



SEEQLE

10 solutions pour cibler, attirer et recruter les meilleurs talents !

#Digital #Innovation #Social

made with
Beacon

Sommaire

1. Attirez les meilleurs talents grâce au recrutement digital
2. Auteurs
3. Notre solution pour recruter les meilleurs talents
4. Recrutez avec Seeqle
5. Inbound & Outbound Recruiting
6. Attirer les meilleurs talents avec l'Inbound Recruiting
7. 7 étapes pour une stratégie de recrutement solide
8. Trouver les meilleurs talents avec l'Outbound Recruiting
9. Recruter sur les réseaux sociaux : le(s)quel(s) choisir ?
10. Le recrutement du futur
11. Quelles compétences pour les travailleurs de demain ?
12. Recrutement : Les entreprises s'adaptent au digital
13. Ce que la digitalisation RH vous apporte
14. Ces nouvelles compétences attendues par les recruteurs
15. Soft Skills : la donne incontournable ?
16. Recrutement Prédictif : Qu'est-ce que c'est ?
17. Notre solution pour recruter les meilleurs talents
18. Recrutez avec Seeqle
19. Merci !

Attirez les meilleurs talents grâce au recrutement digital

Votre entreprise rencontre des difficultés à attirer et acquérir des travailleurs qualifiés ? Voici une des raisons : le digital a structurellement modifié l'acquisition de talents.

Comment attirer davantage et plus rapidement de bons candidats ?

Dans ce livre blanc, vous découvrirez comment :

- Optimiser votre recrutement grâce à l'Inbound et Outbound Recruiting

Dans un monde où les candidats sont devenus des consommateurs, les équipes chargées d'attirer les talents doivent aller au-delà des méthodes de recrutement classique et utiliser des techniques de marketing RH pour trouver les meilleurs talents sur les réseaux sociaux ou ailleurs.

- Adapter votre entreprise à la transformation digitale

Depuis les cinq dernières années, la digitalisation du monde du travail bouscule tous les processus et services. Les nouvelles générations de travailleurs sont impactées et les services RH doivent s'adapter rapidement.

- Faire évoluer votre recrutement face aux nouvelles compétences

L'apparition de nouveaux critères tels que les softskills ou la personnalité modifie l'appréciation du candidat chez le recruteur et inversement.

Explorez la façon dont la digitalisation transforme le recrutement, et comment en bénéficier pour multiplier la productivité de votre processus par 5.

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'amène 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..."* Jean Eudes.

Hélène Gouyette, Traffic & Community Manager chez Seeqle

Voyageuse dans l'âme et foodie addict, elle est une spécialiste des médias sociaux et de la communication digitale.

Laetitia Gonçalves, Marketing Campaign Manager chez Seeqle

Passionnée par la danse, elle vibre au rythme de l'innovation, et fait valser les actions marketing.

C'est grâce à des esprits innovants tels que les leurs que [Seeqle](#) a su se positionner comme leader du recrutement prédictif sur les réseaux sociaux.

A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a blue and white striped shirt. The background is a wooden desk with a laptop keyboard. The text is overlaid on the image.

Notre solution pour recruter les meilleurs talents

Trouvez les talents dont votre entreprise a besoin, facilement et sans risque !

La solution Seeqle simplifie vos processus de recrutement en atteignant et sélectionnant efficacement les meilleurs candidats. Profitez de la puissance des réseaux sociaux et de nos algorithmes prédictifs pour multiplier la productivité de votre processus par 5 !

Recrutez avec Seeqle

1. CIBLER

Atteignez la meilleure audience directement sur les réseaux sociaux, grâce à l'analyse des données socio-démographiques et professionnelles.

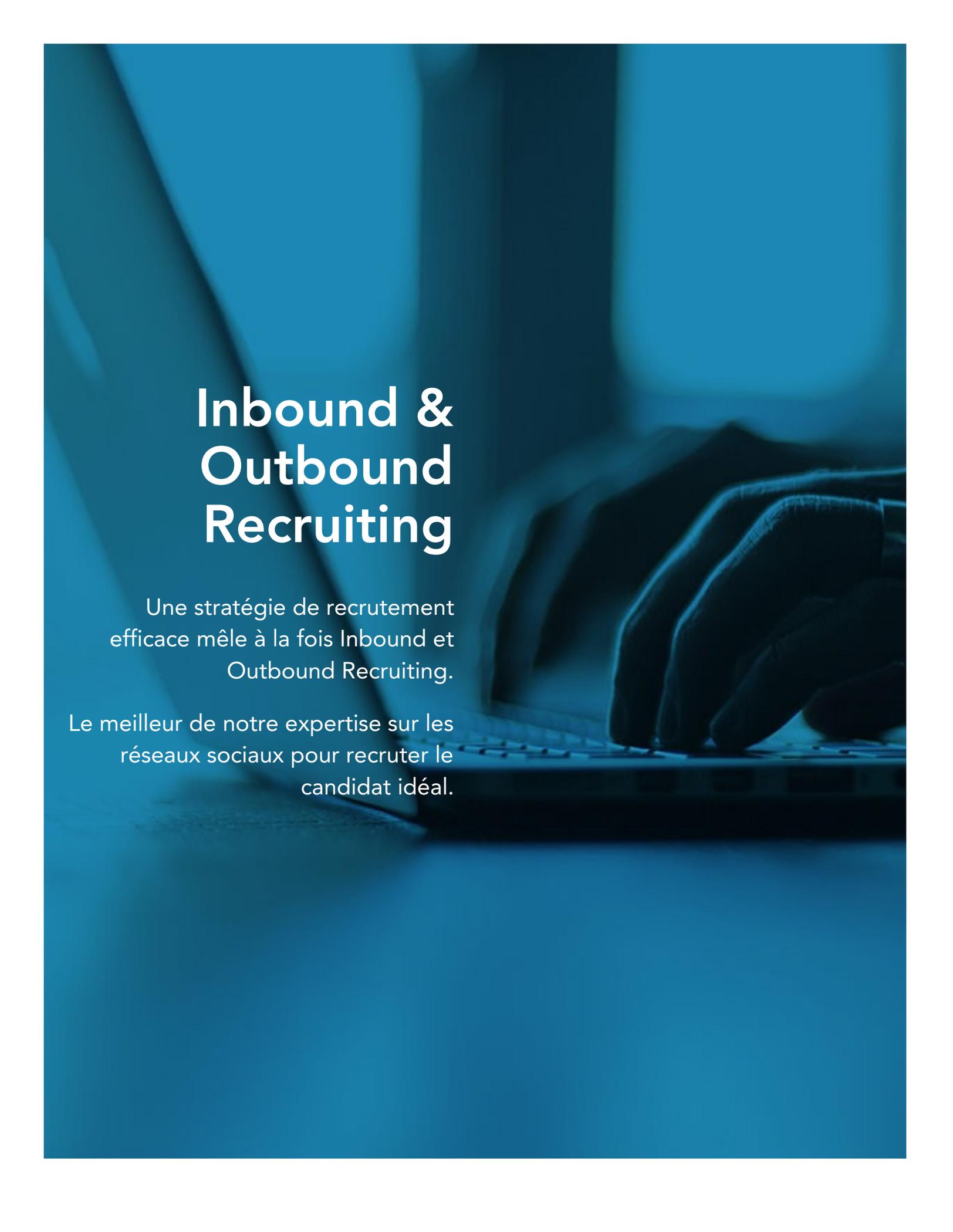
2. RÉCEPTIONNER

À travers votre espace carrière, nous recevons, filtrons et vous envoyons directement les meilleures candidatures sur votre dashboard.

3. RECRUTER

Évaluez facilement les profils, les personnalités et les motivations avec le CV Multimédia. Il ne vous reste plus qu'à engager les meilleurs talents.

