

Elaborer une stratégie de sourcing intégrant la marque employeur

Cours Pratique de 3 jours - 21h

Réf : REY - Prix 2024 : 2 030€ HT

Le prix pour les dates de sessions 2025 pourra être révisé

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir une stratégie de sourcing intégrant la marque employeur de l'entreprise cliente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Comprendre et maîtriser les aspects techniques du sourcing : de l'écriture d'une annonce aux techniques d'approches

Digitaliser le sourcing : outils, méthodes

Intégrer la dimension marketing au sourcing : maîtriser et valoriser la marque employeur, quels outils pour quelles cibles, le marketing automation

Réinterroger sa méthode et ses outils : évolution de l'environnement, des clients, savoir rester en veille

TRAVAUX PRATIQUES

Ce cours, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices et travaux pratiques.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 01/2023

1) Comprendre l'évolution des pratiques de recrutement et les tendances actuelles

- Comprendre l'évolution des pratiques de recrutement : du journal au recrutement 3.0.
- Prendre en compte les aspects complexes et stratégiques du recrutement : la veille, la posture, les KPI...
- Adapter l'action de recrutement aux différents besoins et contraintes : au niveau de l'entreprise, de l'équipe...
- Comprendre le web 3.0 : inbound recruiting, candidat persona, marketing automation...
- Appréhender les nouvelles missions du Recruteur.
- S'adapter aux fonctionnements de recherche d'emploi actuels pour trouver plus facilement des candidats.

Travaux pratiques : Quiz sur les notions du recrutement d'aujourd'hui et son évolution.

2) Utiliser les outils du marketing dans le recrutement

- Distinguer les 4 étapes de l'Inbound recruiting.
- Utiliser le concept de prospect dans le recrutement.
- Comprendre le comportement d'un candidat pendant sa recherche d'emploi : le ZMOT dans le recrutement.
- Organiser une séance "candidat persona" pour cibler les profils idéaux.
- Adapter les canaux de communication selon les générations.

FINANCEMENT

Ce cours fait partie des actions collectives Atlas.

PARTICIPANTS

Chargé de recherche / E-sourcer ; consultant en cabinet de conseil en recrutement, Talent Acquisition Managers, toute personne en charge du recrutement en entreprise.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Sélectionner le réseau social en fonction de la cible envisagée.

Travaux pratiques : Réaliser un tableau des canaux de sourcing pertinents en fonction des métiers et compétences

recherchés dans son entreprise ou pour ses clients.

3) S'approprier les outils du sourcing digital

- Se préparer au recrutement 3.0 : les 5 grandes étapes de travail.
- Distinguer les 2 grands types de canaux de sourcing en fonction du besoin : le face à face et le digital.
- Mettre en place de KPI simples et efficaces.
- Utiliser un ATS pour faciliter les recrutements et répondre aux obligations RGPD.
- Recruter via des algorithmes : avantages et points de vigilances.

Travaux pratiques : Créer un tableau KPI simple pour évaluer des taux de conversion.

4) Attirer et fidéliser les talents

- Comprendre la marque employeur : identité, image, (e-)réputation...
- Identifier les actions mises en place pour mettre en avant les valeurs de l'entreprise.
- S'appuyer sur le site internet de l'entreprise : moduler le fond et la forme.
- Appliquer les règles d'or d'une page emploi carrière réussie.
- Analyser l'expérience candidat.
- Valoriser la marque employeur client et/ou sa marque employeur.
- Humaniser ses pratiques et ses outils.

Travaux pratiques : Analyser le fond et la forme des sites pages emploi/carières de PME et grandes entreprises.

5) Rédiger des offres d'emploi attrayantes, une action stratégique

- Aborder les différents thèmes d'une offre d'emploi de manière convaincante.
- Benchmarker ses offres d'emploi sur le fond et de la forme avant de les publier.
- Appliquer les conseils rédactionnels courants et connaître les mentions à proscrire .
- Susciter l'intérêt par la rédaction d'une offre d'emploi gamifiée.

Travaux pratiques : Rédiger une offre d'emploi (exemple : vous recherchez un développeur full stack pour un client.) Rédiger une offre d'emploi attrayante.

6) Sourcer via LinkedIn

- Utiliser la page entreprise de LinkedIn pour mettre en avant son identité, ses offres d'emploi et du contenu de qualité.
- Optimiser son profil LinkedIn pour attirer des candidats et son profil recruteur.
- Rédiger du contenu viral (offres d'emploi, posts, sondages) : focus sur le dwell-time, le timing, les liens externes, les likes et commentaires, les partages, les vidéos...
- Comprendre l'usage des hastags, des tags.
- Interagir avec les candidats en rédigeant des messages d'approches efficaces.

Travaux pratiques : Rédiger une offre d'emploi sur LinkedIn par le biais de son profil et dans un post. Analyser les retours de réponses.

7) Sourcer via d'autres réseaux sociaux

- Utiliser twitter pour sourcer.
- Utiliser FaceBook pour sourcer.
- Utiliser Snapchat ou Tik Tok pour sourcer.

Travaux pratiques : Réaliser un tableau des avantages et limites de Twitter, FaceBook, Snapchat et Tik Tok dans ses pratiques de sourcing.

8) sourcer sur l'open web

- Créer son tableau de recherche de critères essentiels.
- Utiliser les opérateurs booléens.
- Rechercher des candidats sur l'open web.

- Utiliser des outils de sourcing dans ses recherches.

Travaux pratiques : Chercher des profils et CV de candidats via des extensions; exemple : rechercher des profils développeur front end, développeur java, chef de projet informatique et réseaux, ingénieur en IA...

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 28 oct., 11 déc.

2025 : 10 févr., 31 mars, 16 juin, 18 août, 13 oct., 01 déc.

PARIS

2025 : 03 févr., 24 mars, 02 juin, 11 août, 06 oct., 24 nov.

LYON

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

AIX-EN-PROVENCE

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

BORDEAUX

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

LILLE

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

NANTES

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

SOPHIA-ANTIPOLIS

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

STRASBOURG

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.

TOULOUSE

2025 : 31 mars, 16 juin, 18 août, 01 déc.