



FICHE PRATIQUE

MARQUE EMPLOYEUR

RECHERCHER DES CANDIDATS

Une fois que l'annonce a été rédigée, l'enjeu va être de diffuser cette offre de façon efficace pour toucher les candidats pouvant correspondre au profil recherché.

Il convient de distinguer deux types de canaux de diffusion :

- **Diffusion en interne**

→ Intranet, journal d'entreprise, affichage, mailing...

Précisions légales et conventionnelles

L'article 04.05.1 de la CCN51 précise qu'en cas de vacance ou de création de poste, l'employeur doit informer le personnel, les candidatures internes doivent être étudiées en priorité.

L'article L. 3123-8 du Code du travail prévoit une priorité pour les salariés à temps partiel qui souhaitent occuper ou reprendre un emploi d'une durée au moins égale à la durée minimale prévue par accord de branche ou à temps complet (ou pour les salariés à temps complet qui souhaitent occuper ou reprendre un emploi à temps partiel) dans le même établissement, ou à défaut, dans la même entreprise pour l'attribution d'un emploi ressortissant à leur catégorie professionnelle ou d'un emploi équivalent. L'article 5 de l'accord Unifed relatif au travail à temps partiel du 22 novembre 2013 élargit encore le droit de priorité en indiquant que l'employeur peut également proposer un ou des compléments d'activité ressortissant ou ne ressortissant pas de la catégorie professionnelle du salarié, le salarié devant remplir les conditions de qualification ou de compétences requises.

- **Diffusion en externe**

→ Parrainage/cooptation

→ Sites d'emplois généralistes

- Pôle Emploi, mission locale
- APEC, Cadre Emploi pour les cadres
- OETH Bourse emplois pour les travailleurs handicapés, Cap Emploi
- MONSTER...

→ Sites d'emplois spécialisés

- Site FEHAP rubrique Emploi
- Sites des ordres (infirmiers, médecins...)

→ Publications papiers

- Rubriques emplois de revues spécialisées
- Rubriques emplois de journaux locaux ou nationaux

→ Réseaux professionnels

▪ Viadeo est un réseau social français qui enregistre un total de 9 millions de membres, contre 8 millions pour LinkedIn en France.

▪ LinkedIn est le réseau social professionnel de référence avec plus de 350 millions de profils de professionnels. La plateforme n'est plus majoritairement nord-américaine et a l'avantage de proposer nombre de fonctionnalités gratuites.



→ Réseaux des anciens

→ Forum emplois/salons

→ Partenariats avec des écoles/centres de formation

→ Cabinet de recrutement ou entreprises de travail temporaires en cas d'externalisation du recrutement

Candidatures spontanées

La promotion de l'attractivité à travers la démarche RSE va engendrer des candidatures spontanées. Elles devront être classées et actualisées afin de disposer d'un vivier de candidats à jour.

I. LE SOURCING RESEAUX SOCIAUX

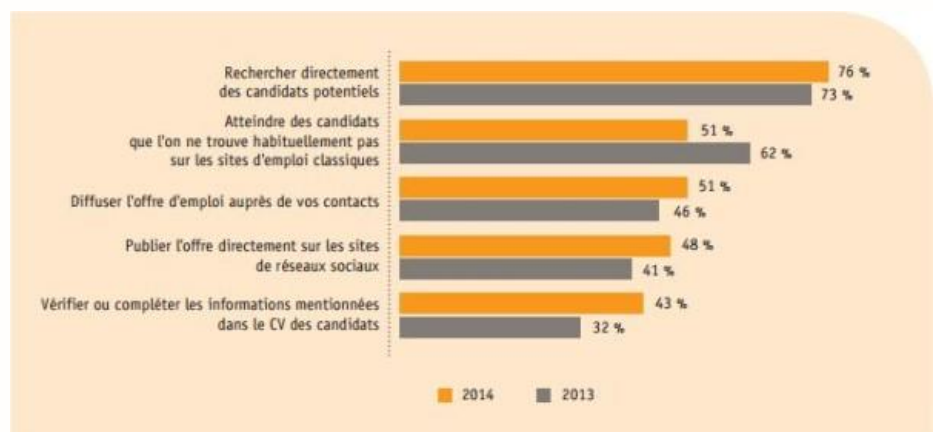
• A quoi sert le sourcing ?

La principale fonction du sourcing consiste à chercher, trier, analyser des profils pour des postes précis en minimum de temps à partir de tous les systèmes à sa disposition (CVs, réseaux sociaux, blogs, forums, sites d'entreprise...). Combiné à une stratégie globale de recrutement sur les médias sociaux, le sourcing est un outil puissant puisqu'il combine le recrutement direct (trouver et approcher) avec du recrutement indirect (développer une communauté/vivier de candidats potentiels).

• Quand les réseaux sociaux professionnels sont-ils utiles ?

Les réseaux sociaux professionnels sont principalement utilisés pour les fonctions où il est difficile de recruter.

Source : Baromètre Apec
« Sourcing cadres » Edition
2015



Les principaux réseaux sociaux

Facebook	Axé grand public, il convient aux comptes personnels mais aussi institutionnels, permettant le partage de contenus (photos, etc.) et un suivi du fil d'actualité de ses « amis ». Plus de 8 jeunes internautes sur 10 sont au moins inscrits sur un réseau social et environ 80% de la génération Y se connectent chaque jour sur les réseaux sociaux. Les jeunes générations prennent l'habitude de renseigner avec soin leur profil, la qualité des données professionnelles est d'ailleurs en constante évolution.
Twitter	Site de « micro-blogging » plutôt institutionnel, utilisé comme une plateforme d'informations. Sa particularité réside dans son caractère instantané et dans l'esprit de synthèse de ses posts. L'outil dispose d'une dimension de communication exponentielle, avec la possibilité de retweeter les informations des autres personnes auxquelles on est abonné. Ce réseau social est notamment lié aux leaders d'opinion (journalistes, institutionnels, etc.). L'instantanéité permet d'avoir des informations sur Twitter avant même que ça ne sorte officiellement via l'AFP par exemple, ce qui est très intéressant dans une démarche de veille, mais également pour toucher influenceurs et leaders d'opinion.
Plateformes de vidéos : Youtube et Dailymotion	Ces plateformes permettent de stocker et de partager des vidéos, avec la possibilité de laisser des commentaires. On peut s'y créer une « chaîne », une Web TV, à moindre frais. Youtube dispose d'une audience plus large, mais ses contenus sont, de fait, moins visibles.
Réseaux sociaux professionnels : Linkedin et Viadeo	Ces réseaux sociaux s'inscrivent dans une logique Ressources Humaines (chasseur de tête) mais aussi logique de business : il s'agit d'un outil de gestion de réputation en ligne mais aussi de valorisation de son entreprise. Les deux réseaux ne touchent pas exactement les mêmes publics d'où l'intérêt de se positionner sur les deux plateformes.