

L'Inbound Marketing pour les recruteurs



SOMMAIRE

1 Le recrutement
à l'ère digitale, la
nouvelle donne
..... 3

2 Comment l'Inbound Marketing
s'applique t'il au recrutement ?
..... 6

3 Quels sont les objectifs
de l'Inbound Recruiting
..... 9

4 Qui est concerné par
l'Inbound Recruiting ?
..... 13

5 Quels sont les outils de
l'Inbound Recruiting ?
..... 18

6 Quels sont les outils de
l'Inbound Recruiting ?
..... 23

7 Conclusion
..... 25

#1

Le recrutement à l'ère digitale, la nouvelle donne



Internet a changé votre façon de recruter

Pendant longtemps vous, recruteurs, avez **eu la maîtrise totale du processus d'embauche**. Ce n'est plus le cas. Il s'agit aujourd'hui d'une relation à deux sens.

Désormais, **les candidats peuvent en savoir sur vous autant que vous en savez sur eux** (et même plus).

Votre présence ou votre absence en ligne ont un **impact sur votre capacité à embaucher**.

69% des candidats ne postulent pas auprès d'une entreprise qui n'a **pas une bonne réputation** sur internet.

Les méthodes de recrutement doivent s'adapter à l'ère digitale.

Les recruteurs ont l'obligation de prendre en compte les éléments suivants :

- ⦿ Marque employeur digitale
- ⦿ Bad buzz
- ⦿ E-réputation
- ⦿ Réseaux sociaux
- ⦿ Sites de notations d'employeurs (ex: Glassdoor)



