

The LinkedIn logo, consisting of the word "LinkedIn" in white text on a blue square background, is positioned at the top center of the image. The background of the entire image is a man sitting on a grey tufted sofa, looking at a silver laptop. The wall behind him is made of dark wood planks, and a green plant is visible on the left side.

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, vous devez être là où les candidats se trouvent : en ligne, sur des appareils mobiles et les réseaux sociaux. Une stratégie de recrutement sur les réseaux sociaux vous aidera à élaborer une histoire authentique pour votre marque employeur et facilitera la prise de contact et la communication avec des candidats potentiels.

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.



49%

des candidats suivent une entreprise sur les réseaux sociaux



35%

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.

Établir une présence sur les canaux clés

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



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 ou payants, que vous pouvez utiliser pour présenter votre entreprise comme un lieu de travail d'exception.

Commencez par votre profil et demandez aux autres 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 les activités de votre entreprise et les raisons pour lesquelles vous êtes fier d'y travailler. Configurez votre profil comme modèle 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 leurs profils

Organisez un déjeuner informel pour aider les autres hiring managers à utiliser LinkedIn pour faire une bonne première impression. Montrez-leur des exemples et échangez des idées sur la manière de pérenniser ces bonnes pratiques.

Photo avenante

Qui n'aurait pas envie de travailler avec Stacy ?



Stacy Takeuchi

Directrice de l'acquisition de talents - Mise en relation de talents et d'opportunités à l'Université Technique Internationale

Mise en relation

277 relations

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

Liens

vers la marque

Sites Web Nous embauchons des personnes formidables ! »
Chaîne YouTube Carrières de l'UTI »
Visitez notre bureau principal »

www.linkedin.com/stacytakechi/

Coordonnées

PARCOURS

RÉSUMÉ

Résumé percutant

Écrit à la première personne, débordant de passion

À l'UTI, nous changeons le monde une vie à la fois en aidant les étudiants à atteindre la carrière de leurs rêves. C'est la raison qui nourrit notre expérience et nous donne envie de venir au bureau tous les jours. Travailler à l'UTI est un défi, en constante évolution, dans un lieu où vous pouvez faire une différence réelle dans la vie des autres et dans votre propre carrière.



Redynamisez votre page Entreprise

Maintenant que tous les membres de votre équipe ont rafraîchi leur profil LinkedIn, il est temps de vous concentrer sur la présence officielle de votre entreprise sur LinkedIn. Votre page Entreprise doit proposer 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 sont **62% plus susceptibles** de répondre à un InMail.

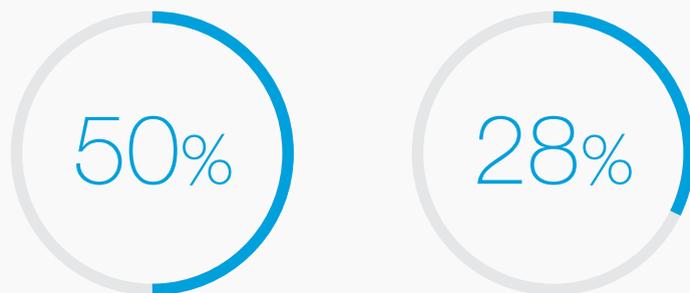
5 façons de booster votre page Entreprise

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. Intégrez des groupes que les candidats potentiels visitent et invitez de nouvelles personnes à suivre votre page.

