

Recrutez efficacement via Internet et les réseaux sociaux



Friands d'Internet, les jeunes sont très actifs sur la toile (1^{er} média le plus utilisé, avant la télé, la radio et les journaux). De plus en plus d'entreprises ont vu le filon et rivalisent d'ingéniosité pour attirer l'attention de nouveaux candidats potentiels pour combler de nombreux postes avec succès.

En cette époque de pénurie de main-d'œuvre où les candidats ont le gros bout du bâton, les chercheurs d'emploi désirent obtenir le maximum d'information de sources variées sur votre organisation avant de décider de rejoindre vos rangs. Sans être la référence numéro un lorsque vient le temps de se magasiner un emploi (les références des amis étant la source d'information la plus influente), il est clair qu'Internet est devenu un incontournable pour tous les chercheurs d'emploi. À titre d'entreprise à la recherche de nouveaux talents, vous devez donc non seulement être présent sur la toile, mais aussi vous démarquer des autres.

Imaginez maintenant un employé insatisfait qui pense ceci de son expérience de travail chez vous: «Aucune flexibilité pour les familles, aucune possibilité d'avancement, aucune marque de reconnaissance du patron...» Imaginez maintenant qu'il ait la possibilité de partager son point de vue avec des milliers de candidats potentiels pour votre organisation. C'est exactement ce qui se passe actuellement sur Internet avec la popularité croissante de nombreux réseaux sociaux tels que YouTube et Facebook, ainsi que certains sites spécialisés dans l'évaluation des employeurs tels que www.ratemyemployer.ca et www.glassdoor.com.

Effectuez une vigie en saisissant le nom de votre organisation sur les différents moteurs de recherche ainsi que sur www.socialmention.com et créez une alerte Google afin d'être avisé automatiquement dès qu'une information concernant votre organisation ou votre secteur d'activité est publiée.

Un site Internet OUT

Un site web où il n'y a pas d'onglet Carrière sur la page d'accueil.

Une section carrière qui se limite à présenter bêtement une liste d'emplois disponibles par emplacement ou par région avec les fonctions et les exigences. En effet, ce n'est pas le travail en tant que tel qui intéresse les candidats, mais ce qu'ils vont en retirer. C'est donc cette dernière information qui est à prioriser.

Des arguments tellement utilisés qu'ils ne veulent plus rien dire: «équipe dynamique», «défis intéressants», «salaire et avantages concurrentiels»...

Un site Internet IN

Des témoignages écrits ou vidéo de véritables employés qui expliquent pourquoi ils sont heureux chez vous.

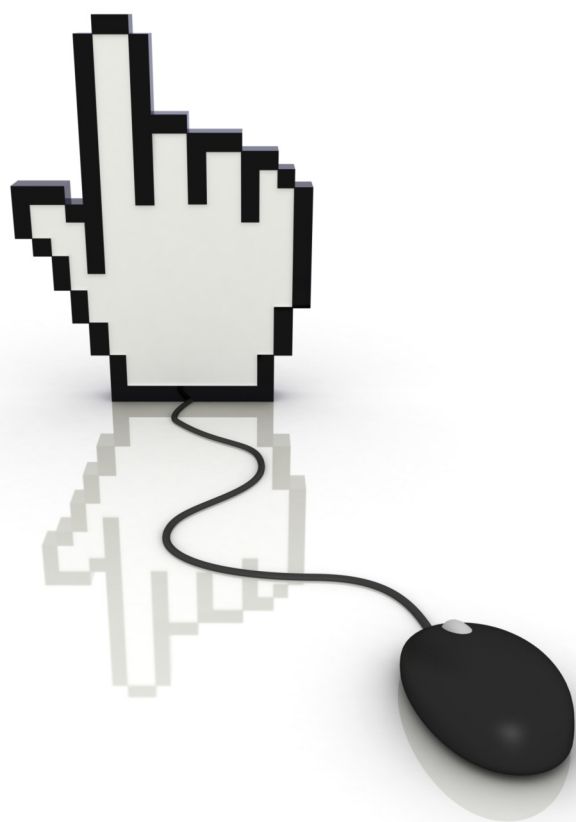
Des photos qui nous montrent vos employés en train de vivre ce qui vous différencie des autres (ex.: photos du dernier événement social pour illustrer l'esprit d'équipe, photos d'employés durant un rush pour illustrer la collaboration, photos de la journée de bénévolat pour mettre en évidence l'une des valeurs de votre entreprise ou photos d'un groupe d'employés lors de leur week-end récompense pour avoir atteint les résultats visés).

Un peu d'humour et de dérision (faites preuve d'authenticité).

