

INBOUND RECRUITING

LA CHECK-LIST

**BOOSTEZ VOTRE
MARQUE EMPLOYEUR
EN 8 ETAPES SIMPLES !**

SOMMAIRE

3

INTRODUCTION

4

ÉTAPE 1
La mesure

5

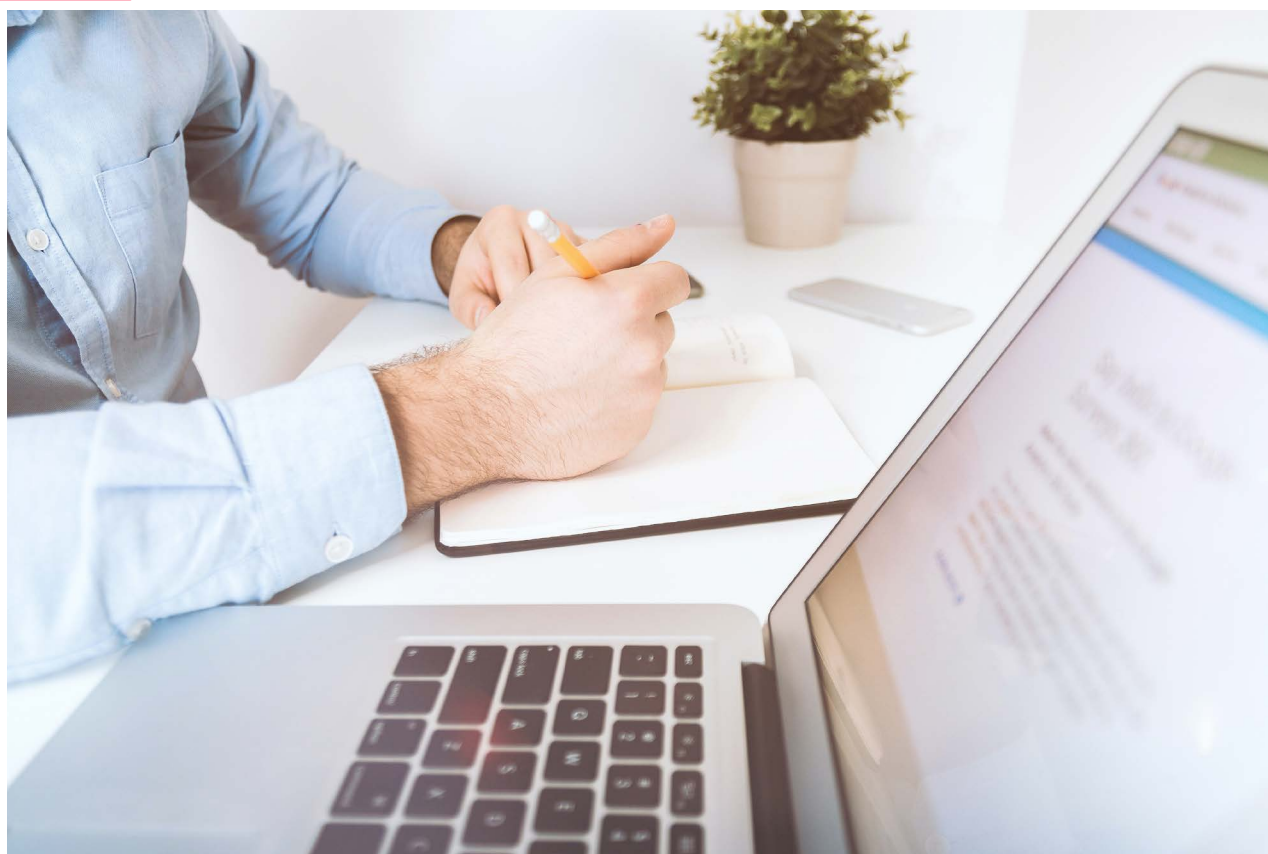
ÉTAPE 2
Les objectifs

6

ÉTAPE 3-6
L'implémentation

10

ÉTAPE 7-8
L'analyse



Pour certains recruteurs et équipes RH, se lancer dans une stratégie d'Inbound Recruiting est une révolution qui oblige à remettre en cause tous les processus utilisés jusqu'ici.

Grâce à notre **livre blanc introductif sur l'Inbound Recruiting, vous avez découvert comment les candidats ont pris du pouvoir face aux recruteurs.**

Cette checklist vous permet à présent de passer rapidement en revue toutes les étapes essentielles de la mise en place d'une **stratégie de contenus efficace pour dynamiser durablement votre marque employeur.**

LES 3 AXES



Étape 1

Mesurez la stratégie marketing de recrutement actuelle de votre entreprise sur ses différents canaux et marques.

