



Les essentiels  
de LinkedIn

Le guide du recruteur moderne

**LinkedIn**<sup>TM</sup>



### Stacy Donovan Zapar

Specialiste expérience candidat & Engagement

#### Zappos family of companies

Le recruteur moderne agit de manière ciblée, construit des relations professionnelles et sait non seulement comment trouver les candidats, mais aussi la façon d'obtenir des réponses.



### Matt Charney

Responsable éditorial

#### RecruitingBlogs.com

« Pour moi, un recruteur moderne est un généraliste des affaires et non un spécialiste dans sa fonction. Il ne s'agit plus de trouver des candidats à un poste, mais de trouver les talents répondant aux objectifs stratégiques de l'entreprise afin de s'assurer que l'employeur recrute et retienne les talents nécessaires pour rester compétitif, aujourd'hui comme demain. Être un recruteur moderne ne signifie pas uniquement pourvoir des postes ou développer un vivier, mais aussi mixer les bonnes pratiques commerciales, marketing, technologiques et en gestion du capital humain pour s'assurer de servir au mieux les besoins des candidats et des clients tout en maximisant le retour sur investissement et les résultats de l'entreprise. »



### Steve Levy

Consultant en recrutement, talents et médias sociaux  
Social Media

#### outside-the-box Consulting

« Qu'est-ce qu'un recruteur moderne ? Quelqu'un qui est : 1) honnête, 2) expert, 3) constant, 4) humble, 5) utile et 6) agréable. Évidemment ces qualités sont également valides dans un ordre différent. Trop de gens qui se prétendent recruteurs n'ont pas de fierté pour ce qu'ils font, ne poursuivent pas leur apprentissage, croient qu'ils sont dotés d'une perception extrasensorielle pour déchiffrer le langage corporel d'une personne pendant un entretien ou lire entre les lignes d'un CV, mais sont hésitants lorsqu'on leur demande comment ils font leur travail. Ils sont arrivés dans la profession parce qu'il est facile d'y entrer. Le véritable recruteur professionnel moderne (peu importe où il exerce sa fonction) ne croit pas qu'il a trouvé le recrutement, mais que c'est le recrutement qui l'a trouvé et se sent personnellement responsable de l'intendance de la profession. L'excellence en premier, la paye en second. »



### Jessica Miller-Merrell

Fondatrice et directrice de la recherche

#### Workology

« Le recruteur moderne doit savoir s'adapter et se montrer créatif, trouver de nouvelles façons d'identifier les meilleurs talents avant que la concurrence ne mette la main dessus. Certains des meilleurs recruteurs sont des pirates informatiques et des chercheurs qui poussent les frontières de la recherche et du futur du recrutement. »



### Josh Bersin

Fondateur

[Bersin by Deloitte](#)

« La course à l'armement en matière de recrutement s'est accélérée, et attirer les meilleurs talents reste l'un des rôles principaux des RH. De nos jours, un recruteur se doit d'être à la fois un marketeur, un vendeur, un coach professionnel et un psychologue. Grâce à des outils tels que LinkedIn, les équipes de recrutement peuvent développer des campagnes, gérer leur marque, trouver des candidats et des recommandations comme jamais auparavant. Cependant, fondamentalement les recruteurs doivent connaître leur propre entreprise, travailler avec les managers qui recrutent et vraiment savoir comment évaluer les gens. S'ils sont capables de rassembler toutes ces qualités, ils peuvent briller au sein de leur entreprise. »



### Jennifer McClure

Présidente et directrice stratégique talents  
[Strategie Talent](#)

[Unbridled Talent, LLC](#)

« Les recruteurs modernes sont des experts de l'identification de talents, savent établir des relations et créer des connexions avec les candidats existants et potentiels. Ils utilisent tous les outils disponibles, y compris le networking, le téléphone, les médias sociaux et le mobile. Trouver des talents n'est que la première étape. Les recruteurs modernes donnent vie à la marque employeur à travers l'expérience des candidats et les interactions avec eux. »



### Andy Headworth

Directeur général et stratège en recrutement social  
[Social Recruiting](#)

[Sirona Consulting Ltd](#)

« Dans un monde aujourd'hui saturé d'informations où les outils et réseaux sociaux ont facilité l'identification des gens, un recruteur moderne a besoin de deux compétences majeures. La première est de savoir assimiler rapidement des informations de sources multiples, de les placer dans leur contexte et d'en établir la pertinence. La deuxième, et la plus importante est d'être capable de communiquer de façon efficace, à la fois avec les clients et les candidats potentiels, à travers TOUS les canaux disponibles, surtout le téléphone. »



### Brendan Browne

Directeur de l'acquisition de talents mondiale

[LinkedIn](#)

« L'agence de recrutement qui trouve comment extraire la valeur des données humaines en ligne puis rendre opérationnel ce procédé en développant un modèle d'équipe de recrutement définira le futur de l'acquisition de talents. Le recruteur moderne dans ce nouveau monde doit tout d'abord être un homme d'affaires qui possède les capacités, le sérieux et l'intellect nécessaires pour influencer et conseiller les managers qui recrutent et les leaders à tous les échelons avec des données concrètes à chaque étape. »

# Indice

Pressé par le temps ? Accédez directement à la [check-list page 54](#) pour les principales recommandations.

05 À qui s'adresse ce manuel

06 Le recrutement évolue, et vous ?

09 Tout commence par votre histoire : comment faire ressortir votre profil et votre page Entreprise

22 Le sourcing en 5 étapes pour les recruteurs modernes

36 Au-delà de la méthode «publier et attendre » : l'art et la science des annonces réussies

44 Canaliser le marketeur qui est en vous : promouvoir votre marque employeur sur LinkedIn

57 Les outils LinkedIn en bref : un récapitulatif des solutions gratuites et Premium

58 Les problèmes courants du recrutement et comment les résoudre

59 Éminences du recrutement

60 Ressources supplémentaires

# À qui s'adresse ce manuel

Toute personne passionnée par le recrutement des meilleurs talents trouvera ce manuel utile. Cependant, nous l'avons écrit principalement pour les professionnels de l'acquisition de talents qui :

- 01 Travaillent dans des entreprises de plus de 500 employés
- 02 Recherchent ou communiquent fréquemment avec des candidats au début du processus
- 03 Sont responsables de la promotion de la marque employeur de leur entreprise

Vous recrutez pour une petite ou moyenne entreprise ? [Consultez notre Recrutement pour les petites entreprises : les essentiels de LinkedIn.](#)

Vous n'êtes pas directement chargé du recrutement ? Si vous êtes le responsable d'une équipe d'acquisition de talents, vous pouvez transmettre ce manuel à votre équipe, et/ou vous rendre directement à la [check-list page 54 pour les recommandations principales.](#)

 **Note spéciale pour les clients LinkedIn Recruiter**  
★ Indique un conseil pour utiliser LinkedIn Recruiter

# Le recrutement évolue, et vous ?

Le recrutement a plus évolué ces 10 dernières années que pendant les 40 précédentes. Les recruteurs qui comptaient sur leur carnet d'adresses et sur les appels de démarchage communiquent désormais avec les candidats qualifiés quelques minutes après les avoir trouvés en ligne.

Les meilleurs recruteurs, ceux qui deviennent des conseillers de confiance au sein de leur entreprise et prennent part aux décisions de l'entreprise, sont ceux qui adhèrent à ces nouveaux principes du recrutement moderne et les font évoluer.

En quoi consiste le recrutement moderne ? Le recrutement moderne est autant un art qu'une science. Les recruteurs modernes ont à la fois un pouvoir de persuasion hors pair pour attirer même les candidats les plus passifs, et disposent de données pour justifier la stratégie de recrutement de leur entreprise.

# Qu'est-ce qu'un recruteur moderne ?

## Entremetteur

Tout comme les entremetteurs qui arrangent une rencontre entre deux personnes, les recruteurs modernes ont un instinct inné pour les connexions entre les équipes et les candidats : ils savent comment utiliser leur réseau, naviguer à travers les compétences, les personnalités des managers qui recrutent et les cultures pour réaliser un mariage parfait.

## Marketeur

Ils pensent aux postes comme les marketeurs pensent aux produits. Ils savent comment raconter la bonne histoire à la bonne audience, que ce soit sur leur profil personnel ou à travers la promotion de la marque employeur

## Commercial

Ils sont experts en création de viviers, entretien des relations avec les prospects et pour conclure le marché. Ils possèdent les compétences sociales et les capacités de négociation nécessaires pour que les deux parties sortent gagnantes.

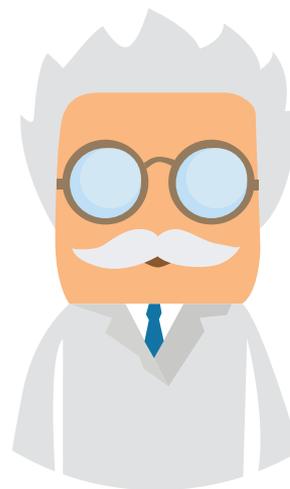
## Conseiller en gestion de talents

Ce sont des conseillers de confiance pour leur entreprise, quel que soit leur titre. Ils informent les dirigeants des tendances majeures en matière de talents et prennent part aux décisions importantes.

## ART



## SCIENCE



## Fan de données

Les recruteurs modernes aiment ce dicton : « On ne peut améliorer que ce que l'on peut mesurer ». Ils connaissent les chiffres, et les données ne les aident pas seulement à prendre les bonnes décisions, mais également à gagner la confiance des autres au sein de leur entreprise.

## Chercheur

Les recruteurs modernes n'avancent pas à l'aveuglette. Ils effectuent fréquemment des recherches sur les viviers de candidats, les tendances de recrutement et des compétences, et se renseignent sur la concurrence.

## Technologiste

Les recruteurs modernes connaissent et adorent les innovations qui sont apparues ces dernières années en matière de recrutement. Ils savent quels outils fonctionnent le mieux et savent les utiliser.

# LinkedIn : partenaire du recruteur moderne

En tant que plus grand réseau de professionnels sur Internet avec plus de 300 millions de membres\*\*, LinkedIn est le meilleur ami du recruteur moderne (Avril 2014). LinkedIn offre aux recruteurs l'accès à plus de talents que n'importe quelle autre source, ainsi que les outils, la technologie et les données dont ils ont besoin pour communiquer avec eux.

Ce manuel vous expliquera tout ce que vous devez savoir pour utiliser LinkedIn dans votre recrutement moderne. Nous vous offrirons de nombreux conseils sur l'art du recrutement sur LinkedIn, tels que la façon de rédiger une description de poste ou un InMail efficace. Nous parlerons de la technologie, des données et des outils qui vous feront économiser du temps et de l'argent. Enfin, nous vous montrerons comment mesurer vos actions pour déterminer ce qui fonctionne. Il ne vous reste plus qu'à y apporter votre empreinte personnelle.

\*En savoir plus sur les différents états d'esprit selon les réseaux professionnels et les réseaux personnels (<http://linkd.in/1hko0mg>).

\*\*<http://press.linkedin.com/about>



# Tout commence par votre histoire

Comment faire ressortir votre profil et votre page Entreprise

## 5 étapes pour un nouveau profil éclatant

- 01 Rédigez une intro épatante
- 02 Enrichissez-la avec du contenu multimédia
- 03 Ajoutez des certifications
- 04 Mettez vos activités de bénévolat en avant
- 05 Rendez vos nouvelles plus interactives

# Le recrutement exceptionnel commence par vous

Pensez aux raisons pour lesquelles vous êtes un recruteur : les carrières que vous avez transformées ou l'entreprise que vous aidez à construire. Votre profil reflète-t-il cela ? Si ce n'est pas le cas, vous passez à côté d'une opportunité majeure pour vous-même, votre entreprise et vos candidats.

45 millions de vues de profil\* ont lieu chaque jour sur LinkedIn : c'est la première activité sur le réseau\*\*. Votre profil est souvent la première interaction des candidats avec votre entreprise. Il se doit donc d'être motivant. Mieux vous montrez qui vous êtes et ce que fait votre entreprise, plus il est aisé pour les candidats de communiquer avec vous et de déterminer si votre entreprise leur conviendrait.

\*Brad Mauney, **Five Simple Ways to Boost Your Professional Brand on LinkedIn** (<http://linkd.in/1fKrxuD>), (July 29, 2013)

\*\*Parker Barrile, **LinkedIn Further Mobilizes Candidates and Recruiters – Meet Mobile Work With Us and Recruiter Mobile (LinkedIn mobilise encore plus les candidats et recruteurs : voici Work with Us et Recruiter pour mobile)** (<http://linkd.in/1iW7PQt>), (29 juillet 2013)

# 5 étapes pour un nouveau profil éclatant

## 01 Rédigez une intro épatante

Surinvestissez dans votre titre et votre résumé. Rendez-vous plus accessible en utilisant la première personne (« je, nous »). Écrivez comme quelqu'un qui souhaite recruter et non être recruté.

## 02 Enrichissez en ajoutant du contenu multimédia

Mettez votre travail en avant en téléchargeant ou en ajoutant des liens vers des photos, vidéos, blogs, présentations SlideShare et sites web.

## 03 Ajoutez des certifications

Renforcez votre crédibilité en affichant les certifications ou accréditations que vous avez obtenues.

## 04 Mettez vos activités de bénévolat en avant

Peignez un tableau complet en citant vos activités de bénévolat ou les causes qui vous sont chères.

## 05 Rendez vos nouvelles plus interactives

Communiquez avec votre réseau en mentionnant vos relations et entreprises dans vos nouvelles sur LinkedIn. Répondez rapidement lorsque celles-ci font des commentaires.

# 4 profils inspirants

Larry Hernandez, Zappos

**Intro inspirante :** résumé personnel ou publicité marque employeur pour Zappos ? Le résumé de Larry vise à motiver les candidats. La liste des valeurs fondamentales de Zappos aide les candidats à s'auto-sélectionner, ce qui fait gagner du temps à tout le monde.

**Une image vaut mieux que des mots :** la vidéo musicale de la famille Zappos illustre la culture aventurière de l'entreprise mieux qu'un bloc de texte ne saurait le faire.

