D FIDELISER

Une fois l'embauche conclue, la dernière étape va être de fidéliser votre collaborateur afin qu'il devienne un ambassadeur de votre entreprise. Il est primordial de lui apporter de la reconnaissance et de l'impliquer dans l'entreprise dès son arrivée (parcours d'intégration, point régulier avec le manager, guide de bienvenue…).

N'hésitez pas à impliquer vos collaborateurs dans votre communication RH à travers des témoignages, une mise en avant sur les réseaux sociaux etc… Vous pouvez également encourager vos collaborateurs à partager certains postes à son réseau. La cooptation reste à ce jour un des moyens les plus efficaces pour recruter les meilleurs talents.

5. LES MOYENS A DISPOSITION

Dans la première partie, nous avons ainsi vu comment définir le portrait robot de son candidat idéal puis nous vous avons présenté les 4 étapes à suivre pour susciter son intérêt. Nous allons à présent rentrer plus en profondeur dans la mise en place de votre stratégie de communication RH.

En effet, pour attirer les candidats, de multiples canaux sont à disposition des entreprises. La tenue d'un blog expert, un site carrière attractif, la présence active sur les réseaux sociaux sont d'excellents leviers pour faire valoir sa marque employeur et attirer les talents.

5. LES MOYENS A DISPOSITION

A. Les réseaux sociaux au service de la marque employeur

Le recrutement sur les réseaux sociaux et professionnels est devenu une pratique courante pour la plupart des entreprises.

Selon une étude de l'APEC de 2016, 91 % des recruteurs sont actifs sur ces réseaux. Ils sont devenus de véritables outils de sourcing dans la mesure où ils représentent une ressource très importante de profils de tous secteurs d'activités et toutes compétences confondues.

De plus, ils permettent la mise en avant de la marque employeur. En effet, être présent sur les réseaux est un excellent moyen de développer l'attractivité d'une entreprise.

Experte en Community Management RH, l'agence Aktor Interactive vous accompagne dans l'animation de vos réseaux sociaux.

Mise en avant de la marque employeur, diffusion de vos opportunités, animation de votre communauté, création de pages carrières... Nous vous accompagnons tout au long de votre stratégie Social Media RH.

Nous avons notamment animé et développé les réseaux sociaux de MBDA, leader européen dans la conception et systèmes de missiles.

5. LES MOYENS A DISPOSITION

LE SOCIAL MEDIA

au service de la marque employeur

Spécificités :
300 millions d'inscrits
Basé sur les contenus courts (280 caractères)

Conseils
Twitter régulièrement (3x par jour mini.)
Diffuser les offres d'emploi via les #
Sourcer via l'outil de recherche avancé

Spécificités :
1,8 milliards d'inscrits
Lancement Facebook Jobs en 2018

Conseils
Soigner sa page carrière
Veiller à sa réputation
Réaliser un ciblage très précis

Spécificités :
1 milliard d'utilisateurs
Réseau basé sur l'image

Conseils
Utiliser le storytelling visuel
Soyez créatifs !
S'appuyer sur les #

Spécificités :
500 millions de membres
Réseau professionnel international

Conseils
Soigner sa page entreprise
Réaliser un ciblage très précis
Développer son réseau

Spécificités :
191 millions d'utilisateurs
Basé sur le contenu éphémère

Conseils
Cibler les générations Y et Z
Soyez créatifs et modernes !

5. LES MOYENS A DISPOSITION

B. Site carrière : la vitrine de l'entreprise

L'espace carrière est la vitrine de la société et doit attirer les meilleurs talents. Une page moderne, claire et fluide est fondamentale.

Notre agence conseil Aktor Interactive a récemment mené une étude internationale sur les sites carrières de grandes entreprises.

Notre démarche

50 entreprises ont été sélectionnées en se basant sur leur statut de « meilleur employeur de l'année » et leur renommée.

L'objectif de l'étude était d'analyser les différents sites carrières de ces grandes entreprises connues et reconnues. Nous souhaitions déterminer et mettre en valeur les clés du succès d'un bon parcours candidats et les faux pas à ne pas faire.

Les entreprises testées sont : Danone, Décathlon, Total, Bouygues, St Gobin, BNP, Carrefour, Google, BCG, Nike, Salesforces, Starbucks, Facebook, Coca-Cola, Amazon, Walmart, Bestbuy, Lidl, Edeka, Bayer, Daimler, SAP, Sensirion AG, Swiss Life, Swatch, Schindler, Adecco, Lindt, Coop, DKSH, Samsung, Toyota, HSBC, Harrods, O2, EasyJet, Fiat, Benetton, Delonghi, Ferrero, Galbani, Vespa, Zara, Festina, Freixenet, Seat, Bueling, CAF et Santander.

