

# Talent Scouting

Raf Vanzeer

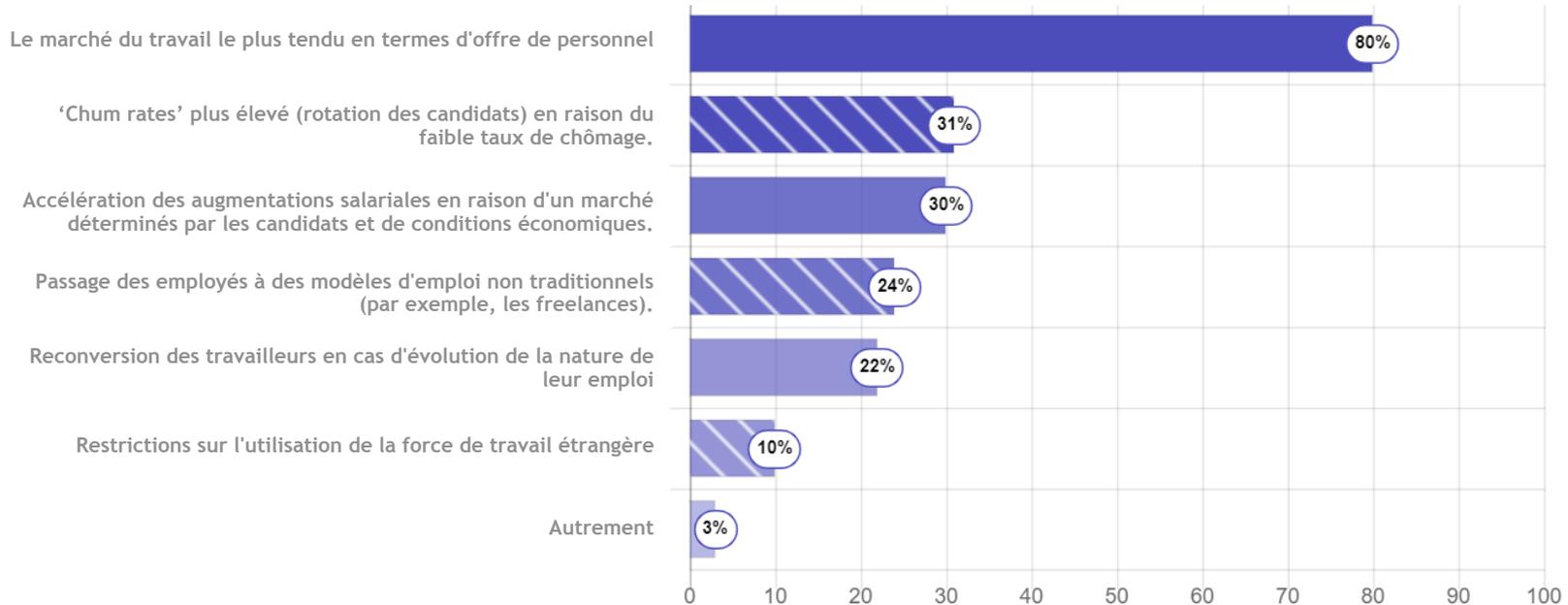


# Contenu

1. Talent Scouts: Introduction
2. « Talent Sourcing » Stratégies
  - Candidate Persona
  - Engagement des Candidats
  - Marque Employeur
  - Canaux de Recrutement
  - Restez Agile
3. Parcours du Candidat
4. Générations
5. Technologies de Recrutement
6. GDPR

# Défis Secteur de Recrutement

Quels sont les principaux défis du secteur du recrutement en matière de placement de candidats au cours des 3 à 5 prochaines années ?



# Talent-Scouts: Introduction



# Talent Scouts: C'est quoi?



- Un 'talent scout' est plus qu'un recruteur ordinaire. Il a la capacité à repérer les "**rising stars**".
- La définition d'un découvreur de talents met davantage l'accent sur la **découverte du potentiel** évident ou caché d'un candidat, sur son développement futur plutôt que sur les seules aptitudes et compétences qu'il a déjà démontrées.
- Cela signifie que les techniques et les stratégies d'évaluation impliquent également la culture et l'entretien du potentiel, ce qui va un **peu plus loin que le recrutement ordinaire**.
- Analogie: Un talent scout est un observateur sportif travaillant pour un club qui a pour mission de repérer de **nouveaux talents ou hauts potentiels**.