**Larry Hernandez** 2nd  
Responsable du recrutement/Recrutement des cadres/  
« Sorcier » du sourcing technique  
Las Vegas, Nevada | Recrutement

Entreprise actuelle **Entreprises Zappos**  
Précédent **USAA, Accenture, Manpower**  
Formation **Lindenwood University**

[Connect](#) [Send Larry InMail](#) 500+ connections

[www.linkedin.com/in/larryhernandezrecruiter](http://www.linkedin.com/in/larryhernandezrecruiter) [Contact Info](#)

### Parcours

#### Résumé

Merci de votre visite. Ne vous êtes-vous jamais demandé ce que c'est que de travailler chez Zappos.com ? Comment est-ce de travailler en plein centre de Las Vegas ?

Êtes-vous vraiment heureux au travail ? Êtes-vous entouré de gens passionnés, amusants et qui font tout pour vous aider à réussir ?

Nous faisons tout pour recruter des personnes qui aiment s'amuser et sont motivées par autre chose que leur fiche de paye.

Voici les 10 valeurs fondamentales de Zappos :

1. Impressionner par son travail
2. Adopter et inciter au changement
3. Créer l'amusement et un peu d'étrangeté
4. Être aventureux, créatif et ouvert d'esprit
5. Poursuivre le développement et l'apprentissage
6. Communiquer pour construire des relations ouvertes et honnêtes
7. Développer un esprit d'équipe et de famille positif
8. Faire plus avec moins
9. Être passionné et déterminé
10. Être humble

[Zappos Family Music Video](#)

[Win a trip to Vegas, baby! Refer A Software Engineer to Win.](#)

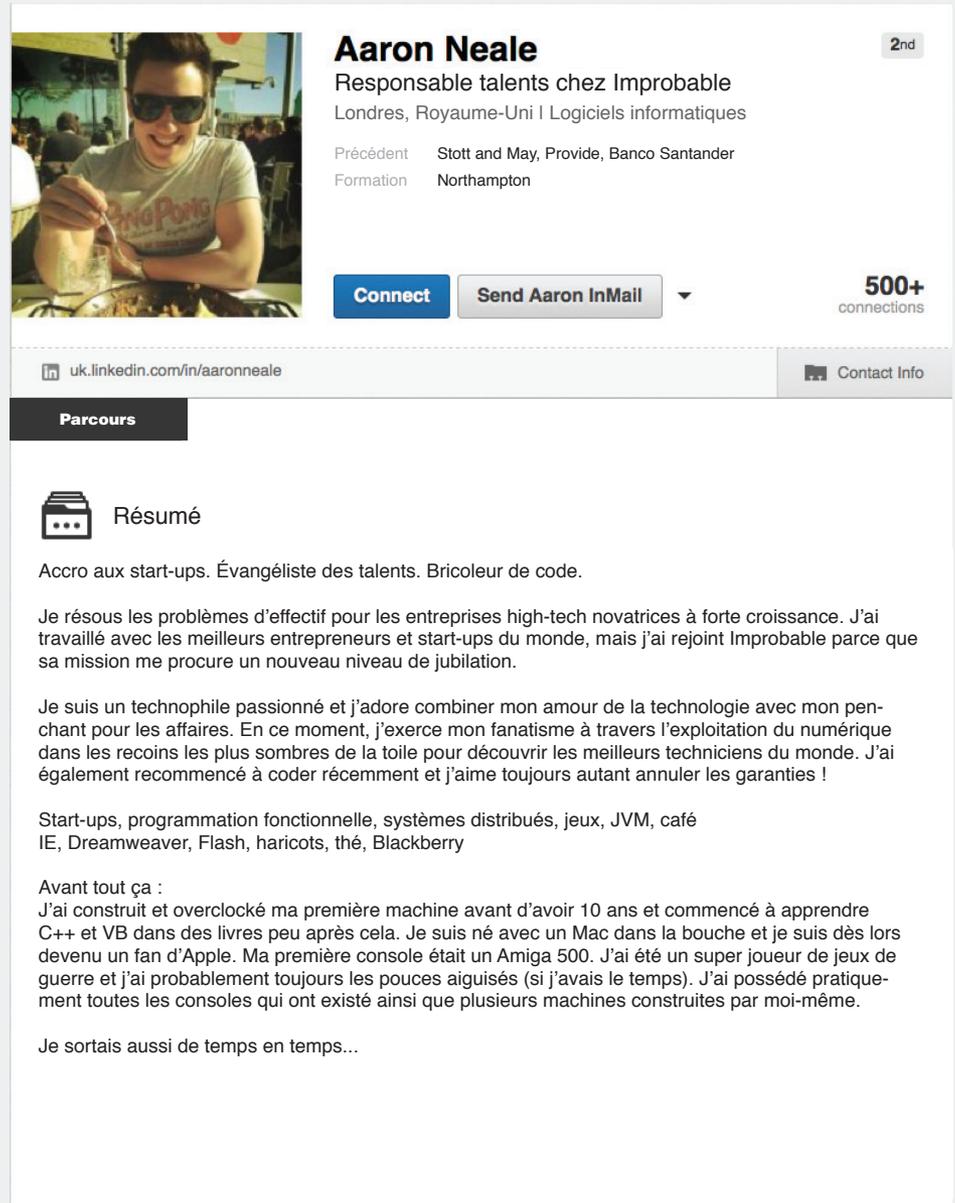
[Follow Me on Twitter @RecruiterLarry](#)

# 4 profils qui inspirent

Aaron Neale, Improbable

**Connaissez votre audience :** Aaron assoit sa crédibilité auprès des candidats ingénieurs pour Improbable, une start-up IT basée au Royaume-Uni, en décrivant la première machine qu'il a construite.

**Utilisez le même langage :** un langage tel que « amusez-vous à annuler les garanties ! » montre aux talents techniques qu'il comprend ce qui les intéresse.



The image shows a screenshot of a LinkedIn profile for Aaron Neale. The profile includes a profile picture of a man wearing sunglasses and a t-shirt, sitting at a table with food. The name 'Aaron Neale' is prominently displayed, along with his current role 'Responsable talents chez Improbable' and location 'Londres, Royaume-Uni | Logiciels informatiques'. It also shows his previous company 'Stott and May, Provide, Banco Santander' and his education 'Northampton'. There are buttons for 'Connect' and 'Send Aaron InMail', and a badge indicating '500+ connections'. The URL 'uk.linkedin.com/in/aaronneale' is visible, along with a 'Contact Info' button. Below the profile header, there is a 'Parcours' section with a 'Résumé' sub-section, which contains the text provided in the adjacent blocks.

**Aaron Neale** 2nd  
Responsable talents chez Improbable  
Londres, Royaume-Uni | Logiciels informatiques

Précédent Stott and May, Provide, Banco Santander  
Formation Northampton

Connect Send Aaron InMail

500+ connections

uk.linkedin.com/in/aaronneale Contact Info

**Parcours**

 **Résumé**

Accro aux start-ups. Évangéliste des talents. Bricoleur de code.

Je résous les problèmes d'effectif pour les entreprises high-tech novatrices à forte croissance. J'ai travaillé avec les meilleurs entrepreneurs et start-ups du monde, mais j'ai rejoint Improbable parce que sa mission me procure un nouveau niveau de jubilation.

Je suis un technophile passionné et j'adore combiner mon amour de la technologie avec mon penchant pour les affaires. En ce moment, j'exerce mon fanatisme à travers l'exploitation du numérique dans les recoins les plus sombres de la toile pour découvrir les meilleurs techniciens du monde. J'ai également recommencé à coder récemment et j'aime toujours autant annuler les garanties !

Start-ups, programmation fonctionnelle, systèmes distribués, jeux, JVM, café  
IE, Dreamweaver, Flash, haricots, thé, Blackberry

Avant tout ça :  
J'ai construit et overclocké ma première machine avant d'avoir 10 ans et commencé à apprendre C++ et VB dans des livres peu après cela. Je suis né avec un Mac dans la bouche et je suis dès lors devenu un fan d'Apple. Ma première console était un Amiga 500. J'ai été un super joueur de jeux de guerre et j'ai probablement toujours les pouces aiguisés (si j'avais le temps). J'ai possédé pratiquement toutes les consoles qui ont existé ainsi que plusieurs machines construites par moi-même.

Je sortais aussi de temps en temps...

# 4 profils qui inspirent

Daoud Edris, Lion Co

Exploitez le multimédia et la vidéo : dans son rôle actuel, Daoud a publié des vidéos, infographies et présentations soulignant la culture et la mission de Lion, une entreprise de boissons et produits alimentaires en Australie et Nouvelle-Zélande.

Mettez des employés individuels en avant : Daoud a publié deux vidéos soulignant la transformation de carrière de deux de ses employés, Scott et Roy. Le message : vous pouvez transformer votre carrière chez Lion.

**Daoud E.** (See Full Name) 3rd

Marque employeur : Sourcing stratégique : Gestion des talents : Offre de solutions d'affaires centrées sur les personnes

Sydney, Australie | Alimentaire et boissons

Entreprise actuelle **Lion Co**

Précédent **Stonewater Consulting Group (SCG), Hamilton James & Bruce, British Petroleum**

Formation **University of Oxford**

[Send Daoud InMail](#) 500+ connections

### Parcours

#### Résumé

Ma passion est de travailler avec des personnes compétentes et d'utiliser l'innovation pour offrir d'excellents résultats. Je connecte la marque employeur à de multiples stratégies d'acquisition et de gestion de talents pour permettre aux entreprises d'atteindre leurs objectifs.

Après avoir été diplômé en Sciences avec les félicitations du jury, j'ai passé la première partie de ma carrière professionnelle dans de grandes firmes multinationales où j'ai réalisé des projets à travers l'Europe, le Moyen-Orient et la Russie dans le secteur bancaire notamment.

Dans la deuxième partie de ma carrière, j'ai obtenu un Master dans le domaine des affaires et je me suis tourné vers les défis commerciaux en convertissant les idées brillantes des créatifs en plans et actions stratégiques.

Ces 10 dernières années, j'ai été consultant et j'ai offert des conseils en ressources humaines, recrutement et marque employeur à certains des plus grands employeurs d'Australie et d'Asie Pacifique.

Comme dans un opéra, j'espère que ce troisième et dernier acte soit le plus passionnant !

The Power of Networks

The hidden influence of social networks

#### Expérience

##### Stratégie de sourcing

Lion Co 

Février 2013 - aujourd'hui (1 an 2 mois)

Gestion de talents et connexion avec plusieurs communautés de façon pertinente et valorisante pour les personnes et les affaires.

Mes responsabilités actuelles comprennent : gérer notre marque employeur, développer un nouveau modèle de sourcing, être un leader d'opinion pour la gestion de talents, promouvoir la diversité dans l'entreprise et prêter main-forte aux projets de transformation et d'innovation à grande échelle.

Great Careers - Roy's Journey

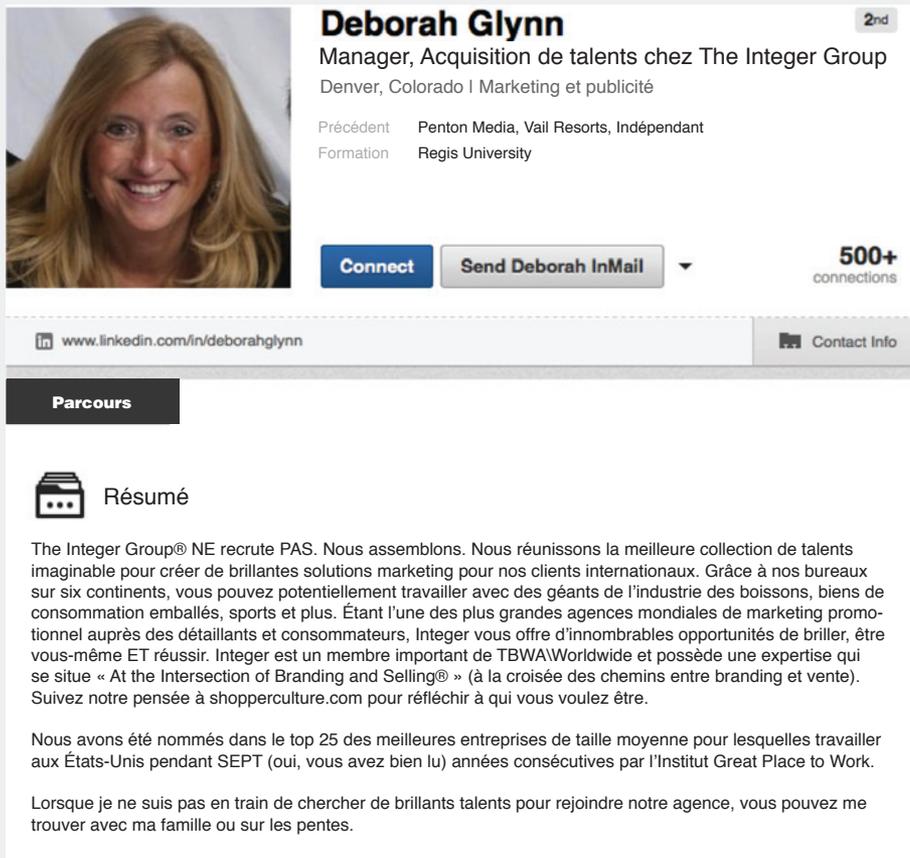
Great Careers - Scott's Journey

# 4 profils qui inspirent

Deborah Glynn,  
The Integer Group

Description de l'impact : en décrivant les géants du secteur avec lesquels les employés travailleront, Deborah fait passer son message « Vous serez dans une entreprise de taille moyenne, mais votre impact sera ÉNORME. »

Lien vers le blog : Déborah mentionne son blog d'Integer, Shopper Culture, et pousse les candidats à « penser à qui ils souhaitent être » pour conserver leur intérêt au-delà de son profil. Le blog lui-même ne consiste pas uniquement en des nouvelles de l'entreprise. Il est intéressant et se positionne clairement en leader d'opinion.



**Deborah Glynn** 2nd  
Manager, Acquisition de talents chez The Integer Group  
Denver, Colorado | Marketing et publicité

Précédent Penton Media, Vail Resorts, Indépendant  
Formation Regis University

[Connect](#) [Send Deborah InMail](#) 500+ connections

[www.linkedin.com/in/deborahglynn](https://www.linkedin.com/in/deborahglynn) [Contact Info](#)

### Parcours

#### Résumé

The Integer Group® NE recrute PAS. Nous assemblons. Nous réunissons la meilleure collection de talents imaginable pour créer de brillantes solutions marketing pour nos clients internationaux. Grâce à nos bureaux sur six continents, vous pouvez potentiellement travailler avec des géants de l'industrie des boissons, biens de consommation emballés, sports et plus. Étant l'une des plus grandes agences mondiales de marketing promotionnel auprès des détaillants et consommateurs, Integer vous offre d'innombrables opportunités de briller, être vous-même ET réussir. Integer est un membre important de TBWAWorldwide et possède une expertise qui se situe « At the Intersection of Branding and Selling® » (à la croisée des chemins entre branding et vente). Suivez notre pensée à [shopperculture.com](http://shopperculture.com) pour réfléchir à qui vous voulez être.