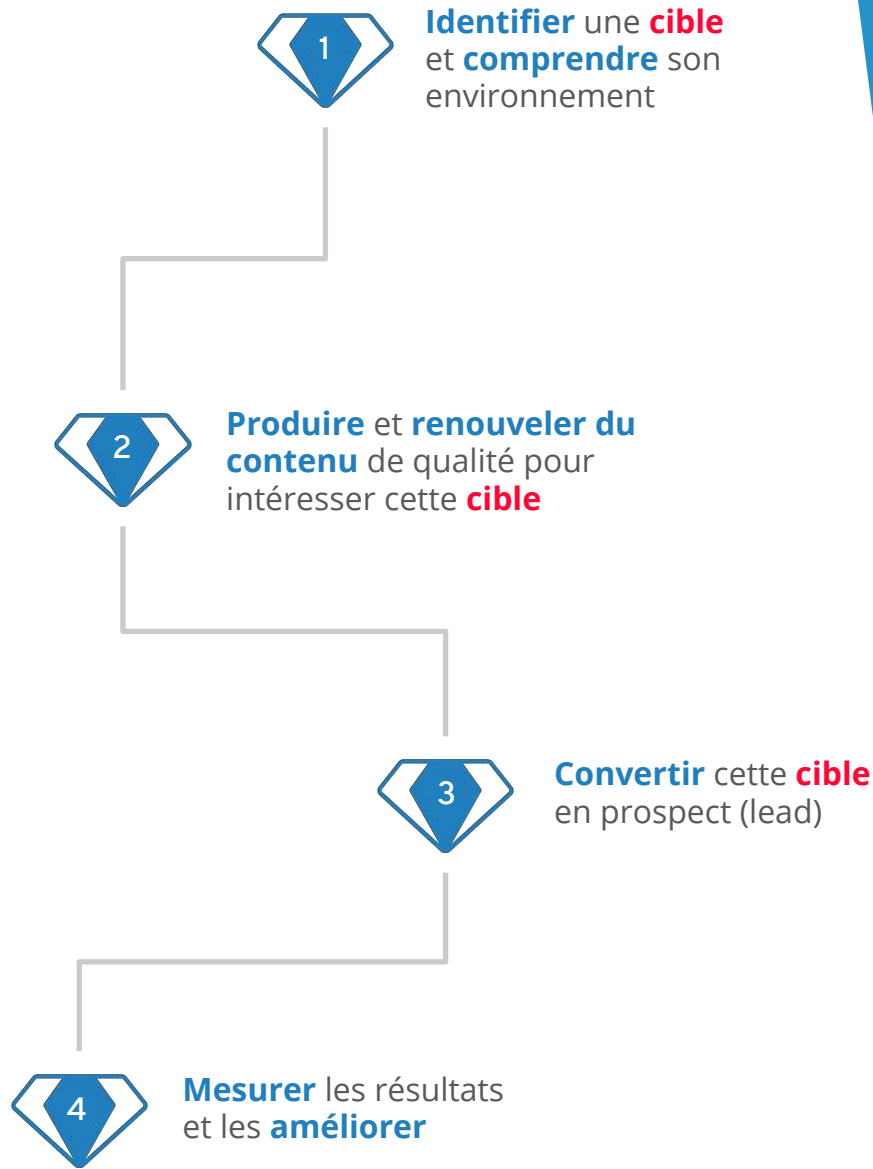
#2

**Comment l'Inbound Marketing
peut-il inciter des talents
à rejoindre votre entreprise ?**

Qu'est-ce-que l'Inbound Marketing ?

En quoi est-il différent du Marketing digital classique ?





L'Inbound Marketing est très efficace pour obtenir des leads

En marketing, ces **leads** sont des contacts commerciaux.
En recrutement, il s'agit de **futurs candidats**.

L'Inbound Marketing permet d'**augmenter** la **génération de lead pour les recruteurs**.

On parle alors d'**Inbound Recruiting**.

#3

Quels sont les objectifs de l'Inbound Recruiting ?



77%

des recruteurs estiment que **le site web** de l'entreprise est l'outil le plus efficace pour développer la **marque employeur** ([Source](#)).

Cibler les candidats passifs

79%

de vos **candidats potentiels** sont en recherche **passive**, dont 59% se définissent comme « à **l'écoute du marché** ». ([Source LinkedIn](#)).
Ceux-ci ne consulteront probablement pas vos offres d'emploi mais s'intéresseront à **l'actualité de votre secteur**.

En insistant sur la production de **contenus de qualité**, diffusés sur le site web et relayés par les réseaux sociaux, l'Inbound Recruiting permet d'atteindre une plus large proportion de candidats. Il **transformera le candidat passif en candidat actif** le moment venu.

Améliorer la qualité des recrutements

Selon LinkedIn, **49%** des **obstacles au recrutement** des meilleurs talents est leur **sollicitation extrême**.



En lisant régulièrement des informations provenant de votre entreprise grâce à l'Inbound Recruiting, ils chercheront à **en savoir plus** sur vous.

Les entreprises veulent construire avec leurs talents des relations de qualité dans la durée. Selon Forrester Research, cela prend jusqu'à **8 expositions à une marque pour qu'une décision de candidature soit influencée**.



De nature **non intrusive**, l'Inbound Recruiting évite cet écueil.

Les candidats à **fort potentiel** s'informent beaucoup plus. Ils cherchent du **contenu utile**.



L'Inbound Recruiting permet aux candidats de **rester en contact** via le blog, la newsletter et les réseaux sociaux. Il s'agit du **lead nurturing**.

Diminuer le coût d'acquisition de vos candidats

Le coût de publication sur les sites d'emploi est élevé. A titre d'exemple, une annonce sur cadremploi.fr coûte 840€, soit le prix d'une demi-douzaine d'articles de blogs ou de deux bonnes landing pages.

L'Inbound Recruiting permet de réorienter une partie des budgets pour gagner en **efficacité**. Une landing page de type « carrière » optimisée peut **augmenter** considérablement les **candidatures reçues**.



Le coût moyen d'un recrutement en France est de 8k€. Il monte à 25k€ pour un cadre confirmé. (source)

L'Inbound Recruiting permet de constituer une **base de données** de contacts qualifiés, surtout pour des **profils à haut potentiel**. Cela réduit considérablement le coût des recherches.

#4

**Qui est concerné
par l'Inbound Recruiting ?**

Qui se sert de l'Inbound Recruiting ?

L'Inbound Recruiting est plus spécifiquement destiné à certaines entreprises

- ⦿ Les entreprises devant recruter sur des métiers en tension
- ⦿ Les entreprises prévoyant beaucoup de recrutements
- ⦿ Les entreprises ayant un fort turnover
- ⦿ Les agences de recrutement
- ⦿ Les chasseurs de tête





A qui s'adresse l'Inbound Recruiting ?

L'Inbound Recruiting segmente les candidats grâce aux « candidate personas »

Un « candidate persona » est **une représentation fictive mais réaliste du candidat** correspondant à des types de postes que vous proposez régulièrement.

On utilisera par exemple un candidate persona pour identifier vos futurs commerciaux, vos futurs ingénieurs, etc.

