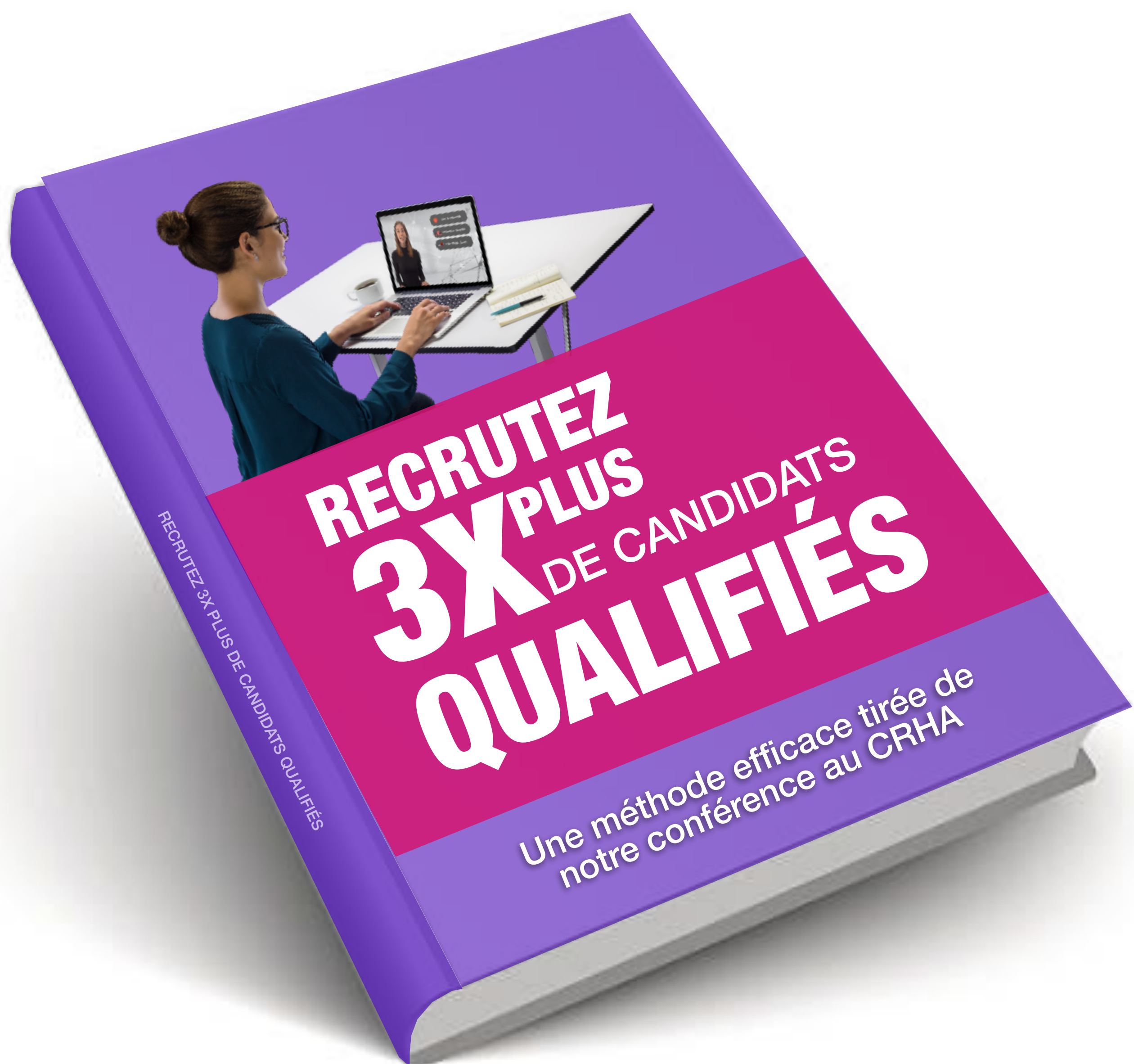


Recrutez 3X plus de candidats qualifiés



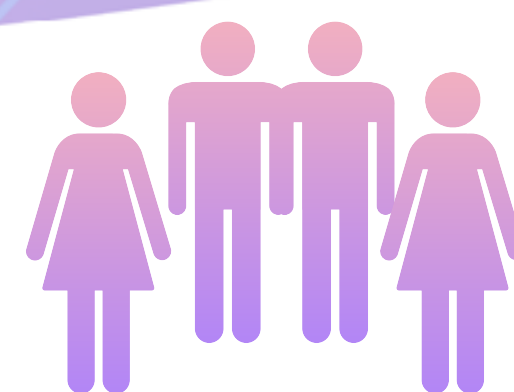
Une méthode efficace tiré de notre
conférence au CRHA

PAR: EMANUEL ST-PIERRE

Attirez 3X plus de candidats qualifiés

1. Introduction
2. Établir une marque employeur forte
3. La vidéo : votre meilleure alliée pour votre marque employeur
4. Utiliser des descriptions de poste efficaces
5. Campagnes de publicité numérique pour le recrutement
6. Automatiser la présélection des candidats et des pré-entrevues
7. Rendre le processus d'entretien amusant et engageant
8. Assurez un suivi rapide des candidats après l'entretien
9. Une solution clef en main ?
10. Conclusion

Introduction



Introduction

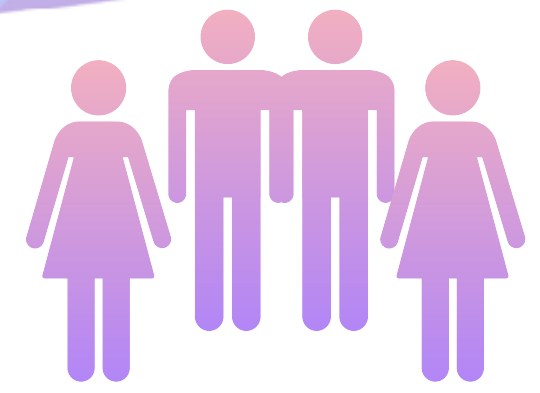
Vous cherchez à recruter les meilleurs talents. Mais comment pouvez-vous être sûr d'attirer les bons candidats ? Et une fois que vous les avez trouvés, comment pouvez-vous être sûr qu'ils accepteront votre offre ?

Dans cet ebook tiré de notre conférence au CHRP, vous apprendrez comment :

- Attirer 3 fois plus de candidats qualifiés
- Trouver les talents cachés dans votre personnel actuel
- Engagez et retenez les meilleurs éléments

Grâce à ces conseils, vous serez sûr de constituer une équipe de classe mondiale qui contribuera à faire passer votre entreprise au niveau supérieur.

Introduction

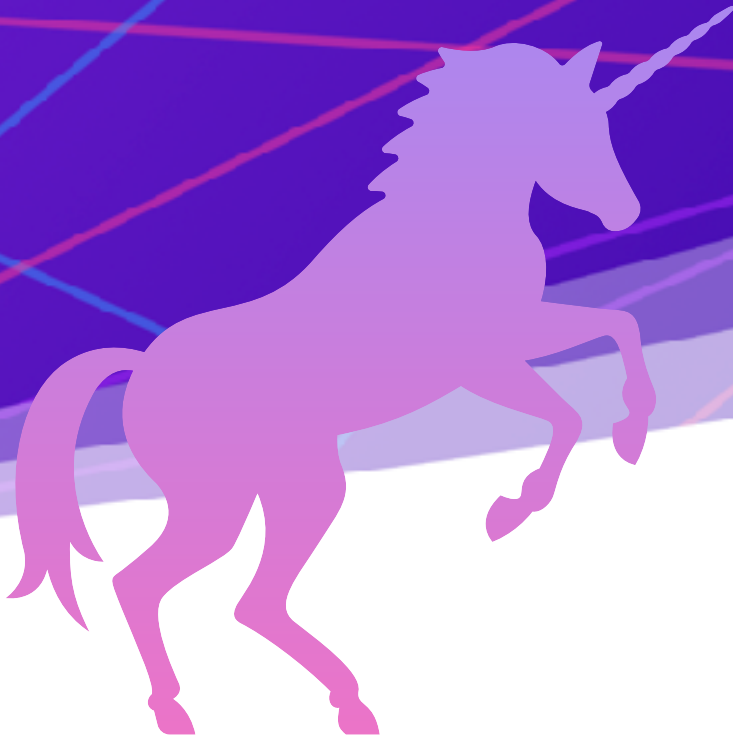


Selon une étude récente, plus de 60 % des demandeurs d'emploi déclarent que la marque employeur d'une entreprise est un facteur important dans leur décision de postuler ou non à un emploi. En outre, près de la moitié des personnes interrogées ont déclaré qu'elles ne postuleraient pas à un emploi dans une entreprise dont la marque employeur est négative. Le lien entre l'image de marque de l'employeur et l'attraction des candidats étant si évident, il est essentiel que les entreprises se concentrent sur la création d'une image de marque forte.

Heureusement, il existe un certain nombre de mesures que les entreprises peuvent prendre pour attirer davantage de candidats qualifiés et établir une marque employeur forte. Par exemple, les entreprises peuvent investir dans des campagnes de recrutement ciblées, lancer des programmes de recommandation des employés et créer un contenu sur les médias sociaux qui met en valeur leur culture d'entreprise. En prenant ces mesures, les entreprises peuvent créer une marque employeur qui attire les meilleurs talents et les aide à être compétitifs sur le marché du travail actuel.



