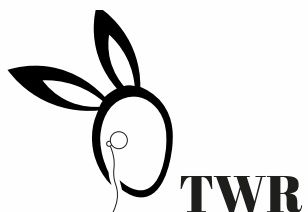




Sourcing avancé & fidélisation des candidats

**Le guide pour attirer les profils passifs et
anticiper vos recrutements récurrents
sans stress.**



YAGGO

I EDITO

Tout le monde galère à recruter. En discutant avec nos clients comme en scrollant sur LinkedIn, le constat est le même : il n'y a globalement pas de - bons - candidats en face des offres.

Pourtant, les budgets jobboards explosent, les ATS multi-diffusent les offres sans fin et les agences de communication RH délivrent de plus en plus de slides pour souligner l'importance de la marque employeur.

A côté de ça, les pratiques marketing arrivent enfin jusqu'aux RH pour apporter du réel, de l'authenticité, et des notions telles que l'engagement, l'expérience, les taux de conversion... poussant notamment à l'implication des collaborateurs ("l'employee advocacy"), presque sans leur mettre le couteau sous la souris.

Et, comme partout, l'IA jure de nous faire gagner du temps en recrutant carrément à notre place.

De l'autre côté, les candidats "déclarés" postulent aux mêmes annonces, en recopiant leur CV qui a mal été parsé par l'ATS, reçoivent le même accusé de réception et souvent pas de réponse, ou alors une réponse automatisée un samedi à 22h qui commence par : "Malgré la qualité de votre candidature".

Au final, des candidats épuisés, des recruteurs déboussolés, un marché de l'emploi saturé et la sensation pour les équipes RH de chercher à remplir des paniers percés.

YAGGO et TheWhiteRabbit, à travers nos plumes - Elodie Forato, Inès Plocque et Natacha Pons, sont des acteurs experts du recrutement et de l'expérience candidat.

Nous intervenons à des moments stratégiques du parcours : au début, pour trouver les bons profils et susciter leur intérêt pour le poste / l'entreprise, et à la fin, pour garder le contact avec les profils qualifiés et les remettre en face des nouvelles offres.

| EDITO

Avec un temps d'avance sur toutes les autres entreprises qui chercheront à les recruter.

L'objectif avoué de ce guide : **vous aider à recruter plus vite, y compris sur vos postes les plus difficiles à pourvoir, grâce à des candidats qualifiés, disponibles, et qui vous aiment.**

Oui, c'est ambitieux.

Si vous manquez de visibilité sur les résultats de vos actions et que vous avez l'impression d'être dans une baignoire trouée, ou dans le film "Un jour sans fin" (ou la fantastique série "Poupée russe"), ce guide devrait vous intéresser.

Elodie, Inès & Natacha



TheWhiteRabbit: Depuis 2019, nous sommes l'équipe de choc des recrutements impossibles :

- compétences pénuriques
- profils hyper sollicités
- parcours complexes
- constitution d'équipes *ex nihilo*

Nous démêlons le tout en un coup de cuiller à pot et vous transmettons une sélection de 4 candidat.es hyper ciblés et ultra-motivés, avec un pipeline de futurs candidats à nurturer.

YAGGO: Depuis 2018, nous sommes un service de relation candidat externalisé pour nos clients, et nous animons des viviers intelligents de candidats qualifiés qui postulent à nouveau aux offres qui correspondent à leur profil.

Nos partis pris, points de départ de ce guide :

- Il y a des candidats
- L'humain est la clé. L'IA, non
- Le timing, LA dimension incontrôlable du recrutement, peut être votre allié.
- Le recrutement doit devenir vertueux.

| Sommaire

01 **Environnement du recrutement**

02 **Le sourcing**

03 **Le feedback**

04 **La fidélisation**

05 **Être un avantage concurrentiel**

01 Environnement du recrutement

Glossaire 1/2

Certaines notions peuvent être floues, voire complètement inconnues (notamment celles qui nous viennent du marketing), donc on a pensé qu'un glossaire serait utile avant de commencer, pour être sûr-es que nous parlons bien des mêmes choses.

Expérience candidat : ensemble des impressions laissées par une entreprise aux candidats à l'issue d'un parcours de recrutement. Ressenti avec lequel ils repartent du process et qu'ils gardent pendant un moment.

Marque employeur : la marque employeur est l'image qu'a une entreprise auprès de ses employés et des candidats potentiels, et inclut par extension les efforts de marketing et de communication qui visent à l'améliorer et à la communiquer. **Une marque employeur forte permet une augmentation de 50% du nombre de postulants qualifiés.**

Nurturing : fait de capitaliser, pour les futurs recrutements, sur les talents rencontrés lors d'un process en nourrissant la relation une fois le parcours terminé pour qu'ils postulent à nouveau aux prochaines offres correspondant à leurs compétences. Synonyme : fidélisation.