Attention : « Ce qui attire le meilleur comptable, n'est pas forcément ce qui attire le meilleur développeur »

Définir vos **personas** est une étape essentielle de l'Inbound Recruiting pour **comprendre vos candidats et identifier le contenu qui les intéresse.**

Qui est votre Candidate Persona ?



Exemple de Candidate Persona

Nom

Marie Marketing

Age

27

Expérience

4 ans

Compétences

Marketing de contenu

Médias sociaux

A étudié à ESC Nantes

Intérêts

Instagram

MOOC

Blogs de Marketing

LinkedIn

Objectifs

Intégrer le secteur du luxe

Travailler à Paris

Manager une équipe



#5

Quels sont les outils de l'Inbound Recruiting ?



Du contenu pertinent, adapté au persona et fréquemment renouvelé

1

Le contenu Inbound Recruiting ne doit pas se concentrer sur l'actualité de l'entreprise car cela n'intéresse pas les candidats passifs. Il faut davantage se **focaliser sur du contenu qui traite du métier.**

2

Avant de proposer un contenu, il faut toujours se demander s'il intéressera vraiment le **persona visé.**

3

L'Inbound Recruiting doit intégrer un **planning de publication** pour que de nouveaux contenus soient fréquemment proposés.

Des supports adaptés

Ebooks

Articles
de
blog

Infographies

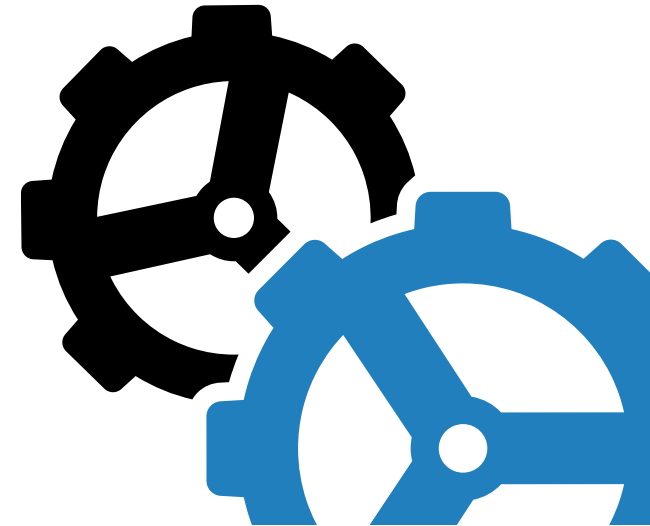
Enquêtes
et
sondages

Vidéos

Webinars

Questions
Réponses
par chat

**Chacun de ces supports
correspond à un objectif**



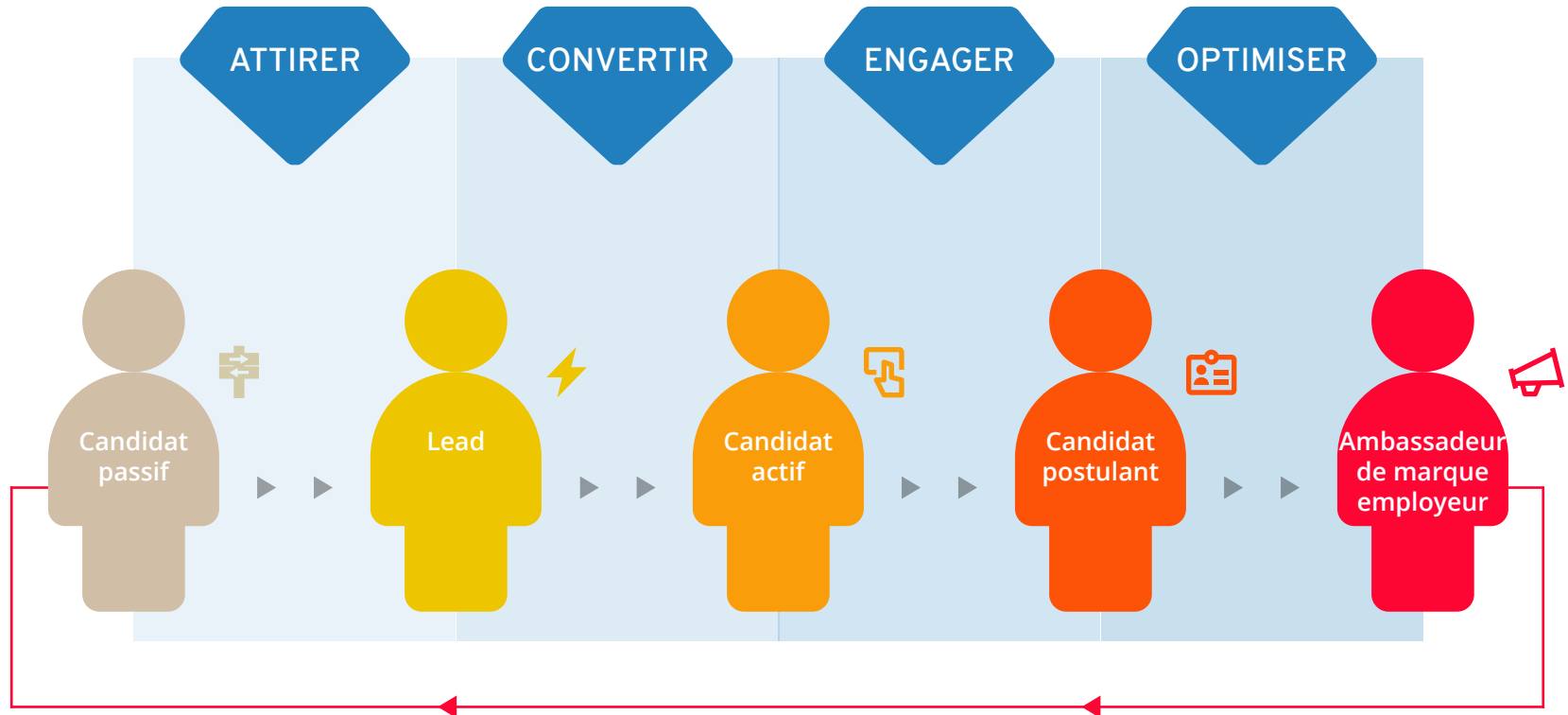


Des médias de diffusion adaptés

- ⦿ Le **site web** de l'entreprise (blog, page carrière, landing pages)
- ⦿ Les **newsletters**
- ⦿ Les **réseaux sociaux professionnels** :
Linkedin, Viadeo
- ⦿ Les **réseaux sociaux généralistes** :
Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, etc.
- ⦿ Les **forums** en ligne spécialisés



Schéma du processus d'acquisition



