

Inbound Recruiting : votre meilleure arme dans la Guerre des talents

#Inbound #Recruiting #TalentAcquisition #SocialMedia



made with

Beacon

Sommaire

1. Introduction
2. Auteurs
3. Notre solution pour recruter les meilleurs talents
4. Recrutez avec Seeqle
5. Ils nous font confiance !
6. L'essentiel de ce guide
7. Qu'est ce que l'Inbound Recruiting ?
8. La Méthodologie Inbound adaptée au Recrutement
9. Les cinq thèmes majeurs de l'Inbound Recruiting
10. Conclusion
11. Notre solution pour recruter les meilleurs talents
12. Recrutez avec Seeqle
13. Merci !

Introduction

L'Inbound Recruiting ou comment faire venir à soi les talents ?

Le talent est une priorité d'affaires....

Le recrutement est essentiel pour l'avenir de chaque entreprise. Que vous soyez une startup ou une entreprise du CAC 40, vous avez besoin des bonnes personnes pour faire croître votre entreprise. Mais il est difficile de trouver les meilleurs talents. Les chefs d'entreprise à l'échelle mondiale considèrent le recrutement comme leur principale préoccupation (sur le plan des revenus et de la croissance de la clientèle). Les meilleurs employés ne sont pas toujours à la recherche d'un emploi et s'ils le sont, il se peut qu'ils ne considèrent pas votre entreprise comme un endroit où faire progresser leur carrière. **C'est pourquoi le recrutement n'est plus une priorité RH, mais une priorité métier.**

... Mais le Recrutement a changé

La façon dont les gens trouvent, recherchent et postulent à des offres d'emplois a changé. Autrefois, les entreprises contrôlaient le processus de recrutement, mais aujourd'hui, **plus de 75% des chercheurs d'emploi commencent leur recherche sur Google** (CareerBuilder, 2015). Il est plus facile et plus rapide que jamais de découvrir à quoi ressemble un lieu de travail, quels postes sont disponibles et même de trouver de l'information salariale. Par conséquent, la marque employeur est primordiale. **Les recruteurs doivent penser davantage comme des spécialistes du marketing pour créer une expérience de recrutement intéressante et utile.**

L'inbound recruiting permet aujourd'hui à votre entreprise d'attirer, d'engager et de recruter les meilleurs talents.

Auteurs



Jean Eudes Yahouedeou, Co founder • Chief Marketing Officer

Passionné par le digital, les nouvelles technologies et l'entrepreneuriat, Jean Eudes a fait ses armes au sein de plusieurs startups et est avant tout un amoureux de l'innovation.

Ses responsabilités l'amènent à remettre sans cesse en question les process actuels pour les faire évoluer. "Grand amateur d'arts martiaux, cette philosophie de vie me suit au quotidien : Dépassement de soi, self-control et actions stratégiques..."



Hélène Gouyette, Marketing Manager chez Seeqle

Dotée d'un esprit entrepreneurial, Hélène est une spécialiste du marketing digital et des stratégies d'inbound marketing.

Experte en médias sociaux et communication digitale, elle s'assure de la coordination des leviers d'acquisition de trafic.

C'est grâce à des esprits innovants tels que les leurs que Seeqle a su se positionner comme précurseur sur son marché à travers sa technologie de profilage candidat via la publicité sur les réseaux sociaux..

Notre solution pour recruter les meilleurs talents

Seeqle propose la première technologie de profiling candidat via la publicité sur les réseaux sociaux.

Précurseur sur son marché, Seeqle offre une meilleure expérience de recrutement grâce à son expertise en marketing RH et sa technologie de ciblage et d'analyse des données socio-démographiques.

Qu'ils soient en recherche active ou à l'écoute d'opportunités, Seeqle parvient à cibler et attirer les talents répondant à vos besoins.

Recrutez avec Seeqle

1. Les algorithmes analysent et valident votre ciblage

Nos Algorithmes intelligents analysent des milliards de données candidats pour établir un profilage des critères de ciblage les plus adaptés à votre besoin.

2. Nous lançons et optimisons vos campagnes

Le Customer Success Manager dédié met en place la stratégie de diffusion adaptée à votre marque employeur et au budget. Il analyse et optimise en continu la campagne.

3. Vous recevez les rapports et les candidatures

Vous recevez des rapports détaillés et des candidatures qualifiées directement dans votre ATS.