Découvrir les résultats complets de l'enquete

5. LES MOYENS A DISPOSITION

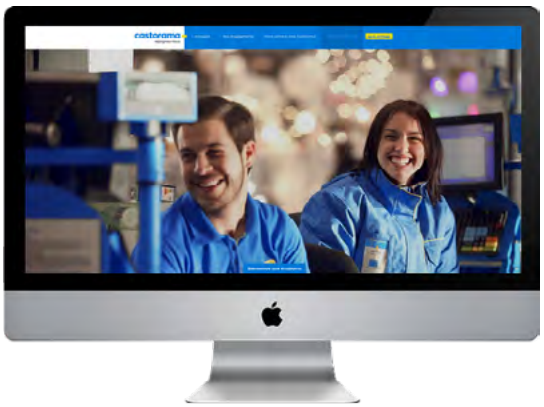
5. LES MOYENS A DISPOSITION

Quelques-unes de nos réalisations de sites carrière :

Nous avons entièrement réalisé le site carrière de Maisons du Monde en version multilingue.
Le développement a été effectué avec goût et respecte la charte initiale voulue par l'entreprise. Maisons du Monde RH présente ainsi toute sa panoplie de nouveautés en photos.

Voir le site

Le site RH «Castorama et moi» affiche un positionnement résolument jeune. L'accent est mis sur les opportunités offertes aux étudiants et aux jeunes diplômés à travers un contenu ciblé et un webdesign dynamique.



Voir le site

Un nouveau site emploi sur un ton volontairement décalé et faisant la part belle aux vidéos notamment sur la page d'accueil qui s'ouvre sur 3 scénettes vidéos sonorisées illustrant avec humour l'implication des collaborateurs Kiloutou.
Une véritable chaine TV métiers permet de découvrir à travers un témoignage collaborateur vidéo l'ensemble des métiers présents chez Kiloutou.

Voir le site

5. LES MOYENS A DISPOSITION

C. Le Content Marketing appliqué aux RH

Pour attirer l'attention des potentiels talents, il faut construire une stratégie de contenus axée sur leurs centres d'intérêts, en se basant sur les Candidate Persona préalablement définis.
De nombreux supports sont à votre disposition pour créer ce contenu. En voici quelques-uns :

Les fiches métiers

Afin de faire découvrir les métiers à pourvoir au sein de votre entreprise, il peut être intéressant de créer une fiche métier que vous pouvez mettre à disposition sur votre site carrière, mais également diffuser sur votre blog et vos réseaux sociaux.

Sur les fiches métiers, vous pouvez par exemple présenter les missions, la journée type, les conditions de travail de vos collaborateurs etc.

Le blog

Ce type de support est idéal pour développer votre contenu, moderniser votre image et dynamiser vos campagnes de recrutement. Il joue également un rôle majeur dans votre référencement naturel. En termes de contenus, vous pouvez partir sur un blog d'actualités, un blog de fond, un blog sur la culture d'entreprise ou encore mixer les 3 !

Le livre blanc

Un livre blanc est un guide pratique généralement proposé sous format digital, consacré à un produit, une problématique. Il montre votre expertise sur un sujet lié à votre activité. Il est souvent proposé en téléchargement gratuit en échange des coordonnées de la personne.
Le livre blanc a pour principal but de générer des leads commerciaux mais il peut également être téléchargé par de potentiels talents intéressés par les sujets que vous abordez.

Le format vidéo

Rien de tel que l'image pour mettre en avant votre entreprise et attirer l'attention ! En effet, la vidéo est devenue le format préféré des internautes ces dernières années. En effet, c'est un moyen facile de consommer de l'information. Pour preuve, 78 % des internautes regardent des vidéos sur le web chaque semaine et 55 % en regardent tous les jours selon www.e-marketing.fr.
Voici quelques exemples de contenus RH qui peuvent être développés par la vidéo :

- Portraits vidéo de vos collaborateurs pour présenter les métiers
- Retour sur vos événements
- Les coulisses de la fabrication d'un produit
- Vidéo expert sur des sujets liés à votre activité

Bien entendu, d'autres supports existent pour développer vos contenus (podcast, infographie, vidéo live…). Avec le digital, les possibilités ne manquent pas pour diffuser un message et mettre en avant sa marque employeur. A vous de surprendre votre communauté en variant un maximum les formats !

5. LES MOYENS A DISPOSITION

D. Le Marketing au service du recrutement

LE TALENT NURTURING

Une fois les « leads » recueillis grâce à votre contenu, il va falloir les « travailler » et les faire « murir » pour aboutir à une concrétisation. En marketing, c'est ce qu'on appelle une stratégie de « Lead Nurturing ». Dans le cadre du recrutement, on peut parler de **« Talent Nurturing ».**

L'objectif est d'attirer le candidat et de le faire adhérer à sa marque employeur via des contenus de qualité ciblés. Ce contenu doit les aider à avancer dans leur réflexion et leur maturité puis à postuler.