Rétention : fait de mettre en œuvre un processus de recrutement suffisamment rapide, efficace, interactif et enrichissant pour le candidat afin que celui-ci ait envie d'aller au bout du parcours.

RecOps : pratique d'amélioration continue permettant aux recruteur.euses de faciliter leurs fonctions. Un.e RecOps agit principalement sur l'extraction et l'analyse des données, le choix et l'intégration de nouveaux outils, l'optimisation des process.

01 Environnement du recrutement

Glossaire 2/2

Sourcing avancé : Ensemble de techniques ayant pour objectif d'identifier et d'engager les candidats qui répondent le mieux aux besoins pour un poste donné. Ces techniques englobent :

- une dimension IT : le data scraping
- une dimension analytique : talent mapping, A/B testing
- des notions empruntées au growth et au marketing : ciblage, personas, écriture incitative
- les bonnes pratiques du recrutement : entretiens structurés, questions situationnelles, scorecards, culture du feedback

Talent attraction : C'est le processus par lequel une entreprise cherche à attirer et à recruter des personnes talentueuses et hautement qualifiées pour pourvoir des postes vacants ou renforcer ses effectifs. Ce concept inclut diverses stratégies et pratiques visant à séduire les candidats les plus prometteurs sur le marché du travail.

Talent mapping : Dans le cadre de ce document, le *talent mapping* est une méthode d'audit du marché du travail qui consiste à identifier et à cartographier les compétences, les talents et les caractéristiques des individus susceptibles de correspondre à un besoin donné. Cette démarche permet aux entreprises de mieux comprendre leurs opportunités de recrutement, mais aussi les forces et faiblesses de leurs process et de leurs offres.



01 Environnement du recrutement

Contexte du recrutement & gestion des talents

Première nouvelle, donc : il y a des candidats.

C'est juste qu'ils ne sont pas tous en train de postuler.

Quelqu'un de très optimiste pourrait même dire que nous sommes tous des candidats potentiels, pour peu qu'on nous contacte de la bonne manière et avec la bonne offre. C'est la version recrutement du très classe : "c'est pas parce qu'il y a un gardien qu'on ne peut pas marquer de but".

82% des actifs en France sont des profils passifs

(étude Cleverconnect)

Ensuite, on consacre souvent des budgets colossaux à attirer un maximum de candidats. Mais une fois qu'ils sont là, il y a de fortes chances pour que leur expérience

soit décevante et qu'ils en ressortent en aimant moins l'entreprise qu'avant.

82%

des répondants ont déjà vécu une mauvaise expérience de recrutement.

(étude IFOP x YAGGO, 2024)

Délais de réponse à rallonge, manque de transparence, absence de feedback... les raisons sont nombreuses, et valables, pour qu'un candidat si chèrement acquis disparaisse aussitôt.

Domage.

01 Environnement du recrutement

Les KPI à suivre et à analyser 1/3

Vous le savez aussi bien que nous, les recruteurs n'ont ni le temps ni le budget qui leur permettraient d'avancer sereinement. En revanche, les missions sont toujours plus urgentes, plus complexes et plus nombreuses. C'est l'équation impossible à résoudre, mais qui nous guide vers les bons indicateurs à suivre :



Time to hire



Coût du recrutement



Net Promoter Score

Le *time to hire* : c'est la durée pour pourvoir un poste, de l'expression du besoin à la signature du contrat de travail. En France, tout comme en Suisse, il est en moyenne de 40 jours sur les postes "basiques".

Le coût d'un recrutement :

Voici un calculateur très simple à utiliser pour connaître votre coût de recrutement :

Calculateur
Calculez et comparez vos
coûts de recrutement.

01 Environnement du recrutement

Les KPI à suivre et à analyser 2/3

3 000 à 10 000 €

C'est le coût moyen d'un recrutement en France selon [Jobology](#). Et si ce poste est très stratégique / complexe à pourvoir, le chiffre grimpe bien au-delà des 10 000 Euros.

À NOTER

Au-delà de leur ampleur :

- **Les coûts d'un recrutement sont faciles à calculer a posteriori, mais difficiles à prévoir en amont;** ils dépendent de la complexité du poste à pourvoir, de l'efficacité de la stratégie mise en place et des process.

Par exemple, en 2022, plus d'un tiers des entreprises utilisaient plus de 5 canaux de recrutement > multiplication des coûts, pour une efficacité pas toujours au rdv... Comme en marketing, il est difficile de savoir quel canal permet les candidatures les plus nombreuses et qualitatives. Est-ce que c'est le premier, ou le dernier, ou le cumul de plusieurs canaux ? C'est ce qu'on appelle l'attribution.