[En savoir plus](#)

Ils nous font confiance !



Deloitte.



SEPHORA



onepoint.



Et plus de 50 autres entreprises et cabinets de recrutement !

Nos clients font confiance à notre expertise en marketing RH et notre technologie de ciblage et pour recruter leurs futurs talents.

Vous aussi faites appel à notre technologie de profiling candidat via la publicité sur les réseaux sociaux !

DEMANDER UNE DÉMO

L'essentiel de ce guide

La valeur d'une entreprise s'évalue par rapport au niveau des talents qu'elle recrute et qu'elle réussit à garder.

Beaucoup d'entreprises peinent à identifier les meilleurs candidats de manière fiable. Cela les pousse à rechercher de nouvelles solutions de recrutement. De plus en plus d'entreprises voient l'inbound recruiting comme réponse.

Dans cet eBook, découvrez comment l'inbound recruiting permet à votre entreprise d'attirer, d'engager et de recruter les meilleurs talents d'aujourd'hui grâce à ses 4 étapes :

- **Attract** : Attirez un plus grand nombre de bons candidats avec un contenu pertinent au bon moment via votre blog, stratégie de contenu ou vos médias sociaux.
- **Convert** : Convertissez les visiteurs en prospects avec des messages, des formulaires ou des réunions.
- **Close** : Transformez ces prospects en candidats. grâce à votre stratégie de marque employeur + ATS/CRM
- **Delight** : Offrez une expérience remarquable à vos candidats en vous engageant avec eux, en les réjouissant et en les faisant réussir.

Qu'est ce que l'Inbound Recruiting ?

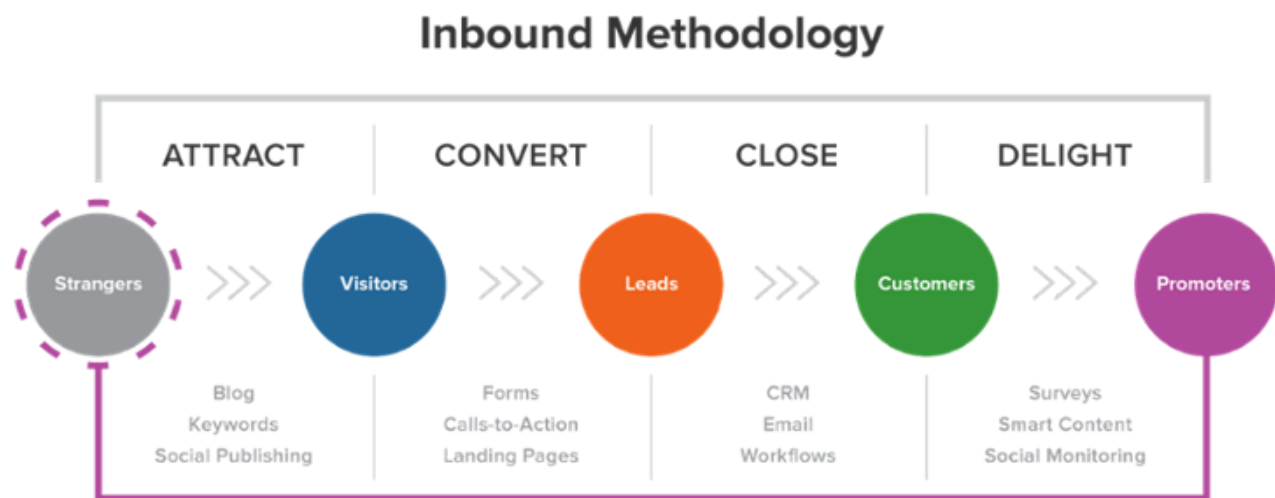
L'Inbound Marketing rencontre le Recrutement

L'idée d'inbound vous semble familière ? Il s'agit d'une nouvelle façon de faire du marketing.

L'inbound marketing (marketing entrant) est axé sur l'attraction des clients par le biais de contenus pertinents et utiles et la création de valeur ajoutée à chaque étape du processus d'achat de vos clients. Grâce à l'inbound marketing, les clients potentiels vous trouvent par le biais de canaux tels que les blogs, les moteurs de recherche et les médias sociaux.

Contrairement à l'outbound marketing (marketing sortant), l'inbound marketing n'a pas besoin de se battre pour attirer l'attention des clients potentiels. En créant du contenu conçu pour répondre aux problèmes et aux besoins de vos clients idéaux, vous attirez des prospects qualifiés et créez la confiance et la crédibilité pour votre entreprise.

