

PRÉSENCE ET RECRUTEMENT SUR LES MÉDIAS SOCIAUX : LES 8 CONSEILS CLÉS

1 ÉVALUEZ VOTRE SITUATION ACTUELLE

Êtes-vous sur les réseaux sociaux ?



NON

OUI

NON

- Sélectionnez les réseaux qui sont pertinents à votre industrie et créez vos profils
 - Page entreprise Facebook
 - Compte Twitter
 - Page entreprise LinkedIn
- Assurez-vous de compléter vos profils en entier : photos et logos à jour, adresse, hyperlien du site Web, autres réseaux.
- Nommez une personne en charge de ces réseaux et établissez une charte de publication.

OUI

- Répertoriez les plateformes sociales sur lesquelles vous êtes présent. Les différents profils sont-ils complets ? Faites-vous la promotion de vos réseaux sociaux sur votre site ?
- Évaluez votre stratégie actuelle et dans quelle mesure elle pourrait être complétée dans un objectif de recrutement.
- Les personnes en charge du recrutement sont-elles présentes avec des profils complets ? Auraient-elles besoin d'une formation à cet égard pour bien mettre en place les nouvelles initiatives ?

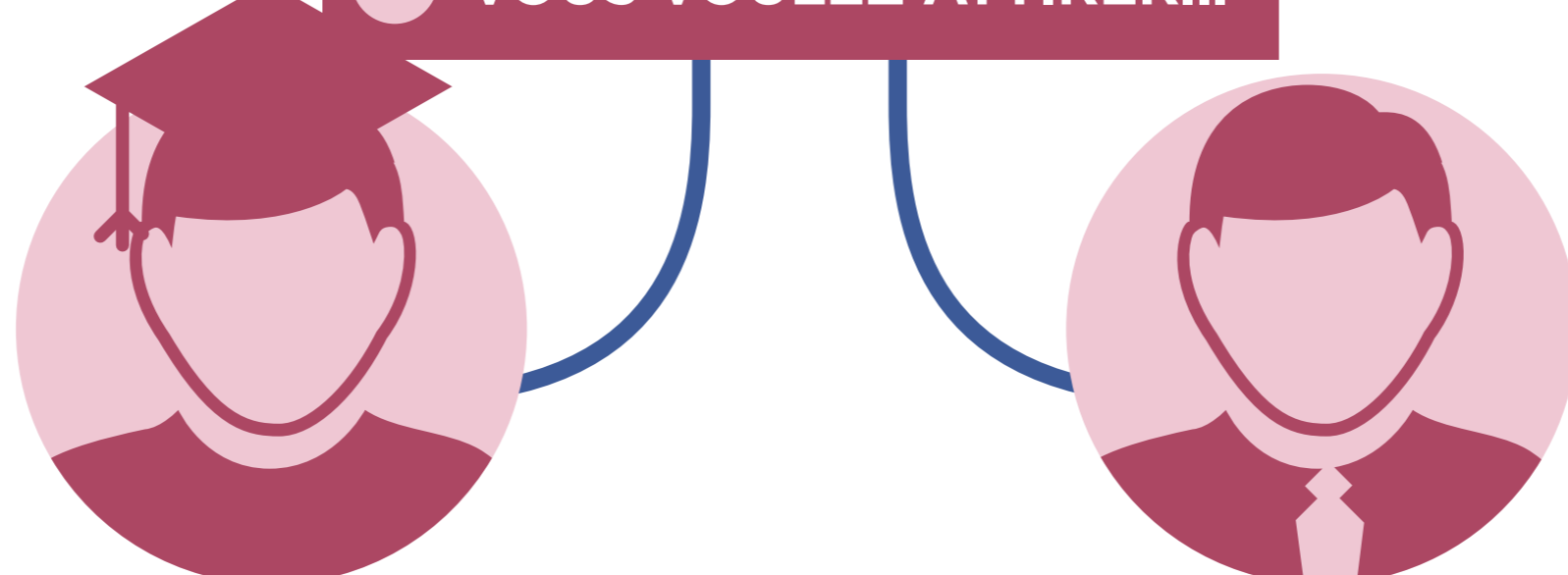
2 DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS DE RECRUTEMENT ET VOS INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

- Profils recherchés des candidatures : cadres, diplômés, techniciens, ingénieurs ?
- Temps alloué pour la période de recrutement.
- Augmenter la visibilité de ma culture d'entreprise ? Attirer plus de talents ?
- Cibler une nouvelle zone géographique que les moyens actuels ne permettent pas de rejoindre.

3 DÉTAILLEZ VOS INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE POUR MESURER VOS ACTIVITÉS

- Coût moyen par recrutement pour un poste donné
- Temps moyen de recrutement pour un poste donné
- Ratio du nombre de candidatures qualifiées reçues
- Provenance des candidatures

4 VOUS VOULEZ ATTIRER...



ÉTUDIANTS FINISSANTS

Utilisez de grandes campagnes de recrutement

TRAVAILLEURS EXPÉRIMENTÉS

Utilisez LinkedIn

VOUS ÊTES...