- **A cela s'ajoutent tous les coûts du non-recrutement !** Perte de confiance du Hiring Manager vis-à-vis de l'équipe de recruteurs internes, équipes épuisées à force d'être sous-staffées, développement de l'activité en berne... Les sources de coûts cachés liés à un recrutement qui tarde sont multiples et les montants, abyssaux.

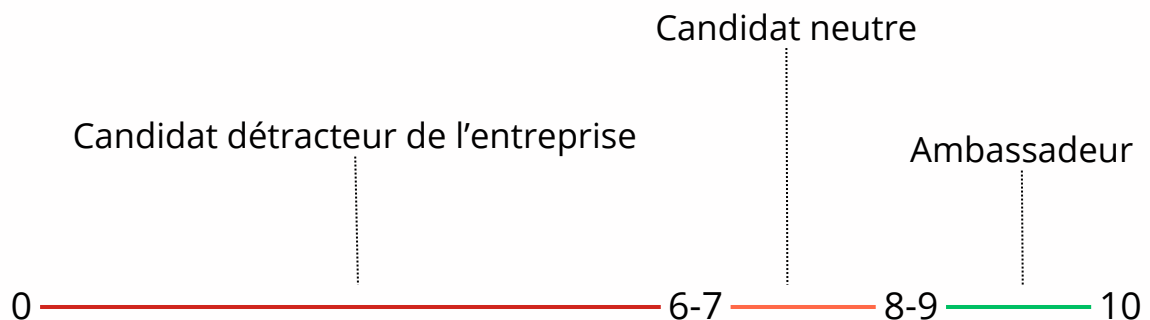
01 Environnement du recrutement

Les KPI à suivre et à analyser 3/3

| Le NPS candidat (ou *Net Promoter Score*) : Le petit nouveau de la bande ! Lui aussi nous vient du marketing et nous donne une autre vision du processus de recrutement : comment le parcours est perçu par le candidat ? Au-delà des chiffres, des taux de conversion : est-ce qu'il a été agréable, mémorable, différenciant, à la hauteur ?

Concrètement, on demande au candidat s'il recommanderait à son entourage de postuler dans votre entreprise.

En donnant une note entre 0 et 10 :



Le NPS est la différence entre le pourcentage des candidats ambassadeurs et celui des candidats détracteurs parmi les répondants et sera compris entre -100 (que des détracteurs) et 100 (que des ambassadeurs).

On considère qu'un NPS au-dessus de 20 est bon, et à partir de 50, excellent.

01 Environnement du recrutement

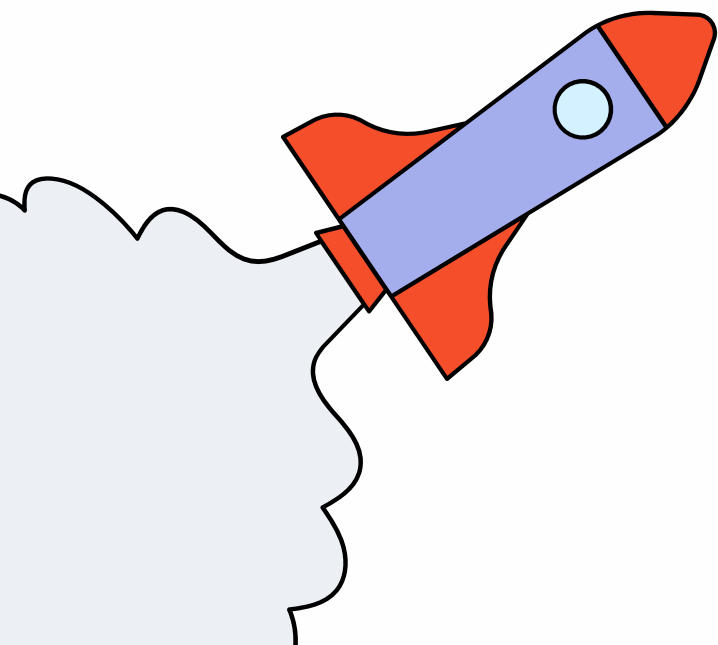
Vous avez peur de mal faire ? D'empirer la situation ?

Rassurez-vous : la moindre initiative humaine, le moindre geste pour montrer au candidat potentiel, actuel ou passé qu'on le respecte, ne le laissera pas indifférent. Et il s'en souviendra.

Seulement 2% des entreprises du classement Fortune 500 "communiquent le statut de la candidature d'un candidat pendant toute la durée du processus (d'embauche)".



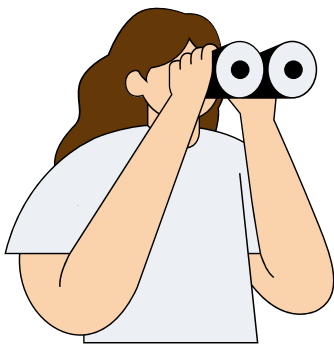
En plus, on ne va partager ici que ce qui a déjà fait ses preuves chez nos clients, donc il n'y a vraiment aucun risque à essayer.