La Méthodologie d'Inbound



Le graphique ci-dessus montre les quatre étapes de l'inbound marketing.

Dans le monde du recrutement, au lieu d'attirer, de captiver et de ravir les clients, le but est d'attirer, de captiver et de ravir vos candidats.

Une équipe formidable avec une idée médiocre fera mieux qu'une équipe médiocre avec une excellente idée. Se concentrer sur attirer les bons talents mérite une sérieuse attention et des efforts concertés.

En empruntant à la méthodologie d'inbound, vous trouverez ci-dessous la méthodologie d'inbound recruiting qui décrit les quatre étapes du parcours d'un candidat et les interactions qu'il peut avoir avec votre marque employeur en cours de route. (Notez que les outils sont listés sous l'action où ils entrent en jeu en premier, mais ce n'est pas le seul endroit où ils sont applicables ! Plusieurs outils, comme les événements et Glassdoor, peuvent être essentiels à plusieurs étapes de la méthodologie)

Inbound Recruiting Methodology

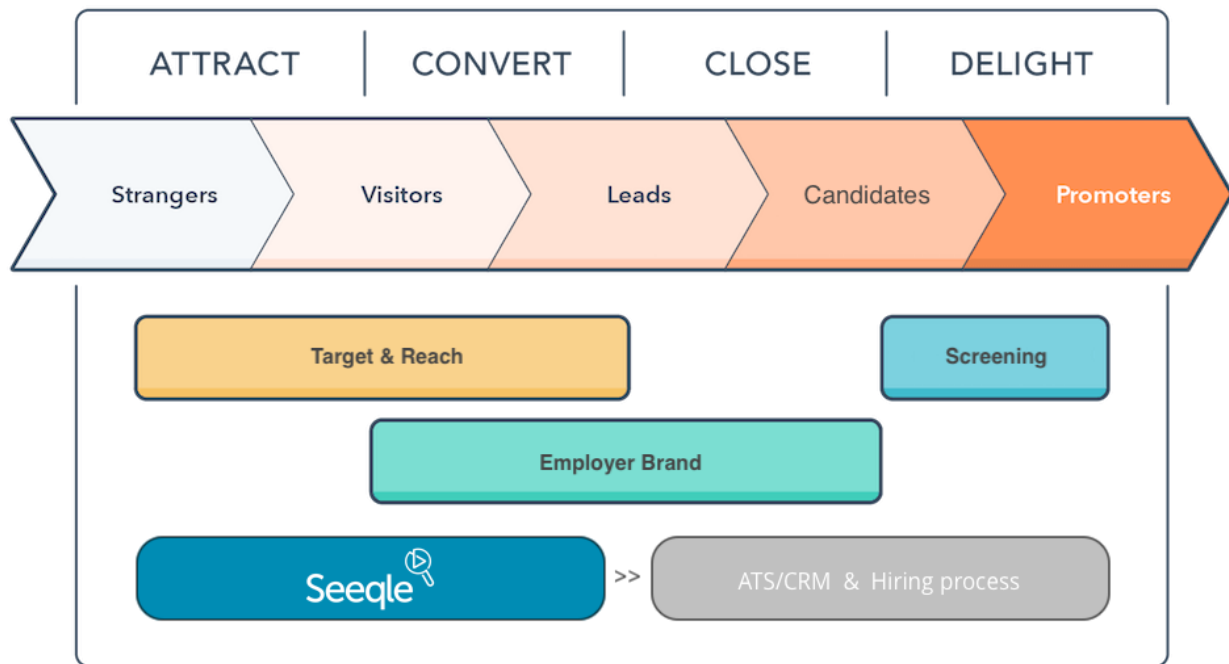


Lorsque vous regardez ce graphique, pensez à l'expérience des candidats de votre entreprise à chaque étape. Comment les chercheurs d'emploi peuvent-ils d'abord se renseigner sur votre entreprise ? Peut-être que vous avez un blog qui attire votre audience, du contenu médias sociaux qui vous met sur les radars des candidats passifs, ou une page de Glassdoor à jour. Une fois que quelqu'un a visité votre espace carrière pour la première fois, y a-t-il des occasions de s'engager et d'interagir ? S'abonner à un blog ou s'inscrire à votre réseau de talents sont des exemples de conversion de cet intérêt en action.