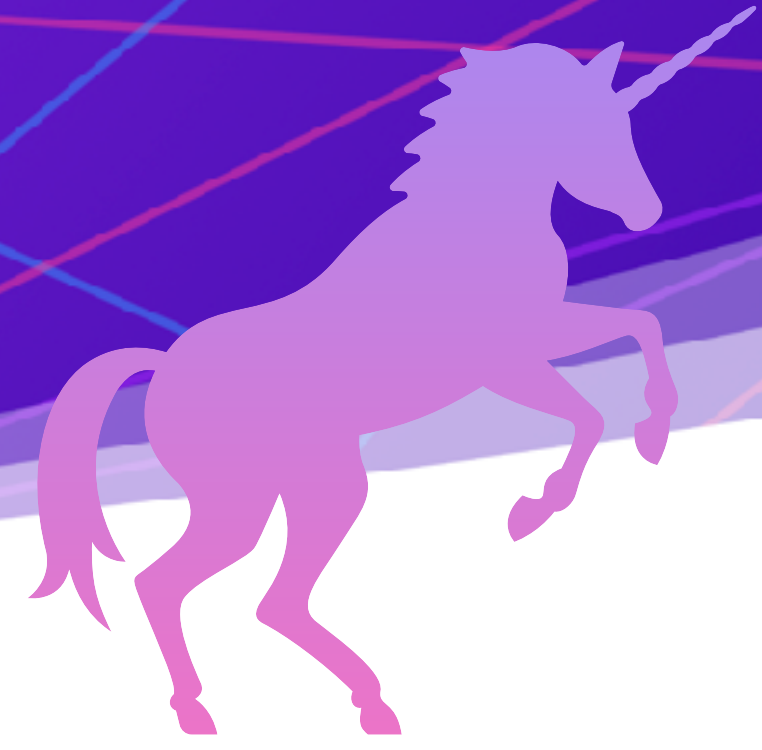
Établir une marque
employeur forte



Établir une marque employeur forte

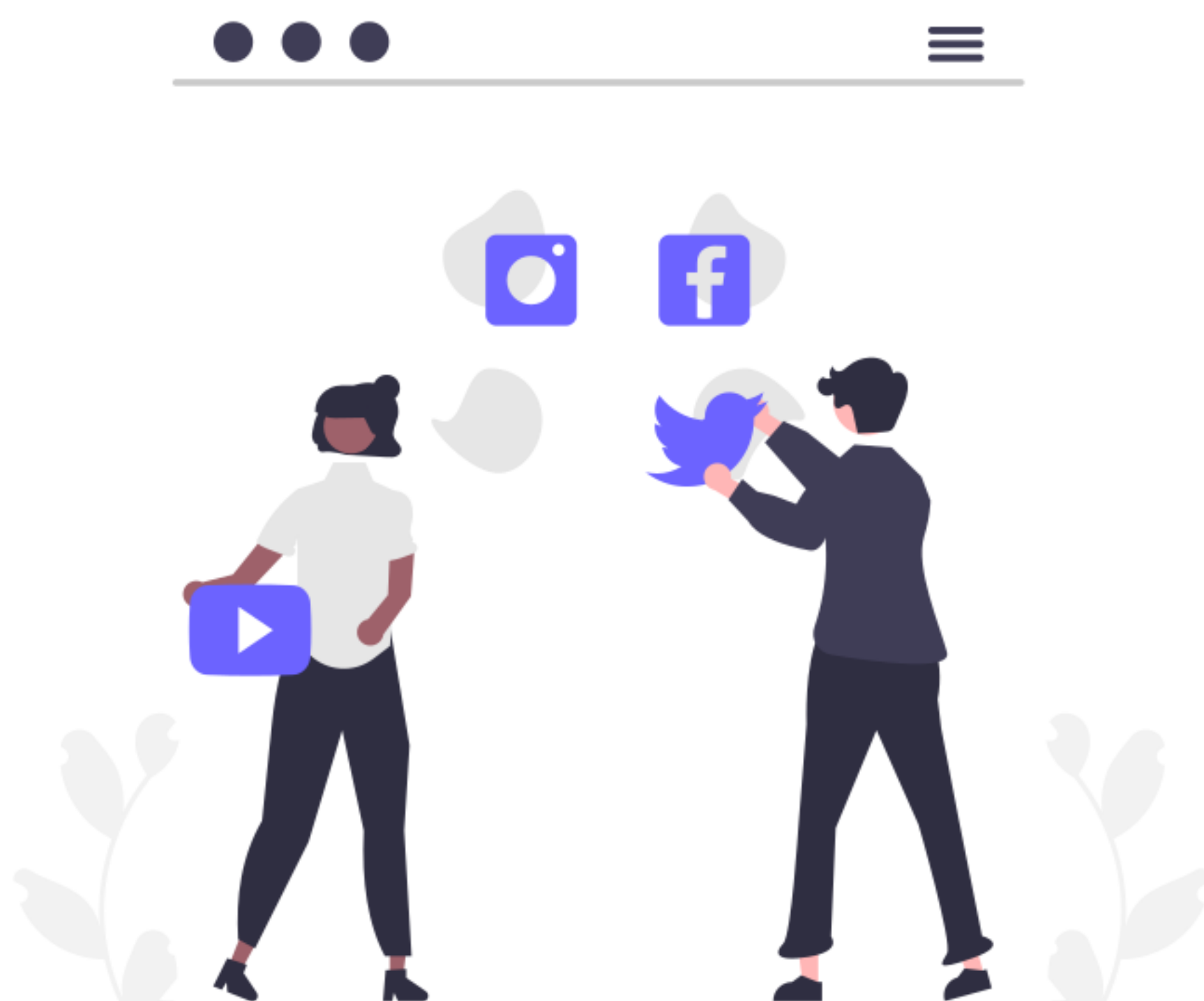
Établir une marque
employeur forte

Établir une marque employeur forte

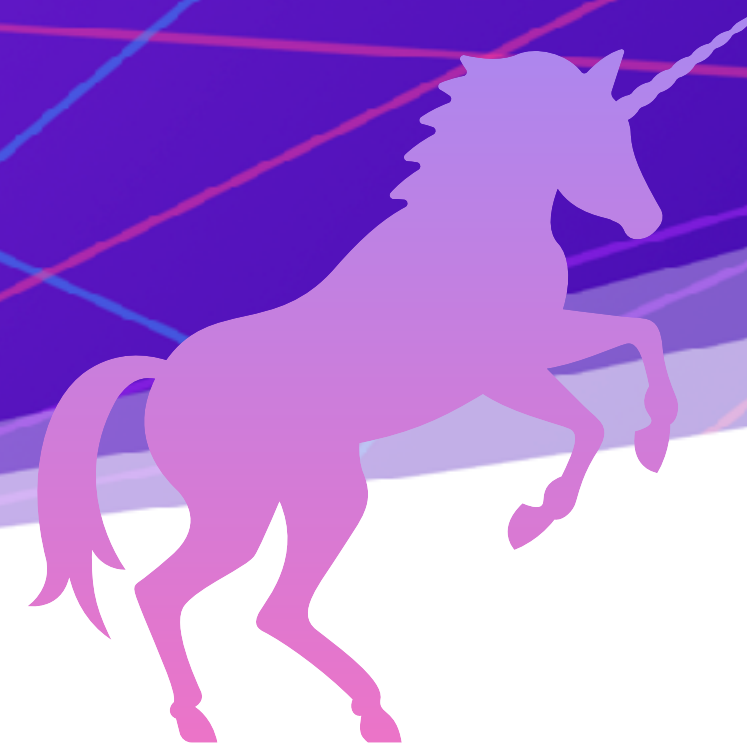


Comment établir une marque employeur forte

La marque employeur d'une entreprise est la somme de la façon dont les employés actuels et potentiels perçoivent l'organisation comme lieu de travail. Il s'agit essentiellement de la réputation de l'entreprise en tant qu'employeur, et elle peut avoir un impact important sur le recrutement et la rétention des employés. Alors, comment établir une marque employeur forte ? Continuez à lire pour le découvrir.



Établir une marque employeur forte



Définissez votre culture et vos valeurs

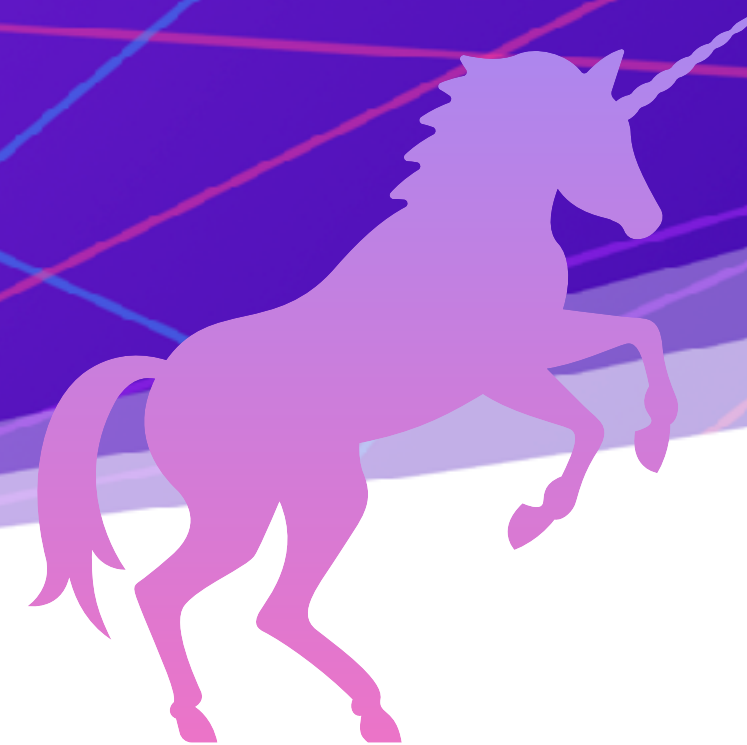
La première étape pour établir une marque employeur forte consiste à définir la culture et les valeurs de votre entreprise. Que représente votre entreprise ? Quelles sont ses croyances fondamentales ? Une fois que vous avez les réponses à ces questions, vous pouvez commencer à les communiquer à vos employés actuels et potentiels.

Considérez votre proposition de valeur pour l'employé (PVE)

Votre PVE est ce que vous offrez à vos employés en échange de leurs compétences, de leur expérience et de leur temps. Elle doit être suffisamment attrayante pour attirer les meilleurs talents loin de vos concurrents. Pour déterminer votre PVE, demandez-vous ce qui distingue votre entreprise des autres dans votre secteur. Offrez-vous des horaires de travail flexibles ? Un salaire compétitif ? Des possibilités de développement de carrière ? Déterminez ce qui vous rend unique et utilisez-le à votre avantage lorsque vous recrutez de nouveaux employés.



