

La culture du recrutement se réinvente

3 étapes vers la réussite avec les talents passifs.



Pourquoi 60 % des leaders du recrutement mettent-ils l'accent sur les talents passifs ? Tout simplement car la recherche de candidats passifs est le meilleur moyen d'améliorer la qualité du recrutement et de mettre en place des équipes talentueuses.

Cependant, de nombreuses entreprises sont limitées par une culture de recrutement obsolète qui se cantonne aux candidats activement en recherche d'emploi et disponibles au lieu de favoriser une culture proactive de sourcing. Si votre entreprise a besoin d'un rajeunissement de sa culture, voire d'une réforme majeure, voici comment remettre votre équipe, vos collaborateurs et la direction au même niveau.

1. 1. Développez votre argumentation.

a. Attirez l'attention des décideurs avec des faits tangibles.

Choisissez un domaine dans lequel vous avez des difficultés à trouver des talents et soulignez les problèmes associés à la publication simple d'annonces : par exemple, "le délai d'embauche est de X jours et en constante augmentation", ou "nous avons reçu 130 candidatures dont seulement deux étaient qualifiées". Faites connaître les chiffres : 80 % des professionnels qui travaillent ne sont pas en recherche de poste. Effectuez quelques recherches simples sur LinkedIn pour évaluer la taille des segments que vous tentez de cibler.

b. Soulignez le succès de vos concurrents :

Lisez attentivement les études de cas pour identifier les concurrents qui investissent dans le recrutement des talents passifs et comment ils y sont parvenus.

c. Montrez ce que vous dépensez (vraiment) actuellement.

Additionnez tous les frais (internes et d'agence) de tous les services pour calculer vos dépenses de sourcing annuelles. Souvent, ce coût est absorbé par les différents services et rarement cumulé, si bien que la direction pourrait n'avoir jamais réalisé le montant total. Proposez d'en réinvestir une partie (même au titre d'un simple essai) pour prouver le retour sur investissement d'une approche de sourcing directe. Assurez-vous de demander assez de temps (3 à 6 mois) pour réussir.

d. Tirez parti de votre taille.

Si vous êtes une petite ou moyenne entreprise, gagnez du temps en ciblant les personnes clés de votre société qui influent sur la culture de l'entreprise ou qui pèsent le plus sur les processus de décision.

2. Investissez dans votre équipe.

a. Concentrez-vous sur une compétence pratique à développer chaque mois.

Par exemple : les compétences en médias sociaux, intéresser les candidats, communiquer sur le positionnement de l'entreprise, rédiger un InMail ou exploiter des données.

b. Consacrez du temps au recrutement de candidats passifs.

Les recruteurs doivent élargir leur réseau et développer des relations à long terme avec les candidats potentiels. Aidez-les à définir les priorités. Les candidats extérieurs non recommandés qui ne correspondent pas aux besoins du manager souhaitant recruter peuvent attendre.

c. Encouragez le recrutement de talents passifs.

Mettez en avant ceux qui ont réussi à le faire. Si possible, récompensez les recruteurs comme les commerciaux en offrant de réels avantages comme des bonus.

d. Offrez une formation pratique.

Parmi les formats à essayer : des ateliers "Affiner son profil" ou "Profils à recruter" ; des sessions déjeuners sur les bonnes pratiques en matière d'InMails ; un approfondissement des objectifs de l'entreprise pour aider les recruteurs à comprendre les priorités de recrutement.

e. Associez-vous avec les managers qui ont des besoins en recrutement.

Formez les managers sur le recrutement de talents passifs (par rapport aux talents actifs) et sur la communication de votre marque employeur. Aidez-les à optimiser leur profil et impliquez-les dans la recherche de candidats. Exploitez leurs réseaux pour identifier des candidats potentiels qualifiés avec lesquels ils auraient travaillé par le passé et pour faire connaître les postes à pourvoir.

3. Suivez votre progression et communiquez sur vos avancées.

a. Félicitez l'équipe en cas de succès.

Orchestrez des étapes intermédiaires rapides pour gagner leur soutien. Félicitez publiquement les bonnes performances en interne et en dehors de votre équipe.

b. Connaissez les chiffres.

Évaluez les retombées commerciales de l'activité de l'équipe RH, ne vous contentez pas de l'impact en matière de recrutement.

c. Mettez-vous en avant.

Envoyez régulièrement des nouvelles à la direction (en dehors des RH) pour qu'elle reste sensibilisée au recrutement de talents passifs.