Postuler à une offre d'emploi est une décision importante, il est donc important d'entretenir des relations avec les prospects qui ont manifesté de l'intérêt pour votre entreprise. Envoyer par email à vos prospects du contenu utile sur votre culture et votre processus de candidature, les inviter à des événements de recrutement ou leur donner l'occasion de parler à quelqu'un dans votre entreprise par le biais du chat en direct sont autant de moyens d'apporter une valeur ajoutée au processus de prise de décision.

Enfin, comment transformer les candidats en promoteurs ? Créer une expérience d'interview et de candidature remarquable, demander des commentaires par le biais de sondages et donner aux candidats qui ne reçoivent pas d'offre la possibilité de rester en contact sont des étapes pour créer une communauté qui référera des amis à votre entreprise ou de présenter une nouvelle demande à l'avenir.

La Méthodologie Inbound adaptée au Recrutement



Tout en haut se trouvent quatre phases (Attract, Convert, Close, Delight) qui transforment les étrangers en visiteurs, prospects, candidats et promoteurs. La méthodologie devient encore plus puissante lorsqu'elle est implémentée avec vos process de présélection et de qualification du candidat.

Tout en bas se trouve une pile complète de stratégies pour le ciblage de candidats, la marque employeur et la présélection, avec pour chacune des solutions de profilage candidats, marque employeur et qualification au coeur. Elles sont puissantes seules mais encore meilleures lorsqu'elles sont utilisées ensemble, ce qui vous aide à progresser avec toute la méthodologie d'inbound.

Les quatre phases de la Méthodologie d'Inbound Recruiting



Attract

Vous ne voulez pas que n'importe qui vienne sur votre site. Vous voulez des gens qui sont les plus susceptibles de devenir des prospects et, en fin de compte, des candidats heureux. Comment les obtenir ? Vous attirez un plus grand nombre de bons candidats avec un contenu pertinent au bon moment - quand ils le cherchent.

Blog

L'inbound recruiting commence par le contenu. Un blog est le meilleur moyen d'attirer de nouveaux visiteurs sur votre site. Afin d'être trouvé par les bons candidats potentiels, vous devez créer un contenu éducatif qui leur parle et répond à leurs questions.

Stratégie de contenu

Vos candidats commencent leur processus de candidature en ligne, généralement en cherchant à trouver quelque chose sur lequel ils ont des questions. Donc, vous devez vous assurer que vous vous présentez quand et

où ils cherchent. Pour ce faire, augmentez votre présence avec des outils qui vous aident à définir et à mettre en œuvre votre stratégie de contenu.

Médias sociaux

Les stratégies d'inbound réussies reposent sur un contenu remarquable et les médias sociaux vous permettent de partager cette information précieuse, d'interagir avec vos prospects et de donner un visage humain à votre marque. Interagissez sur les plateformes où vos candidats idéaux passent leur temps.



Convert

Une fois que vous avez attiré les visiteurs du site Web, l'étape suivante consiste à convertir ces visiteurs en prospects. Pour ce faire, ouvrez une conversation de la manière qui leur convient le mieux - avec des messages, des formulaires ou des réunions. Une fois que vous êtes en contact, vous répondez aux questions et fournissez un contenu pertinent qui est intéressant et précieux pour chacun de vos personas - et continuez la conversation.

Formulaires

Pour que les visiteurs deviennent des prospects, ils peuvent remplir un formulaire et soumettre leurs informations. Optimisez votre formulaire pour

rendre cette étape du processus de conversion aussi simple que possible.

Réunions

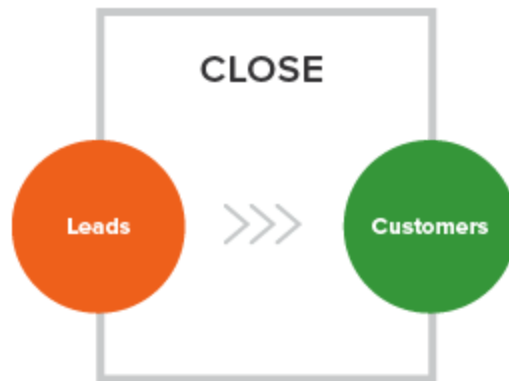
Pour gagner de nouvelles offres, vous allez devoir parler avec les gens d'une façon ou d'une autre, par téléphone ou par réunion virtuelle. Donnez aux prospects un moyen facile de prendre des rendez-vous sans les allers-retours. Votre calendrier reste chargé et vous restez productif. Se présenter, s'engager et gagner un nouveau candidat.