# Sortes de Talent-Scouts

## Poor

Ne voit pas des talents

## Picker

Concentre sur les aspects négatifs et ignore les vigueurs

## Performance

Concentre sur les performances actuelles

## Projector

Vue ce qu'une personne peut faire dans 2-3 ans

# Exercice

Qu'est ce que c'est important pour être un talent-scout réussi selon toi?



# Talent Scouts Réussis

## CONSEIL #1 RECRUTE POUR L'AVENIR



# Talent Scouts Réussis

## CONSEIL #2 TROUVE UNE CORRESPONDANCE CULTURELLE



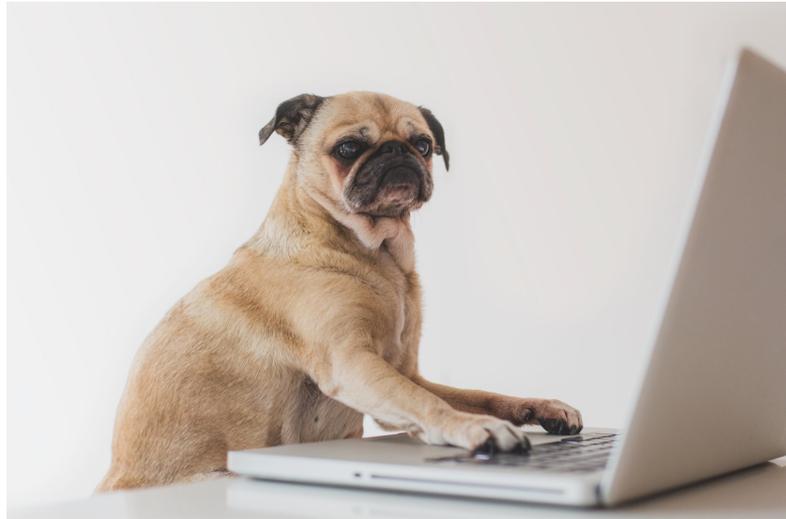
# Talent Scouts Réussis

## CONSEIL #3 CONTINUE A DÉVELOPPER DES RÉSEAUX



# Talent Scouts Réussis

**CONSEIL #4 RECRUTE À BASE DE PERSONALITÉ. FORME DES COMPÉTENCES NÉCESSAIRES**



# Talent Scouts Réussis

**CONSEIL #5 PARTAGE VOS 'SECRETS' AVEC TOUT LE MONDE QUI EST IMPLIQUÉ DANS LE RECRUTEMENT**



# “Talent Sourcing” Stratégies



# TALENT SOURCING...

... Est le chercher et **recruter** et **engager**  
**proactivement** des candidats passifs et actifs qui n'ont pas  
encore postuler un poste spécifique.

## SOURCING STRATÉGIE...

...Se réfère à tous les **activités** qui s'adressent à **attirer** et identifier des candidats appropriés.

# SOURCING STRATEGY

**91%**  
**of employers**

have problems finding and/or recruiting qualified, skilled professionals.



**65%**  
**of employers**

have problems finding talent to recruit. If they have a sourcing strategy, it is not working.

**48%**  
of orgs saw what they perceive as notable improvements in their CPH due to social recruiting efforts.

**31%**  
of orgs do not currently have resources allotted for social recruiting.

**215%**  
Companies with a formal social strategy are 215% more likely to see a significant impact in their ability to attract more talent.



