LinkedIn

# 3 étapes pour trouver votre prochaine recrue sur les réseaux sociaux

Utilisez ce guide pratique pour trouver les meilleurs candidats

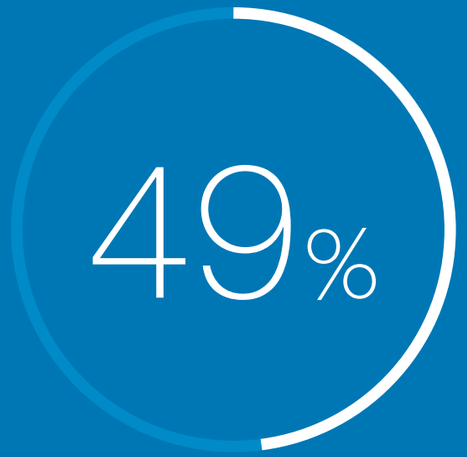
# Introduction : Qu’est-ce que le recrutement sur les réseaux sociaux et pourquoi est-ce important ?

Face à un marché des talents très compétitif, votre équipe doit être présente là où se trouvent les candidats : en ligne, sur mobile et sur les réseaux sociaux. Une solide stratégie de recrutement sur les réseaux sociaux vous aidera à entrer en contact et à communiquer avec des candidats potentiels, tout en élaborant une histoire authentique pour votre marque employeur.

Fondamentalement, **le recrutement social consiste à établir des relations avec des personnes** bien avant qu’elles ne deviennent candidates à l’un des postes de votre entreprise. L’objectif est d’utiliser vos relations personnelles pour associer le bon talent au bon poste.

Le recrutement sur les réseaux sociaux n’est plus une stratégie souhaitée ou une chose à laquelle on aspire. Il s’agit à présent d’un élément incontournable de tout projet de recrutement de talents.

Cependant, l’un des principaux avantages est son coût. Grâce aux réseaux sociaux, vous n’aurez pas à payer pour partager vos contenus avec un grand nombre de candidats de qualité.




des candidats suivent une entreprise sur les réseaux sociaux

confient que LinkedIn a joué un rôle significatif dans leur récent changement de poste

# 3 étapes pour un recrutement efficace sur les réseaux sociaux

Le recrutement sur les réseaux sociaux ne se limite pas à des plateformes en ligne et ce guide va vous en présenter les bases.

ÉTAPE 1

Établir une présence sur les canaux clés

ÉTAPE 2

Développer votre marque sur les réseaux sociaux

ÉTAPE 3

Prendre contact avec des candidats potentiels

ÉTAPE 1

# Établir une présence sur les canaux clés

Dans le paysage numérique actuel, de nombreux canaux s'offrent à vous pour développer votre présence sur les réseaux sociaux. La question est : à quoi souhaitez-vous consacrer votre temps et votre énergie ? N'oubliez pas qu'un réseau social mal entretenu peut avoir un impact plus négatif sur votre marque qu'une simple absence. Veillez donc à bien connaître vos ressources et planifiez en conséquence.

## Choisissez des canaux permettant d'atteindre des candidats de qualité

| | LINKEDIN | TWITTER | FACEBOOK | YOUTUBE | PINTEREST |
|---|---|---|---|---|---|
| AVANTAGES | Le plus grand réseau professionnel au monde avec plus de 500 millions d'utilisateurs actifs<br><br>Souvent utilisé pour des recherches d'emploi | Particulièrement viral et décontracté<br><br>Les retweets peuvent augmenter votre indice de confiance et de crédibilité en tant qu'employeur | Plateforme décontractée permettant de mettre en avant le côté informel de votre entreprise, par exemple des photos de la soirée de Noël | Authenticité : peut mettre en valeur de vrais employés offrant de vrais témoignages<br><br>Les meilleures vidéos peuvent devenir virales | Aspect visuel : images, graphiques et illustrations peuvent dynamiser votre marque |
| LIMITES | Plus adapté à certains secteurs<br><br>Limité aux réseaux professionnels actifs | Pas de visée professionnelle, beaucoup de bruit<br><br>Nombre de caractères limité<br><br>Nécessité d'aller au-delà des tweets d'emploi pour communiquer | Réseau social et non professionnel : la plupart des gens choisissent de ne pas mélanger vie sociale et vie professionnelle | La production de vidéos peut nécessiter des ressources importantes<br><br>Il convient de produire plusieurs vidéos et d'actualiser son profil régulièrement | N'est pas une plateforme professionnelle<br><br>Démographie restreinte (principalement féminine, de 18 à 34 ans) |

# Permettre à votre entreprise de se démarquer sur LinkedIn

Nous ne sommes peut-être pas d'une objectivité absolue mais LinkedIn est le point de départ naturel de l'édification de votre marque employeur. Vous y trouverez une multitude d'outils gratuits et payants, que vous pouvez utiliser pour présenter votre entreprise comme un lieu de travail d'exception.