Comment animer votre vivier de candidats ?

Il est important de ne pas négliger les nombreux profils ayant démontré un intérêt pour votre entreprise en candidatant via une offre ou une candidature spontanée. S'ils ne correspondent pas à un poste donné, ils peuvent convenir à un besoin futur. Ainsi, constituer un vivier de candidats, le mettre à jour régulièrement et l'animer est primordial.

Gestmax+ vous permet de centraliser toutes les candidatures que vous souhaitez conserver. Vous disposez alors d'une véritable Cvthèque personnalisée permettant de retrouver une candidature parmi plusieurs dizaines de milliers grâce à un moteur de recherche particulièrement puissant.

Il existe plusieurs possibilités pour animer ce vivier :

L'e-mailing : vous pouvez faire connaitre vos opportunités, les événements liés à votre entreprise en ciblant des profils spécifiques

Le SMS : le logiciel vous permet d'envoyer des SMS aux candidats. N'hésitez pas à l'utiliser pour communiquer vos opportunités, le taux de lecture du SMS étant largement supérieur à l'e-mail.

Le courrier : vous pouvez également communiquer vos informations par courrier, faire parvenir des plaquettes informatives orientées « carrière »

Le phoning : l'échange téléphonique est également un moyen d'entretenir le contact, mettre à jour votre vivier de candidat, échanger sur vos opportunités de vive voix.

Gestmax+ vous permet d'animer votre vivier au quotidien en facilitant la communication avec vos potentiels candidats. Via le logiciel, vous avez la possibilité d'envoyer des communications ciblées ou de masse par mail, SMS ou encore générer des courriers. Tous vos échanges seront alors tracés et centralisés dans le système !

5. LES MOYENS A DISPOSITION

Etude de cas

Objectif : Constitution d'un vivier – animation

Client : Société industrielle du secteur bio-médical

Problématique : attirer les talents dans un environnement « pénurique » et fortement concurentiel pour soutenir la croissance de l'activité

Les équipes d'Aktor Interactive (webdesigner, consultant engagement) ont conçu un dispositif complet et pérenne pour permettre la constitution d'un vivier de talents :

+ Conception d'un site dedié
+ Mapping talents
+ Animation CRM régulier
+ Community Management avec partage de content - contenu métier pertinent
+ Engagement conversationnel avec les candidats via les réseaux sociaux et la qualification téléphonique

L'activation des compétences lors de l'émergence des besoins permet la réduction du time to market et des coûts en comparaison à l'activation d'une mission avec un cabinet de recrutement. Cela induit une visibilité en temps réel des compétences et la connaissance active des candidats et de l'employeur.

Je souhaite plus d'informations

5. LES MOYENS A DISPOSITION

E. S'appuyer sur les ressources internes

Vos collaborateurs sont les meilleurs ambassadeurs de votre entreprise et chacun de vos employés peut être un recruteur potentiel. Ainsi il est important de savoir s'appuyer sur ces ressources pour vos recrutements.

Gardez à l'esprit que vos employés eux aussi participent aux réseaux sociaux, postent des articles de blog, laissent des messages sur des forums. Ainsi, il convient de tout faire pour les inclure dans votre stratégie car leurs contributions pourront être bénéfiques pour votre entreprise.
Ainsi, n'hésitez pas à les encourager à parler de vous, à diffuser vos offres sur les réseaux, à partager vos actualités…

FAVORISER LA COOPTATION

La cooptation est un mode de recrutement qui consiste à recommander une personne pour un poste donné dans une entreprise. Peu coûteuse, mobilisatrice et favorisant l'engagement des salariés, la cooptation est un des modes de recrutement les plus efficaces.

Elle présente de nombreux avantages :

- Disposer d'un profil candidat pertinent pour le poste
- Sourcer des profils en pénurie / rares
- Rapidité du processus de recrutement
- Le Coût
- Loyauté et connaissance du candidat sur l'entreprise

6. MESURER ET OPTIMISER LES RESULTATS

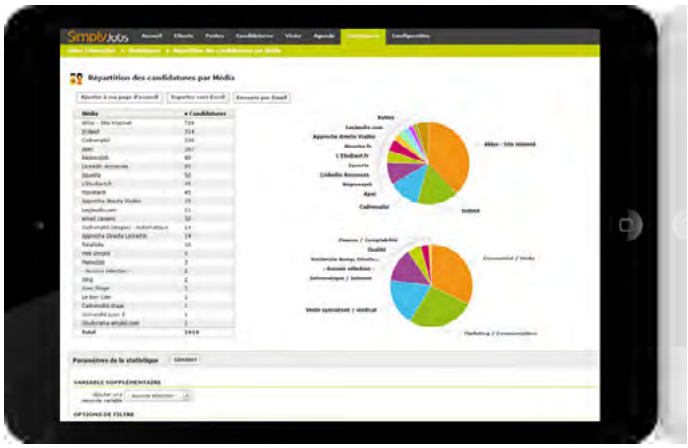
La mise en place d'une stratégie d'Inbound Recruiting doit être suivie d'une analyse approfondie des résultats afin d'ajuster vos méthodes.