**87%**  
of best practices in social talent acquisition are learned through ad-hoc trial-and-error.

*What social recruiting objectives take up our "head space?"*

## THINKING THROUGH STRATEGIC TALENT ACQUISITION

#### 1. Direct Sourcing

ATS/CRM  
Referrals  
Talent Communities  
Job boards  
LinkedIn Recruiter  
People Aggregators

#### 2. Search terms

Relevant keywords  
Relevant job titles  
Professional associations/societies  
Target Organisations  
Competitors  
Location

#### 3. Tools

Boolean string generator  
Google Chrome Extensions  
Custom Google search engine  
Alternative search engines  
Meta search engines  
Dark web search engines

#### 4. Social Sourcing

LinkedIn  
Twitter  
Facebook  
Google+  
YouTube  
Pinterest  
Instagram  
International social networks

#### 5. Additional Searches

Search Instant Messengers  
Search Cloud Documents  
Document searches  
Google image search  
Online auction/retail sites  
Dating sites  
Video sites  
Blogs

#### 6. Forums/Hangouts

LinkedIn groups  
Social forums/networks  
Communities  
Professional Memberships  
Associations  
Portfolio  
Journals  
Patents

#### 7. Lists/Name Generation

Conference attendee lists  
Key note speakers  
Events/Summits  
Whitepapers  
Presentation slides  
Company directories  
Organisation charts  
Phone Sourcing

#### 8. Contact Details

Boolean for search emails  
Email generator  
Phone Directories  
Google Chrome extensions



**ALLEGIS**  
GLOBAL SOLUTIONS

## Daily Sourcing Activity / Output Calculator **Per Sourcer/Recruiter**

# Resumes, social profiles, names, etc., sourced <b>DAILY</b>	40	Enter the number of people each sourcer/recruiter can consistently ID & contact per day
% Response Rate	25%	Set your %
# Candidates Engaged <b>DAILY</b>	10.0	
% QIA (Qualified, Interested, Available)	20%	Set your %
# Candidates Submitted for Consideration <b>DAILY</b>	2.0	
# Candidates Submitted for Consideration <b>WEEKLY</b>	10.0	
# Candidates Submitted for Consideration <b>MONTHLY*</b>	40.0	Monthly Sub:Hire <b>6.3 : 1</b>
% Selected to Interview	50%	Set your %
# Resulting Interviews Affected per <b>DAY</b>	1.0	
# Resulting Interviews Affected per <b>WEEK</b>	5.0	
# Resulting Interviews Affected per <b>MONTH*</b>	20.0	Monthly Int:Hire <b>3.1 : 1</b>
% Offer Extended	40%	Set your %
% Offer Acceptance	80%	Set your %
Estimated # Hires Affected Each <b>DAY</b>	0.32	
Estimated # Hires Affected Each <b>WEEK</b>	1.6	
Estimated # Hires Affected Each <b>MONTH*</b>	6.4	

\*assumes 20 working days/month

## Size of Sourcing/Recruiting Team Required to Achieve Monthly Hiring Goals

Target # of Hires/Month	25	Enter your target monthly hires
Target # Sourcers/Recruiters Required	4	(I rounded up to the nearest whole person, but you could make it fractional if you can leverage part-time resources)

# Talent Sourcing Stratégies

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce-que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

# Candidate Persona

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

## CANDIDATE PERSONA...

...Est le dessiner d'un **personnage fictif** qui représente le candidat parfait pour un emploi. Ceci est utilisé pour comprendre le candidat idéal à cœur.

# Candidate Persona

<b>BIO</b>  <b>Who is your candidate persona?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Age</li> <li>• Position</li> <li>• Title</li> <li>• Salary</li> <li>• Location</li> <li>• Education</li> <li>• Experience</li> <li>• Social background</li> </ul>	<b>GOALS</b>  <b>Reasons to change jobs?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Life goals</li> <li>• Career inspirations</li> </ul>	<b>JOB SEARCH BEHAVIOR</b>  <b>How do they look for jobs?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Active or passive</li> <li>• Mobile, desktop, friends and family...</li> </ul>	<b>PERSONALITY</b>  <b>What are their main personality traits?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What would their psychometric analysis show?</li> </ul>	<b>MOTIVATION</b>  <b>What motivates them?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Firm's reputation</li> <li>• Mission &amp; vision</li> <li>• Values and norms</li> <li>• Organizational culture</li> <li>• Pay &amp; benefits</li> <li>• Projects &amp; innovations</li> <li>• Work environment</li> <li>• Learning &amp; education</li> <li>• Colleagues and managers</li> </ul>
	<b>FRUSTRATIONS</b>  <b>What frustrates them?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Why do they want to change jobs?</li> <li>• Barriers to change current jobs</li> </ul>	<b>CHANNELS</b>  <b>Where do they look for jobs?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Media, referrals, job boards, career sites...</li> </ul>	<b>SKILLS</b>  <b>Their primary skills &amp; attributes?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Area in which they have most knowledge and experience</li> </ul>	
<b>INFLUENCERS</b>  <b>Who influences their decision?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Family &amp; friends</li> <li>• Partners</li> <li>• Current employer and colleagues</li> <li>• HR managers, recruiters, CEOs</li> <li>• Future employee and future colleagues</li> </ul>		<b>CONTENT &amp; RESOURCES</b>  <b>Which and who's information will they trust?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Job ads on job boards</li> <li>• Social Media jobs and posts</li> <li>• Corporate sites and career sites</li> <li>• Current employees and leaders</li> <li>• Talent networking events</li> </ul>		