Établir une marque employeur forte



Faites la promotion de votre marque sur les médias sociaux

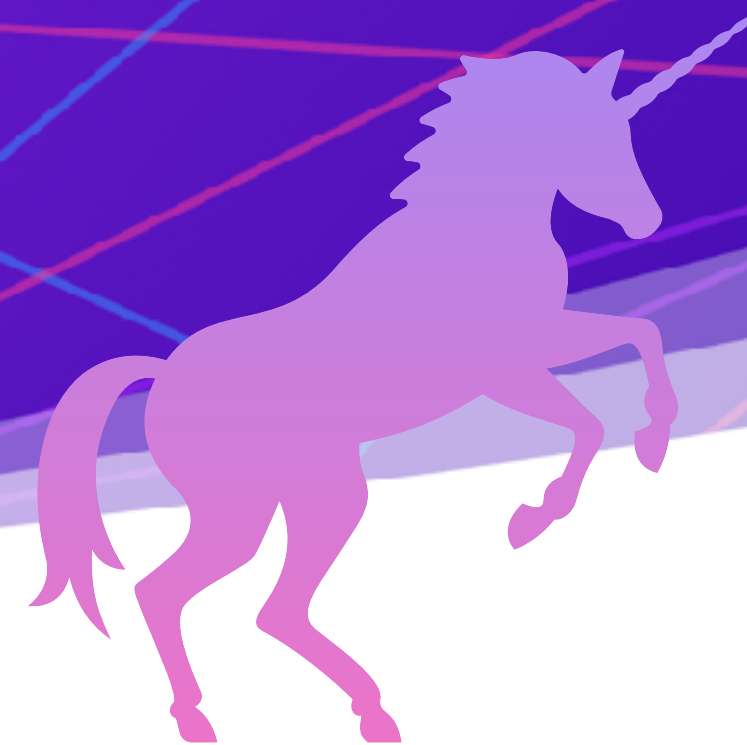
Les médias sociaux sont un excellent moyen de promouvoir votre marque employeur. Utilisez des plateformes comme LinkedIn, Twitter et Facebook pour partager du contenu qui met en avant la culture et les valeurs de votre entreprise. Vous pouvez également utiliser les médias sociaux pour publier des offres d'emploi et encourager les personnes talentueuses à postuler. Assurez-vous simplement d'être actif sur plusieurs canaux et que le contenu que vous partagez est attrayant, informatif et pertinent. De plus, il est essentiel de disposer d'un site web qui soit à la fois moderne et convivial. Si votre site est obsolète, et que votre site carrière est difficile d'accès, il sera difficile pour les candidats potentiels de vous trouver et de vous faire parvenir leur candidature. Les internautes le quitteront probablement sans prendre le temps d'explorer vos offres d'emploi.

Enfin, l'une des meilleures façons d'établir une marque d'employeur forte est d'encourager la défense des intérêts des employés. Lorsque les employés partagent des choses positives sur leur expérience avec votre entreprise en ligne, cela aide les candidats potentiels à vous voir sous un jour positif également.

Alors, comment encourager la défense des intérêts des employés ?

Tout d'abord, assurez-vous que vous offrez aux employés une expérience de travail extraordinaire - une expérience qu'ils voudront crier sur tous les toits ! Ensuite, donnez-leur les outils dont ils ont besoin pour partager ces expériences positives en ligne. Par exemple, créez des messages sur les médias sociaux qu'ils pourront partager ou rédigez des articles de blog contenant des témoignages d'employés. En procédant ainsi, vous établirez non seulement une marque employeur forte, mais vous améliorerez également vos chances d'attirer les meilleurs talents !

Établir une marque employeur forte



Offrez un ensemble complet d'avantages sociaux.

Pour vous démarquer des autres entreprises, vous devez offrir un ensemble complet d'avantages sociaux. Celui-ci doit inclure des éléments tels qu'une assurance maladie, une assurance dentaire et visuelle, des congés payés et des comptes de dépenses flexibles. Ce sont tous des avantages importants que vos employés recherchent. Si vous pouvez offrir un ensemble complet d'avantages sociaux, cela vous aidera à attirer et à retenir les meilleurs employés. Révissez régulièrement votre structure de rémunération : Il est vraiment important de la revoir régulièrement. Vous voulez vous assurer que vous suivez les taux du marché et que vos employés ont le sentiment d'être rémunérés équitablement. Les employés peuvent être frustrés s'ils ont l'impression de ne pas être suffisamment payés. En révisant régulièrement votre structure de rémunération, vous pouvez éviter tout problème potentiel de moral des employés, améliorant ainsi votre taux de rétention d'employés.

Attirer les meilleurs talents !

L'établissement d'une marque d'employeur forte présente de nombreux avantages, notamment une meilleure efficacité du côté du recrutement, une qualité accrue des candidats, et un meilleur taux de rétention. Donc, si vous cherchez à élever d'un cran le jeu des RH de votre entreprise, concentrez-vous sur l'établissement d'une solide identité de marque d'employeur. Et si vous avez besoin d'aide pour commencer, n'hésitez pas à consulter une firme externe, comme iRecrutor.com, qui pourrons vous donner un regard neuf et des conseils de pros.

La vidéo, votre meilleure alliée
pour votre marque employeur



La vidéo, votre meilleure alliée pour votre marque employeur

**La vidéo, votre meilleure alliée
pour votre marque employeur**



Comment la vidéo peut vous aider à attirer des candidats plus qualifiés :

Si vous cherchez à attirer davantage de candidats qualifiés pour vos postes ouverts, la vidéo devrait être votre meilleure alliée. Une vidéo de marque employeur bien conçue montrera aux candidats potentiels ce que c'est que de travailler pour votre entreprise, et pourquoi votre entreprise est un endroit idéal pour travailler. Vous avez besoin d'aide pour créer une vidéo de marque d'employeur ? N'hésitez pas à faire affaire avec des experts.

Le pouvoir de la vidéo

La vidéo est un outil puissant qui peut vous aider à vous connecter avec des candidats potentiels sur un plan émotionnel. Une bonne vidéo de marque d'employeur raconte une histoire qui résonne avec le spectateur et lui donne envie d'en savoir plus sur votre entreprise.

Lorsqu'elles sont réalisées correctement, les vidéos de marque employeur peuvent être un outil de recrutement incroyablement efficace. Elles peuvent vous aider à :

- Attirer davantage de candidats qualifiés
- Instaurer la confiance et la crédibilité auprès de vos candidats potentiels
- Vous démarquer de vos concurrents
- Entretenir une relation avec vos candidats potentiels

La vidéo, votre meilleure alliée
pour votre marque employeur



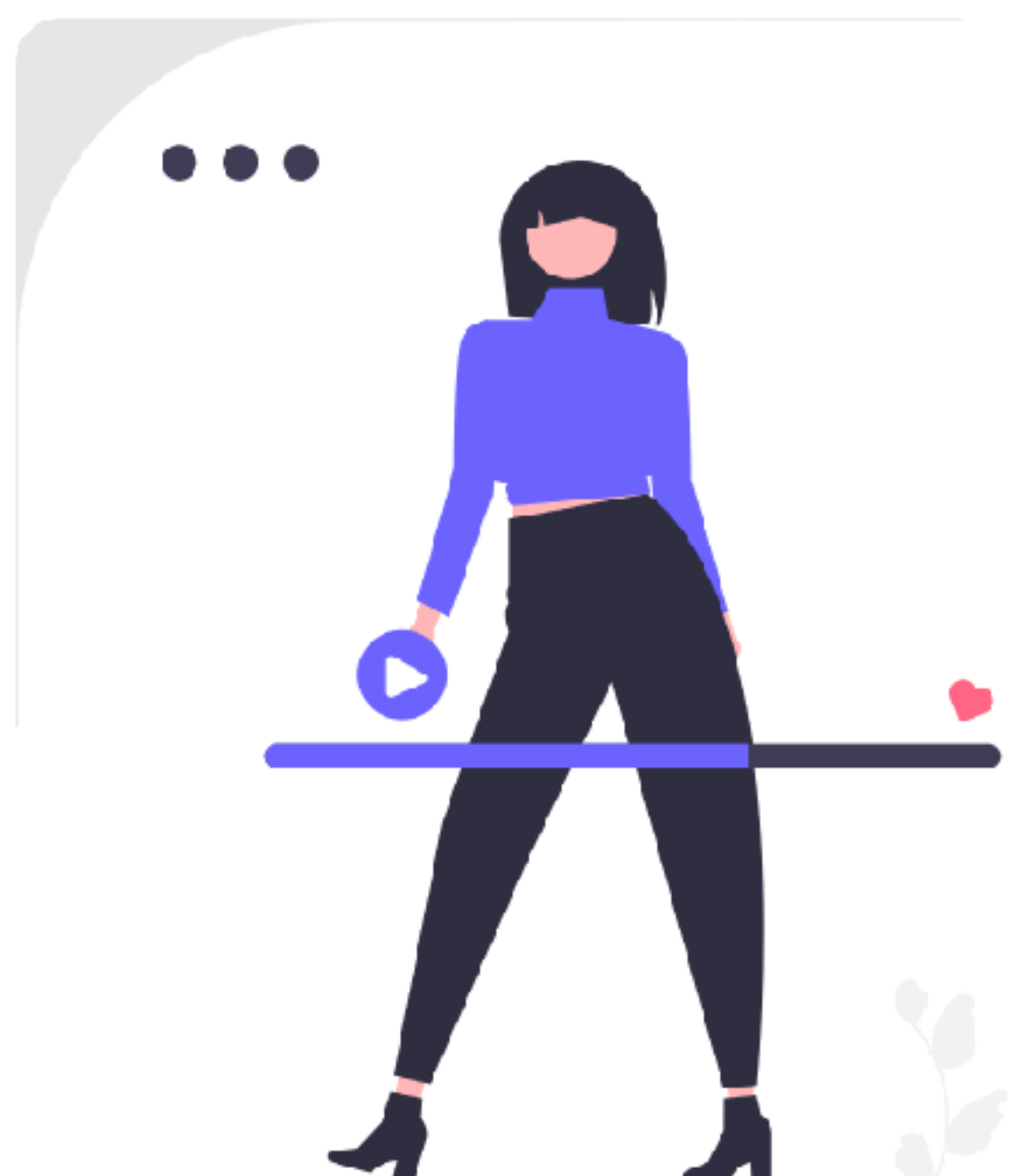
Créer une vidéo de marque d'employeur qui fonctionne

La création d'une vidéo de marque employeur ne doit pas être faite sur un coup de tête : il faut planifier et réfléchir soigneusement pour créer une vidéo qui attirera efficacement des candidats plus qualifiés pour vos postes ouverts. Voici quelques éléments à garder à l'esprit lors de la création de votre vidéo de marque employeur :

-Votre vidéo doit être authentique. N'essayez pas de "vendre" votre entreprise - montrez plutôt en quoi c'est intéressant d'y travailler.

-Veillez à mettre en évidence les aspects uniques de votre entreprise. Qu'est-ce qui rend votre entreprise différente des autres dans votre secteur ? Pourquoi les candidats potentiels devraient-ils vouloir travailler pour vous ?