OBTENIR UNE ESTIMATION GRATUITE



Inbound & Outbound Recruiting

Une stratégie de recrutement
efficace mêle à la fois Inbound et
Outbound Recruiting.

Le meilleur de notre expertise sur les
réseaux sociaux pour recruter le
candidat idéal.

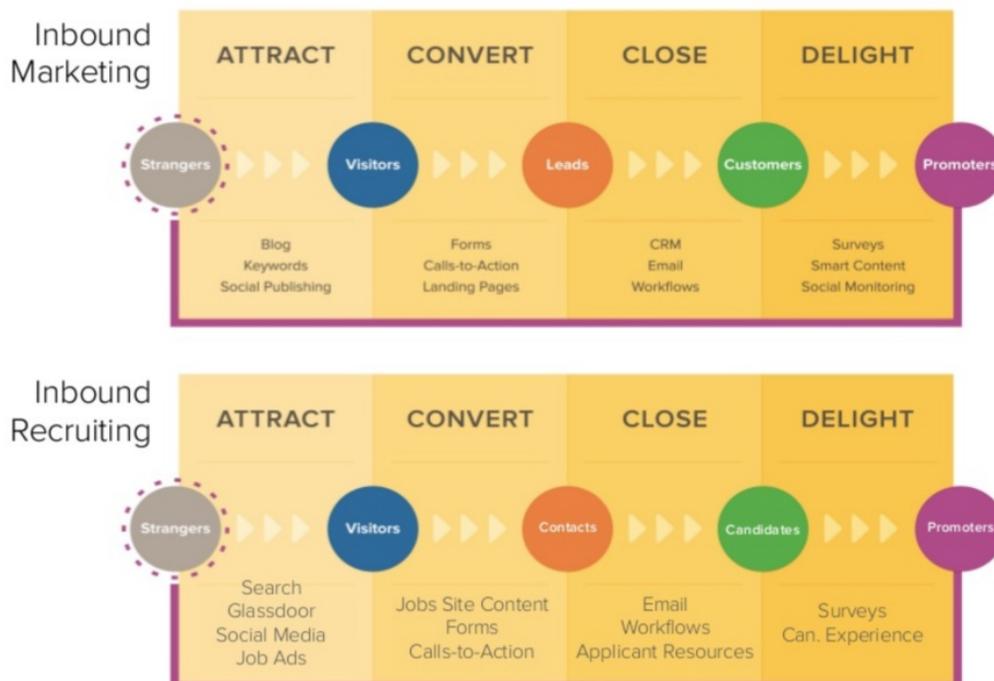
Attirer les meilleurs talents avec l'Inbound Recruiting

L'inbound recruiting utilise des stratégies de marketing digital pour engager des groupes ciblés de candidats passifs et actifs à différentes phases du processus de recrutement. Il combine des éléments de la marque employeur et du marketing de recrutement pour attirer et convertir les candidats.

Inbound Recruiting vs. Inbound Marketing

Il paraît difficile de croire qu'il fut un temps où la recherche d'emploi signifiait lire un journal et se rendre dans l'entreprise pour remplir un formulaire. Indéniablement, Internet a rendu ces processus obsolètes.

Comme pour l'e-commerce, les logiciels d'entreprise, ou les marchés nécessitant une transaction, les données et l'accès à l'information ont grandement facilité la vie des décideurs. Le marché du travail ne fait pas exception.



Ainsi, les recruteurs commencent à considérer certains éléments tels que leur espace carrière, les réseaux sociaux et Google comme étant leurs atouts majeurs. Naturellement, cela les fait réfléchir de plus en plus comme des spécialistes du marketing digital. Au point qu'une nouvelle technique de recrutement est apparue. Il s'agit de « l'inbound recruiting ».

Certains recruteurs de talents sont encore au début des phases expérimentales de l'élaboration d'une stratégie d'inbound recruiting. La plupart d'entre eux n'en ont même pas.

Les parallèles entre le recrutement et l'inbound marketing permet d'attirer, cultiver et convertir les talents. Cela ne peut pas être ignoré en ces temps résolument numériques et mobiles.

.....
>> À lire aussi : Recrutement les entreprises s'adaptent au digital
.....

Le parcours candidat et le parcours client

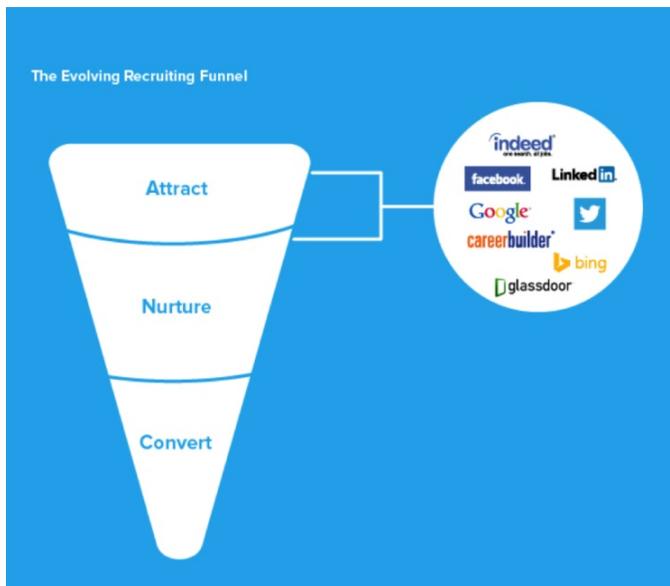
Le « parcours client » est le concept d'une personne passant d'inconnu à client en expliquant tout ce qui est nécessaire pour y arriver. Le travail d'acquisition de talent consiste également à transformer des étrangers en candidats puis en recrues.

Le fait qu'Internet soit désormais le fondement du parcours candidat est ce qui fait que cette connexion entre l'inbound recruiting et l'inbound marketing vaut la peine d'être explorée.

Le candidat moyen utilise au moins 16 ressources différentes au cours de sa recherche d'emploi.

Ça vous semble familier ?

L'entonnoir de l'Inbound Recruiting



De plus en plus d'entreprises commencent à utiliser des stratégies d'inbound recruiting. Par exemple, avec des approches comme la création de contenu de marque employeur. Ou encore l'investissement dans le recrutement social. Ce processus est rendu possible si les entreprises s'assurent que tout est compatible avec les mobiles et essaient de tirer le meilleur parti de l'optimisation des moteurs de recherche.

À l'heure actuelle, 73% des candidats commencent leur recherche d'emploi sur Google. Indépendamment de l'origine de leur recherche, l'objectif est d'être non seulement là où les candidats peuvent être prêts à se pencher sur de nouvelles opportunités de carrière. Mais c'est aussi de disposer d'un moteur de recrutement qui les intègre à un espace carrière de manière organique.

Il y a une guerre des talents en cours, et les entreprises rivalisent en fonction de leur capacité pour **obtenir des candidats de qualité** à travers cet entonnoir.

.....
>> À lire aussi : **Quelles compétences devront avoir les travailleurs de demain ?**
.....

Voici quelques-unes de nos ressources préférées d'Inbound Recruiting :

- **Espace carrière** : Les espaces carrière sont devenus la source d'information pour les candidats modernes et, en même temps, les entreprises ont une occasion majeure de générer plus de trafic.
- **Contenu de la marque employeur** : nous considérons peut-être une nouvelle ère de rédaction qui coïncide avec la montée de la marque employeur en tant que discipline commerciale : ce contenu visant à créer une « vue d'ensemble » de la raison pour laquelle votre entreprise est un excellent endroit pour travailler est un principal facteur de stratégies d'inbound recruiting efficaces.
- **Recrutement social** : l'utilisation des médias sociaux comme outil de recrutement est primordial. Une stratégie conçue pour sensibiliser l'opinion et l'engagement social contribue beaucoup aux efforts d'acquisition de talent. Plus loin dans l'entonnoir de recrutement, le recrutement à travers les réseaux sociaux. Ce dernier peut aider à établir des relations entre les recruteurs et les candidats au fil du temps. Cela est particulièrement important pour les candidats passifs.
- **Prise en charge du CPC** : les campagnes et autres formes de publicité amplifient les canaux d'inbound recruiting et de contenu social. **Bénéficiez de l'expertise de Seeqle** pour mettre en place ces actions.
- **Le recrutement mobile** : Uber, Seamless et d'autres sociétés tournées vers le consommateur simplifient la vie quotidienne ont mis l'accent sur les employeurs. Rendant ainsi les solutions de recrutement mobiles indispensables à partir de maintenant.