Nous avons été nommés dans le top 25 des meilleures entreprises de taille moyenne pour lesquelles travailler aux États-Unis pendant SEPT (oui, vous avez bien lu) années consécutives par l'Institut Great Place to Work.

Lorsque je ne suis pas en train de chercher de brillants talents pour rejoindre notre agence, vous pouvez me trouver avec ma famille ou sur les pentes.

# Votre page Entreprise est essentielle

## Voici comment l'optimiser

Tandis que votre profil est souvent l'endroit où les candidats se forment leur première impression de vous, votre page Entreprise est celle où ils se font la première impression de votre entreprise. Que ce soit pour la culture, la mission ou les produits que votre entreprise offre, pensez aux raisons pour lesquelles VOUS avez rejoint celle-ci. Votre page Entreprise reflète-t-elle cela ?

Plus de 3 millions d'entreprises utilisent leur page Entreprise pour que les talents les trouvent plus facilement et apprennent à les connaître\*. En moyenne, 71% de vos abonnés sont intéressés par des carrières dans votre entreprise\*\*. Afficher votre culture et des opportunités est une façon efficace de transformer vos abonnés en candidats et de vous aider à forger des relations constructives.



**Le saviez-vous ?** Vous pouvez cibler vos nouvelles auprès de vos abonnés gratuitement par zone géographique, secteur, poste, etc.

Les pages Entreprise de LinkedIn sont désormais optimisées pour les appareils mobiles ! 41% des visiteurs mensuels uniques de LinkedIn consultent le site sur mobile\*\*\*.

\*<http://press.linkedin.com/about>

\*\*Sam Gager, **The Truth About Followers and Connections: Key Reasons to Cultivate Yours (La vérité sur les abonnés et relations : les principales raisons de cultiver les vôtres)** (<http://linkd.in/1jwnYgt>), (15 gennaio 2013)

\*\*\*<http://press.linkedin.com/about>

Les plus grandes entreprises sont parfois limitées par des processus plus formels, et leur approche peut sembler générique ou automatisée. Les petites entreprises ont tendance à prendre la liberté d'infuser une certaine personnalité dans leurs pages, ce qui les rend plus accessibles pour leur audience. Faites de même !

## 4 façons de booster votre page Entreprise

- 01 Utilisez la vidéo et le multimédia.
- 02 Faites croître votre base d'abonnés.
- 03 Communiquez avec vos abonnés grâce aux nouvelles ciblées.
- 04 Amplifiez votre portée en sponsorisant du contenu.

## 3 ressources essentielles pour les pages Entreprise

- Liste des ressources pour les pages Entreprise (<http://linkd.in/1nqmC79>)** Tutoriels et guides vidéo, success stories, témoignages
- Guide des pages Entreprise (<http://linkd.in/1t9Znma>)** 5 étapes pour communiquer avec vos abonnés sur LinkedIn
- Bonnes pratiques en matière de nouvelles (<http://linkd.in/1eJ8czz>)**

# Boostez votre page Entreprise en 4 étapes simples

Souvenez-vous que votre page Entreprise doit refléter votre marque dans sa globalité et offrir une expérience unifiée pour votre audience : coordonnez votre approche avec votre équipe marketing !

## 01 Utilisez la vidéo et le multimédia

Les abonnés sont deux fois plus susceptibles de relayer une nouvelle par le biais des j'aime, partages et commentaires si celle-ci contient une vidéo. Pas de vidéo ? Essayez SlideShare, des PDF, images et liens.

## 02 Faites croître votre base d'abonnés

Incorporez des boutons « Suivre » sur votre site web, dans les communications avec les candidats et dans les signatures et les profils des employés.

À télécharger sur <http://linkd.in/1hg1dbX>

## 03 Communiquez avec vos abonnés grâce aux nouvelles ciblées

Publiez des faits intéressants, des conseils d'experts, des listes de type Top 10 et des questions pour interagir avec les meilleurs viviers de talents.

Vous avez besoin d'inspiration ? **Consultez cette galerie des meilleures nouvelles** (<http://slidesha.re/Pevxxf>)

## 04 Amplifiez votre portée en sponsorisant du contenu

Les Sponsored Updates vous permettent de cibler les talents au-delà de vos abonnés.

\*L'incorporation de boutons « Suivre » dans des endroits judicieux a permis à Unilever d'augmenter son nombre d'abonnés de 40 000 à 235 000 en 10 mois.

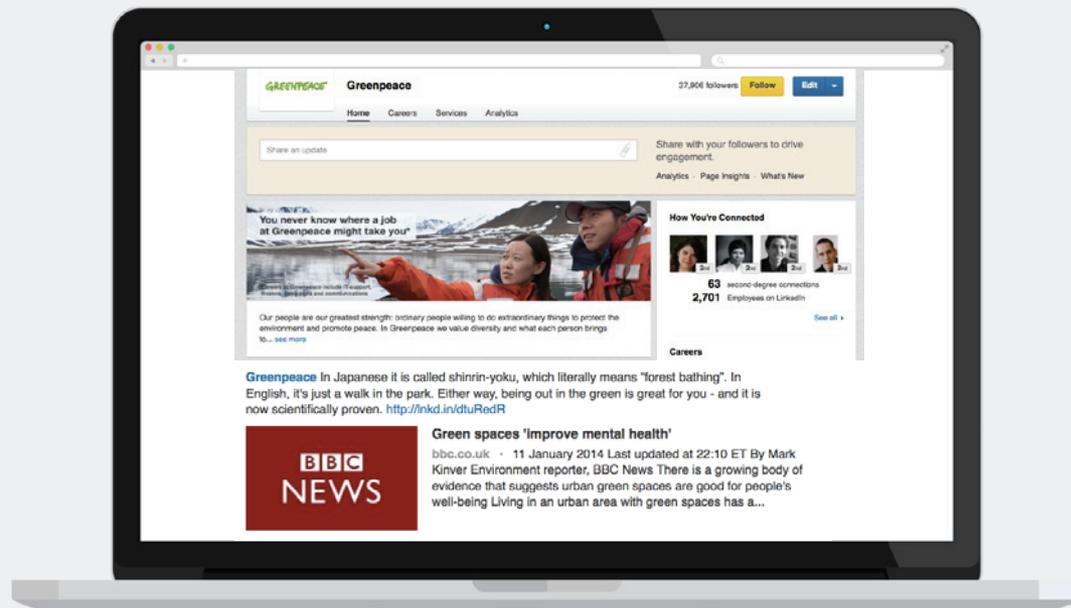
Pour trouver l'inspiration, **consultez les meilleures pages Entreprise de LinkedIn en 2013** (<http://linkd.in/1mxslYI>)

# 3 pages Entreprise que nous adorons

Greenpeace

Greenpeace partage des nouvelles du secteur : ne vous limitez pas à des nouvelles sur votre entreprise. Greenpeace sait que ses abonnés sont intéressés par l'environnement, et a donc choisi de partager cet article de la BBC qui montre le lien entre les espaces verts et la santé mentale.

Un bon mélange de contenu externe ET interne à l'entreprise encouragera les abonnés à revenir régulièrement.



**Greenpeace** En japonais, cela s'appelle shinrin-yoku, ce qui signifie « bain de forêt ». En français, c'est simplement une promenade en forêt. En bref, être dans la verdure est bon pour vous, fait désormais prouvé scientifiquement.



## Green spaces 'improve mental health'

bbc.co.uk 11 January 2014 Last updated 22:10 ET by Mark Kinver Environment reporter, BBC News There is a growing body of evidence that suggests urban green spaces are good for people's well-being Living in an urban area with green spaces has a...

Like (12)

Comment

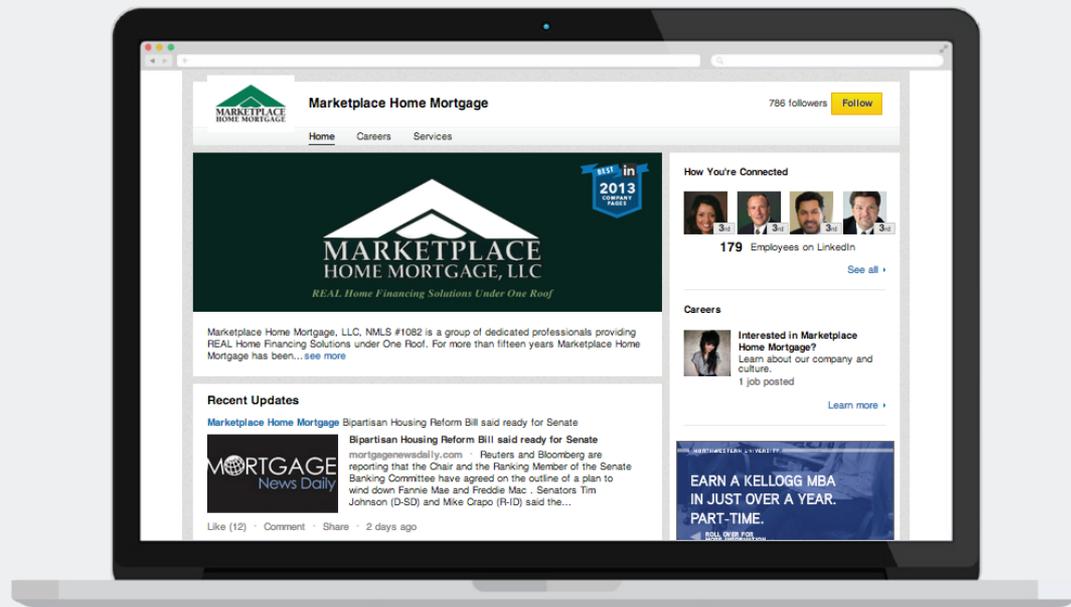
Share

8 days ago

# 3 pages Entreprise que nous adorons

Marketplace Home Mortgage

Offrez des conseils et points de vue d'expert : Marketplace Home Mortgage publie des conseils rapides et des infos qui intéressent son audience. Publiez des nouvelles qui soulignent votre expertise dans le secteur.



## Marketplace Home Mortgage



Like (12)

Comment

Share

8 days ago

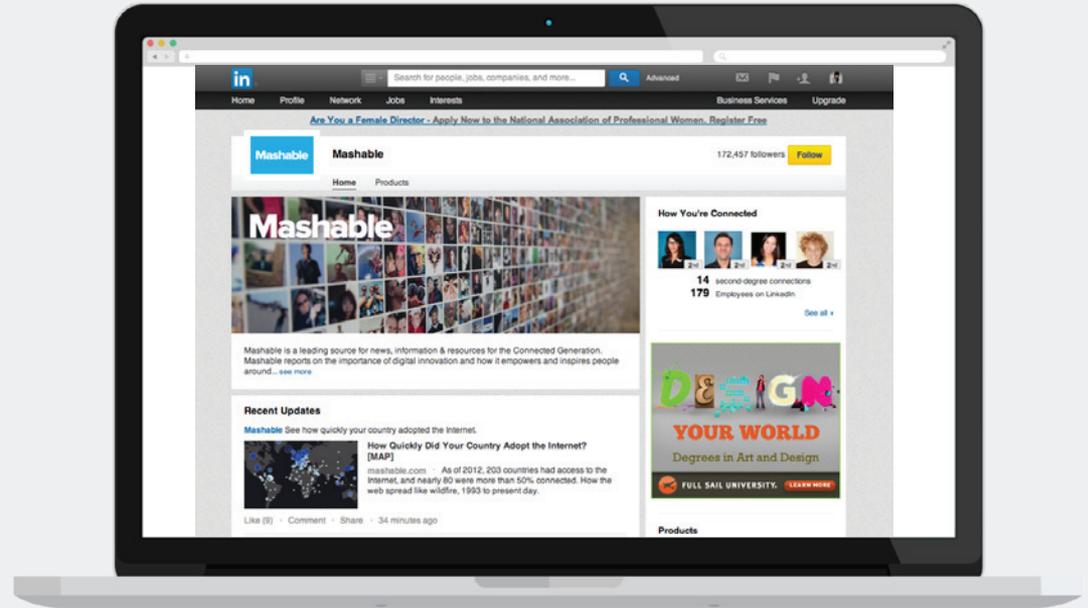
Offrez des conseils et points de vue d'expert :  
mortgagenewdaily.com

Marketplace Home Mortgage publie des conseils rapides et des infos qui intéressent son audience. Publiez des nouvelles qui soulignent votre expertise dans le secteur.

# 3 pages Entreprise que nous adorons

Mashable

Partagez un contenu digeste et instructif :  
Mashable a trouvé le ton juste en partageant  
du contenu qui est facilement « absorbable ».   
Gardez vos nouvelles concises pour favoriser  
les interactions.



## Mashable À quelle vitesse votre pays a-t-il adopté Internet ? [CARTE]



Like (12)

Comment

Share

8 days ago

**mashable.com**

En 2012, 203 pays avaient accès à Internet, et près de 80 étaient connectés à plus de 50%. Comment la toile s'est agrandie comme un feu de forêt, de 1993 à aujourd'hui.

# Performance du profil et de la page Entreprise :

## Statistiques importantes

On ne peut améliorer que ce que l'on peut mesurer. Ces outils d'analyse gratuits vous aideront à développer votre marque de façon stratégique.

### Mesurez la puissance de votre profil

#### 01 Qui a consulté votre profil ?

Ces données sont-elles en augmentation : vues de profil, fréquence à laquelle vous apparaissez dans les recherches, recommandations de compétences ?

#### 02 Qui a vu vos nouvelles ?

Est-ce que davantage de personnes voient, aiment, partagent et commentent votre contenu ?

#### 03 Statistiques du réseau

Votre réseau est-il en croissance ? Dans quelle mesure amplifiez-vous votre portée en comptant les relations de 2e et 3e niveaux ?