-Restez bref et concis. Votre vidéo ne doit pas durer plus de 5 minutes. Au-delà, vous risquez de perdre l'attention des candidats potentiels. Assurez-vous aussi que le visuel soit de haute qualité : les vidéos mal produites donnent une mauvaise image de votre entreprise. Veillez donc à investir de manière à avoir, au minimum, du bon équipement et un bon logiciel de montage. Si vous n'avez pas confiance en votre capacité à produire une vidéo de haute qualité, envisagez de travailler avec une agence externe comme iRecrutor.com.



La vidéo, votre meilleure alliée pour votre marque employeur



À retenir :

Une vidéo de marque d'employeur est un outil de recrutement puissant qui peut vous aider à attirer davantage de candidats qualifiés. Lorsque vous créez votre vidéo de marque d'employeur, veillez à garder à l'esprit l'authenticité, la qualité et la brièveté - si vous le faites, vous serez sûr de créer une vidéo qui fera des merveilles pour vos efforts de recrutement !

Utiliser des descriptions
de postes efficaces



Utiliser des descriptions de postes efficaces

Utiliser des descriptions
de postes efficaces

Utiliser des descriptions de postes efficaces



Comment rédiger une description de poste efficace ?

Une étude récente de la Harvard Business Review a montré que 60 % des PDG estiment que le manque de talents est une préoccupation majeure pour leur entreprise. Pour que les entreprises puissent recruter les meilleurs talents, elles doivent d'abord créer des descriptions de postes efficaces. Les descriptions de postes sont importantes car elles vous aident non seulement à attirer des candidats qui sont qualifiés, mais aussi à éliminer ceux qui ne le sont pas.

Lorsque vous rédigez une description de poste, il est important de garder les points suivants à l'esprit :

- L'intitulé du poste doit être bref et compréhensible.
- La description du poste doit être claire et concise.
- La section sur les responsabilités doit être précise.
- La section sur les qualifications doit énumérer les qualifications spécifiques et/ou l'expérience requise.
- La section sur les compétences préférées est une bonne chose, mais pas une nécessité.
- La présentation de l'entreprise doit être brève et souligner ce qui fait de votre entreprise un endroit où il fait bon travailler.

Il faut donc être concis. La plupart des candidats n'ont pas envie de lire un roman lorsqu'ils consultent une offre d'emploi. Il est donc important que vos descriptions de postes soient concises et directes. N'incluez que les informations absolument nécessaires et laissez de côté tout ce qui pourrait être considéré comme du superflu ou du remplissage. En règle générale, il est préférable que vos descriptions ne dépassent pas 400 mots. Incluez le nom et le logo de l'entreprise dans l'offre d'emploi. Cela contribuera à promouvoir votre marque et à attirer davantage de candidats.

Utiliser des descriptions de postes efficaces



Voici un exemple de description de poste efficace :

Titre du poste : Directeur Marketing

Description du poste : Nous recherchons un responsable marketing qui sera chargé de superviser tous les aspects de notre stratégie marketing. Cela inclut le développement et la mise en œuvre de campagnes, la gestion de notre budget, la réalisation d'études de marché et la supervision de notre présence sur les médias sociaux. Le candidat idéal aura au moins 5 ans d'expérience pertinente et sera en mesure de démontrer qu'il a réussi à atteindre des objectifs de marketing.

Responsabilités :

- Développer et mettre en œuvre des campagnes de marketing - Gérer le budget
- Réaliser des études de marché
- Gérer la présence sur les médias sociaux

Qualifications :

- Au moins 5 ans d'expérience pertinente
- Succès avéré dans la réalisation d'objectifs de marketing

Compétences préférées :

- Solides compétences en matière de rédaction et de communication - Expérience des logiciels de conception graphique

Enfin, prenez le temps de lier ou d'intégrer une vidéo dans votre offre d'emploi. Cette vidéo peut donner aux candidats potentiels un aperçu de la culture de l'entreprise et les aider à s'imaginer comme faisant partie de l'équipe.

Cette touche supplémentaire peut vraiment distinguer votre offre d'emploi des autres et attirer les meilleurs talents. Si une image vaut 1000 mots, alors la vidéo en vaut 100 000 et une vidéo interactive 1 000 000 !

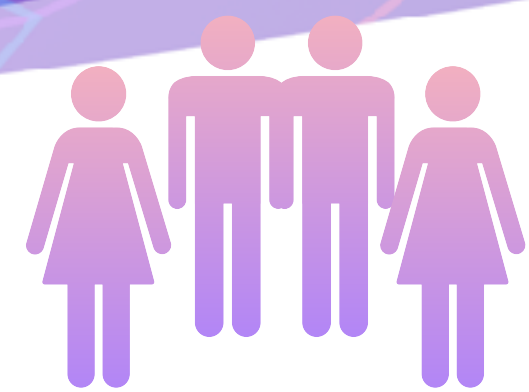
Utiliser des descriptions de postes efficaces



À retenir :

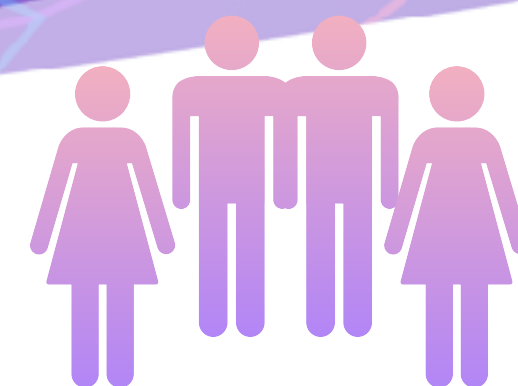
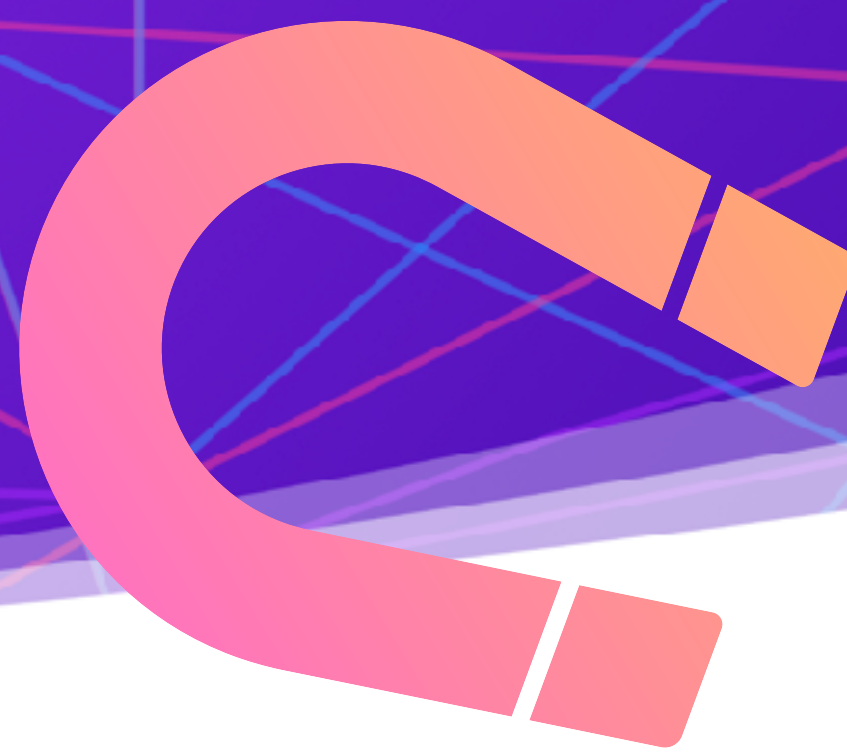
Une description de poste efficace est claire, concise et comprend toutes les informations nécessaires qu'un candidat potentiel a besoin de connaître. Gardez les points suivants à l'esprit lorsque vous rédigez une description de poste : l'intitulé du poste doit être bref et compréhensible ; la section "responsabilités" doit être précise ; la section "qualifications" doit énumérer les qualifications spécifiques et/ou l'expérience requise ; la section "compétences préférées" est une bonne chose, mais pas une nécessité ; et la présentation de l'entreprise doit mettre en évidence ce qui fait de votre entreprise un endroit où il fait bon travailler. En suivant ces conseils, vous pouvez rédiger une description de poste efficace qui vous aidera à attirer des candidats qualifiés.