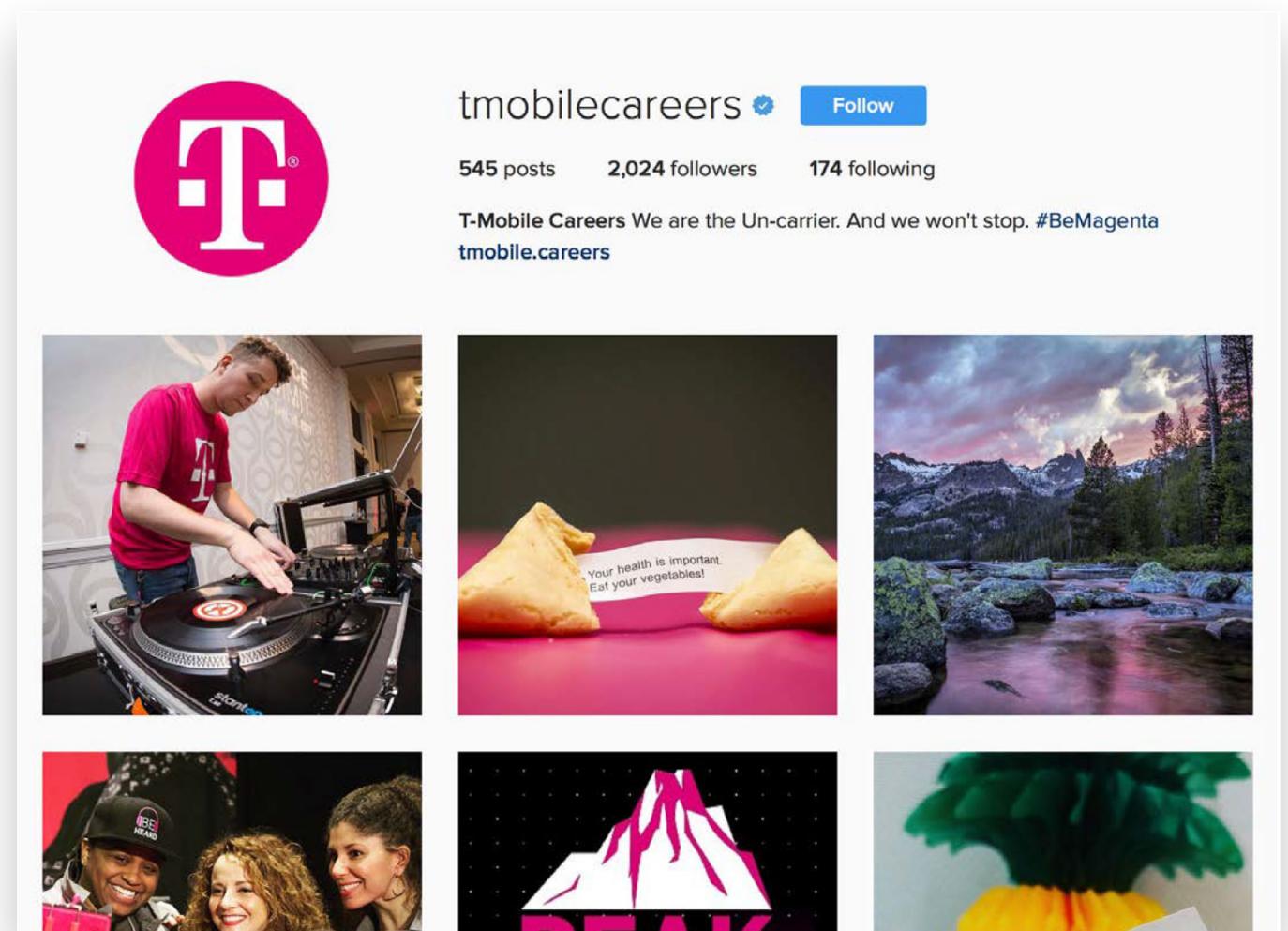
Développer votre marque sur les réseaux sociaux

Que vous partagiez, publiiez, taggiez, tweetiez, aimiez, épingliez ou soyez autrement actif sur les réseaux sociaux, votre marque fera bientôt partie d'un tout 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

Rejoignez le réseau d'entreprises que vous admirez et inspirez-vous de leur fil.

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 d'investir dans la suivante.

8

Demandez aux autres employés de parler de vous

Avec des instructions claires et des encouragements répétés, vos collègues constituent une excellente façon de dénicher de nouveaux talents.



Prendre contact avec des candidats potentiels



Maintenant que votre marque est bien présente sur LinkedIn et les autres plateformes de réseaux sociaux, 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 plaît dans ce poste.



Demandez à vos contacts de partager l'offre avec des candidats potentiels.



Donnez-leur quelque chose à partager à propos de ce 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 rédigez un InMail (plateforme e-mail de LinkedIn). Vous pourrez donc personnaliser votre message plus facilement.



Vous ne savez pas vraiment qui contacter ? Envisagez de contacter vos collègues, des pairs du secteur et même d'anciens candidats avec lesquels vous avez travaillé. Plus le groupe est varié, mieux c'est.



Attirez les meilleurs talents par 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.

Consultez cette liste 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 Faites des éloges sur les compétences et expériences du candidat
- 6 Concluez avec un appel à l'action sans équivoque





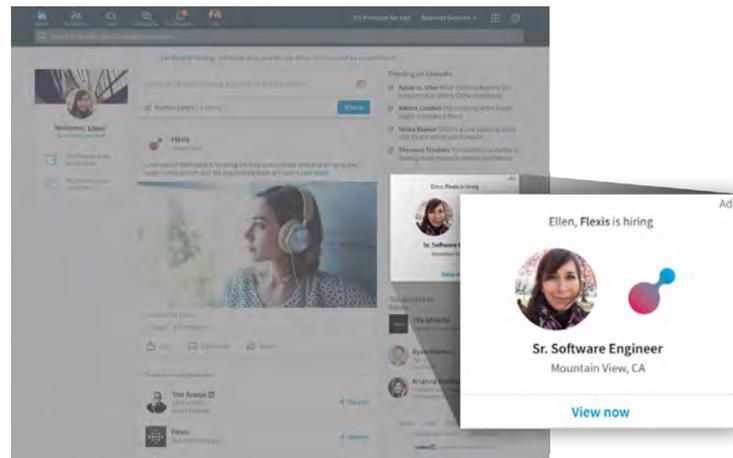
Continuez votre récit social sur LinkedIn

Plusieurs outils LinkedIn Talent Solutions vous permettront d'utiliser votre stratégie sur les réseaux sociaux à bon escient. Voici 2 manières de commencer :

Publicités “Work With Us”

Considérez les profils LinkedIn de vos collègues comme un espace publicitaire de choix pour attirer les meilleurs talents. En utilisant les publicités “Work With Us”, vous pouvez montrer automatiquement les postes vacants à chaque personne qui visite leur profil.