### Suivez votre page Entreprise

#### 01 Interactions avec les nouvelles

Évaluez les statistiques d'interaction en temps réel directement sous chaque nouvelle. Sachez quelles nouvelles engendrent le plus de clics, j'aime, commentaires, partages et interactions.

#### 02 Interactions avec la page Entreprise

Voyez les tendances d'interactions par type et par période.

#### 03 Données démographiques des abonnés

Déterminez si vous attirez le bon type de personnes.

#### 04 Comparaison

Comparez la croissance de vos abonnés à celle d'entreprises similaires et de vos concurrents.

N'oubliez pas les données qualitatives : lisez les commentaires



# Le sourcing pour recruteurs modernes

5 étapes

# Passif ?

Pourquoi les talents passifs sont importants pour le recrutement moderne

Pour être un recruteur moderne, vous devez communiquer avec les meilleurs talents sans vous limiter à ceux qui sont en recherche active. En effet, la vaste majorité des professionnels sont des candidats passifs. Ils ne sont pas en recherche d'emploi, mais sont réceptifs à une bonne opportunité.

Les candidats passifs ne consultent pas en général les sites d'emploi, ils n'ont pas de CV à jour : ils sont trop occupés à exceller dans leur entreprise actuelle. Ils sont cependant prêts à écouter les recruteurs à propos d'un rôle qui apporterait un changement majeur dans leur vie. Cela rend vos compétences en recherche essentielles.

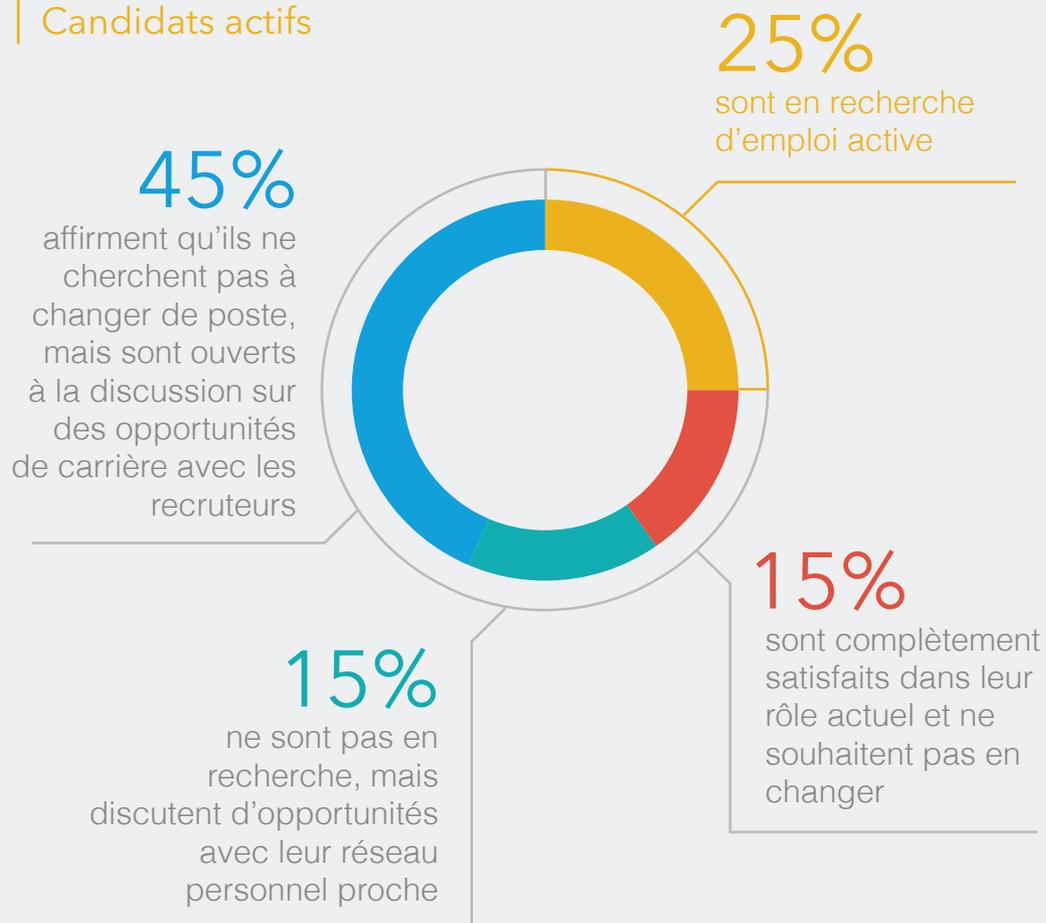
Dans cette section, nous allons couvrir les astuces à connaître pour la recherche sur LinkedIn, le plus grand vivier de candidats passifs au monde.

Qu'est-ce qui motive les candidats passifs à changer de poste ? Regardez cette infographie (<http://linkd.in/PeNWKa>).

Bonne nouvelle : la plupart des professionnels acceptent de considérer un changement de carrière lorsqu'ils sont contactés.

| Candidats passifs

| Candidats actifs



# Recherche poussée sur LinkedIn

Vous avez désormais accès à plus d'informations sur les candidats que jamais auparavant. Mais comment trouver ce que vous cherchez ? Voici l'approche que nous recommandons.

## 5 étapes pour chercher comme un pro sur LinkedIn

- 01 Soyez judicieux sur le vivier de talents
- 02 Maîtrisez la recherche booléenne et les autres techniques de recherche
- 03 Contactez les candidats directement par InMail
- 04 Gérez les prospects avec la fonctionnalité Talent Pipeline 
- 05 Évaluez votre succès



Ajoutez [lnkd.in/productupdates](https://www.linkedin.com/company/linkedin/products) à vos favoris pour rester informé des dernières nouvelles et fonctionnalités de LinkedIn Recruiter.

## À quoi sert LinkedIn Recruiter?

**Vous pouvez obtenir beaucoup de LinkedIn, ce que nous allons découvrir dans cette section. La plupart des recruteurs modernes utilisent notre outil phare : LinkedIn Recruiter. Voici pourquoi :**

- LinkedIn Recruiter vous donne accès au réseau LinkedIn complet des professionnels, y compris la possibilité de contacter n'importe qui par InMail.
- La recherche ciblée vous permet d'effectuer des recherches d'une grande précision en utilisant de nombreux filtres personnalisés pour trouver exactement le candidat qu'il vous faut.
- L'outil recherche automatiquement pour vous (par ex. vous notifie lorsque de nouveaux profils correspondants sont ajoutés, offre des « profils similaires » une fois que vous avez trouvé un candidat idéal, et suggère des « candidats potentiels »).
- Il facilite le travail d'équipe, y compris le partage d'infos par les employés sur des talents qu'ils peuvent connaître par le biais des références internes.
- Il fonctionne en déplacement grâce à son application mobile.

**Obtenez une certification !** Vous pouvez désormais mettre en avant vos compétences en LinkedIn Recruiter et vous assurer de tirer le meilleur parti de votre investissement dans LinkedIn. Consultez [certification.linkedin.com](https://www.linkedin.com/certification) pour en savoir plus.

# 1. Soyez judicieux sur le vivier de talents

Les recruteurs modernes n'avancent pas à l'aveuglette. Ils recherchent de façon stratégique en évaluant tout d'abord les données disponibles. Avant de vous plonger dans la recherche de candidats, obtenez une vue d'ensemble de votre vivier de talents. Savoir à quoi on a affaire est utile :

- ✓ **Priorisez vos communications.** Mieux vaut comprendre l'offre et la demande pour des compétences professionnelles précises.
- ✓ **Définissez les attentes avec les managers qui recrutent.** Si l'on vous demande de trouver un oiseau rare, vous pouvez montrer les données appuyant votre recherche.
- ✓ **Enrichissez la planification stratégique des effectifs.** Connaître la composition des viviers de talents vous permet de prendre part aux décisions de planification des effectifs.

Voici comment mieux connaître votre vivier de talents :

01

## Effectuez des recherches sur LinkedIn Recruiter. [LinkedIn Recruiter](#).

Vous pouvez découvrir la taille et la dynamique de votre marché potentiel pour chaque ensemble de critères.



02

## Consultez nos [rapports gratuits sur les viviers de talents](#).

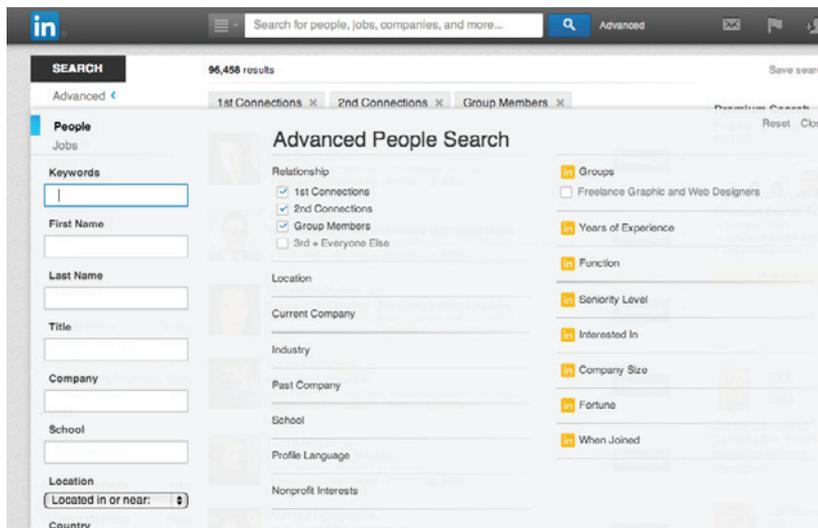
Ces informations, disponibles pour certaines régions et pour les professions en forte demande, vous arment de données sur l'offre et la demande, le lieu, le parcours et les centres d'intérêt de vos candidats cibles.

# 2. Cherchez comme un pro

## Maîtrisez la recherche booléenne

Les recherches booléennes vous permettent de combiner des mots et phrases en utilisant AND, OR, et NOT afin d'affiner, élargir ou définir votre recherche. Ils sont pris en charge par la plupart des moteurs de recherche et sont vos atouts pour de meilleures recherches de candidats.

### Recherche avancée



Saisissez un ou plusieurs termes dans les champs de mots clés, titre, nom et entreprise dans le moteur de recherche avancée de LinkedIn, et vous obtiendrez ainsi une liste de profils. Pour trouver les profils correspondant le mieux à vos attentes, vous devrez utiliser les modificateurs suivants :

- ✓ **Guillemets.** Entourez une phrase exacte de guillemets (ex. « chef de produit »). Les **GUILLEMETS** affinent votre recherche.

---

- ✓ **NOT.** Pour exclure un terme particulier, saisissez NOT avant celui-ci (ex. manager NOT directeur). Affine la recherche

---

- ✓ **AND.** Pour obtenir des résultats qui incluent 2 termes ou plus d'une liste, utilisez AND comme séparateur (ex. programmeur AND manager). Affine la recherche.

---

- ✓ **OR.** Pour inclure au moins 1 terme, séparez-en 2 ou plus avec OR (ex. vente OR marketing). Excellent pour les orthographes courantes ou synonymes d'un mot. Élargit la recherche.

**Approfondissez :** pour affiner davantage vos résultats, utilisez les critères de recherche tels que le lieu, le secteur, l'entreprise actuelle, l'expérience et le niveau d'expérience. **Ne reproduisez pas ces 3 erreurs booléennes classiques <http://linkd.in/1dKRe39/>**

# 4 façons de rechercher au-delà du moteur de recherche.

- 01** **Exploitez votre propre réseau.** L'un des avantages d'être un recruteur est que vous gagnez votre vie en rencontrant des gens intéressants ! Utilisez votre réseau pour solliciter des recommandations et piochez dans leurs réseaux.
- 02** Rejoignez des groupes sur LinkedIn. Recherchez des talents de façon non intrusive en conversant avec ceux-ci dans des groupes LinkedIn. Utilisez un ton sincère et montrez votre personnalité.
- 03** Communiquez avec ceux qui consultent votre profil. Communiquez avec les personnes qui consultent votre profil : celles-ci travaillent souvent dans le bon secteur et vous pouvez avoir des relations en commun.
- 04** Mettez tous les employés à contribution. Demandez aux nouvelles recrues et aux managers qui recrutent de recommander les employés les plus performants, surtout ceux qui peuvent avoir des profils incomplets.

# L'art de gérer les managers qui recrutent

La relation avec les managers qui recrutent n'est pas la plus aisée. Quiconque a travaillé dans le recrutement connaît son poids dans la réussite et la rapidité d'une embauche. Voici comment vous entre-aider et développer un partenariat sans stress :

## 01 Mettez-vous d'accord sur un processus et un rythme

Qui fait quoi, pour quand. Si vous avez accès à LinkedIn Recruiter, partagez des captures d'écran de « Récapitulatif du projet » pour montrer combien de candidats sont présents à chaque étape du vivier.



## 02 Fixez les objectifs ensemble

Épargnez-vous des soucis ultérieurement en listant les exigences de compétences et de personnalité grâce aux exemples de profils. Utilisez des données pour clarifier les attentes. Les rapports sur les viviers de talents et LinkedIn Recruiter vous aident à quantifier la taille du vivier de talents et à ajuster vos critères de poste.



## 03 Gagnez du temps et collectez du feedback directement

Utilisez les « accès hiring manager » gratuits de LinkedIn Recruiter. Envoyez-leur des profils pour qu'ils donnent leur avis en un seul clic (personnalisable) : « excellent », « bon » ou « inadapté pour ce poste » et rédigez des notes directement dans LinkedIn Recruiter s'ils le souhaitent.



« Les managers qui recrutent oublient parfois qui est dans leur réseau. Il faut prendre le temps de l'examiner avec eux. Effectuez quelques recherches booléennes avec eux. »

Angela Farrelly, Manager de la stratégie d'acquisition de talents



Pour plus de conseils sur la collaboration avec les managers qui recrutent, découvrez ce **10 conseils pour développer de bonnes relations** (<http://linkd.in/Pd4C4w>)

# 3. Contactez les candidats directement par InMail

Les InMails vous permettent de contacter directement n'importe qui sur LinkedIn. Cependant, il faut faire preuve de finesse et de compétence pour susciter une réponse.

Le secret pour obtenir une réponse à un InMail est de personnaliser son message, ce qui peut paraître difficile lorsque vous êtes pris par le temps. Voici comment rédiger un message personnalisé qui reste assez global pour convenir à plusieurs personnes.