L'activation des stratégies d'inbound recruiting peut nécessiter un « remplacement » complet de votre ATS par quelque chose de moins intrusif et plus intuitif, comme l'intégration par simple URL d'un espace carrière externalisé.

Pensez Transformation, non pas Transaction

Appelez le inbound recruiting, marketing RH ou tout autre terme, peu importe. Le point clef de cet article est que les comportements et les attentes des candidats ont considérablement changés ces dernières années. Désormais le parcours du candidat se déroule principalement en ligne. Votre stratégie de recrutement doit donc s'adapter.

Les stratégies d'inbound recruiting permettent la transformation. Les avantages à long terme sont que les candidats reconnaissent votre marque employeur, moins de pression sur les recruteurs et moins de frais par candidat et donc par contrat.

Cependant, nous ne disons pas que cela sera facile. D'abord, commencez la conversation avec votre équipe aujourd'hui sur la façon dont vous pouvez exploiter le web et le mobile. Ensuite, identifiez une zone sur laquelle vous pensez que votre équipe peut avoir un impact et commencez !

Découvrez notre solution de sourcing sur les réseaux sociaux et obtenez gratuitement une estimation de l'audience atteignable pour votre recrutement.

7 étapes pour une stratégie de recrutement solide

Chaque année, Fortune Magazine publie les 100 premières entreprises dans lesquelles travailler. La liste comprend des entreprises telles que Google, The Container Store et DreamWorks Animation pour en nommer quelques-unes. La liste couvre les industries allant de la technologie à la santé en passant par le consulting. Toutes ces entreprises ont une chose en commun : la notoriété de leur marque les précède. On parle ici d'Inbound Recruiting.

Pour le public, leur marque (et les dividendes) est comme une sirène leur permettant d'attirer les meilleurs talents et ça fonctionne. Selon Jim Collins, auteur du bestseller commercial Good to Great :

"Les dirigeants d'entreprises qui passent de "bien" à "excellent" commencent non pas avec "où" mais avec "qui". Ils commencent par avoir les bonnes personnes dans le bus, les mauvaises hors du bus et les bonnes personnes dans les bons sièges. Et ils s'accrochent à cette discipline quelles que soient les circonstances."

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.

.....
>> À lire aussi : Inbound Recruiting : Comment attirer les meilleurs talents ?
.....

L'Inbound Recruiting pour les petits nouveaux

Alors, que pouvez-vous faire pour attirer les meilleurs talents si vous êtes un "petit nouveau" ? Tout d'abord, reconnaissez que 70% des demandeurs d'emploi commencent leur recherche sur Google. Devinez ce qui se passe quand un candidat potentiel recherche votre entreprise sur Google et ne voit rien ? Très probablement ... rien. Si vous ne disposez pas de profils d'entreprise conçus et optimisés pour les médias sociaux tels que Facebook, LinkedIn et Twitter ou un **blog** pour montrer qui vous êtes et ce que vous représentez, les meilleurs talents se demanderont si votre entreprise est un endroit attrayant. La réalité est que votre présence en ligne (ou votre absence) a un impact au-delà de vos ventes, elle affecte également votre recrutement. Il existe une ligne de plus en plus floue entre le recrutement et le marketing.

7 étapes pour construire une campagne de recrutement solide et rentable

L'objectif de toute stratégie solide de recrutement est d'**attirer les meilleurs talents**, qui partagent votre passion pour le but, la vision et les objectifs de votre entreprise.

L'Inbound Recruiting consiste à créer un contenu magnétique qui attire, éduque, divertit, informe et inspire les employés actuels et futurs.

Voici 7 étapes pour définir votre plan d'Inbound Recruiting :

1. Définir des objectifs

Avant de plonger, il est important de préparer votre équipe avec les objectifs que vous souhaitez atteindre et votre plan pour en mesurer la performance. Oubliez vos objectifs d'embauche trimestriels et prenez conscience de ce à quoi le succès ressemble pour que vous puissiez vous préparer à mesurer les données avant et après votre campagne d'inbound recruiting.

2. Bien cerner l'audience que vous souhaitez recruter

Des personnes, des personnes, des personnes. En effet, il n'est vraiment question que de votre audience. Quelles sont les préoccupations de votre public ? Ainsi, que vous recrutiez des ingénieurs, des mères de famille ou des

professionnels de la santé, il est très important de comprendre comment vous pouvez rendre leur vie meilleure et plus facile avant de développer votre campagne de recrutement. Si vous ne savez pas le faire, faites vous aider !

3. Avoir des ressources intéressantes pour attirer les meilleurs talents

L'inbound recruiting ne fonctionne que si les gens lisent votre contenu. Assurez-vous donc d'avoir un contenu qui soit remarquable ! Par exemple, créez des vidéos, des ebooks, des articles de blog, des posts sur les réseaux sociaux et des brochures en ligne qui vous différencient et en disent plus que "c'est un excellent endroit où travailler". Et aussi, qu'est-ce qui vous démarque ? Donnez des exemples concrets pour rendre ces histoires réelles ! Enfin, comment votre entreprise change-t-elle la vie des gens, de la communauté, du monde?

.....
>> À lire aussi : [Les entreprises s'adaptent au digital](#)
.....

4. Élaborer un Call to Action

Une fois que vous avez créé vos ressources, vous pouvez les promouvoir avec un call to action. Assurez-vous que vos call to action soient clairs et utilisables. Ne demandez pas la lune ! En effet, plus "la demande" est simple et plus vous aurez de chances d'avoir des actions. Essayez d'utiliser quelque chose comme "En savoir plus" et n'oubliez pas d'expliquer POURQUOI quelqu'un devrait faire ce que vous demandez. Vos appels à l'action devraient être partout. Par exemple sur votre site Web, votre blog, les réseaux sociaux, dans vos présentations, etc.

5. Capturez des informations sur les candidat à l'embauche

Si votre objectif est de développer votre pipeline de recrutement, il est indispensable de créer des pages d'atterrissage ("landing page" en anglais) de génération de leads afin que vos prospects puissent en apprendre davantage sur votre entreprise. Ainsi, en échange du contenu remarquable que vous avez créé ou d'un intérêt pour le poste proposé, les candidats à l'embauche complèteront les formulaires avec leurs coordonnées.

6. Cultiver les candidats prospectifs à l'embauche avec des activités d'Inbound Recruiting

Prenez le temps de vous présenter ainsi que votre marque auprès de votre public :

1. **Optimisation des moteurs de recherche** - faites en sorte d'être retrouvé dans les résultats de recherche pour des demandes de mots clés pertinents auprès des candidats.
2. **Blog** - Montrez votre expertise dans votre domaine, mettez en valeur votre point de vue pour attirer les bons talents.
3. **Médias sociaux** - Inspirer, divertir, éduquer et informer votre auditoire afin d'établir une relation plus profonde et défendre votre marque. En effet, utiliser la puissance des réseaux sociaux vous permettra de sourcer des candidats pour le futur !
4. **Email Marketing** - Envoyer des communications ciblées avec un contenu formidable pour inspirer, ravir et convertir les connexions entre les employés.

