

AVIS D'EXPERT

Les réseaux sociaux, plus grand vivier mondial de talents ... à condition de bien les utiliser

Quelques règles d'or à suivre, par Eric Gellé, Regional Director Western Europe de Lumesse

Avec des millions de membres inscrits dans le monde entier (50 millions sur Viadeo, plus de 200 millions sur LinkedIn), les réseaux sociaux constituent une base de données très importante et des plus attractives pour les DRH et les cabinets de recrutement. Vivier considérable de talents pour les recruteurs et véritables vitrines d'entreprises pour les candidats, le recrutement via les réseaux sociaux occupe une place de plus en plus grande dans la stratégie des entreprises. Les solutions technologiques qui ne cessent de s'améliorer y contribuent naturellement et cette tendance ne cesse de croître.

Les recruteurs et professionnels RH de demain ne considèrent plus LinkedIn, Viadeo ou Facebook comme des tendances passagères. Ils ont grandi avec ces sites et sont eux-mêmes de fervents utilisateurs. Pour utiliser au mieux le formidable potentiel que représentent les réseaux sociaux, Eric Gellé dresse une liste des principales bonnes pratiques à suivre. Loin d'être exhaustifs, ces conseils pour certains simples mais pourtant souvent négligés, ont pour objectifs de présenter les règles d'or de base, applicables à toutes les entreprises, pour tout bon usage des réseaux sociaux.

1. Communiquer régulièrement

Pour utiliser les réseaux sociaux de manière efficace, il faut penser social. La fréquence est donc cruciale. Plus de la moitié des partages sur Facebook ou Twitter se font dans les 3 heures après la publication du lien. Pensez à vos pages comme une chaîne télé qui nécessite des mises à jour régulières et un contenu varié. Ouvrir une page sur un réseau est inutile si vous n'avez rien à dire et que vous vous contentez de publier du contenu une fois par mois.

2. Définir sa stratégie sociale

Comme pour tout autre canal de recrutement, il vous faut au préalable établir des objectifs clairs et mesurables. Demandez-vous d'abord à quoi ressemble votre marque employeur. Comment la refléter dans l'usage de réseaux sociaux ? Avec qui voulez-vous

interagir ? Que recherchent votre public et vos candidats ? Comment voulez-vous que vos recrues potentielles vous perçoivent et qu'attendez-vous d'elles ?

3. Choisir le ou les bons réseaux sociaux

Répondre aux questions ci-dessus vous aidera à choisir les réseaux à utiliser. Certains réseaux sont plus pertinents pour certaines populations ou certains objectifs. Facebook serait un choix logique pour des candidats junior par exemple. Même si les choses évoluent, LinkedIn permet de toucher plus facilement des salariés expérimentés et a une forte dimension internationale. Viadeo est plus adapté pour des entreprises de plus petite taille françaises ou européennes.

4. Ne pas perdre de vue son identité sociale

Ne noyez pas vos candidats avec du contenu inintéressant pour eux. Pour établir une relation de confiance, postez régulièrement des offres d'emploi sur vos espaces carrière - à la fois sociaux et non sociaux. Utilisez une solution de recrutement qui vous permette de mesurer les résultats de vos actions et de modifier les messages sur tous vos canaux en une seule fois. N'oubliez pas de rester cohérent en termes de style et de langage par rapport à votre marque, mais aussi par rapport au réseau sur lequel vous évoluez. Un langage plus professionnel est requis sur LinkedIn ou Viadeo, Facebook se prête à des approches plus informelles, un ton plus décalé.

5. Construire une relation durable

Construire une relation de longue durée comme asseoir une marque prennent du temps. Le recrutement social consiste à construire une relation dans le temps avec des candidats passifs. Si votre organisation se forge une marque à la réputation positive dans la sphère sociale, alors elle figurera en tête de liste quand les candidats passeront en mode actif. De même, les réseaux sociaux vous permettent d'interagir avec des candidats qui ne sont peut-être pas en recherche active mais qui pourraient néanmoins être tentés par des opportunités professionnelles intéressantes. Vous ne récolterez sans doute pas le fruit de vos actions sociales immédiatement, mais certainement dans la durée.