Les taux de réponse aux InMails sont en moyenne 3 fois plus élevés que ceux des e-mails.\*

Les réponses aux InMails sont garanties. Si vous ne recevez pas de réponse à un InMail sous 7 jours, LinkedIn reversera le crédit sur votre compte.

« L'InMail disait : « Nous recherchons d'excellents intervenants qui ont un parcours comme le vôtre. » J'étais flatté que quelqu'un ait vu mon profil et pris le temps de m'écrire personnellement. En fait, le message ne s'adressait pas uniquement à moi, mais c'était comme si. »

”

- Membro di LinkedIn

## Les 9 règles d'or des InMails

- 01** **Consultez le profil** : faites savoir au destinataire ce qui a attiré votre attention dans son profil. La personnalisation est flatteuse.
- 02** **Attirez l'attention**. Mentionnez des relations en commun. LinkedIn vous en suggère.
- 03** **Montrez que vous êtes sélectif**. Soulignez ce qui rend la personne intéressante. Complimentez-la sincèrement.
- 04** **Soyez convivial et bref**. Ne rédigez pas trop formellement. N'incluez PAS la description du poste.
- 05** **Écoutez bien**. Demandez quels sont les objectifs et le niveau d'intérêt de la personne pour de nouvelles opportunités.
- 06** **Concentrez-vous sur les objectifs**, pas sur le poste. Centrez votre message sur ce que la personne peut y gagner.
- 07** **Misez sur le contenu**. Pensez à inclure des informations utiles telles qu'un livre blanc pertinent.
- 08** **Soyez patient. Ne harcelez pas**. Utilisez les nouvelles pour rester visible lorsque vous attendez des réponses.
- 09** **Incluez un call-to-action**. Demandez à poursuivre le dialogue, pas nécessairement que la personne postule immédiatement.

\*Aide-mémoire de personal branding (<http://linkd.in/QCUIKI>)

# 4. Gérer les candidats avec la fonctionnalité Talent Pipeline de LinkedIn Recruiter ★

La pierre angulaire du sourcing est le développement d'un vivier de talents robuste : un flux constant de candidats qualifiés pour que vous n'ayez pas à reprendre au début pour chaque nouvelle ouverture de poste. Un bon vivier réduira la durée et améliorera la qualité de votre recrutement.

Au lieu de maintenir vos bases de données à jour manuellement, vous pouvez utiliser Talent Pipeline sur LinkedIn Recruiter pour rassembler, suivre, contacter et entretenir des prospects qualifiés. Le secret est de prioriser : concentrez-vous sur les compétences dont vous avez besoin régulièrement et sur les postes difficiles à pourvoir. Voici 6 conseils de gestion des talents pour les utilisateurs de LinkedIn Recruiter :

Pour des conseils généraux sur les viviers, consultez nos **12 conseils pour un vivier de talents de qualité** (<http://linkd.in/1IIPkpx>).

**01** **Recherchez et labellisez.** Utilisez des tags pour faciliter les recherches. Démarrez avec une recherche large et créez un dossier de vivier pour celle-ci (ex. tous les étudiants en informatique à l'Université de Versailles). Créez ensuite des dossiers par critères plus spécifiques (ex. cloud computing ET informatique à l'Université de Versailles).

**02** Accélérez la pré-sélection avec des références internes. LinkedIn Recruiter vous indique avec qui le candidat est connecté dans votre entreprise : communiquez avec votre collègue pour une évaluation franche en termes de compétences et compatibilité avec la culture de l'entreprise.

**03** Utilisez notre fonction « aide-mémoire » pour nourrir vos conversations. Associez des rappels à des candidats, projets et membres d'équipe spécifiques afin de rester en contact et de tenir vos promesses en matière de suivi.

**04** Suivez vos projets. Envoyez des rapports concrets à votre équipe pour surveiller et communiquer sur la santé de vos projets de pipeline.

**05** Sauvegardez vos recherches pour retenir vos sélections (opérateurs booléens et filtres). LinkedIn Recruiter continuera à tourner en tâche de fond et à vous alerter de tout nouveau candidat : vous n'avez rien à faire.

**06** Utilisez la fonction « Recevoir les mises à jour » pour suivre le profil d'un membre. LinkedIn Recruiter vous avertira si des changements y sont effectués afin que vous puissiez suivre son évolution de carrière.

# Trouvez la nouvelle génération de leaders : recrutez des étudiants sur LinkedIn

Les recruteurs stratégiques sont tournés vers l'avenir : ils anticipent de qui ils auront besoin pas uniquement dans 2 mois, mais dans 1, 2 ou même 4 ans. Lorsque vous développez des relations avec les étudiants, vous investissez dans l'avenir de votre entreprise.

## Intel se sert des groupes LinkedIn pour communiquer avec les étudiants

Le groupe « Intel Student Lounge » est un endroit où les étudiants peuvent consulter des nouvelles et mises à jour sur l'organisme de recrutement universitaire d'Intel. Ils peuvent y entrer en relation avec d'autres étudiants et trouver les toutes dernières annonces.

\*<http://press.linkedin.com/about>

Plus de 39 millions d'étudiants et de jeunes diplômés sont sur LinkedIn\*, ce qui en fait notre segment démographique en plus forte croissance. Voici sept outils pour vous aider à communiquer avec la prochaine génération de dirigeants de

**01** **Emplois pour jeunes diplômés.** Publiez des postes et stages pour étudiants gratuitement sur LinkedIn.

**02** Rapports sur les viviers de talents étudiants. Trouvez où les étudiants sont concentrés, comment communiquer avec eux et ce qui les intéresse.

**03** Filtres de recherche « Formation » dans LinkedIn Recruter. Ciblez les étudiants en fonction du lieu, de l'école, du diplôme, du champ d'études, des dates de diplôme, des groupes et plus.\*

**04** Nouvelles ciblées. Communiquez avec les étudiants : par exemple « En tant qu'étudiant, qu'est-ce qui vous importe le plus dans une carrière ? » 

**05** Les pages Éducation LinkedIn. Plus de 24 000 organismes de formation ont désormais des pages sur LinkedIn. Approfondissez vos relations avec les écoles et restez informé.

**06** L'annuaire des Anciens élèves sur LinkedIn. Découvrez où les anciens élèves travaillent et ce qu'ils font. Filtrez avec des critères tels que « Ce qu'ils ont étudié » pour trouver les meilleurs candidats.

**07** LinkedIn CheckIn (<http://linkd.in/1er9h9I>). Collectez et organisez les informations sur les candidats que vous avez rencontrés lors d'événements en quelques secondes. 

# Trouvez des candidats sur LinkedIn

Un lieu de travail moderne implique un personnel diversifié. En tant que recruteur, vous faites plus que cocher une case ; vous rendez votre entreprise plus productive, innovante, et mieux capable de répondre aux besoins de ses clients. De plus, vous vous assurez que chaque employé est capable de développer tout son potentiel au travail. Qu'y a-t-il de plus important ?

## Ressources supplémentaires pour le recrutement de populations spécifiques sur LinkedIn

**Le guide du recrutement diversifié** (<http://linkd.in/1omD8JA>).  
13 étapes pour trouver, recruter et garder tous les meilleurs talents.

**4 conseils** (<http://linkd.in/QDax44>) pour la recherche diversifiée.

**Organismes à but non lucratif** (<http://linkd.in/1dKShju>). Comment les organismes à but non lucratif peuvent intéresser les talents.

**Les viviers de talents humanitaires** (<http://linkd.in/PffgYJ>)

**Les millenials** (<http://linkd.in/1e9yq8m>). 8 caractéristiques que vous devez connaître avant de les recruter.

## Voici 5 conseils pour vous aider à développer une équipe plus complète :

**01** **CÉtablissez une liste de mots clés pertinents pour vos cibles.** Consultez les profils des meilleurs talents et ajoutez de nouveaux termes pour filtrer vos résultats.

**02** Utilisez la fonctionnalité « Profils similaires » dans LinkedIn Recruiter. Une fois que vous avez trouvé un candidat idéal, recherchez des « Profils similaires » pour obtenir jusqu'à 100 nouveaux profils correspondants. ★

**03** Exploitez les groupes. Il existe un groupe LinkedIn pour pratiquement toutes les professions et activités : soyez actif et développez des relations dans les groupes.

**04** Lancez des campagnes Talent Direct. Touchez l'intégralité de votre cible grâce aux publicités et aux InMails de recrutement en fonction de plusieurs critères.

**05** Assurez-vous que votre présence numérique reflète votre diversité. Que ce soit à travers des images sur votre page Entreprise ou des témoignages d'employés sur votre page Carrières, votre présence numérique, sur LinkedIn et au-delà, doit rester authentique.

# Évaluez la performance de votre sourcing

Connaissez vos chiffres. Voici les principaux indicateurs de sourcing que vous devez mesurer (en général et sur LinkedIn)

Indicateurs de votre sourcing

**SECTEUR**



Qualité du recrutement



Source du recrutement



Durée du recrutement



Coût par embauche

Indicateurs de votre sourcing

**LINKEDIN RECRUITER**



Profils consultés



Recherches effectuées



InMails envoyés



Taux de réponse aux InMails

# Allstate transforme son recrutement

Nouvelle stratégie, nouvelle culture, nouvelles relations

## Défis

- ✓ Allstate faisait face à un réel manque de talents, en particulier pour des fonctions techniques. Et dans le même temps, ils recevaient trop de candidatures non qualifiées.
- ✓ Ils dépendaient largement des agences pour leur trouver des candidats, et d'organismes de recherche pour comprendre le marché du travail.
- ✓ Leur culture n'encourageait pas le recrutement en interne, si bien qu'ils embauchaient presque toujours des talents venus de l'extérieur.

Ce qui a marché :

Une approche en 3 points centrée sur

- 01** **Le sourcing proactif.** Allstate a internalisé son recrutement. Ils ont développé une équipe de recherche séparée capable d'identifier les talents, de fournir des tendances sur le marché du travail et de servir de centre d'information. Ils ont également commencé à utiliser les outils de recherche de LinkedIn Recruiter.
- 02** **La mobilité interne.** Allstate a lancé une campagne dans toute l'entreprise afin d'éduquer les employés et les managers qui recrutent sur les opportunités en interne, et de promouvoir une culture d'entreprise plus transparente. En partenariat avec LinkedIn, ils ont également élargi les compétences de leurs recruteurs en leur apprenant comment identifier les talents internes et devenir des porte-paroles pour les employés.
- 03** **Les relations avec les universités.** Allstate a travaillé avec les doyens, les professeurs et le personnel d'orientation dans certaines écoles afin d'aider à diffuser leur message. Ils ont également commencé à utiliser LinkedIn CheckIn dans les salons de l'emploi pour aider à simplifier le processus avec les étudiants.

# Allstate transforme son recrutement

Nouvelle stratégie, nouvelle culture, nouvelles relations

En utilisant les filtres dans LinkedIn Recruiter, Allstate a identifié les meilleures écoles dont provenaient ses employés. Cela a contribué à décider où investir les ressources et à renforcer la communication.

## Les résultats

- ✓ **Plus de 200 000 € d'économies directes.** Une réduction des délais et une meilleure qualité de recrutement. Le vivier compte désormais moins de candidats, mais ceux-ci sont mieux qualifiés.
- ✓ **30% d'augmentation des postes pourvus en interne.** Le changement de culture est encore en cours, mais les mouvements internes sont désormais beaucoup moins controversés.
- ✓ **Un vivier de jeunes talents plus large et qualifié.** Une autre conséquence du rapprochement avec les universités est l'augmentation du nombre de recommandations d'étudiants par les professeurs.
- ✓ **Les rôles des recruteurs ont été valorisés** et l'équipe d'acquisition de talents est désormais très consultée.



# Au-delà de « publier et attendre »

L'art et la science des annonces réussies

# 3 étapes pour réussir avec LinkedIn Carrières

Il y a seulement 10 ans, les recruteurs étaient limités par « publier et attendre » pour trouver des candidats. Ils publiaient une annonce sur un site d'emploi et espéraient que de bons candidats postulerait.

À mesure que le recrutement a évolué et s'est modernisé, les annonces ont également changé. Les annonces d'aujourd'hui recherchent des candidats actifs ET passifs, et leur présentent des messages ciblés. Vous disposez en quelque sorte d'une armée de chercheurs de talents qualifiés tandis que vous vous concentrez sur l'art du recrutement stratégique.

## Besoin d'aide supplémentaire avec les annonces

Rédiger une annonce réussie (<http://slidesha.re/1pVosN1>)  
Plus d'informations sur les annonces <http://lnkd.in/aboutjobs>

\*Données moyennes de 2012. Les résultats individuels peuvent varier

\*\*Dan Shapero, **Bringing the New Playbook of Marketing to Recruiting** (<http://linkd.in/ObJ5bs>), (11 Octobre 2012)

## Comment LinkedIn Carrières fonctionne-t-il ?

Au lieu de rester inactives une fois publiées sur une page web en attendant que les chercheurs d'emploi actifs les repèrent, les annonces sur LinkedIn sont distribuées aux candidats potentiellement pertinents grâce aux algorithmes de correspondance automatiques ; ainsi que par le biais des communautés professionnelles qui les partagent. Nos membres voient des annonces personnalisées lorsqu'ils consultent leur page d'accueil, le profil d'un employé ou des pages Carrières.

## La route vers le succès

- 01 Rédigez une description de poste attrayante.
- 02 Publiez et promouvez auprès des bons candidats.
- 03 Utilisez les retours en temps réel pour évaluer votre performance.

- ✓ Plus de 300 millions de membres LinkedIn peuvent voir votre annonce.
- ✓ Chaque annonce payée est vue plus de 500 fois en moyenne et reçoit plus de 50 candidatures.\*
- ✓ Plus de 50% des candidats découvrent les annonces par le biais des recommandations\*\* qu'ils reçoivent par e-mail et du module « Des offres d'emploi qui pourraient vous intéresser » sur LinkedIn. Ces recommandations aident les talents passifs ou actifs à trouver des opportunités en fonction des données qu'ils ont indiquées sur leur profil LinkedIn.