Campagne de publicité
numérique pour le
recrutement



Campagne de publicité
numérique pour le
recrutement

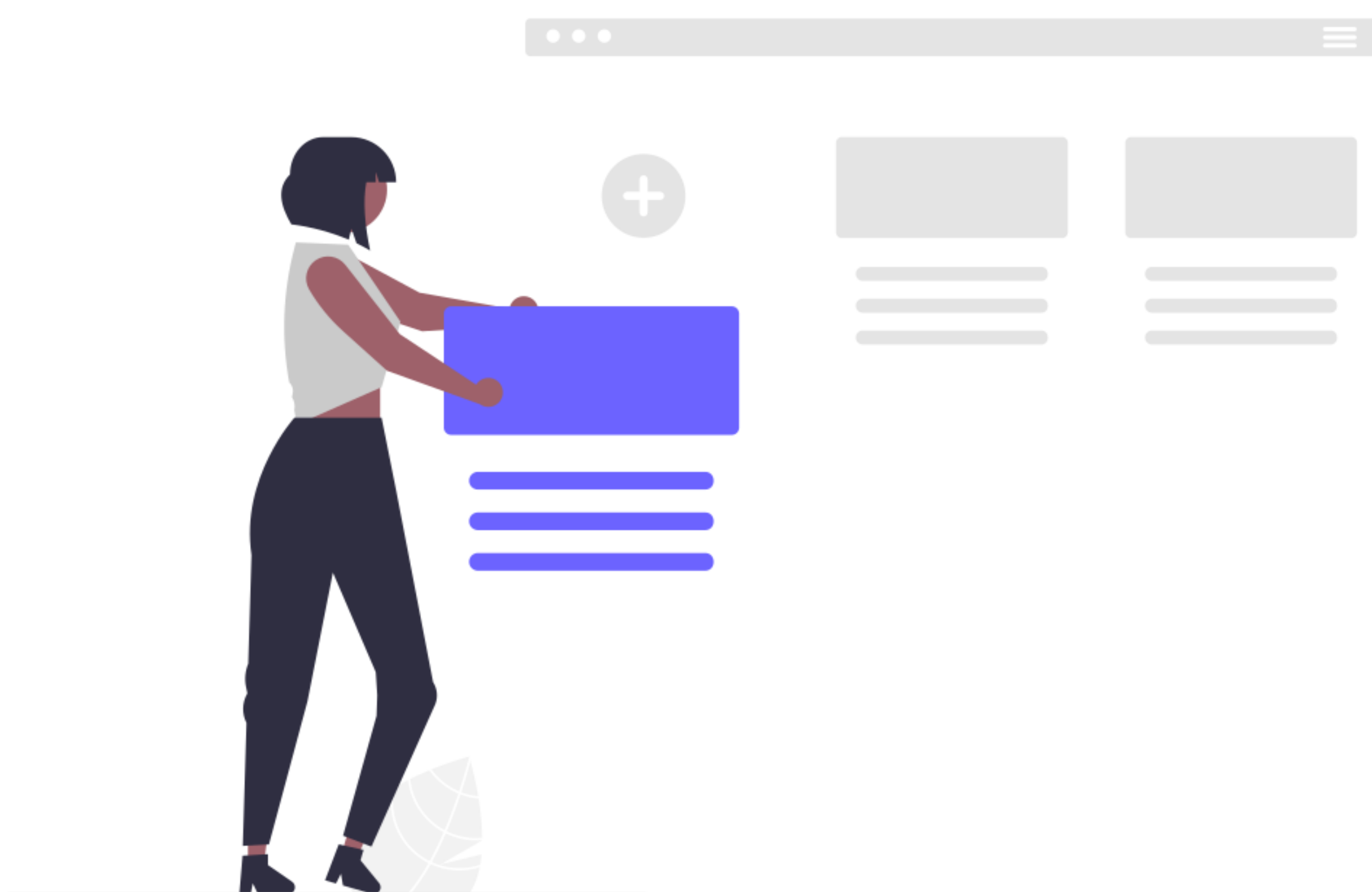
Campagne de publicité numérique pour le recrutement



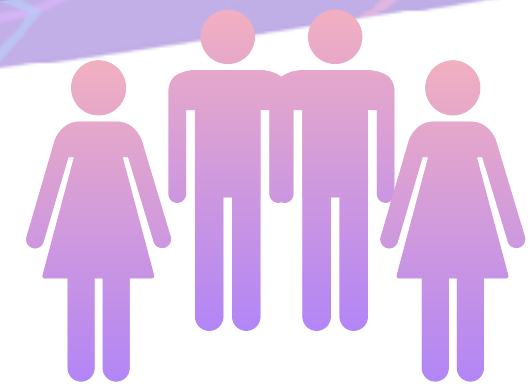
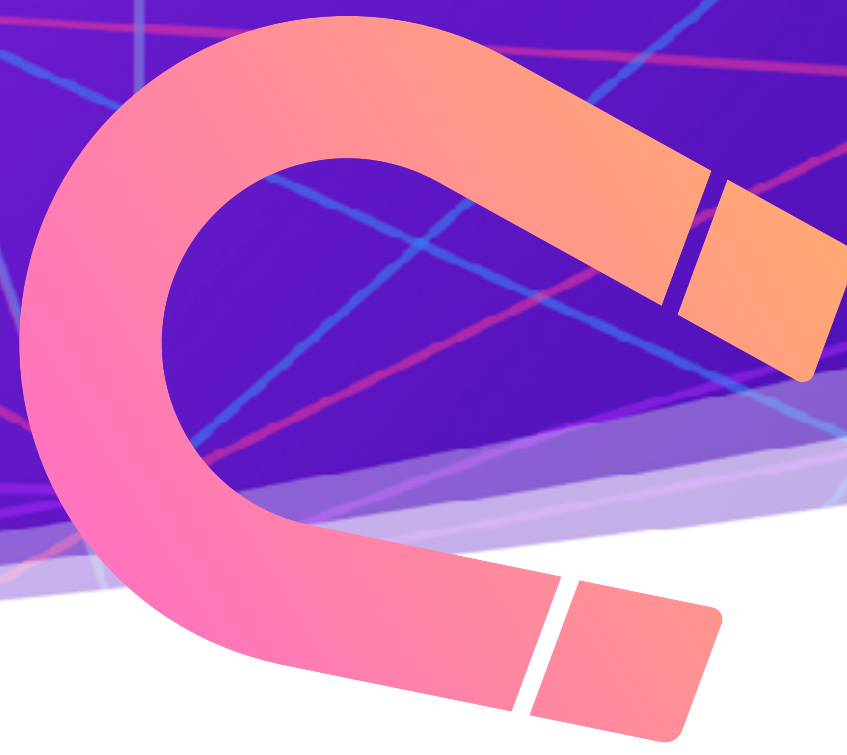
Comment utiliser la publicité numérique pour le recrutement :

Les chercheurs d'emploi d'aujourd'hui sont férus de technologie et utilisent une variété d'appareils pour effectuer leur recherche d'emploi. Les recruteurs doivent suivre les dernières tendances en matière de recrutement afin d'atteindre le plus grand nombre de candidats qualifiés. La publicité numérique est un moyen efficace d'atteindre les candidats là où ils passent la majorité de leur temps - en ligne !

Ce chapitre vous donnera un aperçu de la manière d'utiliser la publicité numérique pour le recrutement, y compris des conseils pour cibler votre public, élaborer votre message et mesurer vos résultats. En utilisant la publicité numérique dans le cadre de votre stratégie de recrutement, vous serez en mesure de ratisser plus large et d'attirer davantage de candidats qualifiés.



Campagne de publicité numérique pour le recrutement



La publicité numérique pour le recrutement

La publicité numérique peut être utilisée de diverses manières pour soutenir vos efforts de recrutement. Les offres d'emploi peuvent être publiées sur des sites d'emploi, des plateformes de médias sociaux et même sur Google, via Google AdWords. Les annonces payantes vous permettent de cibler votre public avec une précision laser, en veillant à ce que votre annonce ne touche que les personnes les plus susceptibles d'être intéressées par le poste.

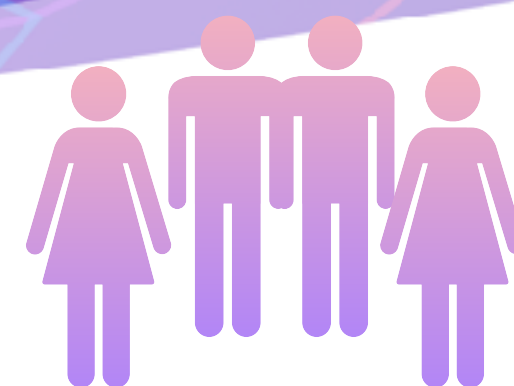
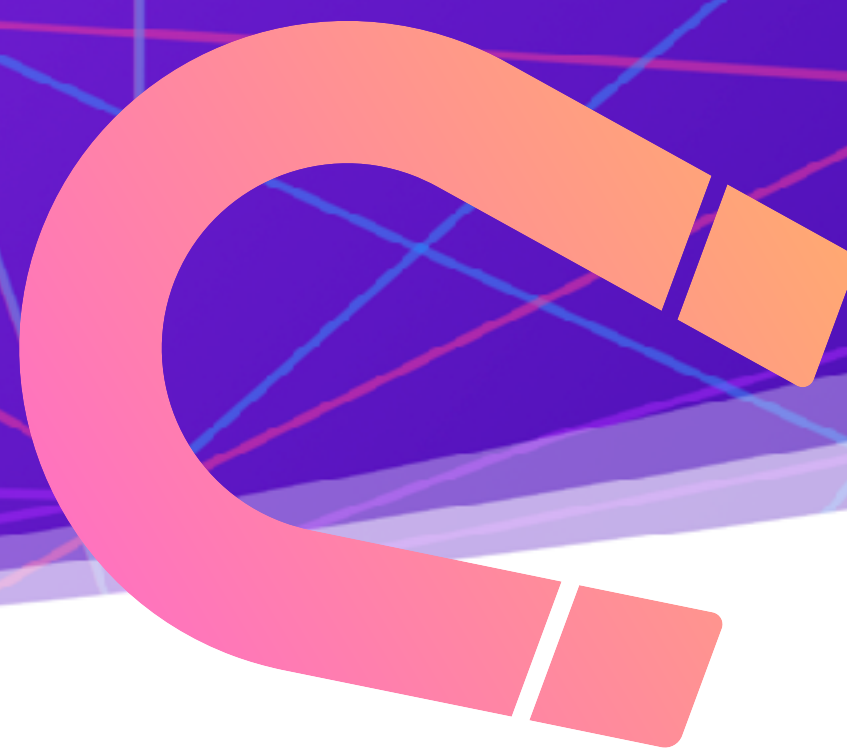
Lorsque vous placez des annonces numériques pour le recrutement, il est important de tenir compte des éléments suivants :

-Votre public cible : Qui essayez-vous d'atteindre ? Les demandeurs d'emploi d'aujourd'hui viennent d'horizons divers et chacun peut utiliser différents appareils ou plateformes pour effectuer sa recherche d'emploi. Il est important de savoir où vos candidats passent leur temps en ligne afin de placer votre annonce là où elle sera vue par les bonnes personnes.

-Votre message : Quelle est l'information la plus importante que vous souhaitez communiquer sur le poste ? Votre annonce doit être claire et concise et fournir juste assez d'informations pour susciter l'intérêt du lecteur. Veillez à inclure un appel à l'action afin que les lecteurs sachent ce qu'ils doivent faire ensuite (par exemple, cliquez ici pour en savoir plus sur le poste).

-Votre budget : Combien êtes-vous prêt à dépenser pour cette campagne ? Gardez à l'esprit qu'il n'y a pas de dépense minimale requise pour la plupart des plateformes numériques ; vous pouvez commencer modestement et augmenter votre budget selon vos besoins. De même, vous pouvez toujours ajuster votre ciblage ou votre message si vous estimez que vos publicités ne sont pas aussi performantes qu'elles pourraient l'être.

Campagne de publicité numérique pour le recrutement



À retenir :

La publicité numérique est un moyen efficace d'atteindre les candidats là où ils passent la majorité de leur temps : en ligne. En utilisant la publicité numérique dans le cadre de votre stratégie de recrutement, vous serez en mesure de ratisser plus large et d'attirer davantage de candidats qualifiés. Lorsque vous placez des publicités numériques pour le recrutement, il est important de prendre en compte votre public cible, votre message et votre budget afin de maximiser vos résultats.