# Exercise: Candidate Persona

<b>BIO</b> 	<b>GOALS</b> 	<b>JOB SEARCH BEHAVIOR</b> 	<b>PERSONALITY</b> 	<b>MOTIVATION</b> 
	<b>FRUSTRATIONS</b> 	<b>CHANNELS</b> 	<b>SKILLS</b> 	
<b>INFLUENCERS</b> 		<b>CONTENT &amp; RESOURCES</b> 		

# CANDIDATE PROFILING

The most important step in the recruiting process, and most overlooked too.

Without a blueprint for the "ideal candidate," **95% of employers post a job description** instead of describing who they want to attract.



## Engagement des candidats

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

# ENGAGEMENT DES CANDIDATS...

...Est le processus et le mesure de la **communication** continue avec les candidats (potentiels) par des messages, des emails ou face à face.

# Engagement des Candidats

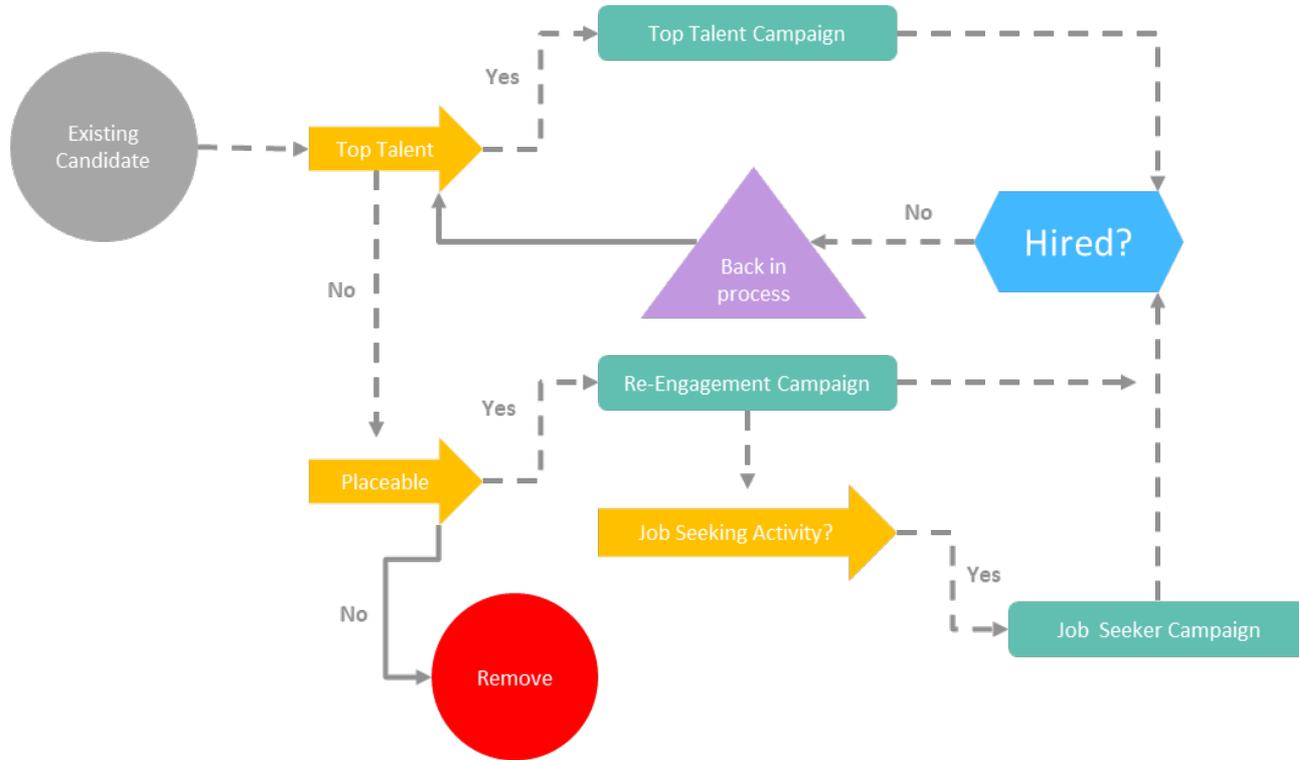
## Contient 3 domaines fonctionnels:

- **Gens** – Qui est responsable pour le processus concernant l’engagement des candidats? Qui est le public cible?
- **Processus** - Comment nous voudrions engager des candidats est qu’est ce que est notre stratégie?
- **Technologie** - Quels outils technologiques nous allons utiliser pour implémenter, exécuter et mesurer ceci?

## Problèmes Communs:

- Un formulaire de candidature trop long
- Pas d'email de confirmation
- Processus de recrutement trop long
- Pas possible de contacter le recruteur
- Pas informé quand le poste est rempli
- Pas des mises à jour concernant la candidature

# Example - Stratégie d'Engagement



# Exercice

Qu'est ce que c'est important quand rédiger un message pour des prospects?



# Ecrire un message pour des prospects

1. Faites d'exploration (expérience professionnelle, ambitions professionnelles, compétences,...)
2. Le sujet de message (court, clair, personnel, sans spam, connections communes)
3. Créer des messages qui étalent à une manière positive
4. Personnalisez votre message
5. Vérifiez le ton
6. Expliquez les activités d'organisation brièvement
7. Soyez bref, simple et clair
8. Informez les candidats ce que sont les avantages pour eux (WIIFM)
9. Le but le plus important est mettre en place un rendez-vous ou une conversation téléphonique
10. Incorporez un 'call to action' pour augmenter la chance de recevoir une réaction (exemple: Quelle est la manière préférée de connecter? Si vous voulez, je voudrais bien prendre un café avec vous.)
11. Ajoutez une signature claire avec votre nom, coordonnées,...
12. Suivez le progrès

## Marque Employeur

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

# MARQUE EMPLOYEUR...

...La façon sur laquelle un employeur se **profile** comme marque

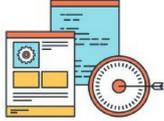
# Importance de Marque Employeur

**75%** des candidats font de recherche concernant la réputation et la marque employeur avant postuler un poste.

**83%** des employeurs dîtes que la marque employeur joue un rôle notable dans leur pouvoirs de recruter des talents.

**69%** des candidats n'accepteraient pas un poste dans une organisation avec une mauvaise image, même en cas qu'ils n'ont pas un emploi à ce moment.

# Les 5 marches de votre stratégie marque employeur



## 1. Fixez vos objectives

- Avoir plus des candidats, attirer des talents, réduire les coûts et la temps pour recruter



## 2. Identifiez vos candidate persona

- Identifiez les caractéristiques du candidat parfait pour le poste



## 3. Définissez l' « Employee Value Proposition (EVP) »

- Qu'est ce que vos employés actuels apprécient chez leur employeur?



## 4. Définissez les canaux et les points de contact

- Ou et comment promouvrez-vous la marque?



## 5. Mesurez les résultats

- Mesurez les résultats de la stratégie et des efforts et adaptez ou c'est nécessaire.