L'expertise de Seeqle dans l'analyse des données issues des médias sociaux vous permet d'obtenir des candidatures qualifiées très rapidement. Estimez gratuitement votre recrutement.

.....
>> À lire aussi : [L'Inbound Marketing pour attirer, convertir, engager et optimiser](#)
.....

7. Mesurez et optimisez votre recrutement

Concentrez-vous sur l'augmentation du nombre de demandeurs d'emploi qualifiés venant sur votre site carrière, leur transformation en prospects actifs pour le recrutement et, bien sûr, l'augmentation du nombre d'employés de premier ordre provenant de votre **investissement** en inbound recruiting. Comme l'illustre la solution de ciblage Seeqle **Targeted Job Ads**, vous savez exactement le nombre de candidat que vous pouvez toucher, comment et où.

Un dernier mot sur l'Inbound Recruiting

Pour **attirer les meilleurs talents**, votre présence en ligne devrait montrer QUI que 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!

Obtenez gratuitement une estimation de l'audience atteignable et du coût de votre recrutement sur [Seeqle.com](https://seeqle.com).

Bon recrutement !

Trouver les meilleurs talents avec l'Outbound Recruiting

La valeur d'une entreprise s'évalue par rapport au niveau des talents qu'elle recrute et qu'elle réussit à garder. Personne ne peut contester cette déclaration. Ce qui est contesté, cependant, c'est la façon dont les entreprises devraient rechercher et embaucher les candidats de qualité dont ils ont besoin. 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'outbound recruiting comme réponse.

Inbound vs Outbound



L'Inbound Recruiting consiste simplement à recevoir des CV et des candidatures à travers différents canaux. Il peut s'agir de la page carrière de votre entreprise, des annonces publicitaires en ligne, des annonces de journaux ou encore des réseaux sociaux. Cette stratégie est basée sur la communication de votre entreprise auprès d'un maximum de personnes pour obtenir un large éventail de candidats. Vous éliminez ensuite les candidats non qualifiés, restant ainsi avec des candidats qualifiés prêts à passer des entretiens et être embauchés.

.....
>> À lire aussi : [Inbound Recruiting : Comment attirer les meilleurs talents ?](#)
.....

À l'inverse, l'Outbound Recruiting consiste à identifier les candidats potentiels qualifiés, puis à les toucher individuellement, en les incitant à discuter d'un éventuel poste dans votre entreprise. La plateforme la plus utilisée est LinkedIn. Mais les recruteurs astucieux en utilisent d'autres comme Facebook, Twitter, les blogs personnels et les bases de données de CV. Cette stratégie vous oblige à attirer et à vendre le poste à pourvoir à ces candidats qui ne sont pas forcément en recherche active ou qui auraient manqué votre annonce.

Bénéficiez de l'expertise de Seeqle pour mettre en place ces actions.

Quand l'Outbound excelle

Une stratégie de recrutement solide et efficace mêlera donc inbound et outbound recruiting. Il faut parfois se concentrer sur l'inbound et d'autres fois l'outbound sera idéal.

Voici quelques situations où allier les deux pour trouver les meilleurs candidats fonctionne mieux.

Environnement concurrentiel

Certaines catégories d'emplois ou régions géographiques ont des environnements très compétitifs pour des types spécifiques d'emplois. Une stratégie d'inbound recruiting ne permettrait d'atteindre qu'une petite quantité du marché des candidats potentiels. En effet, il faudrait que le candidat cherche ou tombe sur votre offre. De plus, les meilleurs candidats peuvent postuler à votre offre, mais peuvent également avoir envoyé leur candidature à 10 ou 20 autres offres. Dans ces situations, l'outbound recruiting fournit un moyen efficace et fiable d'identifier les excellents candidats.

Par exemple, de nombreuses entreprises de technologie à San Francisco se battent pour avoir les meilleurs ingénieurs logiciels. La plupart des grands ingénieurs sont déjà employés et ne sont pas actifs dans la recherche d'emploi. Mais ils seraient intéressés d'entendre parler d'opportunités. Être capable d'identifier les meilleurs candidats et de les toucher individuellement peut être un moyen incroyablement efficace d'embaucher les meilleurs talents, même des concurrents.

.....
>> À lire aussi : [Inbound Recruiting : 7 étapes pour attirer les meilleurs talents](#)
.....

Formations de niche ou Expériences

Parfois vous avez besoin de quelqu'un avec une compétence particulière, une certification spécifique ou une formation précise. Du fait que les candidats recherchent principalement par intitulé du poste, beaucoup d'entre eux postuleront même sans avoir les compétences requises. Cela nécessite que vous éliminiez tous ceux qui ne correspondent pas à ce dont vous avez besoin. Ainsi vous pourrez mieux approfondir votre processus de sélection.

À l'inverse, c'est là où une stratégie d'outbound recruiting rayonne vraiment. Dans votre recherche sur les bases de données des candidats de l'intitulé du poste et du niveau de compétence nécessaire, vous pouvez rapidement identifier les personnes ayant les compétences dont vous avez besoin. Vous êtes ainsi beaucoup plus susceptibles de trouver les personnes que vous devriez poursuivre.

En outre, ces candidats sont susceptibles de connaître d'autres personnes qui ont les mêmes expériences, conduisant à de grandes opportunités pour vous.

Postes à responsabilité

Le recrutement pour les postes de direction et de haute direction demande souvent une recherche différente. Non seulement le nombre de candidats disponibles est généralement plus bas. Mais ces types d'individus n'utilisent généralement pas d'offres d'emploi comme piste principale pour une recherche d'emploi. En outre, l'expérience spécifique devient encore plus indispensable. Vous devez identifier l'expérience du candidat dans le secteur correspondant. Mais aussi les tailles d'entreprises dans lesquelles il a travaillé et son alignement avec la culture et les missions de votre entreprise.

Utilisez des outils tels que LinkedIn, Facebook et autres médias sociaux pour identifier une liste de potentiels candidats et les atteindre. L'objectif serait d'établir un rapport suffisant pour que vous puissiez avoir une conversation ouverte sur le poste à pourvoir. Le résultat idéal de ces conversations devrait être une réunion de suivi ou un renvoi à quelqu'un qui pourrait mieux correspondre aux besoins du poste.

.....
>> À lire aussi : **Inbound Recruiting : 3 façons de penser le recrutement**
.....

Offres que vous ne souhaitez pas publier

Il arrive parfois que vous ne souhaitiez pas afficher publiquement le poste à pourvoir . Vous cherchez à trouver un remplaçant pour un employé sous-performant ou à recruter pour un projet sensible ? Alors l'inbound recruiting n'est pas une bonne option. De nombreuses entreprises ont recourt à l'utilisation de sociétés de recrutement. Mais tous les recruteurs ne protègent pas attentivement les informations.

L'utilisation de l'outbound recruiting vous permet de trouver un candidat de manière fiable sans dévoiler l'annonce au monde entier.

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.

Votre entreprise rencontre des difficultés à trouver des candidats de qualité ? Découvrez le meilleur de l'Inbound et de l'Outbound Recruiting grâce à notre solution de sourcing sur les réseaux sociaux et obtenez gratuitement une estimation de l'audience atteignable pour votre recrutement.

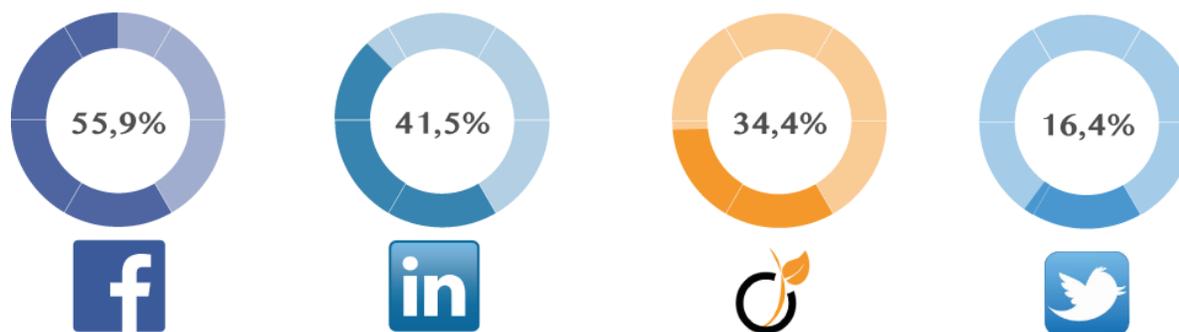
Recruter sur les réseaux sociaux : le(s)quel(s) choisir ?