## Commencez par votre profil et demandez aux employés de faire de même

Votre profil est le premier endroit où se rendra un candidat après être entré en contact avec vous (peut-être par InMail). Il représente donc votre toute première opportunité de promouvoir votre marque. Présentez clairement votre rôle dans l'entreprise et les raisons pour lesquelles vous êtes fier d'y travailler. Configurez votre profil comme modèle pour vos employés, et demandez au reste de l'équipe de recrutement d'en faire autant.

> **CONSEIL DE PRO : Aidez les membres de votre équipe à mettre à jour leur profil**
> Organisez un déjeuner informel pour aider les hiring managers à utiliser LinkedIn pour faire une bonne première impression. Montrez-leur des exemples d'amélioration et échangez des idées sur la manière de pérenniser ces bonnes pratiques.

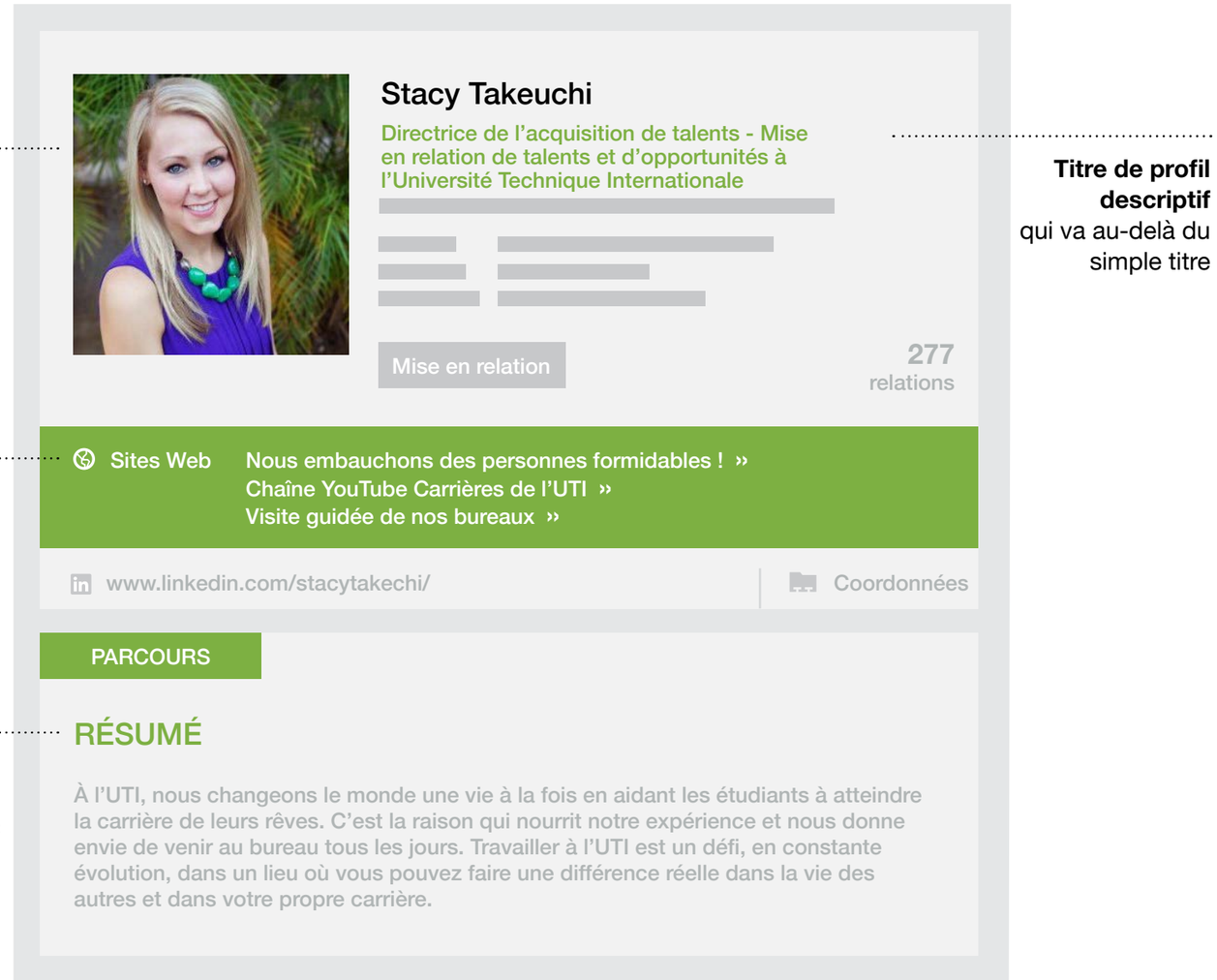



**Photo agréable et plaisante**
Qui n'aurait pas envie de travailler avec Stacy ?

**Titre de profil descriptif**
qui va au-delà du simple titre

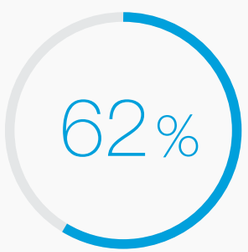
**Liens**
vers la marque

**Résumé percutant**
Écrit à la première personne, débordant de passion