Suite à la mise en place de vos actions, il faudra donc analyser les résultats obtenus. Pour cela, plusieurs indicateurs :

KPI

- Evolution de la fréquentation de votre site carrière
- Nombre de nouvelles candidatures ? En combien de temps et à quel coût ?
- Nombre de candidatures spontanées générées sur une période donnée ?
- Source des candidatures

Gestmax+ dispose d'un module Statistiques. Notre requêteur vous permettra de faire vos propres statistiques sur mesure. En fonction de vos résultats, il vous faudra adapter les contenus, les canaux de communication, les approches etc…



En complément, vous pouvez utiliser des plateformes telles que Hubspot. Cet outil vous permet de publier des posts sur les réseaux, des articles de blogs et d'optimiser vos contenus grâce au SEO. Il vous permettra également de mesurer vos résultats et mettre en avant les canaux de diffusion les plus efficaces.

7. LE BILAN

Dans ce contexte de guerre des talents, les entreprises doivent plus que jamais se différencier et capitaliser sur leur marque employeur pour attirer les meilleurs candidats. En comprenant les besoins du poste et le type de candidat que vous recherchez, vous pourrez mettre en place une stratégie d'Inbound Recruiting efficace.

En créant un contenu qualitatif autour de votre marque employeur et en instaurant une expérience candidat remarquable, votre entreprise pourra susciter l'intérêt des candidats potentiels, qu'ils soient passifs ou en recherche active.

Pour attirer les meilleurs talents, votre contenu doit montrer un environnement attractif et épanouissant avec des valeurs positives. Une multitude de supports est aujourd'hui à votre disposition pour faire rayonner votre marque employeur, ainsi il ne faut pas hésiter à varier les supports et surprendre les candidats !

Avec une stratégie d'Inbound Recruiting, vous permettez aux candidats de découvrir votre entreprise, et de voir s'ils matchent avec votre univers. Ainsi, ce sont les talents qui viendront à vous naturellement !

NOS EXPERTS VOUS ACCOMPAGNENT

Convaincu par l'Inbound Recruiting ?
Prenez contact avec nos experts pour échanger avec eux sur votre stratégie !

Je souhaite plus d'informations

Vous souhaitez savoir en quoi notre logiciel GestMax peut vous aider dans vos recrutements ?

Je demande une démonstration

Pour aller plus loin...

Ce livre blanc a été réalisé par l'agence conseil RH Aktor Interactive et l'éditeur de logiciels de recrutement, Kioskemploi. Ces deux sociétés font partie du groupe Aktor spécialisé dans le conseil en stratégie RH depuis plus de 20 ans.

Agence conseil en communication RH depuis 1999, Aktor Interactive développe son expertise autour des problématiques liées à l'image employeur et à l'acquisition de talents en France et dans le monde.

Nos métiers :
- Conception de dispositifs innovants d'attraction de talents
- Réalisation de missions de sourcing internationales
- Optimisation des achats médias de recrutement

Expertises :
- Marketing et marque employeur
- Publicité de recrutement (jobboards, agrégateurs, adwords, display, affichage, presse, radio, télévision…)

www.aktor.fr

KIOSKEMPLOI, créé en 1999, est un éditeur de solutions logicielles spécialisées en recrutement parmi les plus pointues du marché. La société implantée à Lyon compte aujourd'hui une centaine de clients dans des domaines d'activités très différents (Collectivités locales, départementales, nationales, européennes, Grande Distribution, Informatique, Aviation, Assurance...).

Aujourd'hui, nous proposons des solutions e-recrutement 100% Web, GestMax et SimplyJobs, totalement configurables permettant de respecter l'intégralité des process de recrutement de nos clients.

www.kioskemploi.fr

Les auteurs

Géraldine JOURDAN - Chargée de communication et marketing chez Kioskemploi

Passionnée par le digital et les nouvelles technologies, Géraldine a intégré le groupe Aktor en janvier 2017 et gère la communication et le marketing chez Kioskemploi. Elle publie régulièrement des articles sur le Digital Recrutement sur les blogs du groupe.

Retrouvez-la sur

Servan CAZENAVE - Directeur de l'agence Aktor Interactive

Servan CAZENAVE est directeur de l'agence Aktor Interactive depuis 2014. Evoluant dans le secteur du conseil en recrutement depuis une dizaine d'années, il a contribué à la rédaction de ce livre blanc en apportant son expérience et son regard expert sur le Digital RH.

Retrouvez-le sur

Nos références