02 Sourcing : Libérer du temps, instaurer la confiance.

Se concentrer sur les opportunités

Nous l'avons vu, le marché de l'emploi est majoritairement constitué de "candidats passifs". **Passer à côté de ce vivier est une erreur lourde de portée, car vos concurrents, eux, ne s'en privent pas.**



82%

des personnes actives sont des profils passifs
(Cleverconnect)

Quel est le lien entre recruteurs sur-sollicités et opportunités du marché ? Le sourcing.

Faire appel au sourcing permet de "couper le bruit" autour des recruteurs et de mettre face à eux des candidats 100% qualifiés, et prêts à s'engager dans l'aventure du processus de recrutement.

Les experts en growth le savent, c'est là toute la différence entre le "*cold calling*" et le "*warm lead*" : **on consacre son temps et son énergie aux personnes adéquates ET intéressées.**

Le sourceur agit alors comme un apporteur d'affaires. Il est le catalyseur des recrutements les plus ardues.

Chez TheWhiteRabbit, nous transmettons une shortlist de 4 candidats. A partir de cette pré-sélection :

- 100% de nos clients recrutent 1 voire 2 personnes (sans surcoût)
- 73% d'entre eux finalisent leur recrutement avant même que la 4e personne ne leur soit présentée
- 94% des profils avec lesquels nous échangeons déclarent souhaiter entretenir la relation "pour de futures opportunités"

02 Sourcing : Libérer du temps, instaurer la confiance.

Les avantages du sourcing externalisé pour les recruteurs internes

- 1 **Maîtrise des recrutements** sans être noyé sous des candidatures non pertinentes.
- 2 **Libération du fardeau de techniques chronophages** comme le X-ray, le scraping et l'écriture incitative.
- 3 **Rayonnement de la marque employeur** grâce à des interactions individuelles de qualité avec les candidats ET les non-candidats.
- 4 **Préparation des recrutements futurs** avec l'accès à un vivier de profils déjà pré-qualifiés.
- 5 **Étude des tendances et opportunités du marché de l'emploi.** Mesure de la compétitivité de la politique RH de l'entreprise, audit des process internes de recrutement.
- 6 **Analyse des besoins : Préparation d'un onboarding personnalisé** pour une intégration optimale.

02 *4 tips* pour passer au sourcing avancé

Cherchez au-delà des jobboards !

#1

Ils coûtent cher, offrent des informations périmées et des profils déjà sur-sollicités. Soyez plus malin ! Décryptez les expertises et les centres d'intérêt de vos futurs collaborateurs de manière plus objective :

- Exploitez les posts et commentaires publiés sur les réseaux sociaux autour des sujets clés,
- Ciblez les listes de participants / intervenants aux événements référents,
- Explorez les sites de freelances n'ayant pas déclaré de mission sur les derniers mois.

EXEMPLE

Clara, j'ai vu que vous aviez participé au User Group de jeudi dernier. Nous nous sommes loupées ! J'ai trouvé que l'intervention de Jean était pleine de conseils facilement actionnables, je crois que je vais en appliquer certains. Et vous ? Est-ce qu'il y en a un en particulier qui vous a interpellée ?

—””
A définir au cas par cas, ces approches très personnalisées vous permettent de sortir des chemins tout tracés des profils les plus visibles, qui ne sont pas forcément les plus qualifiés.

Testez, mesurez, améliorez, répétez !

02 4 *tips* pour passer au sourcing avancé

Devenez addict à l'A/B testing

Dans un message d'approche, tout compte : le ton, l'objet, l'organisation des paragraphes, les tournures de phrase, le nombre de relances...

S'il n'y a pas de recette magique, il y a une méthodologie éprouvée.

1. Divisez systématiquement votre audience en deux (la plupart des outils de publipostage le permettent) et changez un élément. Un seul. Pour identifier facilement ce qui va faire la différence dans les résultats.
2. Mesurez ! Votre taux d'ouverture, de clics, le nombre de réponses : vous saurez très vite ce qui fonctionne le mieux.
3. Itérez ! Petit à petit, vos messages d'approche gagneront en efficacité et vos taux monteront en flèche.

#2

Le taux d'ouverture moyen d'un message d'approche est de 34%, pour un taux de réponse compris entre 10 et 30%. Avec cette démarche d'amélioration continue, vous pouvez atteindre 80% de taux d'ouverture pour 50 à 75% de taux de réponse. Y compris sur les profils les plus sollicités !

EXEMPLE

natacha@twrsourcing.com ▾

{{firstName}}, est-ce que designer l'outil de gestion de toute la population retail d'un groupe international pourrait vous intéresser ?

