

RECRUTER VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

2 jours 14 heures

Programme de formation

Objectifs

S'approprier les réseaux sociaux et les utiliser à bon escient pour recruter Optimiser son recrutement par un sourcing et une gestion efficace des retours Développer et piloter sa marque employeur

Pré-requis

Savoir allumer un ordinateur. Avoir une connexion internet. Connaître les méthodes traditionnelles de recrutement

Description / Contenu

1. Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux

- Typologie des réseaux sociaux professionnels et privés (Linkedin, Pinterest, Twitter, Facebook, Instagram ...) : de quoi parle-t-on ?
- Identifier les particularités et intérêts de chaque canal : conditions de mise en œuvre
- Pourquoi privilégier le recrutement en ligne ? un vrai gain pour l'entreprise ?
- Quel partage entre les réseaux sociaux et les job boards classiques

2. La Marque Employeur, un pré-requis pour recruter sur les réseaux sociaux

- Autodiagnostic : état des lieux de sa marque employeur « Brand Content » et de sa présence sur le web
- Relier la marque employeur à sa stratégie d'entreprise
- Repérer les décalages entre l'image voulue et l'image donnée : e-réputation
- Passer d'une communication institutionnelle à une communication sociale
- N'exposer que les informations essentielles et attendues par les candidats
- Réaliser une veille active pour recruter via le web et les réseaux sociaux
- Comprendre l'importance des hashtags

3. Adapter sa stratégie de recrutement au réseaux sociaux

- Identifier les conditions de réussite d'un bon sourcing
- Construire et planifier sa stratégie d'approche : qui, où, quand, comment, avec quoi ?
- Adapter son discours en fonction des profils ciblés et du réseau choisi.
- Analyser l'identité numérique d'un candidat
- Focus : le marché caché du monde du travail : comment trouver les profils non visibles ou en pénurie ?
- Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest : recruter sur les réseaux sociaux « Grand Public »



- Communication Cross canal : la complémentarité des outils autour d'un même message

4. Rédiger un message impactant pour convaincre les candidats

- Choisir un intitulé efficace et pertinent
- Sélectionner les informations clés à transmettre
- Adapter le ton et le style du message à sa marque employeur et au profil des candidats
- Vérifier la visibilité et la lisibilité de son message : analyser la portée de son message
- Les clefs de réussite : être authentique, personnaliser son contenu, ne pas hésiter à tester en interne
- Outils d'aide : plateforme d'échange : possibilité de cumuler les réseaux et de les regrouper
- Connaître les limites légales d'utilisation des réseaux sociaux : point sur les règles légales de rédaction, principes de non discrimination, charte d'utilisation, gestion des handicaps ...

5. Gérer les retours et sélectionner les profils

- Mettre en place un process performant pour traiter les retours
- Vérifier les informations publiques des candidats (estimer la qualité du recrutement)
- Pré-sélectionner les profils grâce aux mots-clés
- Gérer son vivier de candidats : maîtriser les fondamentaux d'un bon RH Community Manager et se constituer une « cv-thèque »

6. Obtenir l'adhésion de sa direction et de ses collaborateurs

- Mesurer l'efficacité de sa méthodologie : mettre en place ses propres indicateurs de mesure (enquêtes internes, taux de turnover, taux d'acceptation des offres d'emploi, taux de présence en ligne, taux de transformation...)
- Intégrer les collaborateurs à cette démarche : former et inciter à ce que les profils soient actifs et positifs pour l'entreprise

Modalités pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs réels.

Moyens et supports pédagogiques

un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique).
ressources OPQUAST <https://checklists.opquast.com/fr/assurance-qualite-web/>

Modalités d'évaluation et de suivi

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique. Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique. Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne). Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques. Remise d'une attestation individuelle de réalisation