# Canaux pour promouvoir votre marque employeur



- Médias sociaux
- Site web d'organisation
- Employés actuels
- Evénements locaux
- Recrutement entrant
- Vacances
- “Candidate Relationship Management”
- Candidatures

# Marque Employeur

## Employee Value Proposition (The Deal)

Un accord unique et différencié avec des candidats et employés



## Employee Experience (The Reality)

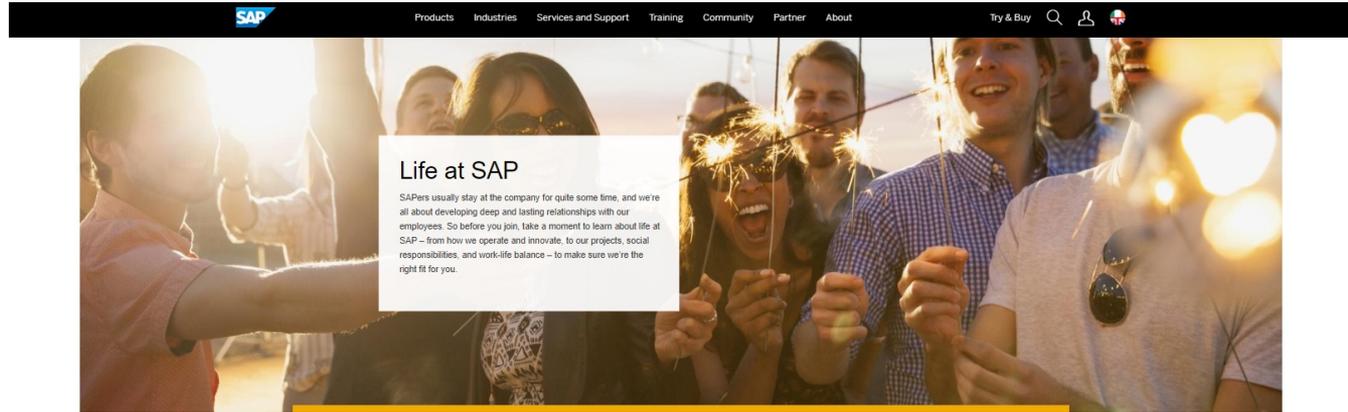
Eprouver la promesse dans l'expérience quotidienne des employés (vitaliser la mission, vision et attitude d'organisation)



## Employer Brand Strength (The Result)

- Attirer des candidats appropriés
- Engagement et rétention des employés
- Motivation des employés
- Différenciation des concurrents

# Example: Marque Employeur



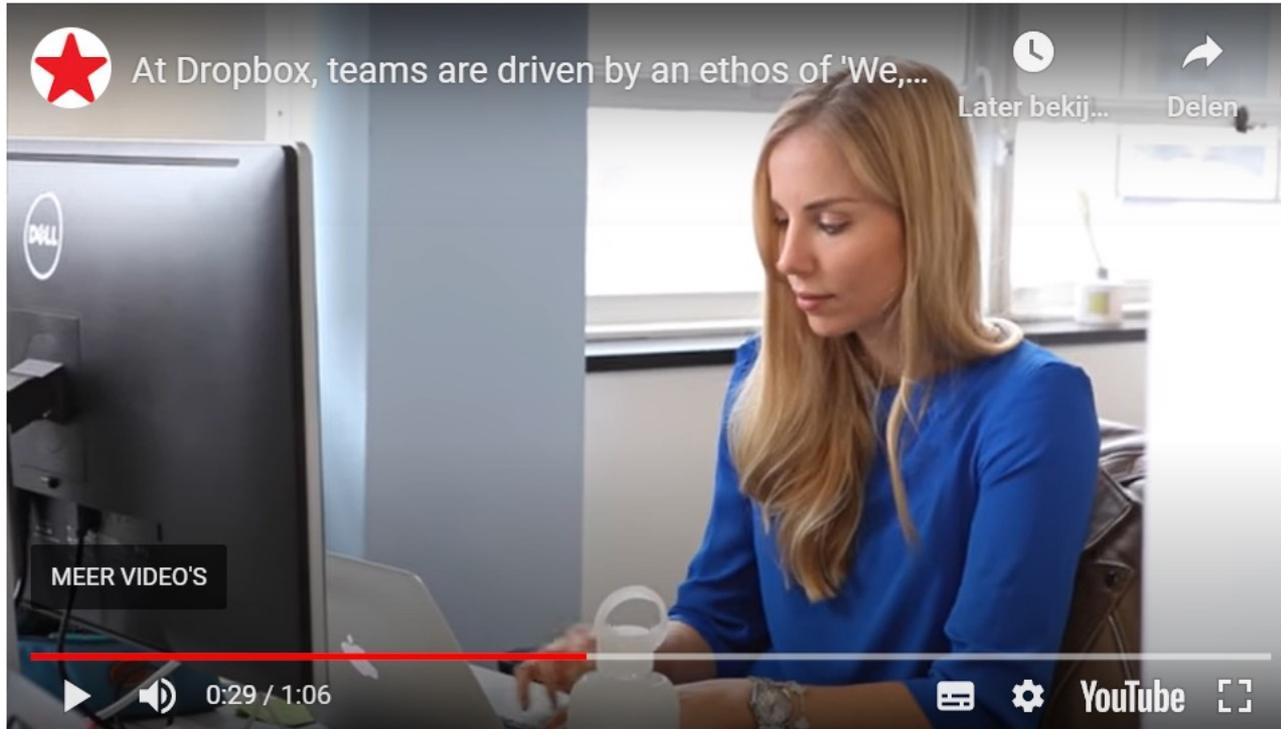
Success is what you make it, and at SAP  
we'll help you make it your own