Ouvert 78% Répondu 48% Intéressé 26%

Dans cette 2e version d'objet de message, nous citons le nom de la société qui cherche à recruter. Les résultats illustrent aussi l'intérêt d'avoir d'une marque employeur forte ;)

natacha@twrsourcing.com ▾

{{firstName}}, est-ce que designer l'outil de gestion de [] pourrait vous intéresser ?

Ouvert 92% Répondu 67% Intéressé 27%

02 *4 tips* pour passer au sourcing avancé

Jouez la carte de l'authenticité

#3

Les gens veulent de l'humain. Inutile de vous emballer sur les outils d'automatisation ! Ce qui fera la différence dans vos messages d'approche, ce sont les 5% que vous n'aurez pas automatisés. Trouvez le point d'accroche qui va montrer à la personne que vous vous êtes intéressé à elle !

Vu sur un profil LinkedIn

Je fais partie de l'équipe de bénévoles sur les TEDxGeneva.

Message d'approche du sourceur

Vous devez rencontrer des gens vraiment inspirants ! Est-ce que vous auriez un créneau ce jeudi ? J'aimerais vous parler d'un poste qui pourrait vous intéresser...

Réponse du profil

Ça fait plaisir de voir que vous avez pris la peine de lire mon profil ! En général je ne réponds plus aux recruteurs . Je ne suis ouvert qu'aux opportunités 100% remote. Est-ce que c'est le cas ? Sinon, je vous souhaite beaucoup de succès dans votre recherche !

En approche directe, on ne cherche pas à obtenir un "oui". Ce que l'on veut avant tout, c'est avoir une réponse "documentée". Les profils auxquels vous aurez pris la peine de vous adresser *personnellement* vous donneront **toutes les clés pour améliorer vos messages d'approche ou faire évoluer votre politique RH.**

02 *4 tips* pour passer au sourcing avancé

Mettez votre casquette de "coach candidat"

Vous avez votre candidat idéal ? Maintenez son intérêt en apprenant à VRAIMENT le connaître.

#4

1 **Communiquez (très) régulièrement avec lui, ne le laissez jamais dans le flou !**

Exemple : Julien, la hiring Manager est en déplacement cette semaine, je n'arrive pas à avoir de visibilité sur son agenda pour planifier votre entretien avec elle. Je vous rappelle dès son retour !

➤ Même quand on n'a rien à dire, c'est bien de le dire :)

2 **Prenez la température après chaque étape dans son parcours :**

Exemple : Laure, comment était ta discussion avec Xavier ? Est-ce que tu as pu mettre en avant ton parcours international comme tu le souhaitais ? Est-ce que tu as eu des éléments complémentaires intéressants sur le poste ? Y a-t-il des choses dont tu souhaiterais rediscuter avec moi ? Il te reste 2 étapes : un test technique et un point "vision d'entreprise" avec le N+2

➤ Et n'hésitez pas à **partager un feedback "à chaud"** avec les candidats, vous serez étonné des bénéfices en termes d'implication dans le processus de recrutement (dites bye bye au ghosting !)

Vous voulez attirer les meilleurs talents et assurer une expérience candidat *premium* mais le temps vous manque ?

TheWhiteRabbit s'en charge !



03 Le courage du feedback, pour en faire sa force.

Transformer ce moment compliqué en moment *waouh*

Bien des raisons peuvent expliquer le fait que $\frac{3}{4}$ des candidatures en moyenne ne reçoivent jamais de retour. Mais ce n'est pas le problème des candidats : ceux-ci ont BESOIN d'avoir une réponse ; il n'y a rien de pire que de se faire ignorer.

La réponse négative devient une occasion en or de marquer une différence forte avec la plupart des entreprises, et d'assurer la transition parfaite entre attraction et fidélisation pour rendre vos recrutements plus efficaces.

Oui, c'est **difficile** de
dire "**Non**".

Mais **oui**, ça peut
rapporter **gros**.

03 Le courage du feedback, pour en faire sa force.

Nos 5 conseils après 7 ans de pratique

- 1 Répondre dans un temps acceptable : les candidats attendent un feedback sur leur candidature dans un délai entre 3 et 14 jours (IFOP x YAGGO 2024)
- 2 Montrer au candidat que c'est une vraie personne qui lui répond, pas une IA : on personnalise les coordonnées de l'expéditeur, l'objet de mail, le ton et la signature
- 3 Avoir le courage de la transparence : raison du refus, points positifs, points bloquants, conseils pour s'améliorer... Bref, faire un retour honnête et détaillé
- 4 Accepter ses propres limites : répondre, c'est aussi laisser l'opportunité au candidat de débattre, parfois se rendre compte qu'on est passé à côté de quelque chose, et réintroduire une potentielle pépite dans le process
- 5 Transformer le "non" en "peut-être plus tard" : dans 3, 6 ou 12 mois les choses auront évolué, et vous aurez des candidats déjà identifiés, qualifiés et convaincus à contacter ; économies d'énergie, de temps, et d'argent !

