



L'ORÉAL
WORLD LEADER IN BEAUTY PRODUCTS

« LinkedIn est à la fois le réseau le plus international, le plus professionnel et le plus puissant ».

Frédérique Scavennec,
Directrice internationale
du recrutement

Étude de cas L'Oréal

En bref

- Un réseau mondial permettant un recrutement à l'international.
- Un accès rapide à des profils de candidats ultra ciblés.
- Un vecteur efficace pour imposer une image de recruteur pluridisciplinaire.
- Une vitrine pour communiquer sur les valeurs du groupe, son actualité, ses besoins.
- Une offre de services proactive pour être en lien direct avec les meilleurs candidats

Profil de l'entreprise

Leader mondial de la beauté avec un portefeuille de 27 marques internationales, L'Oréal réalise un chiffre d'affaires consolidé de 22,5 milliards d'euros. Les marques du groupe s'articulent autour de 4 divisions principales : le grand public, le luxe, la pharmacie et la coiffure professionnelle. 72 600 collaborateurs à travers le monde travaillent avec passion et couvrent un large éventail de métiers : marketing, recherche, communication, finance, ressources humaines, opérations et bien d'autres. Toujours à la recherche de top talents, L'Oréal a prévu de recruter 4000 cadres cette année, en France comme à l'international.

Enjeux pour l'entreprise

Les besoins en recrutement de L'Oréal sont spécifiques. Il est fondamental d'utiliser tous les outils existants, et de privilégier les leviers les plus performants. Il s'agit de trouver le meilleur talent, quelque soit l'endroit, en optimisant les coûts.

Profiter d'un levier sans équivalent.

« L'apparition du web a totalement changé la donne dans le métier du recrutement. Les réseaux sociaux permettent une ouverture mondiale, de la réactivité dans les échanges et une diffusion ciblée ». L'Oréal a tout de suite saisi l'opportunité d'être présent sur LinkedIn afin d'identifier, solliciter et recruter des candidats actifs ou passifs.

Elargir son vivier de talents en France et à l'international.

Avec près de 300 000 « followers » (4 fois plus qu'il y a 18 mois), L'Oréal a développé une base ultra ciblée par métier et par pays. Leur page LinkedIn leur a permis de s'imposer comme un recruteur pluridisciplinaire s'adressant à tous les niveaux d'expérience. Au quotidien, elle leur offre aussi la possibilité de communiquer auprès des 30 000 collaborateurs du groupe qui la suivent régulièrement

Renforcer l'attractivité du groupe

L'Oréal utilise aujourd'hui une grande partie des services proposés par LinkedIn. « Nous apprécions les pages Carrières spécifiques qui s'affichent en fonction du profil de l'internaute, les « Job Slots » qui nous permettent de publier des annonces, ou encore « Work with us » qui crée des liens directs entre les profils des collaborateurs de l'entreprise et notre page. »

Le contenu proposé est à la fois ludique et efficace avec des vidéos témoignages de certains profils. L'objectif est de montrer aux candidats potentiels la diversité et la réalité des postes chez L'Oréal, les possibilités d'évolution, la culture d'entreprise...

La page carrière qui permet à L'Oréal de diffuser son actualité et renforcer son attractivité.

Proposer un outil efficace à ses managers

L'excellence que le groupe L'Oréal s'impose en terme de recrutement passe inévitablement par les services de LinkedIn. « La licence LinkedIn « Recruter » nous permet de cibler selon des critères très sélectifs les futurs collaborateurs que nous recherchons. La richesse des profils disponibles sur le réseau est un atout de taille pour trouver, dans chaque pays, les candidats qui correspondent à nos attentes. Nous créons ainsi notre réservoir de talents à travers le monde ».

Grâce aux services de LinkedIn, L'Oréal délivre à ses managers un service hautement qualitatif, tout en maîtrisant ses coûts de recrutement.

Conseils pour les recruteurs sur LinkedIn

- Faites preuve d'originalité : dans votre profil, vous pouvez vous affranchir des titres académiques du style « Directeur du recrutement chez... ». Osez créer une accroche fédératrice.
- Créez des liens: dans la section « coordonnées », n'hésitez pas à proposer des clics vers le site web, la page Carrières LinkedIn ou la chaîne YouTube de votre entreprise.
- Soyez partageur : votre profil permet de diffuser des informations de façon virale. Publiez régulièrement l'actualité de votre entreprise, valorisez ses compétences et faites connaître les postes à pourvoir. Profitez-en aussi pour dispenser des conseils sur la recherche d'emploi, vous vous positionnez, par ce biais, en expert.
- Restez connecté : LinkedIn Today est un service de revue de presse personnalisée. Vous recevez tous les articles relatifs à votre activité ou en lien direct avec besoins de recrutement. Parce qu'une personne informée en vaut deux.

Consultez <http://fr.talent.linkedin.com> pour découvrir comment d'autres spécialistes du marketing ont atteint leurs objectifs.