Les réseaux sociaux envahissent notre quotidien. 31% de la population mondiale est présente sur ces derniers et les français y passent 1h20 par jour. C'est donc un phénomène incontournable. Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Snapchat... sont autant de réseaux que l'on fréquente régulièrement. Il est donc important de se demander lequel choisir pour recruter les meilleurs talents ?

Recruter à travers les réseaux sociaux

S'il est encore compliqué de définir les meilleurs réseaux sociaux pour recruter, on peut soutenir qu'ils sont un très bon outil pour repérer les candidats.

Les réseaux sociaux constituent une base de données très importante que les utilisateurs mettent eux-mêmes à jour, donnant accès à de nombreuses informations les concernant. C'est pourquoi les réseaux sociaux sont désormais un outil privilégié pour l'identification des talents à recruter. Sans pour autant remplacer les canaux déjà présents, ils les complètent.



Utilisation des réseaux sociaux par les candidats pour rechercher un emploi

Quels réseaux sont les plus pertinents ?

FACEBOOK

D'après une étude dirigée par Ranstad France, Facebook figure en haut du podium des réseaux les plus utilisés. Rien de plus logique quand on sait qu'il s'agit là du premier réseau social mondial comptant plus de 1,5 milliard d'utilisateurs. Cette étude nous apprend également que plus de 65% des 18-24 ans utiliseraient ce réseau dans leur recherche d'emploi.

Pour l'instant, les recruteurs ne sont pas en mesure de se procurer des informations rigoureuses sur le candidat, à l'inverse des autres réseaux sociaux. En effet, Facebook sert seulement à diffuser des informations rapidement et à échelle mondiale.

Vous avez donc tout intérêt à exploiter ce réseau pour publier vos annonces et ainsi réceptionner des CV.

Ce réseau est également une belle opportunité pour effectuer du sourcing RH. En effet, sa progression régulière s'affiche nettement. La mise au point de son moteur de recherche en est une illustration. Ou encore, la faculté d'indiquer sur son profil sa profession. Encore plus loin, un nouveau service a vu le jour : Workplace by Facebook. Ce Facebook dédié aux entreprises, disponible depuis le 10 octobre 2016, permet aux organisations de mettre en oeuvre leur propre réseau social ! **Faites appel à l'expertise de Seeqle en inbound recruiting** pour mettre en place ces actions sur les réseaux sociaux.

.....
>> À lire aussi : **Inbound Recruiting : Comment attirer les meilleurs talents ?**
.....

LINKEDIN & VIADEO

Penchons-nous cette fois-ci sur les réseaux professionnels, à savoir LinkedIn et Viadeo (300 millions d'actifs pour le premier et 65 millions d'inscrits pour le second). Ces deux réseaux vous offrent la possibilité d'accéder directement à des CV. Ils permettent également, à la différence d'une candidature classique parfois passive, de donner au recruteur un aperçu réel et dynamique du parcours du candidat.

Ces deux réseaux vous permettront donc de recruter plus efficacement mais également de donner plus de visibilité à vos offres d'emploi et votre entreprise.

Faites appel à l'expertise de Seeqle en outbound recruiting pour mettre en place ces actions sur les réseaux sociaux.

TWITTER

Dernier réseau, mais pas le moindre, à avoir émergé sur le marché du recrutement : Twitter. Vous pouvez y publier vos offres d'emploi très facilement et rapidement. Vous aurez également facilement accès aux nombre de personnes impactées par vos publications.

Attention à ne pas surcharger votre compte d'annonces en diffusant un trop grand nombre d'offres d'emploi. Effectivement cela pourrait repousser vos futurs talents. Si vous êtes confronté à cette problématique, créer un deuxième compte pour y publier toutes vos offres d'emploi peut être une bonne idée.

.....
>> À lire aussi : [L'Outbound Recruiting pour trouver les meilleurs candidats](#)
.....

Comment diffuser une annonce sur les réseaux sociaux ?

Vous en avez assez des candidatures basiques qui ne se démarquent pas du lot ?

De la même façon que vous vous lassez des candidatures banales, les candidats sont peut-être eux-aussi blasés de répondre à des offres d'emploi toutes autant communes les unes que les autres. Visez donc l'originalité et la créativité dans vos annonces ! Ainsi, non seulement vous attirerez plus de monde, mais votre entreprise sera également perçue comme étant l'endroit où tout le monde veut travailler.

Découvrez le meilleur de l'inbound et de l'outbound recruiting grâce à notre solution de sourcing sur les réseaux sociaux

Le recrutement du futur

La digitalisation du monde du travail
bouscule les process de
recrutement.

Comment cela impacte-t-il les
futures générations de travailleurs ?

Comment les départements RH
s'adaptent-ils ?

Quelles compétences pour les travailleurs de demain ?

« *L'Index Mondial de la Compétitivité pour les Talents* » (GTCL), réalisé par The Adecco Group, en collaboration avec l'Insead et le Human Capital Leadership Institute of Singapore (HCLI), explore les effets des évolutions technologiques sur le monde du travail et les futures générations d'actifs. Un nouvel avenir semble se dessiner. Ce dernier n'a rien à voir avec ce que l'on a connu jusqu'alors. Notamment en termes de compétences et de savoir-être des travailleurs, qui ne seront plus recrutés sur leur seule expertise.

Du travailleur routinier au travailleur du savoir

« *Nous arrivons à l'heure des RH 4.0* » affirme l'étude. La robotisation des emplois et l'économie collaborative sont à l'origine de grands changements. Tant en ce qui concerne la nature du travail que les profils des futurs travailleurs. Loin d'être alarmiste, le rapport de The Adecco Group voit dans ces bouleversements **un vivier d'opportunités** pour les actifs de demain et les entreprises. En effet, quels que soient les avis de chacun et les chiffres avancés par les différentes études, les progrès technologiques vont sans conteste nous amener à travailler différemment à l'avenir.

Les emplois peu qualifiés, notamment basés sur des tâches répétitives, sont déjà progressivement assurés par les algorithmes et les machines. Créant ainsi de nouvelles opportunités de travail **connecté, innovant**, avec de nouveaux besoins de compétences. Le futur du travail, selon le rapport, c'est ainsi « *passer de travailleurs réalisant des tâches routinières et répétitives à des travailleurs du savoir* ». Il est donc essentiel pour les entreprises de pouvoir compter sur une main d'œuvre capable d'évoluer si elles veulent rester compétitives. Où trouver ces futurs talents et sur quels savoir-faire les recruter ? On touche là au cœur du sujet, ce que le rapport appelle « *le dilemme des compétences* ».

>> À lire aussi : Salarié multitâches, le phénomène du "slasheur"

Apprendre encore et encore son métier pour soigner son employabilité

Le développement technologique est tel que les entreprises ont des besoins en compétences qui, aujourd'hui, n'existent pas encore sur le marché. La pénurie de candidats sur des postes très spécifiques est déjà une réalité. En particulier dans les secteurs des sciences, des technologies, de l'ingénierie et des mathématiques. En 2020, 756 000 spécialistes informatiques qui manqueront à l'appel, selon la Commission Européenne. D'où la nécessité pour les actifs déjà en poste de se former tout au long de leur vie professionnelle. Cela leur permet de rester à niveau, se perfectionner et surtout sécuriser leur employabilité.

