

Recruter à l'heure du numérique

Objectif : Donner les éléments fondamentaux et pratiques pour un gestion optimisée du recrutement avec les outils numériques.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux dans le recrutement
- Elaborer sa stratégie de sourcing des candidats (focus réseaux sociaux)
- Cibler les candidats sur un ou plusieurs réseaux sociaux en fonction du profil recherché
- Identifier les jobboards généralistes et spécialisés

Prérequis : Etre à l'aise avec l'environnement Windows, la navigation Internet, des réseaux sociaux et avoir une bonne connaissance de son entreprise et connaître les bases du recrutement.

- 1 jour -

Déroulé de l'action

- **Type de stage**

Session Inter-entreprises

- **Horaires**

9H00-12H30 /13H30-17H00

- **Méthode pédagogique**

Alternance exposés théoriques et exercices pratiques en groupe et individualisés

- **Suivi et assistance**

Support de cours adapté
Assistance téléphonique gratuite et illimitée

- **Validation des acquis**

Évaluation tout au long de l'action et Exercice de validation des acquis en fin d'action
Délivrance d'une attestation de fin de formation

Comprendre la place du digital dans le recrutement

- Rappels sur les usages et tendances du Web
- L'évolution des comportements numériques et générationnels (générations X, Y)
- L'identité numérique et concept de "Personal Branding"
- Le marketing de recrutement
- Importance de la marque employeur

Construire une stratégie de recrutement

- Promouvoir sa marque d'employeur
- Définir une stratégie d'image RH sur les réseaux sociaux
- Le marketing social d'entreprise
- Effectuer une veille technologique et suivre son e-réputation

Elaborer une campagne de recrutement en ligne

- Définir ses objectifs
- Déterminer les profils des candidats recherchés et le processus de recrutement
- Choisir ses collaborateurs
- Définir des outils de mesure de résultats
- Choisir les réseaux sociaux en fonction de leur spécificité
- Les "jobboards", Facebook, Viadeo, LinkedIn, Google+, Twitter
- Adaptation des contenus

Chasser les candidats sur les réseaux sociaux

- Rechercher un candidat potentiel
- Approcher un candidat
- Comprendre la limite des réseaux et des informations trouvées

Travaux pratiques :

- Etude de cas avec pratique sur un recrutement