Messages

Discutez avec les visiteurs du site, connectez-vous avec les bonnes personnes au bon moment et faites des conversations de chat une partie naturelle de votre processus de recrutement. Concluez d'autres candidatures avec l'outil de chat en direct. Les messages aident les recruteurs à communiquer avec les bonnes personnes au moment où elles sont le plus engagées.

CRM

Gardez une trace des prospects que vous convertissez dans votre CRM, votre base de données de contacts centralisée. Avoir toutes vos données en un seul endroit vous aide à comprendre toutes les interactions que vous avez eues avec vos contacts et à optimiser vos interactions futures pour attirer, convertir, fermer et ravir vos candidats idéaux.



Close

Vous êtes sur la bonne voie. Vous avez attiré les bons visiteurs et converti les bons prospects, mais vous devez maintenant transformer ces prospects en candidats. Comment pouvez-vous le faire le plus efficacement possible? Votre stratégie de marque employeur utilisée avec votre ATS/CRM et qualification du candidat est disponible à ce stade pour s'assurer que vous fermez les bons prospects au bon moment, plus rapidement et plus facilement.

Gestion des pipelines

Comment savez-vous quels efforts marketing apportent les meilleurs prospects ? Votre équipe RH réussit-elle à trouver les meilleurs candidats ? L'utilisation de votre CRM vous permet d'analyser le bon fonctionnement de vos équipes RH.

Maturation des prospects

Chaque prospect que vous avez devrait être entretenu en fonction de leurs intérêts et de l'étape du cycle de vie. Pages qu'ils ont visitées, contenu et livres blancs - tout cela indique des intérêts changeants. Une bonne éducation permet d'adapter la messagerie pour rester pertinent et de gagner de nouveaux candidats plus rapidement.

Email

Que faites-vous si un visiteur clique sur votre appel à l'action, remplit une

page d'accueil ou télécharge votre livre blanc, mais n'est toujours pas prêt à devenir un candidat ? Une série d'emails axés sur un contenu utile et pertinent peut créer la confiance d'un prospect et l'aider à devenir davantage prêt à postuler.

Scoring prédictif des prospects

Le scoring de prospect est un excellent moyen de gérer la croissance de votre entreprise. Au fur et à mesure que votre entreprise se développe et que vous générez plus de prospects, il n'est pas toujours logique d'entrer en contact avec chaque prospect. Vous voulez vous assurer que les équipes RH priorisent leur temps en fonction des candidats potentiels les plus qualifiés.



Delight

La stratégie d'inbound réside dans le fait d'offrir une expérience remarquable à vos candidats. De plus, ils ont des attentes beaucoup plus élevées que jamais à l'égard de votre entreprise et de la façon dont ils sont traités. Il est donc encore plus important de vous engager avec vos candidats, de les réjouir et de les faire réussir. Si c'est le cas, ils seront plus enclins à postuler, resteront avec vous plus longtemps, référeront leurs amis et seront heureux de dire au monde qu'ils vous aiment.

Vos clients peuvent être vos plus grands fans ou vos pires détracteurs. Tout dépend de la façon dont vous les comprenez et si vous les avez aidés à

réussir.

Contenu intelligent

En inbound marketing, personne ne veut un argumentaire de vente alors qu'il a déjà acheté. C'est la même stratégie avec l'inbound recruiting. Le contenu intelligent s'assure que vous ne montrez pas aux candidats fidèles des appels à l'action ou du contenu destiné aux nouveaux candidats. Et avec des appels à l'action intelligents, vous présentez aux différents visiteurs des offres qui changent en fonction de la personnalité du candidats et du cycle de vie.

Conversations

Gérez, collaborez et répondez aux messages des candidats depuis votre conversations avec vos candidats. propre ATS. Gardez une trace des candidatures potentielles, des questions, des commentaires et des demandes - et commencez à avoir de meilleures

Les cinq thèmes majeurs de l'Inbound Recruiting

Création de contenu

Racontez-vous l'histoire de votre marque employeur ? Aidez les chercheurs d'emploi à répondre aux questions et obtenez un aperçu authentique de votre organisation en créant du contenu précieux pour votre candidat.