Automatisez la
présélection des candidats



Automatisez la présélection des candidats

Automatisez la
présélection des candidats

Automatisez la présélection des candidats



Comment automatiser la sélection des candidats

Si vous gérez un département RH très actif, vous savez que passer en revue les candidatures peut prendre du temps et être décourageant. Un moyen efficace de rendre ce processus plus performant est d'utiliser un système de suivi des candidats (ATS). Un ATS peut vous aider à automatiser certaines tâches, comme la sélection des candidats.

Qu'est-ce qu'un ATS (Applicant Tracking System)?

Un système de suivi des candidats est un logiciel qui aide les entreprises à publier des offres d'emploi et à suivre et gérer le processus d'embauche. De nombreux ATS comprennent des fonctions telles que l'analyse syntaxique des CV, qui permet de rassembler et d'organiser rapidement les données des CV afin de faciliter la sélection des candidats. De nombreux systèmes de suivi des candidats intègrent également des tableaux de bord qui notent automatiquement les candidats en fonction des informations contenues dans leur CV, de leurs antécédents professionnels et d'autres facteurs.



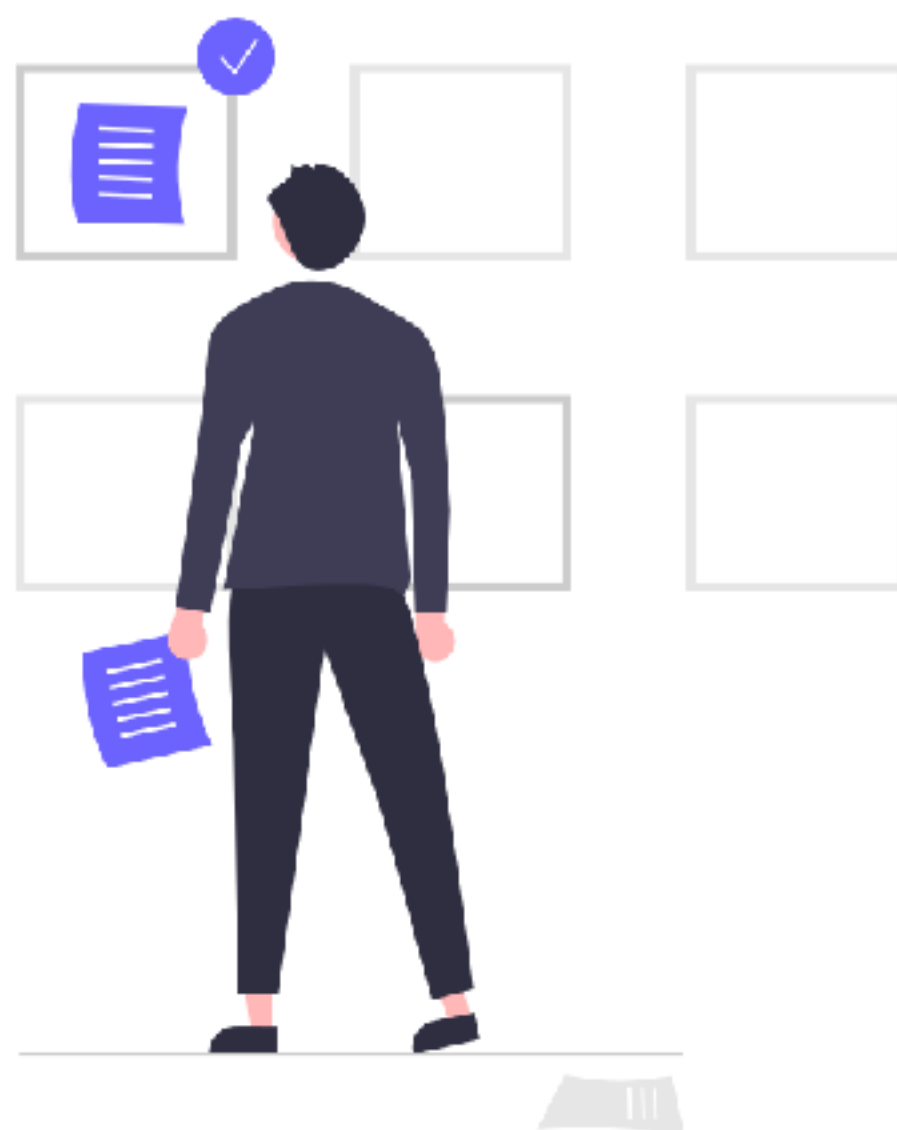
Automatisez la présélection des candidats



Comment fonctionne la présélection des candidats ?

Comme tout professionnel des ressources humaines le sait, le processus de sélection des candidats à un emploi peut être long et fastidieux. L'examen des CV, les entretiens téléphoniques et la planification des réunions en personne peuvent prendre beaucoup de temps précieux. Cependant, il existe désormais un moyen d'automatiser ce processus avec l'aide d'un logiciel de sélection alimenté par l'Intelligence Artificielle. Ce type de logiciel peut rapidement examiner le CV d'un candidat et identifier ses principales qualifications. De cette façon, vous pouvez gagner du temps en ne programmant des entretiens en personne qu'avec les candidats les plus qualifiés. L'automatisation du processus de sélection des candidats est un excellent moyen de vous faciliter la tâche et de vous libérer du temps pour d'autres tâches.

Le processus de sélection des candidats à un poste vacant peut varier en fonction de l'entreprise et du poste. Toutefois, certaines étapes communes sont généralement incluses. Tout d'abord, l'employeur examine les CV et les lettres de motivation pour identifier les candidats potentiels. Ensuite, il mène des entretiens initiaux, en personne ou par téléphone, pour se faire une meilleure idée des qualifications de chaque candidat. Enfin, il invitera les candidats les plus prometteurs à venir passer un entretien plus détaillé. L'objectif du processus de sélection est d'identifier les candidats qui conviennent le mieux au poste et qui ont le plus de chances de réussir dans cette fonction. En prenant le temps de sélectionner soigneusement les candidats, les employeurs peuvent économiser beaucoup de temps et d'énergie à long terme.



Automatisez la présélection des candidats



Quels sont les avantages de l'automatisation de la sélection des candidats ?

L'automatisation de la présélection des candidats présente plusieurs avantages, dont les suivants :

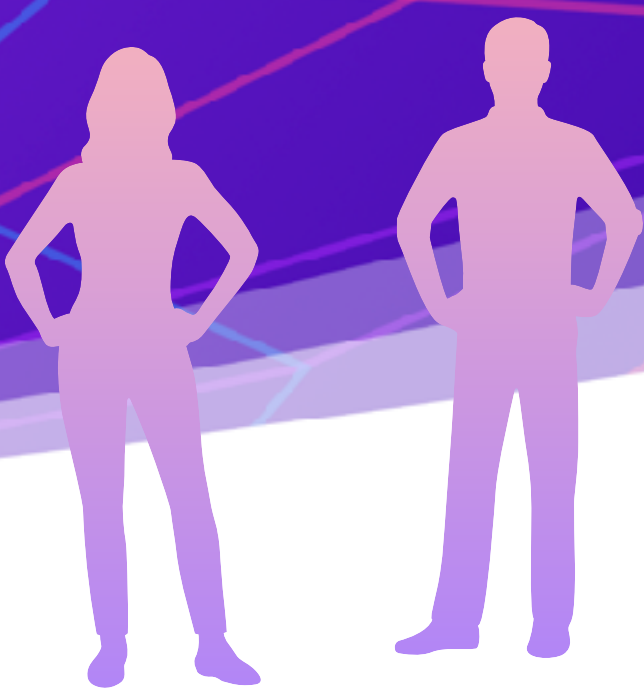
- Vous pouvez présélectionner plus de candidats en moins de temps
- Vous pouvez être sûr que tous les candidats sont traités de manière juste et équitable
- Vous pouvez éviter les préjugés potentiels lors de la sélection des candidats
- Vous pouvez améliorer vos chances de trouver les candidats les plus qualifiés pour le poste
- Vous pouvez améliorer la conformité de votre entreprise aux lois sur l'égalité des chances en matière d'emploi

Envisagez d'automatiser la sélection des candidats la prochaine fois que vous publierez une offre d'emploi. Cela pourrait vous faire gagner beaucoup de temps et vous aider à trouver les candidats les plus qualifiés pour le poste !

L'automatisation de la sélection des candidats est un excellent moyen de gagner du temps et de s'assurer que tous les candidats sont traités équitablement ! Essayez d'utiliser un système de suivi des candidats avec des capacités d'analyse des CV pour automatiser ce processus lors de votre prochaine ouverture de poste !



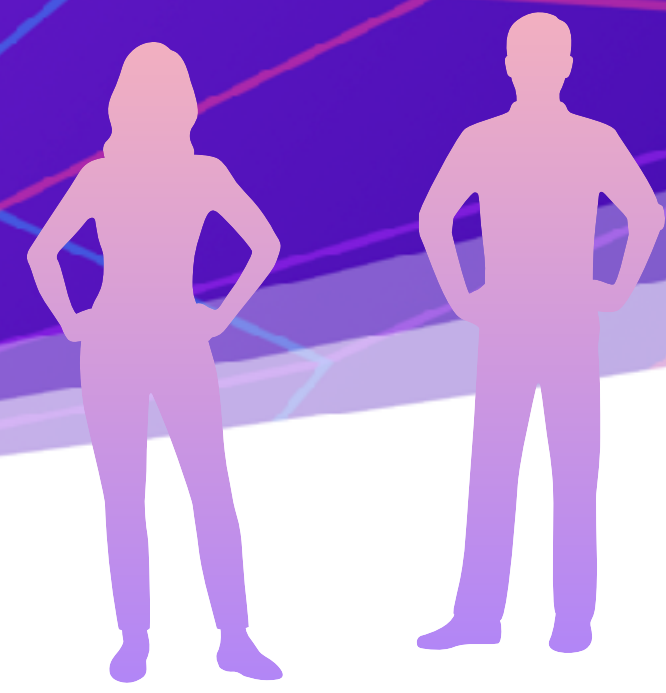
Rendez le processus d'entretien
amusant et engageant