At SAP, we know that success means different things to different people: from climbing the leadership ladder to striking the perfect work-life balance and everything in between. So we go to great lengths to ensure you have every opportunity to succeed in your own way. But no matter how you define success, collaboration will be a big part of your life at SAP. More than 96,000 of us flourish in an environment that encourages open, free expression of ideas. Work alongside other creative thinkers from many different backgrounds – and collaborate to help the world run better and improve people's lives.

Bring Everything  
You Are. Become



# Example: Marque Employeur



## Example: Marque Employeur



News 05-02-20

Pour la huitième année consécutive, AG Insurance se voit décerner le titre de « Top Employer Belgique ». AG fait partie des 73 meilleurs employeurs

# Exercice

Quelles organisations ont une marque employeur forte selon toi? Et pourquoi?



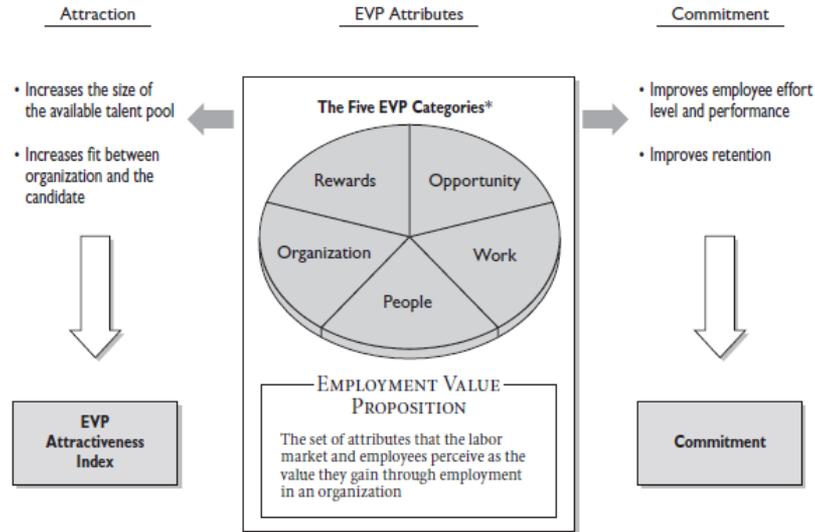
# EMPLOYEE VALUE PROPOSITION...

...Tous les **avantages** que le marché d'emploi et les employés voient en échange de travailler pour l'organisation..