« De nombreux employés connaîtront des périodes de chômage technique et structurel s'ils ne se réinventent pas. Pour tirer parti du potentiel du capital humain, les gouvernements et les entreprises doivent inculquer une culture d'apprentissage permanent aux individus et aider ceux qui ne possèdent pas les compétences recherchées à se réorienter » analyse Su-Yen Wong, directrice de l'Human Capital Leadership Institute, avant de préciser que *« dans l'ère numérique actuelle, où le travail est en perpétuelle évolution, seront favorisés non pas les employés qui possèdent le plus haut niveau de compétences techniques, mais ceux qui ont la capacité d'apprendre encore et encore leur métier »*.

Compétences techniques / compétences « souples » : le match

Une formation tout au long de sa carrière qui ne pourra pourtant plus porter uniquement sur les compétences techniques. Dans les process de recrutement, les compétences plus « souples », autrement dit personnelles, ont désormais autant d'importance que le niveau d'expertise du candidat. Il ne s'agit plus de s'entourer de travailleurs qualifiés directement opérationnels. Désormais on recherche des talents et des potentiels qui seront formés en interne sur les compétences nécessaires.

L'entreprise Google a déjà adopté cette approche RH en plaçant l'expertise comme dernière compétence à avoir pour être recruté. Derrière la capacité

d'apprentissage, le leadership, l'humilité et la responsabilité. Autres *softskills* **essentiels** aux employés, selon le GPCI : la capacité d'adaptation à des conditions de travail différentes et évolutives, l'envie d'apprendre en continu et de progresser, des compétences de collaboration active et réseautage, la capacité à gérer des conflits et à influencer. Les jeunes, eux, doivent être mobiles et notamment à l'internationale, avec des compétences en langues étrangères.

>> À lire aussi : Soft Skills : la donne incontournable ?

46 % des jeunes ne sont pas recrutés, faute d'un bon comportement

Des compétences personnelles essentielles mais encore trop sous-estimées, voire ignorées, par les employés. Après avoir déterminé les 5 compétences personnelles fondamentales dont doit faire preuve un intérimaire – à savoir avoir le bon comportement, **être flexible**, savoir communiquer à l'oral, être en mesure de bien présenter dans un contexte professionnel et être ponctuel – à peine 1 candidat sur 2 a présenté ces compétences. Ce sont pas moins de 46% des jeunes qui n'ont donc pas été recruté. Ce, faute d'avoir eu un comportement adéquat en entretien d'embauche ! Pire encore, le rapport révèle même que 30% des candidats étaient arrivés... en retard ! Le dilemme des compétences évoqué par le rapport se trouve donc autant du côté des recruteurs, que des candidats.

Recrutement : Les entreprises s'adaptent au digital

Des réseaux sociaux aux entretiens vidéo, des forums virtuels au CV Multimédia, les outils numériques, bousculent les process de recrutement. Les responsables RH font évoluer leurs pratiques, pour développer de nouvelles approches et compétences, en particulier en matière de sourcing.



Un chat'live, des entretiens vidéo différés, des salons de recrutement virtuels, et bientôt le CV Multimédia [Seeqle](#). Depuis quelques mois, les recruteurs de Safran multiplient les expérimentations en vue d'enrichir la panoplie de leurs outils numériques de recrutement.

Eurotunnel a récemment lancé un Mooc emploi sur les métiers du ferroviaire. Carrefour a fait de son site de recrutement un espace d'échanges et de coaching avec les candidats.

Quinze ans après l'émergence des job boards et des réseaux sociaux, la course à la **digitalisation** du recrutement est loin d'être terminée. Même si toutes les entreprises ne s'y sont pas engouffrées (40% des recruteurs n'utilisent pas les réseaux sociaux, selon une enquête RegionJobs de février 2015), le mouvement est lancé. Ce dernier est soutenu par la multiplication des solutions proposées par le marché. Également par les nouveaux comportements des candidats.

Le recrutement mobile, est la prochaine révolution. Fin 2015, 19% des candidatures enregistrées par Cadremploi provenaient d'un smartphone ou d'une tablette. Il y a encore deux ans, les entreprises n'y croyaient pas.

Capgemini fait partie des premières entreprises à avoir développé sa propre application mobile de recrutement. Camille Le Bras, directrice du recrutement, explique les enjeux. "Nous recrutons chaque année, au sein de Capgemini et de notre filiale Sogeti, plus de 2 500 ingénieurs et cadres dont 70% de jeunes diplômés ayant moins de deux ans d'expérience. Pour attirer ces profils hyperconnectés, nous devons adapter nos pratiques."

De nouvelles stratégies de recrutement

Au fond, du sourcing à la diffusion de l'offre et à l'**entretien**, toutes les étapes du recrutement sont aujourd'hui digitalisées. Les méthodes sont bousculées car les outils induisent de nouvelles stratégies.

Les réseaux sociaux incitent les recruteurs à travailler leur marque employeur. Également à être plus réactifs et proactifs, notamment pour les postes difficiles à pourvoir.

D'autres outils, tels que le **CV vidéo**, les entretiens en vidéo différée (où le candidat répond en *one shot* à des questions prédéfinies) ou à l'analyse de la personnalité, fondent la sélection sur les compétences. Notamment le savoir-être ou *soft-skills*, plutôt que sur le simple CV. Ces outils obligent à sortir d'un recrutement "copier-coller" et sont d'ailleurs réunis dans le CV Multimédia.

Le plus compliqué pour les recruteurs est de devoir s'appuyer sur de nouveaux repères.

Selon Catherine Salès, responsable du pôle recrutement et parcours du groupe Covea (Maaf, MMA et GMF), où les entretiens vidéo différée ont été testés pour l'embauche de téléconseillers : " le plus compliqué pour les recruteurs, habitués aux entretiens en face à face et à des grilles précises d'analyse, est de devoir s'appuyer sur de nouveaux repères."

Chez Safran, cette solution ne sera finalement pas adoptée. "Trop déstabilisante pour les recruteurs et les candidats", explique Marie-Céline Adnani, la responsable recrutement ingénieurs et cadres du groupe.

Camille Le Bras, elle, constate que le " métier a complètement changé en cinq ans, car on n'attend plus que les candidats viennent vers nous. Nous devons être capables de sortir des canaux classiques, de créer le contact. Donner envie de postuler chez nous. Dès lors, nous adaptons nos discours en apportant d'autres types d'informations que le contenu des postes : il faut pouvoir parler de la culture de l'entreprise, des projets à venir.."

Plus individualisé, le recrutement digital doit être aussi plus transparent. À notre époque, on ne peut plus sur vendre un poste, il faut être clair sur ses éventuelles difficultés. On voit d'ailleurs que se diffusent, via les sites carrière, de plus en plus de vidéos et de photos montrant des situations réelles de travail. Ceci afin d'éviter des erreurs de casting non pas pour l'employeur mais pour le candidat qui choisit désormais son entreprise et donc son environnement de travail.

En résumé, le recruteur digital doit être à la fois un commercial, un communicant et un marketeur. Capable de débusquer le bon candidat, de créer des contacts. De faire avancer l'expérience candidat sur le modèle de l'expérience client, d'adapter les bons outils aux bons profils, d'être à la pointe en terme d'innovations et de veille sur les comportements des candidats et de travailler les réseaux d'ambassadeurs.

En résumé, le recruteur digital doit être à la fois un commercial, un communicant et un marketeur.

.....
>> À lire aussi : [INTERVIEW | Parlons RH, l'agence digitale des RH](#)
.....

Comment font les services RH pour répondre à ces impératifs ?