# 1. Rédigez une description de poste attrayante

Une bonne description de poste offre aux candidats les informations dont ils ont besoin pour évaluer s'ils possèdent les compétences et la personnalité qu'il faut pour ce poste. Si vous leur rendez l'auto-sélection facile, vous faites gagner du temps à tout le monde et obtenez des candidats qui correspondent mieux à vos besoins. Voici 4 conseils pour une description de poste attrayante :

Les **Sponsored Jobs** peuvent être une bonne manière d'attirer plus d'attention sur vos rôles difficiles à pourvoir. En sponsorisant une annonce sur LinkedIn, vous obtenez en général 30 à 50% plus de candidatures\*\*.

Mode d'emploi :

- 01 Identifiez vos annonces prioritaires à sponsoriser
- 02 Déterminez combien vous êtes prêt à payer par clic
- 03 Votre annonce s'affichera en haut des recommandations personnalisées de LinkedIn
- 04 Augmentez ou diminuez le montant que vous souhaitez dépenser sur chaque annonce à n'importe quel moment

Voici 4 astuces pour une description de poste attrayante :

- 01 **Soyez créatif dans la description, PAS dans le titre.** 50% des candidatures sur notre site proviennent de candidats passifs qui voient l'annonce par le biais de nos techniques de correspondance\*. Lorsque votre titre est trop original, nos algorithmes de correspondance ont du mal à le sélectionner et à le distribuer aux bonnes personnes.
- 02 Mettez en avant votre marque employeur. Partagez des détails qui font de votre entreprise un lieu de travail plaisant. Pensez à inclure un lien vidéo comme par exemple «une journée chez... » pour mieux communiquer votre culture.
- 03 Soulignez l'impact du poste. Motivez les candidats avec des exemples de projets spécifiques.
- 04 Donnez plus d'ampleur aux postes à haute priorité. Sponsorisez des annonces pour le meilleur placement auprès de la bonne audience.

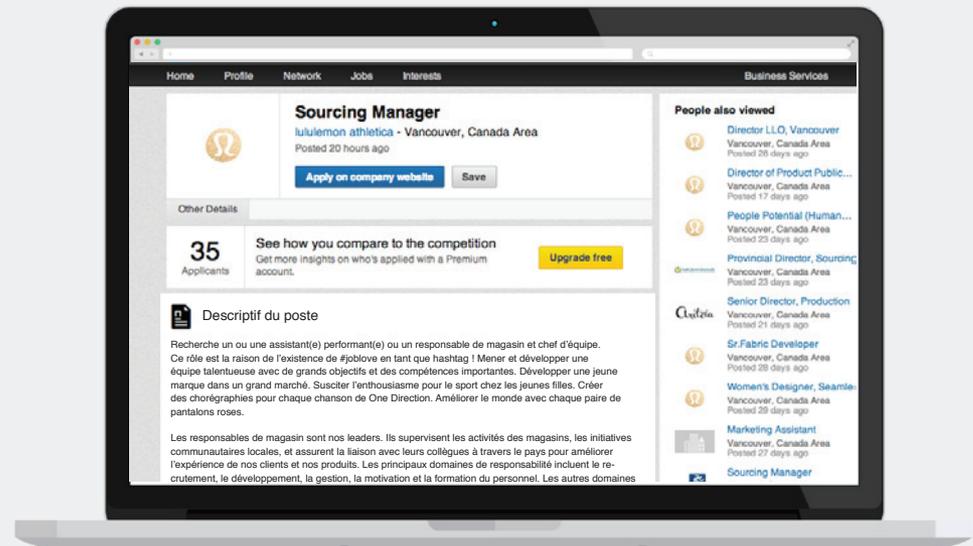
Pour plus de conseils et bonnes pratiques en matière de descriptions de postes, consultez : **7 astuces pour une description de poste attrayante** (<http://linkd.in/1jBtCxG>)

\*Dan Shapero, **Bringing the New Playbook of Marketing to Recruiting** (<http://linkd.in/Obj5bs>), (11 octobre 2012)

\*\***Sponsored Jobs** (<http://linkd.in/1s3Yue9>)

# Lululemon invente #joblove

Lululemon attire des candidats en soulignant l'impact du poste. Des slogans tels que « Développer une jeune marque dans un grand marché » et « Susciter l'enthousiasme pour le sport chez les jeunes filles » élèvent les rôles au-dessus des responsabilités quotidiennes.



## Descriptif du poste

Recherche un ou une assistant(e) performant(e) ou un responsable de magasin et chef d'équipe. Ce rôle est la raison de l'existence de #joblove en tant que hashtag ! Mener et développer une équipe talentueuse avec de grands objectifs et des compétences importantes. Développer une jeune marque dans un grand marché. Susciter l'enthousiasme pour le sport chez les jeunes filles. Créer des chorégraphies pour chaque chanson de One Direction. Améliorer le monde avec chaque paire de pantalons roses.

Les responsables de magasin sont nos leaders. Ils supervisent les activités des magasins, les initiatives communautaires locales, et assurent la liaison avec leurs collègues à travers le pays pour améliorer l'expérience de nos clients et nos produits. Les principaux domaines de responsabilité incluent le recrutement, le développement, la gestion, la motivation et la formation du personnel. Les autres domaines incluent la gestion de l'espace, la paye, la gestion de trésorerie, le merchandising et la gestion des inventaires, les systèmes et programmes du magasin, la communication avec le siège social, l'éducation de la clientèle, la gestion des budgets et des ventes, et enfin le plus important, la culture !

# Ubiwhere aide les candidats à visualiser leur vie future

Petite entreprise portugaise dans la lutte pour attirer les bons talents, Ubiwhere a utilisé une série d'infographies sur SlideShare pour se démarquer de la concurrence.

Les infographies incluaient des photos de bureaux et collègues, ainsi que de belles vues des villes où sont situés ces bureaux. Incorporez des infographies de SlideShare sur votre page Carrières et incluez un lien vers celles-ci dans vos annonces.



## ENTOURÉ(E) D'EUX



.....still not convinced?

# • VOTRE • BONHEUR peut commencer ici

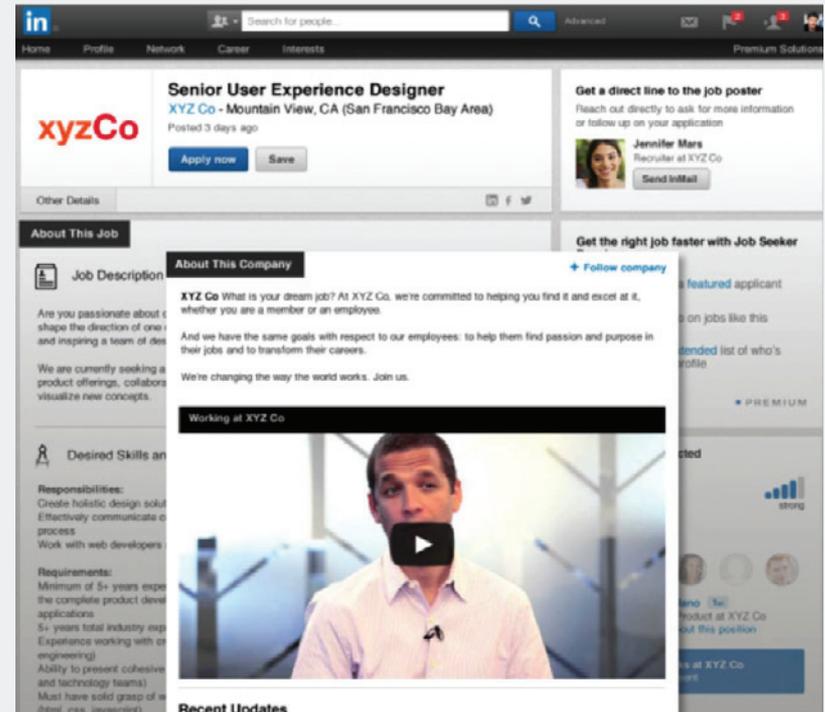


## 2. Publiez et promouvez vos annonces auprès des bons candidats

### Comment optimiser les annonces sur LinkedIn

Lorsque vous publiez une annonce sur LinkedIn, vous pouvez prendre quelques mesures supplémentaires pour maximiser vos chances de trouver la bonne personne :

- ✓ Assurez le suivi avec les meilleurs candidats. Lorsque vous publiez une annonce, nous recommandons 24 membres de LinkedIn qui correspondent à vos critères. Contactez-les directement via InMail pour initier le dialogue.
- ✓ Amplifiez votre annonce. Diffusez-la sur votre flux LinkedIn personnel, dans les nouvelles de votre page Entreprise, dans les groupes LinkedIn et sur d'autres médias sociaux.
- ✓ Ciblez votre portée. Partagez votre annonce avec les membres qui correspondent au rôle d'après leur secteur, expérience, lieu, etc.
- ✓ Faites une brève liste. Si vous acceptez les candidatures sur LinkedIn, utilisez des filtres en un seul clic pour restreindre votre liste.
- ✓ Mettez en avant votre marque employeur. Lorsqu'ils consultent les annonces à partir de votre page Carrières, les chercheurs d'emploi voient vos éléments multimédias (tels que les présentations et vidéos de SlideShare), ainsi que les nouvelles de l'entreprise.



## 2. Publiez et promouvez vos annonces auprès des bons candidats

### Annonces / Job Slots : quelle est la différence ?

Sur LinkedIn, vous pouvez acheter soit des annonces soit des Job Slots. Perplexe ? Le prix des Job Slots est fixé de manière à ce que les entreprises qui ont régulièrement des postes à pourvoir puissent publier leurs annonces de façon souple et à moindre coût. Les annonces coûtent plus cher à l'unité, mais sont plus adaptées aux entreprises qui ont des besoins de recrutement ponctuels.

### Les annonces :

Vous pouvez acheter une seule annonce ou un lot d'annonces à tarif réduit. Tous les postes pour étudiants, y compris les stages et postes de débutant, sont gratuits.

### Les Jobs slots :

Si vous avez régulièrement des postes à pourvoir, les Job Slots sont une bonne option. En plus de diminuer vos coûts sur une année, les Job Slots vous permettent de :

- Gérer vos annonces par le biais de la plate-forme LinkedIn Recruiter.

---

- Modifier votre annonce aussi souvent que vous le souhaitez et garder un poste ouvert pour plus de 30 jours.

---

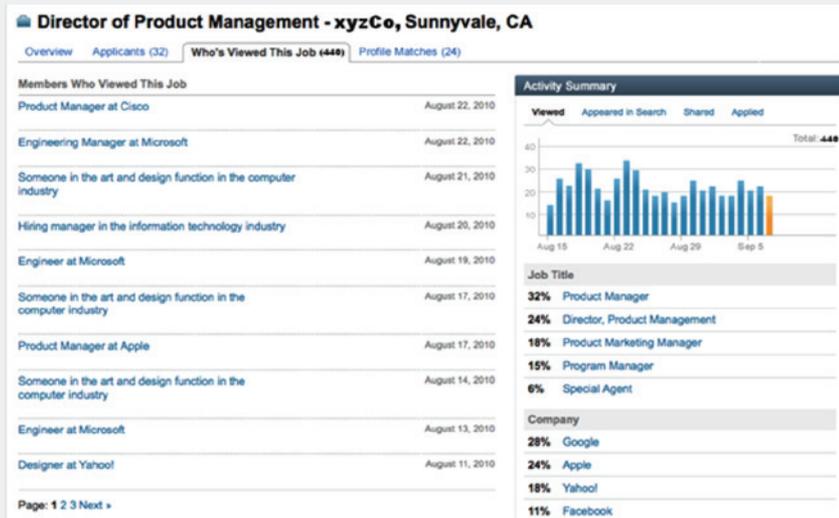
- Simplifier la diffusion d'annonces auprès de distributeurs tiers et automatiquement assurer la synchronisation avec les annonces de votre site Carrières.

---

- Envoyer les candidats directement sur votre propre site et ajouter une URL spéciale assure le suivi de votre annonce.

# 3. Utilisez les retours en temps réel pour mesurer et améliorer la performance des annonces

La seule façon de savoir si vos annonces sont performantes est d'en mesurer l'activité. Utilisez les statistiques des candidats pour savoir :



✓ **Qui interagit avec votre annonce ?** Vous pouvez voir exactement quels types de professionnels interagissent avec vos annonces en ligne. S'ils ne font pas partie de votre audience, utilisez ces informations pour modifier votre annonce en temps réel.

✓ **Comment et quand interagissent-ils avec votre annonce ?** LinkedIn vous montre à quelle fréquence votre annonce a été vue, recherchée, partagée et a suscité des candidatures. Chaque indicateur inclut une liste anonymisée des lecteurs avec des données détaillées.

✓ **Qui a consulté votre profil après avoir publié votre annonce ?** Une fois que vous avez publié une annonce, les membres qui la voient peuvent consulter votre profil pour en savoir plus sur vous ou votre entreprise. Cela vous donne une liste utile des candidats intéressés que vous pouvez contacter directement par InMail.



# Canalisez le marketeur qui est en vous

Faites la promotion de votre marque employeur sur LinkedIn

# 6 étapes pour une marque employeur plus forte sur LinkedIn

À ce stade, vous avez peaufiné vos profils, publié des descriptions de postes attrayantes et développé un vivier de talents de qualité. Mais les candidats sont-ils enthousiastes ? Le recrutement moderne exige la promotion d'une marque employeur irrésistible. Une marque employeur forte est essentielle, comme le montrent les statistiques ci-dessous.

82% des leaders d'acquisition de talents estiment que la marque employeur a un impact significatif sur la capacité à recruter d'excellents talents,\* et les meilleurs talents sont 56% plus susceptibles d'accorder de l'importance au fait de trouver la bonne culture d'entreprise.

Les marques fortes bénéficient de meilleurs taux de réponse des candidats et d'économies de coût jusqu'à 50% par embauche, ainsi qu'une diminution du taux de turn-over jusqu'à 28%.\*\*

**\*\*Enquête 2013 de LinkedIn sur les tendances mondiales de recrutement (<http://slidesha.re/ObKsqP>)**

**\*\*Eda Gultekin, *What's the Value of Your Employment Brand? (Quelle est la valeur de votre marque employeur ?)* (<http://lnkd.in/valueofEB>), 1er décembre 2011).**

Vous souhaitez un examen plus approfondi ? Téléchargez le Guide de la marque employeur : une marque employeur résolument sociale en 5 étapes (<http://linkd.in/1hkoB7y>)

- 01 Maximisez votre présence, impliquez votre entreprise tout entière
- 02 Utilisez l'espace publicitaire sur le profil des employés
- 03 Touchez des viviers de talents clés grâce aux nouvelles ciblées
- 04 Optimisez les outils gratuits à votre disposition
- 05 Créez et/ou améliorez votre page Carrières
- 06 Évaluez votre performance avec le « Talent Brand Index ».