# Redynamiser votre page Entreprise

Maintenant que tous les membres de votre équipe de recrutement ont rafraîchi leur profil LinkedIn, il est temps de vous concentrer sur la présence officielle de votre entreprise sur la plateforme. Votre page Entreprise doit offrir une navigation homogène aux candidats que vous souhaitez attirer.

Les pages Entreprise de LinkedIn sont désormais optimisées pour les appareils mobiles, ce qui est important puisque de nombreux visiteurs uniques viennent au moyen d'un appareil mobile chaque mois.




Les membres qui suivent une page Entreprise ont **62 % plus de chances** de répondre à un InMail.

**5 façons de booster votre page Entreprise**

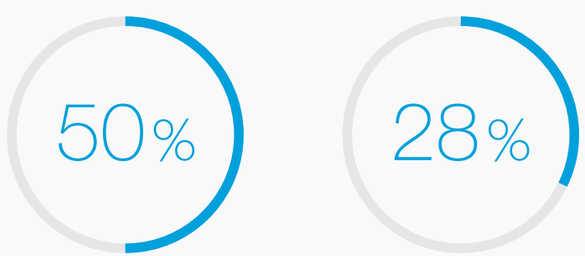
1. Coordonnez votre stratégie pour la page avec l'équipe marketing.
2. Insérez une photo pleine de vie pour accueillir vos visiteurs et mettre en valeur votre marque.
3. Publiez des nouvelles récentes pour entamer des discussions avec des personnes intéressées.
4. Mettez en avant les produits ou services proposés par votre entreprise et demandez un feedback. Le fait que vous soyez ouvert à de nouvelles idées peut pousser les candidats intéressés à prendre contact avec vous.
5. Incluez les groupes que les candidats potentiels consultent et invitez de nouvelles personnes à suivre votre page.