Rendez le processus d'entretien amusant et engageant

Rendez le processus
amusant et engageant

Rendez le processus d'entretien amusant et engageant



Comment rendre le processus d'entrevue amusant et engageant

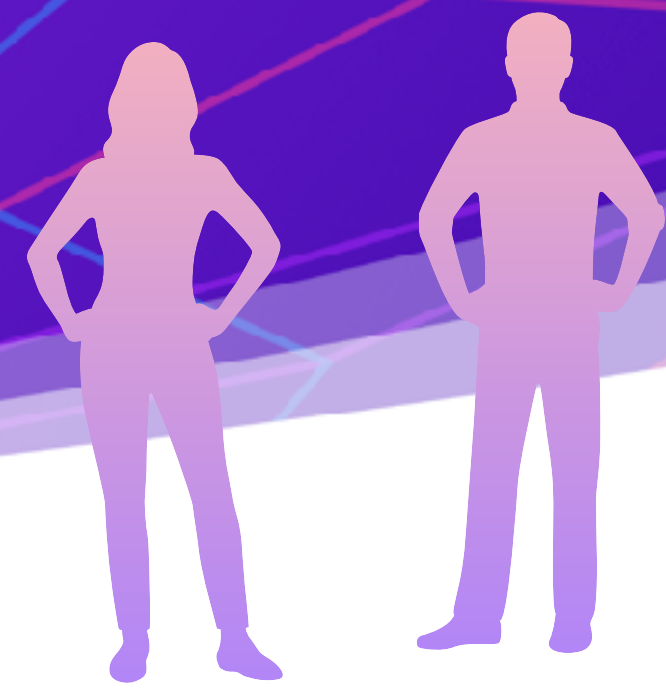
Le processus d'entretien est souvent considéré comme un mal nécessaire - quelque chose qui doit être enduré afin de trouver le meilleur candidat pour le poste. Pourtant, il n'est pas nécessaire qu'il en soit ainsi ! Si vous apportez quelques modifications simples, vous pouvez transformer vos entretiens en conversations amusantes et intéressantes qui vous aideront à attirer des candidats plus qualifiés. Voici comment :

Posez des questions qui mettent l'accent sur les points forts du candidat.

Lorsque vous vous concentrez sur les points forts d'un candidat, vous avez plus de chances d'obtenir des informations qui vous aideront à déterminer s'il convient au poste. En outre, vous en apprendrez davantage sur sa motivation personnelle et sur ce qui le motive. En posant des questions sur ses plus grandes réalisations professionnelles, vous aurez une idée de ce qui le motive et saurez s'il s'intègre bien à la culture de votre entreprise.



Rendez le processus d'entretien amusant et engageant



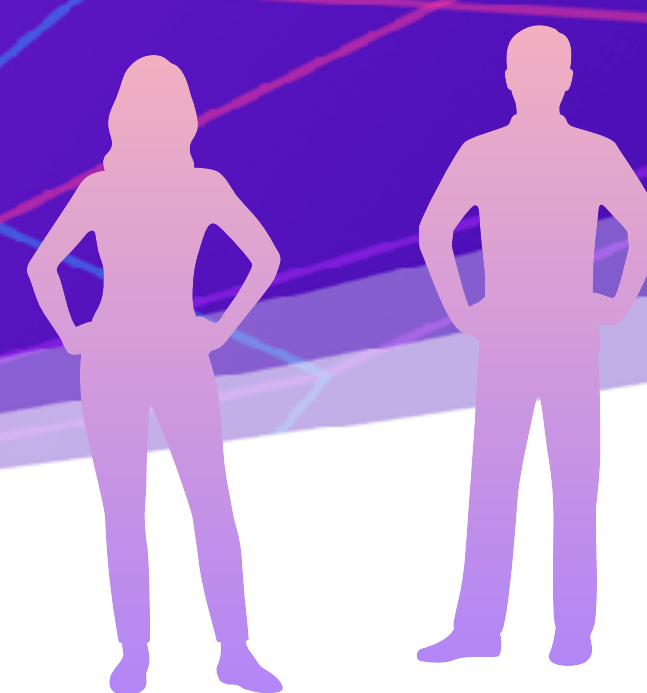
Veillez à ce que votre langage corporel soit ouvert et accueillant

Votre langage corporel en dit beaucoup plus que vous ne le pensez. Lorsque vous faites passer un entretien à quelqu'un, il est important de veiller à ce que votre langage corporel soit ouvert et accueillant. En établissant un contact visuel, en souriant et en gardant une posture droite, vous mettrez le candidat à l'aise et l'encouragerez à s'ouvrir au cours de la conversation. En revanche, si vous croisez les bras ou les jambes, vous montrez que vous n'êtes pas intéressé par ce qu'il a à dire, ce qui le rendra moins enclin à partager des informations importantes avec vous.

Évitez les questions par oui ou par non

Les questions auxquelles on peut répondre par un simple oui ou non sont non seulement peu engageantes, mais elles ne vous donnent pas non plus d'informations utiles sur le candidat. Au lieu de poser des questions fermées, essayez de poser des questions qui demandent au candidat de développer sa réponse. Par exemple, au lieu de demander "Avez-vous de l'expérience avec X ?", essayez de demander "Pouvez-vous me parler d'un moment où vous avez dû utiliser X dans votre travail ?" Ce type de question vous donnera une meilleure idée de la façon dont le candidat gère les situations difficiles et vous permettra de savoir s'il possède les compétences et l'expérience nécessaires pour le poste.

Rendez le processus d'entretien amusant et engageant

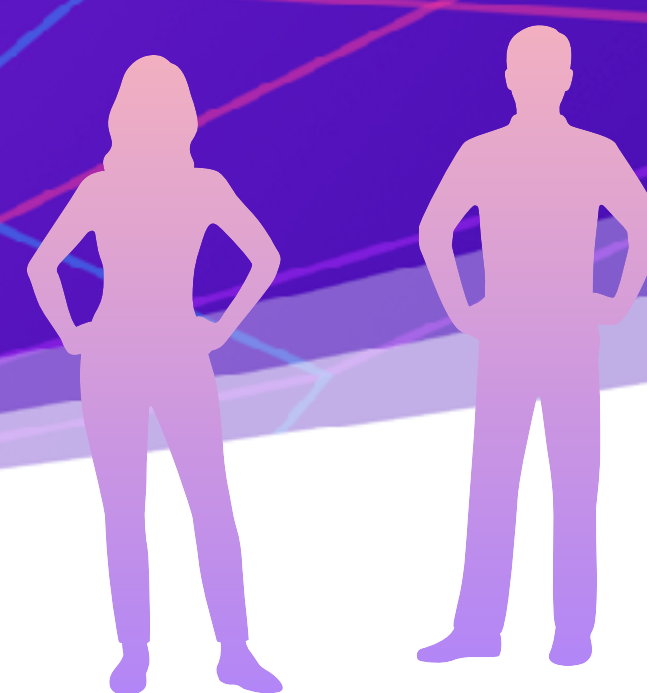


Prenez des notes pendant l'entretien

Cela peut sembler anodin, mais prendre des notes pendant l'entretien montre que vous écoutez vraiment ce que le candidat a à dire. Cela vous permet également de saisir des informations importantes que vous pourriez oublier par la suite. Dans la mesure du possible, évitez de prendre des notes sur votre ordinateur portable ou votre téléphone. Utilisez plutôt un stylo et du papier afin de maintenir un contact visuel avec le candidat pendant qu'il parle. Cela contribuera à le mettre à l'aise et à l'encourager à continuer à parler !



Rendez le processus d'entretien amusant et engageant



À retenir :

Le processus d'entretien ne doit pas nécessairement être ennuyeux ou intimidant - avec quelques modifications simples, il peut être amusant et instructif ! Poser des questions intéressantes, prêter attention aux signaux non verbaux et prendre des notes détaillées sont autant de moyens de tirer le meilleur parti de vos entretiens. Mettez en œuvre ces conseils lors de votre prochaine série d'entretiens et constatez par vous-même la différence qu'ils peuvent faire !

Assurez le suivi rapide des
candidats après l'entretien



Assurez le suivi rapide des candidats après l'entretien

Assurez le suivi rapide des
candidats après l'entretien



Assurez le suivi rapide des candidats après l'entretien

Comment un suivi rapide peut vous aider à attirer des candidats plus qualifiés

Le processus d'entretien peut prendre beaucoup de temps, mais il est important de se rappeler que le suivi est tout aussi crucial que la rencontre initiale. En assurant un suivi rapide, vous montrez aux candidats que vous êtes intéressé et engagé, ce qui peut vous aider à attirer des candidats plus qualifiés.

La vitesse du suivi est importante, mais le contenu l'est tout autant.

L'envoi d'un message générique "Merci pour votre temps" ne suffira pas. Prenez plutôt le temps de personnaliser chaque message et d'aborder des éléments spécifiques de la conversation. Par exemple, si un candidat mentionne qu'il recherche un poste offrant davantage de possibilités d'évolution, assurez-vous de mentionner comment votre entreprise peut le faire.

N'oubliez pas d'inclure un appel à l'action dans votre message !

Il peut s'agir d'une invitation à revenir pour une nouvelle série d'entretiens ou simplement d'une demande d'informations complémentaires. Plus tôt vous ferez le suivi, plus vous aurez de chances de retenir l'attention du candidat.

Assurez le suivi rapide des candidats après l'entretien



À retenir :

Sur le marché du travail concurrentiel d'aujourd'hui, il est important de faire tout ce qui est en votre pouvoir pour attirer les meilleurs talents. L'un des moyens d'y parvenir est d'assurer un suivi rapide après les entretiens. En envoyant des messages personnalisés et en incluant un appel à l'action, vous montrez aux candidats que vous êtes intéressé et engagé, ce qui peut contribuer à attirer des candidats plus qualifiés. Alors n'attendez pas - assurez-vous d'envoyer ces messages de suivi dès que possible !

Une solution clef en main ?



**Une solution
clef en main ?**

Une solution clef en main ?

Une solution clef en main ?



Une solution clef en main ?

L'iRecrutor : Une solution clé en main pour attirer des candidats plus qualifiés dans une vidéo interactive de 2 minutes.

Avez-vous déjà souhaité qu'il existe un moyen plus facile d'attirer, de cibler, de pré-qualifier et de planifier des entretiens préalables avec des candidats ? Eh bien, c'est désormais possible. L'iRecrutor est une solution clé en main qui fait tout cela dans une vidéo interactive de 2 minutes que vous pouvez partager partout sur les médias sociaux et les sites d'emploi. Cette vidéo vous aidera à attirer davantage de candidats qualifiés en une fraction du temps qu'il vous faudrait normalement.