A mesure que le candidat passif se documente et interagit avec le **contenu** de l'entreprise, il s'engage dans un **tunnel** de recrutement.

#6

Quel est le ROI de l'Inbound Recruiting ?

Mesurer le ROI de l'Inbound recruiting



En définissant à l'avance le **taux de conversion** souhaité, vous pouvez **tester et améliorer votre processus de recrutement** en ligne.



En mettant en place un **tracking** sur toutes les pages concernées par la stratégie Inbound Recruiting, vous obtiendrez des **données** sur la manière dont les candidats vous trouvent (moteur de recherche, réseaux sociaux, blogs).

Vous saurez ainsi **quel canal fonctionne le mieux.**



Contrairement aux campagnes de recrutement en ligne, l'investissement de l'Inbound Recruiting est **pérenne**.

En effet, les **contenus de qualité continueront à générer des leads longtemps après leur publication.**

Conclusion

L'Inbound Recruiting attire les candidats avec les valeurs fortes de votre entreprise



Identité

Qui êtes-vous?

Flickr © Etienne Tremblay



Compétence

Quelle est votre expertise?



Perspective

Quelle carrière proposez-vous?


Flickr © WorldIslandInfo.com

L'Inbound Recruiting est la solution pour devenir remarquable en matière d'embauche

En investissant dans le contenu et
en **analysant** ce qui fonctionne le
mieux.

En construisant des relations avec
des candidats **de qualité** (même hors
phase de recrutement)





En investissant dans l'Inbound Recruiting, vous faites bien plus qu'augmenter votre attractivité pour les candidats

C'est en effet un levier efficace permettant de :

- ⊙ Développer votre **notoriété**
- ⊙ Montrer votre **expertise**
- ⊙ Partager vos **valeurs**

Ces effets induits seront également perçus par vos clients et vos partenaires.

**Voulez-vous en savoir davantage
sur l'Inbound Recruiting ?**

Rendez-vous sur notre blog :

<http://inbound.lasuperagence.com/blog>