ÉTAPE 2

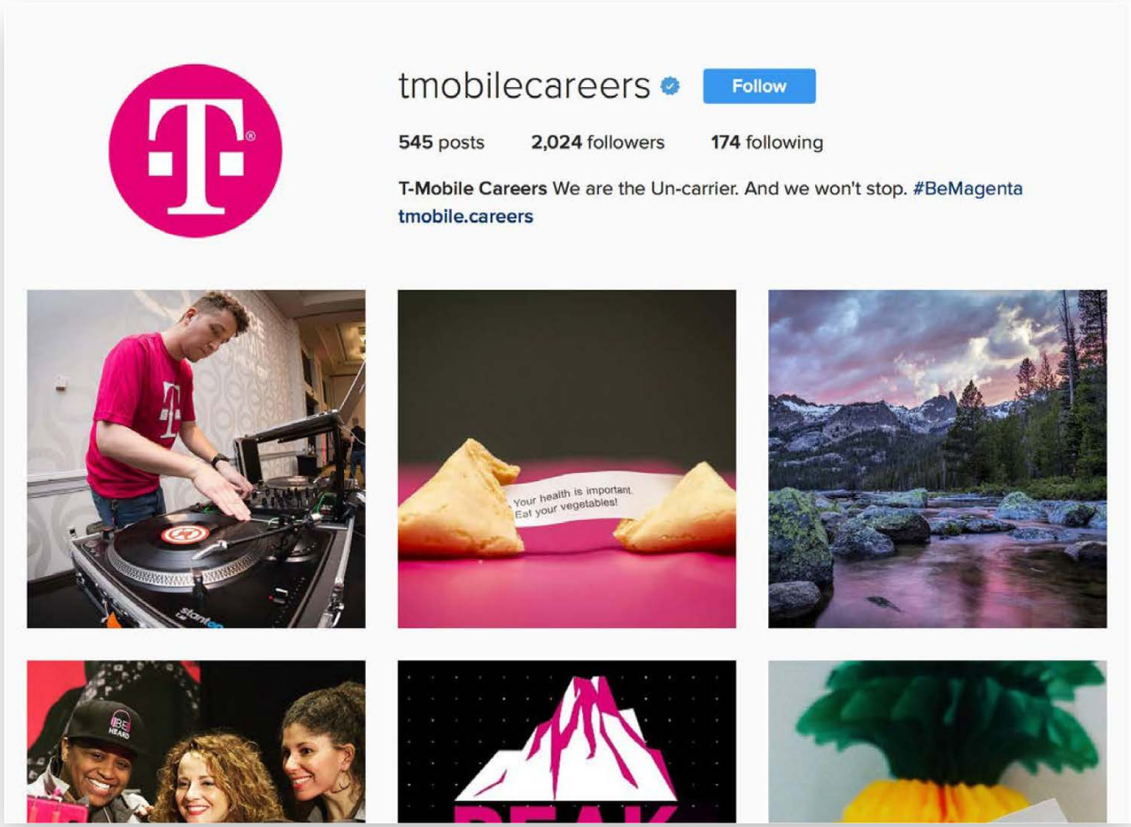
# Développer votre marque sur les réseaux sociaux

Que vous partagiez, publiiez, taggiez, tweetiez, aimiez, épingliez ou que vous soyez autrement visible sur les réseaux sociaux, votre marque fera bientôt partie d'un nouveau monde.

Avant de faire des publications de masse sur plusieurs réseaux sociaux pour un poste vacant, réfléchissez bien à votre stratégie d'information, à vos messages et à votre audience sur des réseaux sociaux spécifiques. N'oubliez pas que toutes vos actions doivent rester en adéquation avec les missions et valeurs globales de votre entreprise.




Pour les entreprises dotées d'une forte marque employeur **chaque embauche coûte 50 % moins cher** et **le taux de renouvellement est 28 % moins important**.




**ÉTUDE DE CAS : T-Mobile**
T-Mobile, entreprise de télécommunications, utilise des couleurs et des hashtags accrocheurs sur sa page Entreprise et sur tous ses réseaux sociaux. C'est une approche à la fois attirante et dynamique.

# 8 conseils pour l'élaboration de votre marque sur les réseaux sociaux

Voici quelques règles pour vous aider à promouvoir (et protéger) votre marque employeur sur les réseaux sociaux :

1 **Valorisez votre culture**
Ce n'est pas seulement une question d'emplois. Concentrez-vous sur votre personnel, ses témoignages et ses émotions.

2 **Ciblez vos messages.**
Plus votre message est pertinent pour une audience spécifique, plus son impact est notable.

3 **Restez dynamique**
Connectez-vous, suivez des entreprises que vous aimez et inspirez-vous de leur fil d'actualité.

4 **Montrez la voie**
Assurez-vous que ce que vous faites (et ne faites pas) fait figure d'exemple pour vos employés.

5 **Soyez visuel**
Des images, illustrations, graphiques et vidéos ayant de l'impact et de la couleur peuvent donner vie à votre marque.

6 **Informez votre hiérarchie**
Utilisez les données pour gagner l'appui de votre direction, apaiser ses inquiétudes et justifier votre choix de plateformes.

7 **Ne soyez pas trop gourmand**
Démontrez que vos efforts sont modulables et durables sur une plateforme avant de passer à la suivante.

8 **Demandez aux employés de passer le mot**
Avec des instructions claires et des encouragements répétés, votre personnel vous aidera à dénicher de nouveaux talents.

ÉTAPE 3

# Prendre contact avec des candidats potentiels

Maintenant que votre marque est bien présente sur LinkedIn et d'autres plateformes, faites savoir à votre réseau que vous recrutez. C'est l'occasion de faire preuve de créativité : essayez d'imaginer la façon dont un mélange de canaux de communication peut attirer encore plus d'excellents candidats. Adaptez toujours votre message au canal de communication et à l'audience.