La vieille méthode

L'ancienne méthode pour attirer les candidats potentiels consistait à publier des annonces sur les médias sociaux, les sites de recherche d'emploi et à créer une page de description de poste souvent longue et ennuyeuse. Les candidats tombaient alors dans votre système et vous espériez que le bon postulait. Toutefois, cette méthode n'est plus efficace sur le marché du travail concurrentiel d'aujourd'hui. Les candidats sont désormais plus avisés et savent comment utiliser l'internet à leur avantage. Ils sont également plus sélectifs quant aux emplois auxquels ils postulent, de sorte que la simple publication d'une offre d'emploi ne suffit pas. Vous devez vous démarquer de la masse et attirer les meilleurs talents. L'un des moyens d'y parvenir est d'utiliser des publicités ciblées sur les médias sociaux. Vous pouvez également entrer en contact avec les candidats directement via LinkedIn ou d'autres sites de réseautage professionnel. En adoptant une approche plus proactive, vous pouvez vous assurer d'attirer les meilleurs candidats pour vos postes ouverts.

Une solution clef en main ?



Comment ça marche

L'iRecrutor est une vidéo interactive qui se situe entre votre ATS et les candidats qui se promènent sur les médias sociaux et les sites d'emploi. Il vous permet de promouvoir votre marque employeur, de montrer pourquoi les postes que vous proposez sont intéressants. Elle vous permet également de présélectionner les candidats pour en garantir la qualité. En procédant ainsi, vous attirerez non seulement de meilleurs candidats, mais vous économiserez également du temps et de l'argent. En outre, l'iRecrutor est adapté aux mobiles, de sorte que les candidats peuvent le regarder sur leur téléphone ou leur tablette. Et s'ils sont intéressés, ils peuvent postuler immédiatement en un clic. Donc, si vous cherchez une meilleure façon de recruter, iRecrutor.com vaut vraiment le coup d'œil.

RECRUTEUR VIRTUEL :



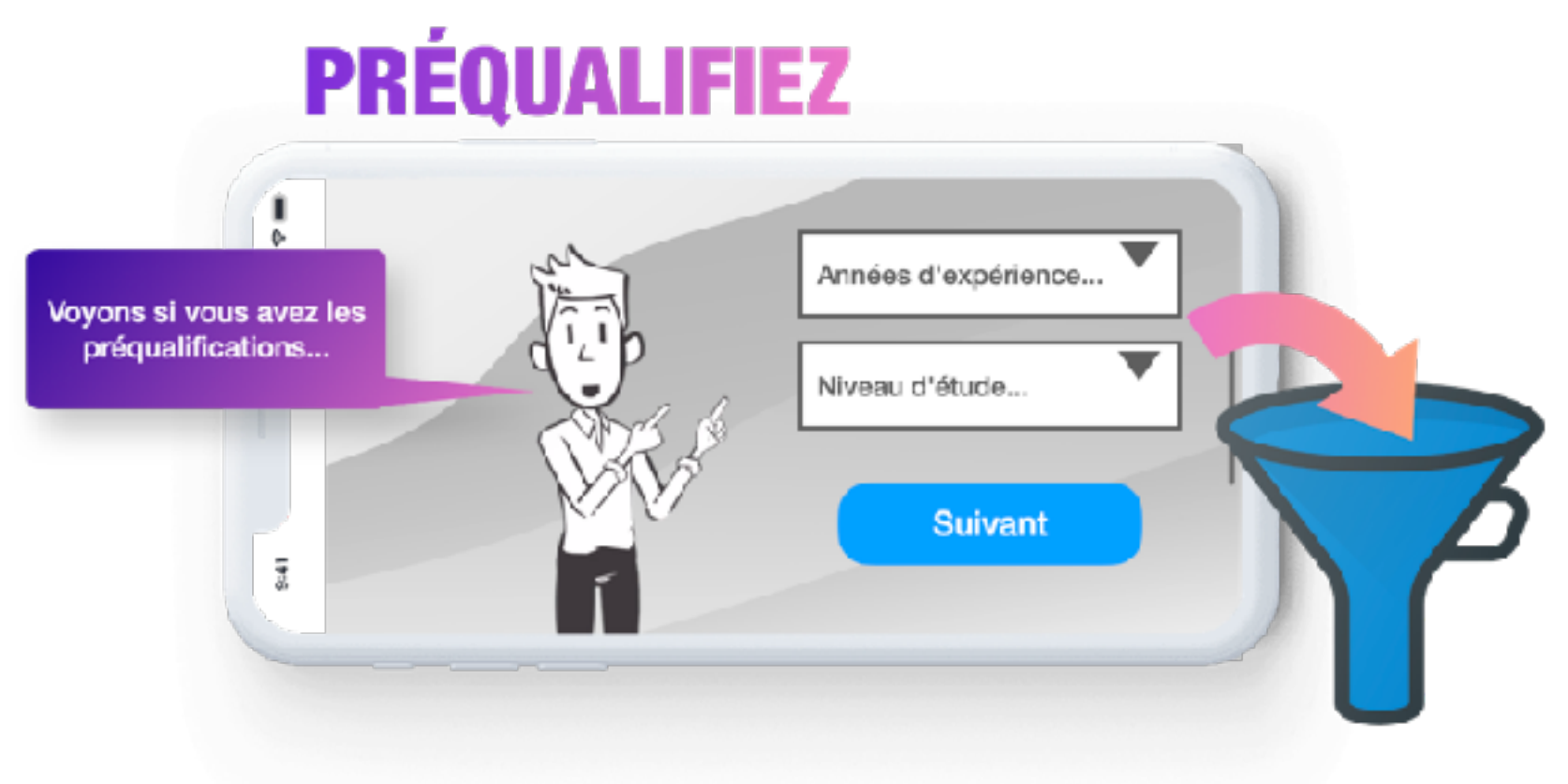
Une solution clef en main ?



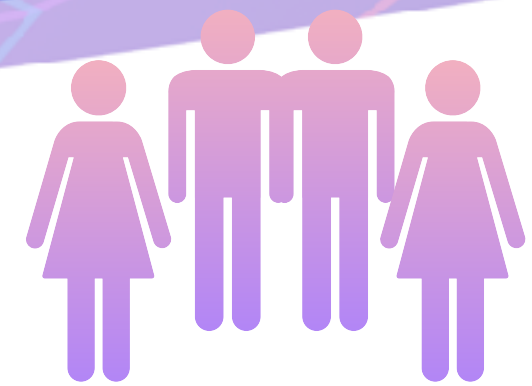
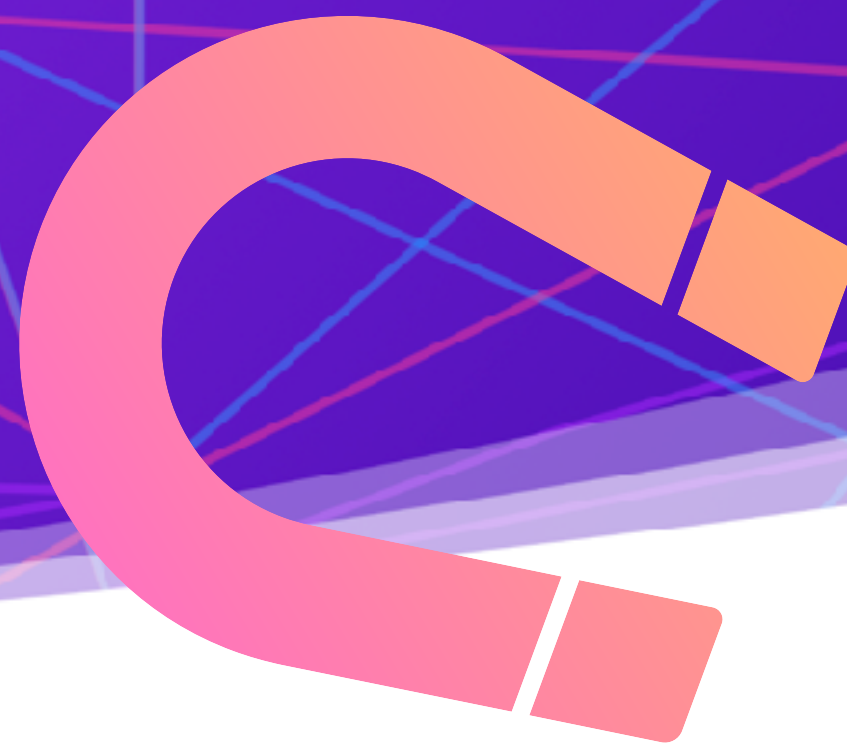
Quels sont les avantages ?

Les avantages de l'utilisation de l'iRecrutor sont innombrables ! Non seulement vous économiserez du temps et de l'énergie, mais vous serez également en mesure de :

- Attirer davantage de candidats qualifiés
- Pré-qualifier vos candidats afin de ne recevoir que ceux qui correspondent le mieux aux postes à pourvoir. En effet, avec l'iRecrutor, les candidats qui n'ont pas les qualifications sont automatiquement disqualifiés du processus. Il est ainsi beaucoup plus facile pour les employeurs de trouver les bons candidats, et cela garantit que seuls les candidats qualifiés postulent.
- Planifier un pré-interview pour apprendre à connaître le candidat avant de vous engager dans un entretien complet
- Partager la vidéo sur les médias sociaux ou les sites d'emploi



Conclusion



Conclusion

Alors que la guerre des talents s'intensifie, il est plus important que jamais pour les entreprises d'établir une marque employeur forte. En communiquant sur ce qui fait de votre entreprise un lieu de travail attrayant, vous pouvez attirer les meilleurs talents et améliorer votre capacité à retenir les employés. Il existe plusieurs façons de créer une marque employeur forte, mais certaines des méthodes les plus efficaces consistent à promouvoir la culture de votre entreprise, à mettre en avant ses valeurs et à investir dans le développement des employés. Avec une marque d'employeur forte, vous pouvez créer un avantage concurrentiel dans la guerre des talents.

En tant qu'employeur, votre marque est l'un de vos atouts les plus précieux. C'est ce qui vous distingue de vos concurrents et attire les meilleurs talents dans votre entreprise. Il n'est donc pas surprenant que de plus en plus d'employeurs se tournent vers la vidéo pour promouvoir leur marque. Après tout, la vidéo est un média incroyablement puissant qui peut toucher un large public et transmettre des messages complexes d'une manière à la fois attrayante et facile à comprendre.