Ils peuvent s'appuyer sur les collaborations, non seulement avec les autres fonctions de l'entreprise mais aussi avec les salariés eux-mêmes. De plus en plus souvent mis à contribution pour interagir avec les candidats. Marie-Céline Adnani témoigne : " Nous travaillons plus étroitement avec la communication et les community managers. Et nous envisageons de mettre en place un réseau d'ambassadeurs pour aider au sourcing sur les réseaux sociaux."

Chez Michelin, 500 collaborateurs ont été formés aux réseaux sociaux afin de rendre la marque employeur plus visible.

Sur le site carrière d'Orange, des salariés sont identifiés pour répondre aux questions métier des internautes.

FORMATION DES RECRUTEURS

Il s'agit ensuite d'adapter les compétences des recruteurs.

Capgemini affiche 170 recruteurs certifiés LinkedIn dans le monde. Chez Safran, tous les chargés de recrutement ont été formés au sourcing sur les réseaux et les moteurs de recherche. Dans certaines entreprises, de nouvelles fonctions émergent : talent acquisition manager, data analyst, community manager RH...

Les équipes de recrutement s'organisent. Le sourcing, devient une spécialité à part entière. Comme chez PwC ou encore chez Covea, qui a désigné huit personnes à cette tâche.

Elles travaillent au sein du nouveau pôle de recrutement du groupe, qui rassemble 40 personnes : " La centralisation de la fonction recrutement au niveau de Covea permet de rationaliser et de professionnaliser nos démarches. Qu'il s'agisse de repérer et de tester les nouveaux outils du marché, ou de bien utiliser les réseaux sociaux. Ce n'est pas possible dans une organisation où les RRH se chargent du recrutement en plus d'autres tâches, et ne peuvent en faire une priorité " estime Catherine Sales.

TRAITER LES FLUX

Le recrutement digital nécessite donc d'avoir les moyens de ses ambitions. En effet, si l'on multiplie les candidatures, en permettant de postuler via un mobile, il faut être capable de traiter les flux.

Si l'on décide d'animer une communauté, via les réseaux sociaux, on ne peut pas laisser des questions sans réponse sous prétexte que la personne qui s'en charge est en vacances. Il faut être persévérant et s'organiser pour ne pas risquer l'essoufflement.

C'est le CM qui véhicule l'image de l'entreprise, il doit donc avoir une certaine implication.

Je déconseille de confier le community management à des stagiaires courte durée. Ces derniers pourraient manquer de vision stratégique ou de maturité. C'est le CM qui véhicule l'image de l'entreprise, il doit donc avoir une certaine

implication...

A chacune d'adapter, donc, sa stratégie en fonction de ses possibilités et de ses enjeux. Pas besoin de grandes capacités d'investissement. D'après l'Apec, plus de 50% des postes de cadres sont pourvus via la publication d'une offre d'emploi, qui reste le canal de sourcing et de recrutement de loin le plus efficace.

La startup Seeqle propose, en plus du CV Multimédia gratuit, un panel de services permettant d'optimiser le process de recrutement. De la diffusion ciblée d'offre d'emploi, à l'espace carrière avec gestion des candidatures multimédia, en passant par la présélection des candidatures et l'optimisation de la marque employeur.

Les outils de ciblage précis et de gestion que proposent ces jeunes sociétés, seraient-ils la solution ?

Ce que la digitalisation RH vous apporte

La digitalisation des Ressources Humaines ramène aujourd'hui candidats et recruteurs sur un même pied d'égalité. Ils ont accès aux mêmes outils leur permettant d'augmenter leur visibilité sur le marché du travail. On assiste ainsi à une transparence et un équilibre qui rendent les échanges et les processus plus humain et efficace.

Les avantages de la digitalisation pour le candidat

Le premier avantage est certainement la possibilité d'en dire beaucoup plus sur soi que dans un CV traditionnel. Ce dernier se contente de lister des compétences « techniques ». Être un candidat connecté se décline en trois points principaux :

- Valoriser ses compétences professionnelles avec un outil comme **Seeqle**, et sur des réseaux sociaux pros tels que LinkedIn, permet de mettre en avant un « savoir-faire ».
- Développer des caractéristiques personnelles renseigne le recruteur sur une attitude globale, que l'on appelle "savoir-être" ou "soft skills".
- Entretenir son identité numérique, échanger et interagir ainsi que partager son expertise sur Twitter, démontre sa maîtrise des aspects incontournables du « savoir-communiquer ».

Globalement, en opposition au CV classique et passif, le candidat va montrer un engagement actif qui lui ouvrira davantage de portes.

Trouver de nouveaux talents grâce au recrutement social

Pour les entreprises de toutes tailles, l'usage des réseaux sociaux constitue un avantage concurrentiel certain. Leur permettant ainsi d'atteindre une bonne visibilité et une image attractive. Cela va leur permettre d'attirer un nombre plus

important de candidats potentiels: C'est la Marque Employeur.

En effet, quelques clics donnent aux recruteurs, un accès instantané à un large vivier de candidats aux profils qualifiés. En est suivie une prise de contact facile et rapide.

L'usage des réseaux sociaux constitue un avantage concurrentiel certain.

Il existe aujourd'hui pour compléter l'usage des réseaux sociaux, des outils de communication via webcam, destinés à réaliser les premiers entretiens à distance. D'une part la visioconférence, d'autre part l'entretien différé. Cela permet une première sélection en évitant les charges lourdes que représentent les déplacements tout en abattant les barrières géographiques.

Autre innovation pertinente, la généralisation du **CV vidéo**, que vous retrouverez sur la plateforme de recrutement **Seeqle**. Plus vivant que de son grand frère traditionnel en papier, il apporte ainsi des renseignements plus affinés sur les qualités du candidat comme l'aisance à l'oral ou la gestuelle, et permet au recruteur de se faire une "première impression" objective sur les qualités de la candidature.

Autant d'outils qui favorisent la mise en relation entre les recruteurs et les candidats.

Quand on sait qu'un mauvais recrutement coûte en moyenne 35 000 €, la question de l'utilisation de ces nouveaux services qui permettent un gain de temps et d'argent ne se pose plus !



Ces nouvelles compétences attendues par les recruteurs

De nouvelles compétences viennent modifier les attentes des recruteurs dans le choix de candidats.

Comment adapter son recrutement ?

Soft Skills : la donne incontournable ?

Alors que les **CV** rivalisent de compétences techniques et de diplômes prestigieux, une expression anglaise s'impose comme un élément phare du recrutement 3.0 : Les « soft skills ». La traduction Française équivaut à « compétences douces ». Cette appellation fait référence aux aptitudes liées aux traits de personnalité propres à chaque individu. En d'autres termes, le « savoir-être ». Si les soft skills sont impalpables et relèvent de « l'inné », elles peuvent être travaillées, développées et affinées. Elles s'avèrent donc aujourd'hui être un argument de taille, pour le choix d'un candidat.

Identifier les Soft Skills

Ce sont sans conteste, les compétences les plus difficiles à capter chez un individu. Effectivement, elles ne sont pas « listables » dans un CV.

Les soft skills revêtent plusieurs formes. Mais elles prennent toutes leurs sources dans l'intelligence émotionnelle d'une personne.

- Personnel | On va retenir l'efficacité, la capacité à s'identifier à la culture de l'entreprise ou encore, la fiabilité du candidat.
- Communication | La facilité à lier une discussion lors d'un **premier entretien**, sera un bon élément de mesure pour le recruteur.
- Interpersonnels | L'esprit d'équipe, le sens de la responsabilité, l'autonomie, l'adaptabilité ainsi que la pratique de passions diverses.

1.  Résolution de problèmes complexes
2.  Pensée critique
3.  Créativité
4.  Gestion des équipes
5.  Coordination
6.  Intelligence émotionnelle
7.  Jugement et prise de décision
8.  Souci du service client
9.  Négociation
10.  Souplesse cognitive

À la recherche de la perle rare ?