Tout comme les responsables du marketing et des communications s'assurent de l'image de marque de l'entreprise qui est véhiculée sur Internet, les gestionnaires doivent effectuer une vigie efficace de l'image de marque à titre d'employeur. Que vous choisissiez de mandater une entreprise spécialisée qui offre ce service pour faire une vigie efficace de votre image de marque d'employeur ou que vous le fassiez vous-même, gardez en tête que vous pouvez le faire de manière non seulement réactive, mais aussi proactive. Ainsi, plutôt que de seulement réagir à des commentaires déjà émis par d'autres, vous pourriez également lancer vous-même une discussion dans un forum en demandant des exemples d'employeurs intéressants dans votre secteur d'activité afin d'ouvrir la porte à la possibilité de positionner favorablement votre entreprise.

Bien sûr, on peut douter avec raison de la crédibilité de commentaires émis sous le couvert de l'anonymat dans Internet, mais l'information est là et il vous faut composer avec. Avant que le phénomène ne se répande davantage, je vous invite à procéder à l'évaluation des forces et des faiblesses de votre entreprise sur le plan des ressources humaines et à faire les ajustements nécessaires.

Selon Socialnomics.net, 96% des jeunes de la génération Y (20-35 ans) sont inscrits à un réseau social (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube...).



Stéphane Simard est diplômé en administration des affaires et en enseignement. Conférencier international et auteur de quatre ouvrages, Stéphane est régulièrement invité à intervenir auprès des organisations afin de les aider à mobiliser davantage leur personnel. Contactez-le pour profiter d'une réduction de 50% sur les services de sondages personnalisés et de focus group en entreprise (www.StephaneSimard.com).

Par où commencer ?

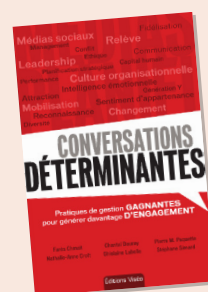
Cernez d'abord les deux ou trois éléments qui distinguent vraiment votre établissement des autres employeurs concurrents. Soyez honnête et authentique. La clé, ce n'est pas d'essayer de plaire à tout le monde, mais de vous présenter tel que vous êtes vraiment.

Ensuite, évitez de vous éparpiller. La deuxième clé du succès, ce n'est pas d'être sur tous les médias sociaux, mais d'être actif. Il est donc préférable de concentrer votre présence sur une plate-forme. Pour savoir laquelle choisir, demandez simplement à vos employés sur quels forums, blogues ou réseaux sociaux ils sont le plus actifs. En fixant vous-même quelques lignes directrices, vous pourriez même confier la responsabilité à quelques-uns de vos employés de prendre en charge votre visibilité sur le site ciblé.

Utilisez la force des réseaux de vos employés. Le recrutement par les employés est de plus en plus utilisé avec succès dans beaucoup d'entreprises avec raison : qui voudrait recommander quelqu'un avec qui on n'aurait pas d'affinités ou qui pourrait nuire à sa réputation ? Vous pourriez décider d'ajouter un incitatif monétaire pour motiver davantage vos recruteurs internes.

À titre de gestionnaire, vous ne pouvez plus négliger l'importance d'une présence soutenue sur la toile. C'est ainsi que vous arriverez à bâtir une relation avec une communauté d'adeptes, qu'ils soient à la recherche d'emplois ou non pour l'instant, et qui penseront à poser leur candidature chez vous ou à recommander un de leurs amis lorsque le moment sera opportun. ■

Visitez www.StephaneSimard.com pour visionner une capsule qui résume les avantages du recrutement 2.0.



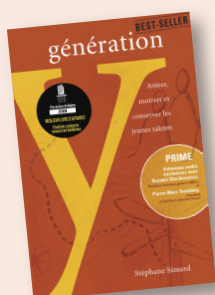
Conversations déterminantes

6 experts partagent leurs pratiques gagnantes en gestion du capital humain pour générer davantage d'engagement. Leadership, relève, culture organisationnelle, médias sociaux, planification stratégie, mobilisation et autres thèmes chauds de l'heure sont abordés.



Le générateur d'engagement

52 citations inspirantes, 52 pistes concrètes à explorer pour motiver vos employés et 52 formes de reconnaissance au quotidien. Format pratique semblable à un calendrier en forme de tente avec reliure spirale qui se dépose facilement sur le bureau.



Génération Y

Profitez de l'expérience de gestionnaires d'entreprises récipiendaires de prix d'excellence en gestion des ressources humaines et voyez ce qu'ils font pour se démarquer et attiser l'envie dévorante de se dépasser chez leurs employés de la génération Y.



Les patrons sont-ils tous des menteurs ?

Dans un style pragmatique et avec humour, Stéphane propose des pratiques génératrices d'engagement concrètes pour répondre aux nouvelles attentes des travailleurs et redonner un sens au travail. Aussi offert en livre-audio (3 CD).