Recensez vos activités de recrutement
(sur les 3 derniers mois)

Évaluez le ROI de ces activités (quand cela est possible), en utilisant les données de recrutement habituelles comportant le nombre de CVs, les entretiens d'embauche et les offres faites.

Collectez et évaluez le contenu pertinent pour ces campagnes, des articles aux emails. Ce contenu peut-être réutilisé sans grand besoin de temps ni d'investissement particulier.

LES OBJECTIFS



Étape 2

Etablissez des objectifs d'Inbound Recruiting pour les 6 à 12 prochains mois.

Estimez vos besoins en recrutement actuels, ainsi que le turnover éventuel durant cette période.

Mesurez les besoins en personnel en tenant compte des objectifs de croissance de l'entreprise.

Décidez combien de nouveaux employés vous espérez recruter en utilisant la stratégie Inbound Recruiting.

Cela peut être un pourcentage de votre objectif global ou bien un nombre spécifique de nouveaux employés. Cela permet de tester la méthodologie Inbound.

L'IMPLÉMENTATION



Étape ③

Construisez votre marque employeur.

Lancez un sondage auprès de vos employés pour connaître les principaux avantages à travailler dans votre entreprise. Permettez à vos employés à être honnêtes, afin de vous assurer de bien connaître tous les aspects qui pourraient être améliorés ou qui pourraient impacter votre [marque employeur](#).

Dressez une liste des 5 caractéristiques majeures qui définissent votre culture d'entreprise.

Déterminez les 5 valeurs phares que votre entreprise cherche le plus à entretenir ? Pour qu'elles soient efficaces, ces valeurs doivent être partagées par le management aussi bien que par les collaborateurs.

Apportez des réponses à ces questions :

Quel est le point fort de votre entreprise ?

Quel est son domaine d'expertise ?

(généralement, il s'agit ici d'un élément pour lequel votre entreprise a déjà une très bonne réputation : rapport qualité / prix, excellent du service à la clientèle, etc.)

L'IMPLÉMENTATION



Étape 4

Segmentez votre vivier de talents.

Établissez la liste des profils dont votre organisation aura besoin pour les 6 à 12 prochains mois. Séparez ensuite les profils par compétence, ancienneté ou tout autre paramètre spécifique.

Créez des [Candidate Persona](#) pour chaque segment. Définissez très clairement chaque profil en fonction de ses compétences, de son niveau de formation, de son lieu de résidence.

Créez des segmentations différentes pour chaque catégorie démographique ou type de poste dans votre système d'acquisition de talents.

L'IMPLÉMENTATION



Étape 5

Définissez votre contenu et planifiez sa publication

Décidez quel type de contenu serait le plus pertinent pour chaque étape du processus d'acquisition de talents (**pipeline de talents** inspiré par le parcours client). Les étapes de considération, et de décision doivent chacune posséder un contenu adapté.

Listez des thèmes et des sujets éventuels puis faites les valider en groupe suivant des critères de KPIs marketing (viralité, qualité informationnelle, éducative ou humoristique).

Produisez un calendrier éditorial avec un plan trimestriel de diffusion, un budget, une liste des prestataires (si besoin) et une liste du staff recrutement et marketing dédié.

L'IMPLÉMENTATION



Étape 6

Distribuez votre contenu.

Référez tous les canaux de diffusion possibles pour votre contenu. Chaque étape du pipeline d'acquisition de talents nécessite différents moyens de distribution de contenu. Par exemple, une large base de candidats ignore l'existence de votre marque employeur devra être ciblée grâce à au plus grand nombre de canaux.

Évaluez et choisissez des options de publicité en ligne. En effet, de la publicité ciblée peut augmenter significativement votre capacité à toucher les bonnes cibles. Grâce aux données fournies par les moteurs de recherche et les réseaux sociaux, vous pourrez vous adresser directement à un vivier de talents qui peut vraiment intéresser votre entreprise.

L'ANALYSE



Étape 7

Mesurez et analysez.

Mesurez et analysez l'impact de votre stratégie en utilisant les KPIs usuels de l'Inbound Marketing (trafic sur votre site web, temps passé sur vos pages carrières, annonces de postes, ainsi que le nombre de leads candidats).



Étape 8

Evaluez la stratégie.

Analysez l'impact de la stratégie et la qualité des candidats comparé à l'approche traditionnelle et décider si vous souhaitez continuer ou accélérer l'usage de la méthodologie Inbound dans l'acquisition de talents.



lasuperagence

67, rue Luis Barragan
34000 Montpellier

Tél. : 06 29 71 41 58

SAS au Capital de 4 000 euros
RCS de Montpellier 824394209 00012

www.lasuperagence.com