UNE GRANDE ENTREPRISE

- Des comptes séparés pour le recrutement sur Facebook et Twitter peuvent être envisagés.
- Vos clients et futurs employés ne recherchent pas la même information !

UNE PETITE OU MOYENNE ENTREPRISE

- Utilisez les réseaux actuels de votre entreprise.
- Sélectionnez le ou les réseaux sur lesquels vous allez débiter les activités en fonction de votre cible de recrutement.
- Arrimez-vous à des réseaux déjà créés pour vous faire connaître, communiquez la présence de vos réseaux (pages d'associations professionnelles, groupes de discussion LinkedIn, infolettres).

PROFESSIONNELS AVEC EXPÉRIENCE DANS UN DOMAINE CIBLÉ : LINKEDIN !

- Les groupes de discussion LinkedIn regroupent des professionnels souhaitant échanger sur des sujets précis liés à des industries choisies (ordres professionnels, groupes d'intérêt, groupes d'industries, regroupements régionaux).
- Possible de poster des offres d'emploi sur des groupes.
- Affichez des offres d'emploi sur la page LinkedIn de votre entreprise.
- Effectuez des recherches ciblées par compétences et postes : faites-vous connaître auprès des candidats.

Astuce : Vous pouvez également demander à vos employés actuels sur quels réseaux sociaux ils se trouvent afin de sélectionner le meilleur médium possible.

TWITTER : UTILISATION DES MOTS-CLICS

Ciblez des conférences et événements de votre industrie et prenez part aux discussions pour augmenter votre notoriété.

Encouragez la diffusion des offres d'emploi par des personnes influentes dans votre domaine : employés, partenaires, personnes de l'industrie.

Utilisez des #mots-clics pour vous rendre visibles !

#jobs #TI #biotech
#emploi #recruter #ess

5 IMPLIQUEZ-VOUS ET SOYEZ ATTRAYANTS !

Les médias sociaux sont un outil de communication bidirectionnel surtout dans une stratégie de recrutement.

Répondez aux questions posées, soyez transparents et cohérents.

Créez une relation entre votre entreprise et les nouveaux employés potentiels.

La relation débute dès le processus de recrutement.

Ne publiez pas que des annonces, rendez-vous attirants !

- Vidéos corporatives
- Nouvelles sur l'entreprise
- Entrevues d'employés
- Mettez de l'avant votre culture d'entreprise
- Donnez des conseils aux candidats potentiels
- Indiquez si vous serez présent lors de salons de recrutement

6 SOYEZ PROACTIFS. Trouvez vos champions !

Définissez la ou les personnes en charge du recrutement sur les réseaux sociaux.

Personne de RH : assurez-vous qu'elle reçoive une formation si nécessaire et que ses profils sont à jour.

Gestionnaire de communauté : mettez en place un processus de communication avec une personne ressource en RH pour qu'il soit en mesure de répondre à toutes les questions et de pouvoir publier des informations à jour.

7 DIFFUSEZ, FAITES VOUS CONNAÎTRE !

Faites la promotion de vos annonces. Les opportunités de ciblage :

Facebook : Niveau d'éducation, université, lieu géographique, langues parlées.

LinkedIn : Titre de l'emploi, lieu géographique, industrie, éducation, université, ordres professionnels, ancienneté.

8 RECRUTEZ !

RÉCOLTEZ LES CANDIDATURES ET TROUVEZ LA PERLE RARE !

LISTE DES DOCUMENTS RESSOURCES ET SITES
CITÉS DANS LES VISUELS INFOGRAPHIQUES
RECRUTEMENT MÉDIAS SOCIAUX ET
CONSEILS CLÉS

Sources de données concernant l'utilisation Internet:

- eMarketer, *Companies Worldwide Plan to Increase Social Media Marketing*, 13 Décembre 2011
- eMarketer, *The C-suite recognizes social media's impact on business initiatives like branding, recruitment and knowing your customers*, 27 juin 2012
- Kelly Global Workforce Index, *Social media infiltrating Canadian workplaces but its impact on productivity is causing unease, according to annual survey by Kelly Services®*, 12 Juin 2012.
- Kelly Global Workforce Index, *Social Networking Changing the Landscape for Canadian Job Seekers, Kelly Global Workforce Index™ Finds*, 4 Mai 2011
- Socialbakers.com
- Cefrio, *Les médias sociaux ancrés dans les habitudes des Québécois*, Vol 3, 1, Netendances 2012
- [Infographie]Bureau of Labor Statistics, Jobvite, *The social job seekers*, 2011

Juin 2013