03 Le courage du feedback, pour en faire sa force.

Il ne vous arrivera rien d'affreux si vous communiquez

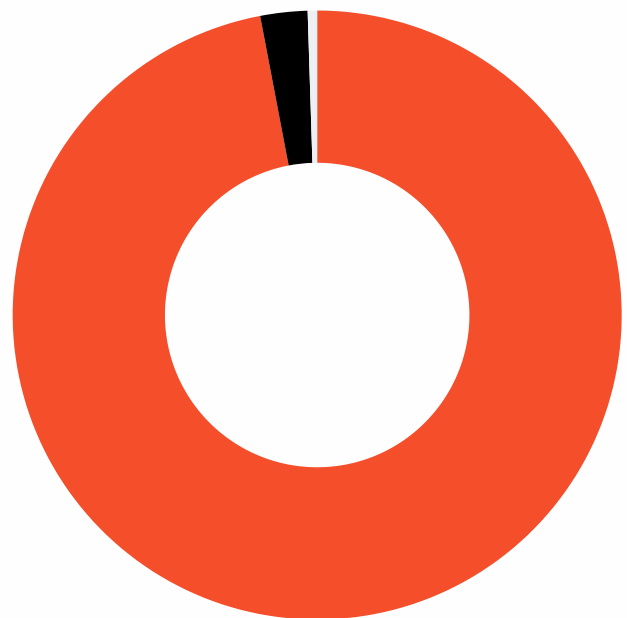
Et surtout : prendre conscience du fait que si vous avez la volonté de faire les choses bien. Il ne vous arrivera rien de mal !

Qu'appréhende-t-on le plus dans le fait de faire un retour négatif à quelqu'un ?
Sa réaction.

Qu'en est-il dans les faits ?

Sur 100% des réponses de candidats non retenus (reçues par YAGGO pour le compte de nos clients) qui prennent le temps de répondre au refus, voici les réactions :

- 97% de merci
- 2,5% de demandes de précisions / infos supplémentaires sur leur refus
- 0,5% de mécontents



“
| **Be strong, be feedback**

04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

J'ai une question pour vous :

Sur 100 profils (sourcés, venus d'eux-mêmes, cooptés...), combien n'ont pas eu le job pour lequel ils ont postulé mais sont ou seront à court terme de bons profils pour des futures offres ?

2 ? 10 ? 50 ?

Chez YAGGO, c'est notre métier de développer le lien entre l'entreprise et les candidats qualifiés pour maintenir la motivation et les remettre en face des futures offres qui leur correspondent.

En moyenne, ce sont 30% des candidats que nous engageons pour le compte de nos clients : un flux supplémentaire de candidats qualifiés, disponibles et motivés.

Là aussi, on a juste repris des principes de marketing et de relation client que nous avons appliqués au recrutement :

- Il est moins cher de fidéliser que d'attirer ;
- Il faut montrer qu'on est à l'écoute ;
- Il faut savoir ce qu'ils cherchent pour personnaliser les échanges avec les bonnes offres.

Voici, seulement pour vous, nos meilleurs conseils après 7 ans d'apprentissage :

04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

L'outil est un moyen, pas une finalité.

“ —
| **L'outil vient après la posture.**

Si vous avez décidé de créer une relation avec vos candidats pour recruter plus vite et de façon plus qualitative, faites-le avec les moyens du bord. **La seule chose qui changera est le volume de candidats que vous allez toucher et le niveau de personnalisation.**

Plus vous commencez tôt, **plus vous allez vous ancrer dans l'esprit de vos candidats et connaître leurs besoins et attentes.**

Plus vous les connaîtrez, plus vous serez pertinent et plus vous convertirez ces candidats en collaborateurs.

Pour tester la fidélisation à petite échelle, vous n'avez besoin que d'un fichier Excel et d'une adresse mail : pensez à *My Little Paris*, ils ont commencé comme ça. Ça permet de se concentrer dans un premier temps sur le contenu et la valeur apportée.

Après, quand vous voulez gérer plus de volumes et de personnalisation : certains ATS proposent une brique de CRM ou TRM : Talent Relationship Management. Et il existe des acteurs qui sont spécialisés dans l'animation de viviers de candidats : soit sous forme d'outils qui vous permettent de créer vos campagnes, soit des services qui le font pour vous (comme nous !).