Cycle de vie marketing

Quelles sont les chances qu'une personne postule à une offre d'emploi lors de sa première visite sur votre site ? Assez bas. Pensez comme un marketer pour entretenir des relations et rester en contact au fil du temps.

Multi-Canal

Les chercheurs d'emploi et les candidats passifs apprennent à connaître votre entreprise sur une variété de plateformes et de canaux. Rencontrez-les là où ils se trouvent en leur montrant leur marque employeur.

Intégration

Pour comprendre l'impact de l'inbound recruiting sur les résultats de votre entreprise, vous devez avoir une vue d'ensemble complète et intégrée de la provenance des candidats. Creusez souvent dans vos analyses de recrutement.

Culture

Chaque organisation a un ensemble unique de valeurs, de motivations et de perspectives. Votre culture d'entreprise est votre avantage concurrentiel lorsqu'il s'agit de recrutement, et elle devrait être le vrai Nord de vos efforts de recrutement.

Voici un exemple de marque employeur tiré du site carrières de Seeqle :



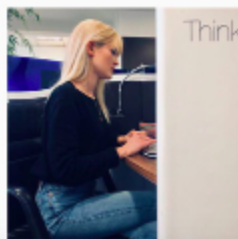
About Us

Seeqle offers the #1 candidate profiling technology via advertising on social networks.

Our mission is to make every recruiter's daily life easier by connecting the right candidate to the right company combining Humanity and Technology

Join the Seeqle rocket! 🚀

- Great team
- Motivating goal
- Innovative mindset
- Nice office
- Flexible management
- Strong prospects for development.
- Perks (Sport subscription, Fruits basket, Stock option, etc)



Conclusion

La manière dont vous faites votre recrutement est tout aussi importante que celle dont vous recherchez les candidats. En comprenant les besoins du poste et le type de candidat que vous recherchez, vous aurez beaucoup plus de succès.

L'inbound recruiting crée une expérience candidat remarquable grâce au contenu de la marque employeur et aux stratégies marketing qui aident les entreprises à établir des relations avec les meilleurs talents. En adoptant une approche d'inbound marketing pour le recrutement, les entreprises peuvent établir des liens avec des chercheurs d'emploi passifs et actifs, s'engager dans leur réseau et ravir les candidats tout au long du processus de candidature.

Pour attirer les meilleurs talents, votre présence en ligne devrait montrer QUI vous êtes et POURQUOI vous faites ce que vous faites. Chaque fois qu'un potentiel candidat à l'embauche se familiarise avec votre marque, vous voulez qu'il se souvienne ce que vous faites, pourquoi c'est important et pourquoi c'est unique. Cela doit être renforcé dans toutes les interactions et la communication. Croyez-le ou non, les recrues principales ne sont pas seulement motivées par l'argent. **Elles veulent travailler dans un environnement qui les défie, avec un but clair et avec des gens formidables.**

Avec une stratégie d'inbound recruiting, vous aiderez les candidats à se rendre compte s'ils matchent avec vos valeurs et si votre entreprise peut alimenter leur passion.

Bon recrutement !

Notre solution pour recruter les meilleurs talents

Seeqle propose la première technologie de profiling candidat via la publicité sur les réseaux sociaux.

Précurseur sur son marché, Seeqle offre une meilleure expérience de recrutement grâce à son expertise en marketing RH et sa technologie de ciblage et d'analyse des données socio-démographiques.

Qu'ils soient en recherche active ou à l'écoute d'opportunités, Seeqle parvient à cibler et attirer les talents répondant à vos besoins.

Recrutez avec Seeqle

1. Les algorithmes analysent et valident votre ciblage

Nos Algorithmes intelligents analysent des milliards de données candidats pour établir un profilage des critères de ciblage les plus adaptés à votre besoin.

2. Nous lançons et optimisons vos campagnes

Le Customer Success Manager dédié met en place la stratégie de diffusion adaptée à votre marque employeur et au budget. Il analyse et optimise en continu la campagne.

3. Vous recevez les rapports et les candidatures

Vous recevez des rapports détaillés et des candidatures qualifiées directement dans votre ATS.

[En savoir plus](#)

Merci !



Découvrez comment Seeqle peut vous aider dans
votre ciblage : **Seeqle.com**

Consultez l'intégralité de nos articles : **Seeqle
Academy**

Suivez-nous sur **Twitter & LinkedIn**

made with

Beacon