# 1. Maximisez votre présence, impliquez votre entreprise tout entière

Les recruteurs modernes savent qu'ils ne peuvent pas promouvoir une marque employeur gagnante à eux seuls. Travaillez en tandem avec ces trois catégories d'acteurs importants :

- ✓ **Vos collègues du marketing et de la communication** : ils savent comment développer les promesses d'une marque et du contenu de qualité. Les entreprises qui possèdent des marques produit et employeur fortes obtiennent des résultats financiers supérieurs de 36% à ceux de leurs confrères.\*

---

- ✓ **Vos managers qui recrutent** : éduquez-les sur votre marque employeur. Aidez-les à construire des profils qui communiquent leur enthousiasme de travailler dans votre entreprise.

---

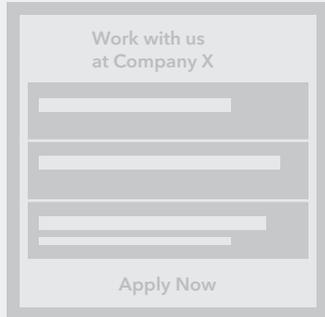
- ✓ **Les salariés** : il n'y a pas de meilleurs ambassadeurs de la marque que vos propres employés. Incitez votre équipe à optimiser leur profil. Envisagez des déjeuners de travail sur le pouce pour discuter des idées de profil : il peut exister une anxiété injustifiée à propos de ce qu'il faut ou ne faut pas faire.

\*Elizabeth Rosenberg, **How Talent Acquisition can Boost your Company Performance by 36%** (<http://linkd.in/1jVgMgv>), (4 novembre 2013)

## 2. Atteignez le réseau de vos employés (automatiquement !)

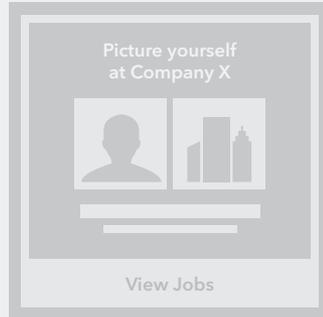
Les personnes qui consultent les profils LinkedIn de vos employés correspondent souvent aux critères que vous recherchez chez un candidat. Puisqu'ils connaissent déjà quelqu'un, ils ont tendance à être plus ouverts à une discussion à propos de leur carrière.

Les publicités « Work with Us » vous permettent d'atteindre et d'influencer les réseaux de vos employés, un terrain fertile pour des candidats potentiels, en achetant de l'espace publicitaire sur leurs profils. Ces publicités offrent du contenu dynamique personnalisé 10 à 15 fois plus attrayant que le contenu standard du secteur. Elles vous permettent également de gagner du temps en faisant automatiquement de vos employés des ambassadeurs de la marque. De plus, aucun travail créatif n'est nécessaire. Choisissez parmi ces 5 styles :



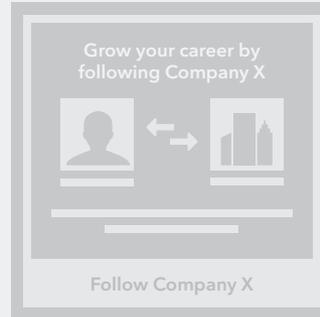
### « Work With Us »

Affichez un nombre d'annonces ciblées à chaque fois qu'un visiteur consulte la page d'un de vos employés.



### « Imaginez-vous »

Invitez les visiteurs à s'imaginer eux-mêmes dans l'entreprise, avec tout ce que cela comporte, y compris un poste cible, leur photo et l'option de suivre votre entreprise.



### « Follow Us »

Encouragez les visiteurs à suivre votre entreprise afin qu'ils restent informés par l'intermédiaire des statuts de l'entreprise.



### « Recrutement interne »

De nombreux employés regardent les profils de leurs collègues. Publiez des messages d'entreprise à l'attention de vos propres employés à des fins de recrutement interne.



### « Annonces personnalisées »

Affichez une publicité de marque à vos couleurs, qui renvoie les visiteurs vers votre page Carrières d'entreprise ou vers la page Carrières de LinkedIn.

# 3. Cultivez les talents en partageant du contenu

## Touchez des viviers de talents clés grâce aux nouvelles ciblées

Les personnes qui suivent les pages Entreprise ont un intérêt prononcé pour les opportunités de carrière, de sorte que la publication de nouvelles ciblées représente un moyen gratuit intéressant pour les professionnels de communiquer avec votre marque employeur.

## Conseils pour publier des nouvelles ciblées

### Alternez

Ne bombardez pas les personnes qui vous suivent de liens vers des annonces. Partagez des nouvelles intéressantes sur votre entreprise, des interviews d'employés, des extraits de votre blog, etc. Visez un rythme de 2 à 3 nouvelles par semaine, pour commencer.

### Élaborez un plan

Esquissez à l'avance ce que vous allez dire et établissez un dialogue avec les personnes qui vous suivent.

### Concentrez-vous sur la marque

Souvenez-vous du message que vous essayez de faire passer et pensez à la façon de l'incorporer à vos nouvelles.



71% des personnes qui suivent une entreprise sur LinkedIn sont intéressées par des opportunités de carrière dans les entreprises qu'elles suivent.\*

\*Sam Gager, *The Truth About Followers and Connections: Key Reasons to Cultivate Yours* (<http://bit.ly/1e9VGTD>), (15 janvier 2013).

## 4. Accroissez votre notoriété grâce aux outils gratuits..

Les candidats d'aujourd'hui s'attendent à une conversation dans les deux sens, avec contexte et personnalisation.

Ces outils gratuits de LinkedIn vous aideront à y parvenir.

Pour télécharger le bouton « Suivre » et le widget « Company Insider », accédez à <http://linkd.in/1hg1dbX>

### Développez votre réseau à l'aide de boutons « Suivre »

Incorporez des boutons « Suivre » dans les emplacements ci-dessous pour élargir votre audience et favoriser l'interaction sociale :

- Votre site web
- Toutes les communications avec les candidats
- Les signatures et profils de vos employés

### Montrez aux talents des personnes qu'ils connaissent grâce à Company Insider

Les visiteurs du site de carrières de l'entreprise Disney voient instantanément les employés de cette dernière qui font partie de leur réseau LinkedIn. Un visage amical peut vous aider à augmenter les candidatures.

### Rencontrez des talents cibles dans les groupes LinkedIn

Rejoignez les groupes et associations de votre secteur sur LinkedIn et sur d'autres médias sociaux. Avec votre équipe, divisez pour mieux régner et couvrez tous les groupes clés. Soyez proactif et attentif, posez des questions, proposez des conseils et partagez des témoignages.



L'incorporation de boutons « Suivre » dans des endroits judicieux a permis à Unilever d'augmenter son nombre d'abonnés de 40 000 à 235 000 en seulement 10 mois.\*

\*Leela Srinivasan, *Secrets of Employer Branding Leaders: Unilever (Secrets des leaders de la marque employeur : Unilever)* (<http://linkd.in/1hfj6a5>), (21 août 2012).

# 5. Construisez votre marque employeur avec les pages Carrières de LinkedIn

Les pages Carrières sont destinées à promouvoir votre marque employeur et à interagir avec les candidats grâce à du contenu pertinent et personnalisé. Utilisez des vidéos, bannières et témoignages d'employés pour mettre en valeur votre culture et la qualité du travail dans votre entreprise.



## Pensez visuel.

Utilisez des images pour offrir un aperçu de la vie réelle dans votre société.



## Pensez numérique.

Quoi que vous disiez, restez concis. Le contenu de votre brochure sur papier glacé pour le recrutement des jeunes diplômés n'est peut-être pas adapté à Internet où la durée d'attention est réduite.



## Pensez vidéo.

Vous attirerez plus l'attention des candidats s'ils entendent des personnes réelles conter leur propre histoire. Assurez-vous donc d'inclure la vidéo au cœur de votre stratégie.



## Pensez personnalisé.

Adaptez votre contenu aux visiteurs en fonction de leurs profils LinkedIn. Vous pouvez cibler vos pages Carrières en fonction du poste d'un candidat, de son secteur d'activité, de sa zone géographique, et plus encore.

## Exemples à suivre de vidéos de marque employeur

- **Travail, vie, avantages chez Zappos**  
Zappos consacre un canal YouTube entier à la promotion de sa culture.  
[Inkd.in/playbook-Zappos](https://www.linkedin.com/company/zappos/playbook)
- **Starbucks Jobs**  
Starbucks a également produit une série de vidéos sur le sujet de la marque employeur sous la bannière « What it's like to be a Starbucks Partner » (À quoi ressemble le statut de partenaire Starbucks).  
[Inkd.in/playbook-Starbucks](https://www.linkedin.com/company/starbucks/playbook)

# Anatomie d'une page Carrières réussie

Pour plus d'inspiration, consultez notre galerie des meilleures pages Carrières (<http://slidesha.re/1k3pB7Z>).

Des visuels forts et mémorables avec des couleurs vives

Publicités personnalisées avec une présentation de la marque

The screenshot shows the top section of the Expedia Careers page. It features the Expedia logo, the text 'Expedia Careers', and '36,894 followers' with a 'Follow' button. Below this is a large hero image of a man with glasses, Steve, with the text 'technology in the clouds, people down to earth.' and 'steve, citizen of Expedia applications welcome'. A purple banner at the bottom of the hero image says 'Where will you go with Expedia? Connect with us to start today.' Below the hero image are two sections: 'PEOPLE AT EXPEDIA' with a carousel of employee profiles and a 'View all employees' link, and 'JOBS AT EXPEDIA' with a list of job openings and a 'See more jobs at Expedia' link. At the bottom, there is a 'WORK AT EXPEDIA' section with a photo of a woman and text about the company's culture.

Un texte prenant qui accroche le lecteur

Plusieurs versions de la page particulièrement ciblées sur les talents qui la consulteraient

Publicités personnalisées avec une présentation de la marque

## 6. Évaluez votre performance avec le Talent Brand Index

Le Talent Brand Index vous permet de comprendre dans quelle mesure vous arrivez à atteindre les professionnels et à communiquer avec eux grâce à votre marque employeur sur LinkedIn. L'index est basé sur les milliards d'interactions qui prennent place chaque année sur notre plate-forme. Utilisez-le pour éduquer vos dirigeants et justifier l'investissement dans votre marque employeur.

« Notre Talent Brand Index et le nombre d'abonnés à notre page Carrières sont en augmentation quotidienne depuis que nous avons mis en place un calendrier de contenu pour notre page Carrières et que nous nous sommes consacrés au développement de notre marque employeur sur LinkedIn. »

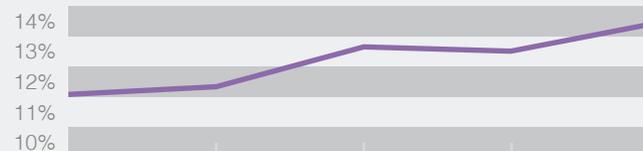
”



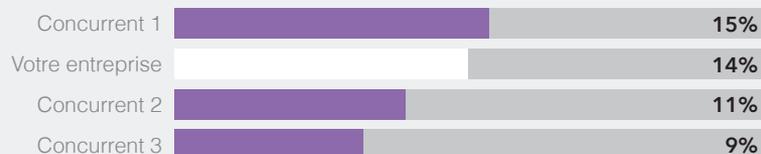
- Miki Furnish, Manager Talent Acquisition chez Carhartt

## 4 façons d'utiliser le Talent Brand Index pour mesurer le succès de vos efforts de branding

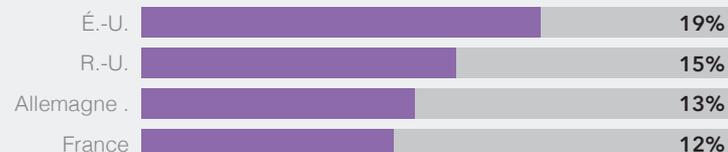
### Nel tempo



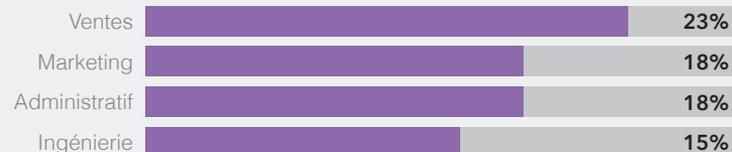
### Par rapport aux principaux concurrents



### Par pays



### Par secteur



Pour découvrir comment fonctionne le Talent Brand Index, [cliquez ici](http://linkd.in/1gZdMh6) (<http://linkd.in/1gZdMh6>)

Pour en savoir plus sur votre score de Talent Brand Index, contactez-nous (<http://linkd.in/1kr6N2l>).

# L'entreprise indienne HCL technologies anime sa marque employeur

HCL possède une culture unique « d'idéepreneuriat » soutenue par la philosophie « Les employés d'abord, les clients ensuite ». La direction travaille à promouvoir une culture d'innovation locale, centrée sur les affaires et sur le client. Cet environnement encourage les employés à tous les niveaux hiérarchiques à trouver des idées novatrices pour relever des défis opérationnels et de clientèle. Afin d'attirer et d'inciter les employés à penser différemment, l'entreprise investit beaucoup dans sa marque employeur.



## Son succès repose sur trois stratégies jusqu'à présent :

### CONSEILS

**1. Concentrez-vous sur les talents émergents.** HCL a lancé l'initiative de campus MAD LTD (Make a difference, Lead the Difference : Faites la différence, dirigez la différence) pour communiquer avec les étudiants des meilleures écoles d'ingénieur et de commerce en Inde. Les jeunes entrepreneurs ont soumis leurs idées de changement dans trois catégories : sociale, technologie et affaires. Les gagnants ont obtenu le sponsoring de mentors et l'opportunité de faire incuber leur idée chez HCL ou en externe. Le résultat : ils ont atteint 100 000 étudiants à travers l'Inde et reçu 19 000 idées depuis la création.

