

# Le marketing pour le recrutement ne se fait plus dans le noir

## Le défi de Devin Rogozinski

Devin s'est vu confier la tâche de trouver de nouveaux concepteurs et développeurs pour Atlassian et avait l'intention de mener des campagnes marketing pour cibler ces groupes. Le recrutement de concepteurs s'avérant plus difficile que prévu, il a voulu mieux comprendre le public visé et trouver des moyens d'optimiser les performances de ses dépenses de marketing.



## La solution

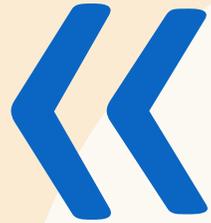
Grâce à Talent Insights, Devin a découvert qu'il n'y avait **qu'un concepteur pour 25 développeurs**.

### Ingénieur logiciel

Professionnels : **122 264**  
Demande en recrutement : **très élevée**

### Concepteur

Professionnels : **4 890**  
Demande en recrutement : **très élevée**



*En utilisant LinkedIn Talent Insights, j'ai pu améliorer ma communication avec notre équipe dirigeante, lui expliquer pourquoi certains marchés de recrutement étaient plus intéressants que d'autres et justifier l'ajustement du budget. »*



Devin Rogozinski  
Responsable du marketing de recrutement,  
Atlassian

## Les résultats

Avec l'aide de Talent Insights, Devin a pu justifier les investissements supplémentaires pour le ciblage du vivier de concepteurs afin de toucher plus facilement ce public difficilement accessible.

### Budget ajusté

pour obtenir de meilleurs résultats de campagne en se basant sur des informations relatives aux viviers de talents

### Résultats probants enregistrés

dans le recrutement de concepteurs, grâce à des données mettant en avant les difficultés de recrutement

### Obtention de l'assentiment des cadres

en justifiant la recommandation d'une nouvelle approche du recrutement avec des données