## Appuyez-vous sur votre réseau pour trouver de très bons candidats

- **Restez personnel.** Lorsque vous publiez une offre pour un poste vacant sur les réseaux sociaux, taggez des contacts qui pourraient être de bons candidats et indiquez ce qui vous plait dans ce poste.
- **Demandez à vos contacts** de partager l'offre d'emploi avec des candidats potentiels.
- **Donnez-leur des infos à partager** sur le poste. Et ne soyez pas avare en compliments pour les personnes qui vous aident (beaucoup de compliments !)
- **Assurez-vous que chaque e-mail soit aussi personnel que possible**. Avec LinkedIn Recruiter, vous verrez immédiatement les relations et groupes en commun lorsque vous rédigerez un InMail. Vous pourrez donc personnaliser votre message plus facilement.
- **Vous ne savez pas vraiment qui contacter ?** Envisagez de contacter des employés, d'autres recruteurs et même d'anciens candidats avec lesquels vous avez travaillé. Plus le groupe est varié, mieux c'est.

**CONSEIL DE PRO :**
Facebook est un bon endroit pour développer des relations et se mettre en avant en tant que recruteur. Essayez de donner des conseils en rapport avec votre secteur d'activité et des informations sur le processus d'embauche. En bonus, vous pouvez partager des articles qui reflètent les valeurs de votre entreprise.

# Attirer les meilleurs talents avec chacun de vos messages

En puisant dans votre réseau social, vous devriez dénicher de nombreux candidats potentiels. Sur LinkedIn, utilisez un message InMail pour contacter quelqu'un. Avant de l'envoyer, demandez-vous si vous l'ouvririez, le liriez et y répondriez. Si ce n'est pas le cas : Rendez-le plus personnel.

## À faire avant de cliquer sur "Envoyer"

1. Évitez les objets trop agressifs
2. Adoptez une approche personnelle
3. Indiquez ce qu'ils ont à y gagner
4. Soyez concis, agréable et opérationnel sur mobile
5. Valorisez les compétences et expériences du candidat
6. Concluez avec un appel à l'action sans équivoque

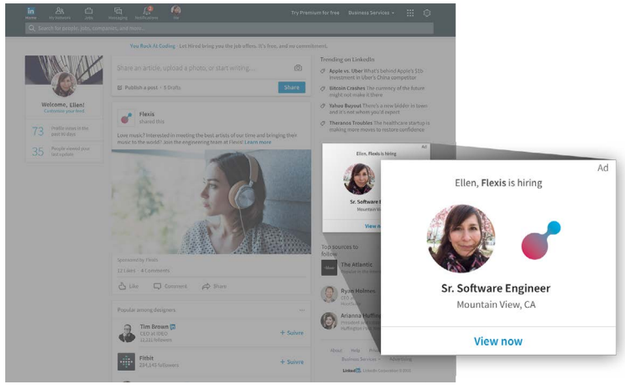
# Continuer votre récit social sur LinkedIn

Il existe plusieurs manières de mettre à profit les outils offerts par LinkedIn Talent Solutions pour entrer en contact avec des candidats qualifiés et pour maximiser votre stratégie sur les réseaux sociaux.

## Publicités “Work With Us”

Considérez les profils LinkedIn de vos employés comme un espace publicitaire de choix pour attirer les meilleurs talents. En utilisant les publicités “Work With Us”, nous pouvons montrer automatiquement les postes vacants à chaque visiteur.

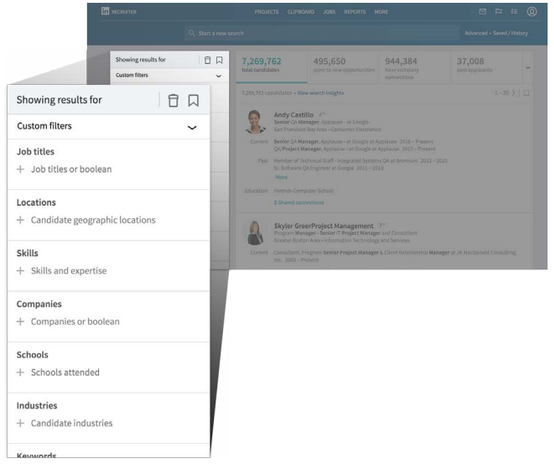
- Utilisez cet espace publicitaire sur les pages de profil de tous vos employés afin de pouvoir entrer en contact à chaque fois qu’un candidat potentiel se connecte avec l’un de vos employés
- Affichez des postes personnalisés pour chaque visiteur et suscitez plus d’intérêt pour votre page Postes et Carrières




## Recruiter

LinkedIn Recruiter vous permet de trouver, contacter et développer une relation avec des candidats idéaux plus vite et de manière plus rentable. Ciblez les personnes susceptibles de répondre à vos messages InMail.