**2. Mettez « l'idéepreneuriat » en avant avec LinkedIn.** HCL a créé une page **Carrières Gold** sur LinkedIn (<http://linkd.in/1fLBOH3>) pour y partager des annonces, nouvelles de l'entreprise et témoignages d'employés. Ils ont segmenté leurs audiences par zone géographique et par rôle, et offert du contenu pertinent tel que des articles de recherche, événements et séminaires en ligne. Ils ont également utilisé les publicités de recrutement pour attirer l'attention des talents passifs sur leurs annonces et générer du trafic vers leur page Carrières.

**3. Utilisez le jeu pour favoriser la participation des nouvelles recrues :** HCL envoie un lien vers un jeu en ligne à toutes les nouvelles recrues le jour où elles acceptent l'offre. Le jeu leur donne l'opportunité de comprendre comment se déroule le quotidien chez HCL en évoluant à travers 5 modules : 1) Votre licence pour générer des idées ; 2) Créer votre plan de carrière ; 3) L'idéepreneuriat ; 4) L'équilibre entre travail et vie privée ; 5) Philosophie et culture. Chaque module comprend des questions interactives, vidéos et images. Les nouvelles recrues gagnent des points et badges tout en interagissant avec les autres et en s'amusant dans un esprit de compétition amicale.

### LE RÉSULTAT :

100 000 étudiants atteints sur différents campus en Inde

- 500% d'augmentation du trafic sur la page Carrières de LinkedIn.
- 28% d'augmentation des candidatures à travers le monde.
- 37% d'augmentation du Talent Brand Index de LinkedIn.
- Statut de leader d'opinion dans le secteur des hautes technologies.

Une meilleure participation des nouvelles recrues.

# Check-list

Si vous gérez une équipe de professionnels de l'acquisition de talents ou si vous souhaitez simplement un aperçu de ce guide, voici les points essentiels :

## Les points fondamentaux.

- ✓ **Créez un profil éclatant.** Assurez-vous de rédiger une excellente introduction, d'utiliser le multimédia, d'ajouter des certifications et activités de bénévolat, et rendez vos nouvelles interactives. Utilisez les fonctions « Qui a consulté votre profil ? », « Qui a vu vos nouvelles » et les statistiques du réseau pour mesurer vos efforts et encourager vos employés à faire de même.
- ✓ **Dynamisez votre page Entreprise.** Votre page Entreprise gratuite est votre demeure au sein de LinkedIn. Rendez-la intéressante avec du multimédia et des vidéos. Augmentez le nombre de vos abonnés en incorporant le bouton Suivre, communiquez avec eux grâce aux nouvelles ciblées, et amplifiez la portée de vos publications grâce au contenu sponsorisé. Surveillez l'intérêt porté à vos nouvelles et à votre page Entreprise, les données démographiques des abonnés et leurs comparaisons grâce aux statistiques de la page Entreprise.

## Sourcing

- ✓ **Soyez judicieux avec les viviers de talents.** Effectuez des recherches sur LinkedIn Recruiter pour découvrir la taille et la dynamique de vos marchés potentiels. Consultez les rapports gratuits sur les viviers de talents afin d'obtenir des informations sur les lieux, parcours et centres d'intérêt de vos candidats cibles.
- ✓ **Maîtrisez la recherche booléenne et les autres techniques de recherche.** Utilisez AND, OR, NOT, les parenthèses et les guillemets pour définir, restreindre et élargir vos recherches sur LinkedIn Recruiter. N'oubliez pas d'exploiter les groupes LinkedIn, votre propre réseau, et ceux de vos employés et managers qui recrutent.
- ✓ **Contactez les candidats directement par InMail.** Contactez n'importe qui sur LinkedIn par InMail et profitez d'un taux de réponse 3 fois supérieur en moyenne à celui des e-mails.\* Assurez-vous d'attirer l'attention de vos candidats et de leur montrer que vous êtes sélectif. Soyez bref et convivial, écoutez bien, concentrez-vous sur les objectifs, et tirez parti du contenu. N'oubliez pas d'être patient et demandez à poursuivre le dialogue.
- ✓ **Gérez les prospects avec la fonctionnalité Talent Pipeline.** Utilisez Talent Pipeline sur LinkedIn Recruiter pour rassembler, suivre, contacter et entretenir les relations avec des prospects. Recherchez et labellisez les candidats pour les rendre faciles à trouver, utilisez les références internes pour tirer parti des relations de vos employés, utilisez les listes aide-mémoire pour entretenir les conversations, suivez vos projets grâce à la fonction Récapitulatif de projet, sauvegardez vos recherches pour laisser LinkedIn Recruiter chercher à votre place, et utilisez la fonction « Recevoir les mises à jour » pour suivre l'évolution des profils des membres.
- ✓ **Évaluez votre performance.** Pensez à surveiller la qualité, la source, la durée et le coût des recrutements. Les statistiques de LinkedIn Recruiter incluent les profils consultés, les recherches effectuées, les InMails envoyés et leur taux de réponse.

## Offres d'emploi

- ✓ **Rédigez une description de poste qui se démarque.** Une bonne description de poste offre aux candidats les informations dont ils ont besoin pour évaluer s'ils possèdent les compétences et la personnalité qu'il faut pour le poste. Utilisez des termes standard pour l'intitulé, soulignez l'impact du poste, et sponsorisez vos annonces les plus importantes pour obtenir le meilleur placement.
- ✓ **Publiez et promouvez auprès des bons candidats.** Achetez des annonces et/ou Job Slots selon la fréquence de vos besoins. Assurez le suivi avec les meilleurs candidats, diffusez l'annonce sur LinkedIn et d'autres médias sociaux, et ciblez votre communication sur les membres les mieux qualifiés. Aidez à pourvoir vos postes prioritaires en les sponsorisant.
- ✓ **Utilisez les retours en temps réel pour évaluer votre performance.** Utilisez les statistiques des candidats pour voir quels types de professionnels interagissent avec vos annonces, comment et quand ils le font, et qui a consulté votre profil après publication de l'annonce.

\*\*Guide de la marque employeur, page 34 (<http://linkd.in/1pF6kca>)

## Branding

- ✓ **Impliquez toute votre entreprise.** Collaborez avec vos collègues du marketing et de la communication, les managers qui recrutent, le reste de l'équipe de recrutement et des employés pour promouvoir votre marque employeur.
- ✓ **Utilisez l'espace publicitaire sur le profil des employés.** Achetez des publicités « Work with Us » sur les profils LinkedIn de vos employés : les taux de clic y sont en général 20 fois supérieurs aux taux moyens du secteur\*\*. Choisissez parmi de nombreux styles ou utilisez votre propre design.
- ✓ **Créez et/ou améliorez votre page Carrières.** Pensez visuel. Pensez numérique. Pensez vidéo. Pensez personnalisé. Achetez de l'espace publicitaire sur votre page Entreprise pour générer du trafic.
- ✓ **Envoyez des nouvelles ciblées.** Variez le contenu, mettez en place un calendrier de contenu, et soyez engageant sur votre marque.
- ✓ **Évaluez vos efforts de branding grâce au « Talent Brand Index ».** Évaluez dans quelle mesure vous atteignez et interagissez avec les professionnels via votre marque employeur sur LinkedIn en surveillant votre score de Talent Brand Index au fil du temps, par rapport à la concurrence, par zone géographique et par fonction.

Annexe

# Les outils LinkedIn en bref

	Stratégie de sourcing	Annonce ciblée	Développement de la marque employeur
Outils LinkedIn gratuits	<p>Profil personnel</p> <p>Recherche standard</p> <p>Groupes (<a href="http://linkd.in/1erqnnD">http://linkd.in/1erqnnD</a>)</p>	<p>Postes et stages pour étudiants (<a href="http://linkd.in/1eI5mAu">http://linkd.in/1eI5mAu</a>)</p>	<p>Profil personnel</p> <p>Page Entreprise (<a href="http://linkd.in/1hhAMXV">http://linkd.in/1hhAMXV</a>)</p> <p>Nouvelles ciblées (<a href="http://linkd.in/1eI6Z0W">http://linkd.in/1eI6Z0W</a>)</p> <p>APIs (<a href="http://linkd.in/1g7CJSb">http://linkd.in/1g7CJSb</a>)</p>
LinkedIn Talent Solutions	<p>LinkedIn Recruiter (<a href="http://linkd.in/QD8TQ5">http://linkd.in/QD8TQ5</a>)</p> <p>Talent Pipeline (un outil dans LinkedIn Recruiter)</p>	<p>Annonces (<a href="http://linkd.in/1mY3WOT">http://linkd.in/1mY3WOT</a>)</p> <p>Job Slots (<a href="http://linkd.in/1hBQTKN">http://linkd.in/1hBQTKN</a>)</p> <p>Sponsored Jobs (<a href="http://linkd.in/1hBQTKN">http://linkd.in/1hBQTKN</a>)</p>	<p>Pages Carrières (<a href="http://linkd.in/OE94sg">http://linkd.in/OE94sg</a>)</p> <p>Work with Us (<a href="http://linkd.in/1g8Kdl5">http://linkd.in/1g8Kdl5</a>)</p> <p>Annonces vidéo</p> <p>Groupes sponsorisés</p>

# Nous pouvons vous aider

Vous n'avez pas de budget [supplémentaire] à investir dans le recrutement social.

## Problème :

## Solution LinkedIn :

Vous n'avez pas de budget [supplémentaire] à investir dans le recrutement social.:

Utilisez plusieurs des outils gratuits de LinkedIn tels que les profils, pages Entreprise (p.7-19, p.55), nouvelles ciblées (p.46), APIs (p.58) et groupes (p.25, 47, 58).

Vos managers qui recrutent ont parfois des demandes irréalistes en ce qui concerne les talents.

Référez-vous aux rapports sur les viviers de talents (p.23, 29) et effectuez des recherches poussées sur LinkedIn Recruiter (p.21-33) pour aider à définir les attentes.

Vous avez un poste essentiel à pourvoir rapidement.

Sponsorisez vos annonces les plus pressantes pour figurer en tête de liste (p.34-41).

Vous souhaitez amplifier la portée d'un message clé.

Sponsorisez votre meilleur contenu (p.46, 50, 52, 58) pour atteindre les membres non abonnés à votre page Entreprise.

Vous gardez vos notes sur papier et/ou non organisées sur les candidats.

Utilisez la fonctionnalité Talent Pipeline (p.28) pour rassembler, suivre et contacter les prospects.

Vos recherches sur LinkedIn Recruiter génèrent trop ou trop peu de résultats.

Expérimentez différentes techniques de recherche booléenne (p.24) pour élargir ou affiner vos résultats.

Votre taux de réponse aux InMails est faible.

Respectez les 9 règles d'or des InMails (p.27).

Vous devez accélérer le recrutement des jeunes diplômés ou d'autres populations spécifiques.

Utilisez les outils destinés à la population étudiante comme CheckIn et les pages Éducation (p.29).

Vous n'êtes pas sûr que vos efforts sur LinkedIn aient un impact.

Fixez des objectifs dès le départ et mesurez votre impact grâce aux statistiques de profil et de la page Entreprise (p.19), aux statistiques de sourcing de LinkedIn Recruiter (p.30), de performance des annonces et des candidatures (p.41) ainsi qu'au Talent Brand Index (p.51).

# Éminences de LinkedIn

## Personnes

Larry Hernandez

Aaron Neale

Daoud Edris

Deborah Glynn

Angela Farrelly

Sejal Patel

Amanda Smith

Miki Furnish

Stacy Donovan Zapar

Naveen Narayanan

## Entreprises

Zappos

Improbable

Lion Co.

The Integer Group

Unilever

Greenpeace

Marketplace

Mashable

Air New Zealand

Intel

Allstate

Lululemon

Ubiwhere

Carhartt

Disney

Zappos

Expedia

HCL

# Ressources supplémentaires

## Se lancer

Aide-mémoire de personal branding (<http://bit.ly/1h7VpGH>)

Enquête sur les tendances mondiales du recrutement (<http://linkd.in/1glW0P4>)

Tendances des talents 2014 : Les préoccupations des professionnels (<http://linkd.in/1lmdf89>)

## Sourcing

Bonnes pratiques en matière de gestion de viviers de talents (<http://linkd.in/1e9H7zD>)

Le guide du recrutement diversifié (<http://linkd.in/1omD8JA>)

Faire évoluer votre équipe de recrutement en 3 étapes (<http://linkd.in/1IAwFsD>)

## Offres d'emploi

Créer une annonce réussie (<http://slideshare/1pVosN1>)

7 astuces pour une description de poste attrayante (<http://linkd.in/1xjjux>)

## Marque

Talent Brand Index (TBI) (<http://linkd.in/1gZdMh6>)

Le Guide de la marque employeur : une marque employeur résolument sociale en 5 étapes (<http://linkd.in/1mlJ9yv>)

# À propos des auteurs



## Mckenzie Lock

Senior Marketing Manager  
LinkedIn Talent Solutions

Mckenzie est manager senior en marketing chez LinkedIn. Ayant elle-même vu sa carrière transformée par un recruteur, elle travaille à créer du contenu attrayant pour aider les recruteurs à devenir plus efficaces, performants et appréciés.

 <http://linkd.in/1h5YC8l>



## Kate Reilly

Consultante en marketing

Kate est une consultante indépendante en marketing. Elle crée du contenu pertinent pour l'équipe Talent Solutions de LinkedIn et contribue régulièrement au blog Talent.

 <http://linkd.in/1lu0mZ1>

# Des questions ?

Contactez l'équipe LinkedIn Talent Solutions à [talent-trends@linkedin.com](mailto:talent-trends@linkedin.com)

Fondée en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier afin de les rendre plus productifs et les aider à réussir. Avec plus de 300 millions de membres dans le monde, y compris des cadres de toutes les entreprises du Fortune 500, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel au monde.

LinkedIn Talent Solutions offre une gamme complète de solutions de recrutement pour aider les entreprises de toutes tailles à trouver, intéresser et attirer les meilleurs talents. Nous nous sommes engagés à offrir à nos membres la meilleure expérience de recrutement possible.

Pour en savoir plus sur nos solutions, accédez à [fr.talent.linkedin.com](http://fr.talent.linkedin.com)

Consultez notre blog pour suivre les dernières tendances [talent.linkedin.com/blog](http://talent.linkedin.com/blog)

Suivez-nous sur LinkedIn [www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions](http://www.linkedin.com/company/linkedin-talent-solutions)

Suivez-nous sur Twitter [@linkedinfrance](https://twitter.com/linkedinfrance)