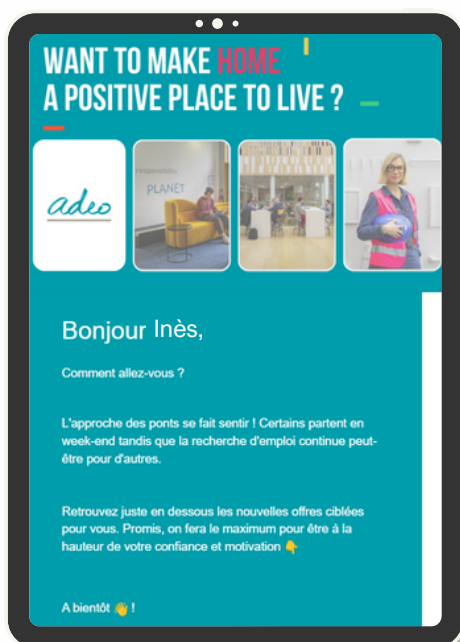
04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

Soyez un humain qui parle à un autre humain

Tout part de là.

Voici comment on met de l'humain quand on parle aux candidats mis en viviers :

- On écrit à la première personne ;
- On signe avec notre prénom et notre poste ;
- On pose des questions aux candidats/lecteurs ;
- On choisit uniquement des informations / actualités qui nous donneraient envie de rejoindre l'entreprise.



Campagne de fidélisation envoyée aux candidats d'ADEO mis en viviers

04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

Donnez à vos candidats ce qui les intéresse

Que veut un candidat en recherche ?
Un job.

Donc plus on lui facilite l'accès à son futur job, mieux c'est. C'est la segmentation.

Intégrer le lien vers votre site carrière c'est bien, mais après c'est au candidat de chercher l'offre qui lui correspond ; donc nous on lui pousse directement les offres qui vont l'intéresser :

- Le bon métier
- La bonne séniorité
- La bonne localisation

De la même façon, voici comment on choisit les contenus qu'on partage pour donner envie de rejoindre l'entreprise, avec un objectif triple : intéresser, donner envie, et permettre de se projeter :

- Des informations RSE
- Des portraits de collaborateurs
- Des présentations de métiers et de carrière
- Des innovations, nouveaux marchés...

Pour les campagnes de fidélisation mensuelles, nous avons en moyenne 50% de taux d'ouverture et 10% de taux de clic.



Les actualités partagées aux candidats de Kiloutou mis en viviers

04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

Trouvez le momentum

C'est ce qui est le plus compliqué :

Trouver le bon timing entre la disponibilité du candidat et l'offre qui lui correspond.

On a deux canaux de communication pour faire du timing une force :

- Les campagnes mensuelles : la régularité pour rester dans l'esprit et multiplier les chances de créer le bon timing.
- Les campagnes ponctuelles : on cible une partie des candidats selon nos besoins de recrutement.

Campagne ponctuelle forum écoles pour SNCF Connect & Tech: 75% d'ouverture et 19% de clics.



04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

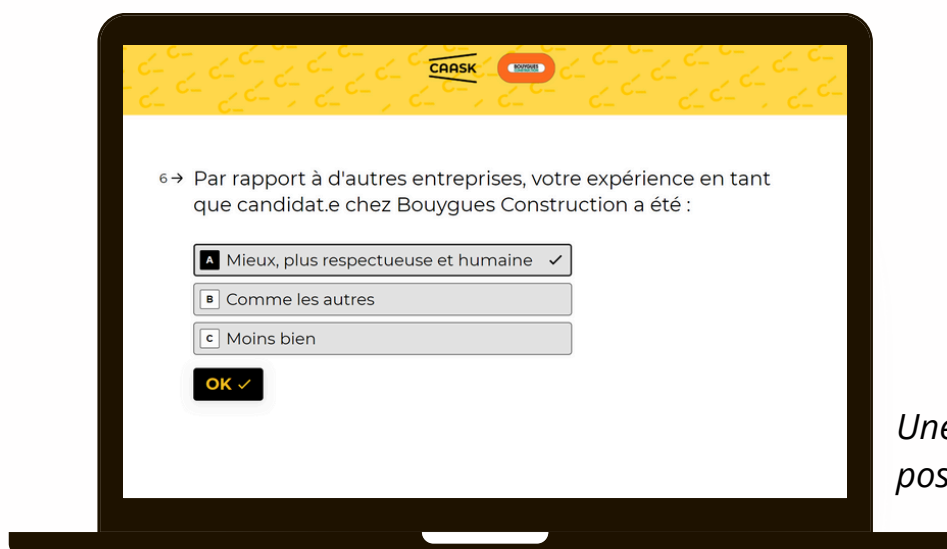
Demandez leur avis à vos candidats

Montrez à vos candidats que leur avis compte pour vous. Donnez-leur de l'importance. Écoutez-les.

Ils ont beaucoup de choses à dire donc donnez-leur un endroit pour s'exprimer (et s'ils ne sont pas contents, ce sera bien mieux de l'apprendre ici que sur les réseaux sociaux).