6. Personnaliser les contacts

Pour instaurer une vraie relation de confiance avec les candidats dans un environnement social, il est important d'éviter les messages creux, trop « corporate » et d'adopter des approches unilatérales. Ecoutez-les, répondez à leurs questions, encouragez la discussion et les échanges.

7. Fournir du contenu utile et adapté

Ne considérez pas les réseaux sociaux comme de simples job boards. Postez du contenu intéressant et en lien avec ce qui intéresse votre audience. Cela favorisera l'engagement, attirera de nouveaux candidats potentiels sur vos sites et garantira que ceux avec lesquels vous échangez reviennent. Fournissez-leur des conseils, par exemple des bonnes pratiques sur les CV ou comment gagner en visibilité sur les réseaux sociaux... Vous contribuerez ainsi à forger la réputation (positive) de votre marque et établirez un rapport gagnant-gagnant avec vos candidats.

8. Offrir une expérience candidat positive

Votre site de recrutement doit être intuitif et simple à utiliser si vous voulez que les candidats aillent jusqu'au bout du processus de candidature. Par exemple, leur permettre de postuler depuis leur compte LinkedIn directement sur votre page carrière Facebook est un plus. Ce gain de temps contribue à offrir à vos candidats une expérience utilisateur positive.

9. Utiliser ses salariés comme ambassadeurs

Des salariés heureux peuvent se transformer en excellents promoteurs de votre marque dans les sphères sociales. Demandez-leur de « liker » votre page Facebook, de rejoindre vos groupes professionnels sur LinkedIn, Viadeo ou autre site, de twitter du contenu relatif à votre entreprise pour élargir votre audience. Demandez à vos salariés de communiquer vos offres d'emploi à leurs réseaux et de recommander des candidats adaptés parmi leurs connaissances. Mettez en place un programme de parrainage pour appuyer ces initiatives.

10. Mesurer et suivre ses activités sociales

Suivez des indicateurs clés tels que les meilleurs canaux de recrutement, les taux de conversion par source, les sites d'où viennent les meilleures candidatures, à quelle période de l'année vous recevez le plus de candidatures... Ces indicateurs sont indispensables pour vérifier si vous avez atteint ou non vos objectifs et optimiser votre stratégie dite sociale. Des sites tels que Google Analytics ou SocialMention.com peuvent vous aider à générer et analyser ces données. De même, rappelez-vous qu'il vous faut suivre de manière continue votre vivier de talents issu des réseaux sociaux pour voir si vous vous adressez aux profils que vous recherchez.

A propos de l'auteur

Eric Gellé est Regional Director Western Europe de Lumesse, spécialiste des solutions de gestion du capital humain. Il possède une expérience de plus de 15 ans en Conseil et Développement dans le secteur des nouvelles technologies. Il est diplômé d'un DESS en marketing et titulaire d'un MBA de la Reims Management School (RMS).

A propos de Lumesse

Lumesse est le seul groupe international qui garantit le succès local des stratégies de gestion des talents. Nous aidons nos clients dans le monde entier à recruter, gérer et développer leurs salariés pour s'assurer que chaque entreprise dispose des bons collaborateurs aux bons postes et aux bons moments. Plus de 2 000 clients dans près de 80 pays utilisent les solutions Lumesse et reconnaissent le professionnalisme des équipes et la performance des produits. Intuitive, sécurisée et disponible dans plus de 50 langues, la suite intégrée de gestion des talents de Lumesse est la plus complète du marché.

Plus d'informations sur www.lumesse.com/fr

Contacts Presse :

VP Communication

Coralie Voigt, Attachée de presse

Tél : 01 40 22 04 01

E-mail : cvoigt@vp-communication.com

Lumesse

Christel Thomet, Responsable Marketing

Tél : 01 55 80 73 27

E-mail: christel.thomet@lumesse.com