- Contactez toute personne utilisant jusqu’à 150 messages InMail/mois
- Partagez les profils de candidats qui vous intéressent et gérez la prise de contact via un tableau de bord collaboratif
- Contactez davantage de candidats plus rapidement avec des modèles d’InMails envoyés à plusieurs destinataires



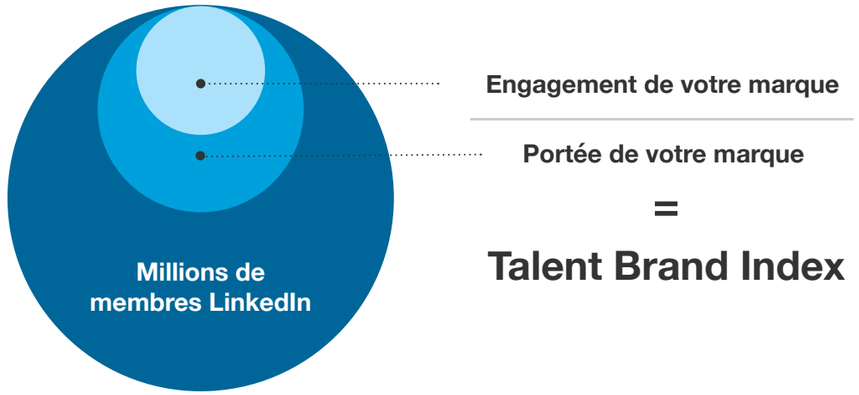
# Mesurer, surveiller et s'adapter

Prenez maintenant du recul et examinez l'origine de vos meilleurs prospects. Bien entendu, il s'agira d'un processus au long cours. Vous remarquerez peut-être qu'un réseau social pour lequel vous attendiez des résultats fantastiques ne fonctionne pas aussi bien que vous l'espériez. Dans ce cas, consacrez votre temps et attention à un autre canal.

**Voici une stratégie pour obtenir de meilleurs résultats :**

- Surveillez qui a vu votre profil, réagi à vos nouvelles et ajouté des publications
- Tenez-vous informé des statistiques de vos abonnés et de votre classement en termes de nombre de vues du profil
- Suivez les interactions avec le contenu et le nombre de candidatures de qualité
- Créez une valeur de base, suivez les augmentations et ajustez si nécessaire
- N'hésitez pas à essayer de nouvelles tactiques mais déterminez clairement comment en mesurer l'impact

**CONSEIL DE PRO :**
Le **Talent Brand Index** de LinkedIn vous permet de voir le classement de votre entreprise en matière d'attraction de talents par rapport à d'autres entreprises du secteur. Plus votre score est élevé, plus il vous est facile d'attirer les bons candidats pour vos postes.



# Résumé : Commencez à recruter comme un marketeur

En tant que recruteur ou hiring manager, les tactiques de marketing social peuvent aider considérablement à ce que les candidats qualifiés remarquent votre offre d'emploi et votre entreprise en général. La plupart des candidats regarderont votre présence sur les réseaux sociaux avant de décider s'ils souhaitent postuler à un poste chez vous.

Chez LinkedIn, de nombreux outils et experts sont à votre disposition pour vous aider à créer et à entretenir une marque solide sur les réseaux sociaux. Commencez en aidant les employés à mettre à jour leur profil LinkedIn. Développez ensuite votre image sur votre page Entreprise et dans chaque InMail que vous envoyez à des candidats potentiels.

Vous pouvez augmenter grandement votre réussite en créant des contenus de qualité et des interactions sociales authentiques. Cela s'avère nécessaire pour gagner la confiance des candidats potentiels. Ce guide vous offre les outils de base pour vous attaquer au paysage des réseaux sociaux.

**Demander une démo**

LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Talent Solutions offre une gamme complète de solutions de recrutement pour aider les entreprises de toutes tailles à trouver, attirer et intéresser les meilleurs talents.

Fondée en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier afin de les rendre plus productifs et de les aider à réussir. Avec plus de 500 millions de membres, dont 75 % des salariés américains, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel au monde.

**RETROUVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

Rejoignez notre réseau sur LinkedIn