C'est bien connu, toutes les entreprises sans exception, recherchent des collaborateurs créatifs et capables d'innover. Mais aussi des collaborateurs capables de se « fondre » rapidement dans la culture de l'entreprise, en sachant interagir avec leurs collègues.

Conditions *sine qua non* d'une réussite à la fois personnelle et collective. Ce qui se traduit également par une forte valeur ajoutée pour l'entreprise.

Dans la réalité, il est extrêmement difficile de cerner ces « talents personnels ».

Reste que dans la réalité, il est extrêmement difficile de cerner ces « talents personnels ». Les réseaux sociaux pro, les jobboards et autres plateformes de recrutement l'ont bien compris. En effet, un espace leur est systématiquement dédié sur les profils des candidats. Certaines d'entre elles se sont même spécialisées dans l'évaluation des **soft skills**.

>> À lire aussi : **Le test du marshmallow**

Nos conseils

Lors de vos prochains recrutements, mettez toutes les chances de votre côté dans la recherche du collaborateur idéal.

Listez avec précision les caractéristiques que vous souhaitez trouver chez le postulant. Cette liste vous servira de grille de notation intégrant un barème allant de 0 à 10.

Vous pourrez ainsi évaluer les réponses données par le candidat pour chaque critère. Par exemple, tel postulant aura obtenu la note de 6 pour la « capacité à **gérer le stress** », quand un autre aura reçu 8.

À la fin de votre processus de **recrutement**, il ne vous restera plus qu'à effectuer les moyennes obtenues par candidat et à les comparer. Vous saurez ainsi quel est celui le plus à même d'occuper le poste que vous proposez.

Seeqle vous permet de sourcer les bons profils directement sur les réseaux sociaux, basé sur l'analyse des données socio-démographiques et professionnelles. Obtenez une **estimation gratuite** de votre audience potentielle !

Recrutement Prédicatif : Qu'est-ce que c'est ?

De nouvelles compétences apparaissent et modifient les attentes du recruteur dans le choix d'un candidat. Comment adapter son recrutement ?

Incontournable dans la vie d'une entreprise, le recrutement n'en demeure pas moins parfois une expérience douloureuse tant pour les recruteurs que pour les postulants. Trouver le candidat possédant les compétences attendues et lui offrir un poste correspondant à sa personnalité, n'est pas chose facile. C'est même certaines fois aussi aléatoire que la possibilité de trouver une aiguille dans une botte de foin. Heureusement, des techniques et des méthodes existent pour permettre à chacun de franchir l'étape sereinement. C'est notamment le cas du recrutement prédictif.

En quoi consiste le recrutement prédictif ?

Couramment utilisé outre-Atlantique depuis un peu plus de cinq ans, le recrutement prédictif tend à s'installer progressivement en France.

Il s'agit de prédire la capacité d'un individu à convenir et réussir au poste susceptible de lui être confié.

Concrètement, il s'agit de prédire la capacité d'un individu à convenir et réussir au poste susceptible de lui être confié. Pour ce faire, ce n'est pas à une boule de cristal que l'on a recours, mais à une démarche bien cartésienne et une méthodologie bien précise.

- Dans un premier temps, on évalue les données de l'entreprise et celles des collaborateurs existants (parcours, aptitudes, performances, personnalité...)
- On détermine ensuite les critères nécessaires à la réalisation des objectifs de l'entreprise, (enrichissement du portefeuille clients, valorisation de l'image

de la société, etc.)

- On récupère ensuite les données du candidat pour les analyser et les croiser avec celles de l'entreprise.
- Pour finir, et très important : On établit une étude suivie dans le temps afin d'adapter le processus à l'évolution de la vie de la société.

Quels avantages pour l'entreprise ?

Le très net avantage du processus de recrutement prédictif, réside dans l'analyse objective des données. Et ce, tant pour le recruteur que pour le candidat. Les **CV reçus** sont triés en fonction de valeurs factuelles. Cette pratique tord ainsi le cou à bon nombre d'idées reçues: le nom de famille, l'âge, l'origine ou le renom de la formation académique, qui n'influent pas sur l'obtention du poste. Seuls les critères objectifs en lien direct avec les compétences exigées par l'entreprise sont pris en compte.

Certains recruteurs ont alors pu constater que des ingénieurs pouvaient exceller à des postes de designers. Ou encore, que des seniors réussissaient très bien à des postes habituellement confiés à de **jeunes diplômés**. Les entreprises ayant recours à l'analyse prédictive dans leur processus d'embauche, ont d'ailleurs pu observer une nette augmentation de la performance de leurs employés. Ainsi qu'une réduction certaine du turn-over. Cela s'explique par la satisfaction des collaborateurs, due à une utilisation appropriée de leurs qualités.

.....
>> À lire aussi : [RH | LA MISSION DES AGENCES DE RECRUTEMENT](#)
.....

Comment appliquer la méthode au sein de votre entreprise ?

Qu'elle que soit la nature ou la taille de votre entreprise, il est relativement simple d'adopter le recrutement prédictif.

Comme tout outil, pour être bien utilisé, il requiert d'avoir des connaissances sur la méthode en question et de prendre ses précautions quant à son utilisation. Des **organisations spécialisées** peuvent vous épauler.

Pour appliquer la méthode, la première étape consiste à :

- **Recueillir les informations concernant vos collaborateurs en place.** (Diplômes, expérience, personnalité, motivation, fiabilité, qualités relationnelles...)
- **Définir clairement vos attentes** lors de ce recrutement. Augmentation de votre clientèle, fidélisation ? Ouverture d'un nouveau secteur ? Selon le ou les postes à pourvoir, il est nécessaire de s'appuyer sur ce qui existe et fonctionne déjà au sein de l'entreprise.
- **Dresser ensuite la liste des critères permettant la réussite des objectifs de l'entreprise.** Par exemple, comment démarcher de nouveaux prospects pour augmenter le portefeuille clients...
- **Analyser et recouper les données du candidat potentiel avec celles de l'entreprise** pour trouver le lien de cause à effet dans la performance professionnelle du futur collaborateur.
- Enfin, **un bilan régulier des résultats** est nécessaire pour affiner le modèle prédictif obtenu, en fonction de l'évolution des objectifs de l'entreprise.

Nous utilisons la technologie Assesfirst (spécialiste du recrutement prédictif) dans notre outil d'analyse de la personnalité. Le rapport qui vous est fourni par Seeqle vous aide donc à bâtir la base de votre analyse prédictive.

A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a blue and white striped shirt. The background is a wooden desk with a laptop keyboard. The lighting is warm and focused on the hands and phone.

Notre solution pour recruter les meilleurs talents

Trouvez les talents dont votre entreprise a besoin, facilement et sans risque !

La solution Seeqle simplifie vos processus de recrutement en atteignant et sélectionnant efficacement les meilleurs candidats. Profitez de la puissance des réseaux sociaux et de nos algorithmes prédictifs pour multiplier la productivité de votre processus par 5 !

Recrutez avec Seeqle

1. CIBLER

Atteignez la meilleure audience directement sur les réseaux sociaux, grâce à l'analyse des données socio-démographiques et professionnelles.

2. RÉCEPTIONNER

À travers votre espace carrière, nous recevons, filtrons et vous envoyons directement les meilleures candidatures sur votre dashboard.

3. RECRUTER

Évaluez facilement les profils, les personnalités et les motivations avec le CV Multimédia. Il ne vous reste plus qu'à engager les meilleurs talents.

OBTENIR UNE ESTIMATION GRATUITE

Merci !

Seeqle



Découvrez comment Seeqle peut vous aider dans votre
recrutement : [Seeqle.com](https://seeqle.com)

Consultez l'intégralité de nos articles : [Seeqle Academy](#)

Suivez-nous sur [Twitter](#) & [LinkedIn](#)

made with
Beacon