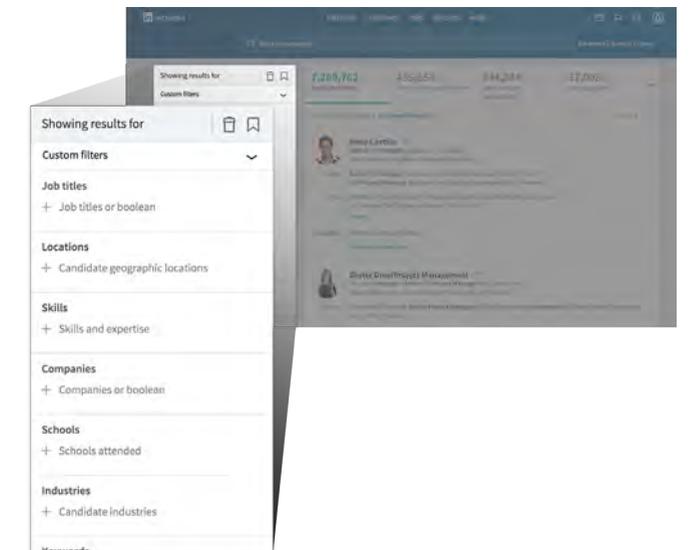
- Utilisez cet espace publicitaire sur les pages de profil de tous vos collègues afin de pouvoir entrer en contact à chaque fois qu'un candidat potentiel se connecte avec l'un de vos collègues
- Affichez des postes personnalisés pour chaque visiteur et suscitez plus d'intérêt pour votre page Postes et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



LinkedIn Recruiter

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 toutes les personnes que vous voulez en utilisant jusqu'à 150 messages InMail/mois
- Partagez les profils de candidats intéressants et gérez la prise de contact sur 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

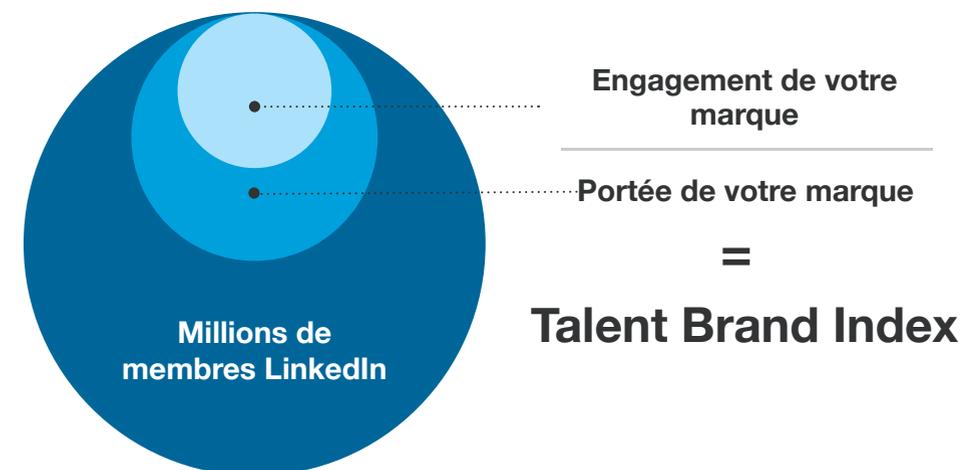
Prenez maintenant du recul et examinez l'origine de vos meilleurs prospects. Bien entendu, il s'agira d'un processus au long cours. Vous remarquerez peut-être que l'un des réseaux sociaux pour lequel vous attendiez des résultats fantastiques ne fonctionne pas aussi bien que vous l'espériez. Dans ce cas, 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 fait 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 permettra de voir le classement de votre entreprise par rapport aux pairs de votre secteur en termes de préférence des talents. Plus votre score est élevé, plus il vous sera facile d'attirer les bons candidats pour vos postes.



Résumé : Commencer à recruter comme un marketeur

Les tactiques de marketing social peuvent jouer un rôle essentiel en permettant aux candidats qualifiés de remarquer le poste pour lequel vous cherchez à recruter. La plupart des candidats à un poste remarqueront votre présence sur les réseaux sociaux et décideront ensuite s'ils souhaitent postuler pour un poste vacant dans votre entreprise.

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 élaborant votre profil LinkedIn et en aidant les autres à mettre à jour le leur. 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