Voici les questions qu'on pose aux candidats :

- Une question NPS : "Recommanderiez-vous à votre entourage de postuler dans cette entreprise ?"
- Une question comparative : "Votre expérience en tant que candidat était mieux, pareil ou moins bien qu'ailleurs ?"
- 2-3 questions fermées, faciles à comprendre et précises.
- Une question ouverte et qualitative.

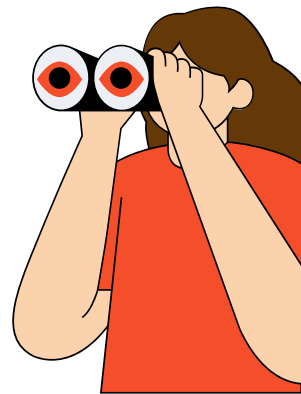


Une question comparative posée aux candidats.

04 Du contact à une relation durable grâce à la fidélisation

Et l'impact sur nos indicateurs clés alors ?

Chez nos clients, nous avons jusqu'à 30% de participation et de la matière intéressante à analyser, convertir en actions et communiquer.



Pour terminer, regardons l'impact de la fidélisation par les campagnes si on reprend nos indicateurs d'efficacité de recrutement :

- **Time to hire** : plus de candidats plus qualifiés et motivés sont mis en face des bonnes offres. Un flux qualitatif pour recruter plus vite.
- **Coût d'un recrutement** : on l'a dit ; fidéliser coûte moins cher qu'attirer des nouveaux candidats, le coût d'acquisition est dilué.
- **NPS candidat** : on maintient le contact avec les candidats, on les accompagne dans leur recherche et on leur demande leur avis. Très peu d'entreprises le font, donc le NPS grimpe.

05 Faire du recrutement un avantage concurrentiel stratégique

Par manque de temps et de moyens, les équipes de recrutement améliorent leurs parcours de recrutement de manière hachée, au détriment de l'expérience globale. En rebouchant à un endroit, on crée une fuite ailleurs et le résultat final ne change pas.

On a voulu dans ce guide prendre un peu de hauteur sur tout le parcours et voir le recrutement comme un cercle vertueux, qui facilitera votre vie.

Que vous le fassiez vous-même ou que vous le fassiez faire par des experts, faites de votre stratégie de recrutement un avantage concurrentiel puissant : identifiez vos cibles au plus précis, proposez une approche ultra-personnalisée puis entretenez la relation dans le temps grâce à la segmentation et la régularité.

Dans ce contexte, l'IA vient en support pour apporter plus de contenus aux candidats et enrichir la relation, mais pas en remplacement de l'humain. Cette hiérarchisation indispensable permet de renforcer l'avantage concurrentiel. L'inverse l'affaiblira.

Et avec des chiffres que vous maîtrisez, fiables, suivis, et transparents, vous vous sentirez armés et légitimes pour vous asseoir à la table de la stratégie dans votre entreprise.



TheWhiteRabbit

TheWhiteRabbit est une agence de sourcing spécialisée sur les recrutements stratégiques / complexes et l'anticipation des métiers de demain.

Vous cherchez à recruter des profils ultra sollicités, des compétences pénuriques, des trajectoires professionnelles non-linéaires ?

Votre entreprise traverse un pic de croissance accompagné d'un volume de recrutements conséquent et vous ne voulez pas transiger sur la qualité du processus ?

TheWhiteRabbit se place aux côtés de votre équipe de recrutement interne et de vos Hiring Managers dans un souci d'efficacité opérationnelle immédiate et d'effet de levier sur le long terme : nous vous trouvons 4 candidats ultra-ciblés et ultra-motivés en un temps record, et nous vous construisons un pipeline de futurs candidats qualifiés prêts à être nurturés.

Parce que vous n'avez plus le temps d'être partout à la fois, nous assurons une prestation "haute couture" pour vous trouver les meilleurs talents, leur donner l'envie de vous rejoindre et mettre en place un cercle vertueux autour de votre stratégie de recrutement.

[Prendre rendez-vous](#)



+33 6 50 54 99 06



natacha@twrsourcing.com



France / Suisse romande
www.twrsourcing.com

YAGGO

Depuis 2017, YAGGO est le spécialiste de la Relation Candidat pour attirer plus de candidats qualifiés et motivés.

Nos experts interviennent à deux moments cruciaux de votre relation avec vos candidats quand vous n'avez pas le temps ni les bons outils pour le faire vous-même à grande échelle :

1. Juste après la candidature

On regarde TOUTES les candidatures et on envoie des réponses personnalisées avec des conseils, pour ne pas passer à côté de bons profils et transformer tous vos candidats en ambassadeurs. Le NPS candidat passe à + de 60.

2. Dans la durée

On anime des viviers de candidats qualifiés qu'on va remettre en face de vos nouvelles offres. 20% des embauchés de nos clients viennent de ces viviers.

[Demander une démo](#)



+33 6 88 52 00 35



mpenet@yaggo.co



17 rue de Cléry - Paris, France