# Employee Value Proposition

## THE EMPLOYMENT VALUE PROPOSITION— A KEY TO ATTRACTION AND COMMITMENT

*The Employment Value Proposition (EVP) drives attraction and commitment in the labor market*



# EVP – “What’s in it for me?”

## Compensation

- Salaire
- Augmentation de salaire
- Bonus
- Congés
- Assurances
- Pension
- Voiture

## Opportunités

- Promotion
- Education
- Coaching
- Développement personnel
- Evaluation et feedback

## Organisation

- Comprendre les objectifs et les plans de l'entreprise
- Produit ou service
- Réputation
- Diversité
- Responsabilité sociale
- Responsabilité environnementale
- Éthique
- Industrie
- Position sur le marché
- Taille de l'organisation
- Investissements dans la technologie

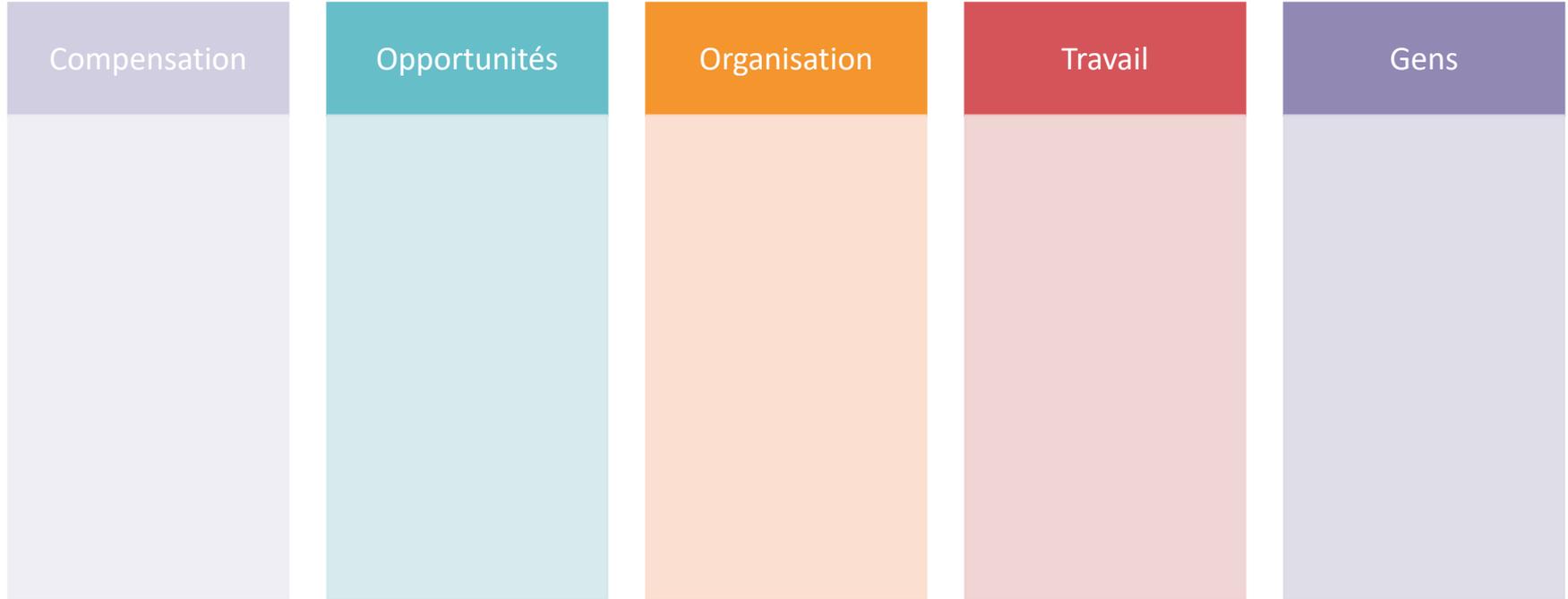
## Travail

- Reconnaissance
- Équilibre entre vie professionnelle et vie privée
- Impact de l'emploi
- Intérêts versus contenu de l'emploi
- Innovation
- Défis
- Voyages d'affaires

## Gens

- La qualité des employés
- La qualité et l'accessibilité des leaders et des managers
- Coopération et esprit d'équipe
- Contacts sociaux

## Exercice: EVP



# Example: Employee Value Proposition

A collage-style graphic for Nestlé's Employee Value Proposition. It features the Nestlé logo and the slogan "Good Food, Good Life" in the upper left. The central text reads "There's more to life at Nestlé" in a blue and white color scheme. The background is a soft-focus green and white, with numerous small, overlapping photographs of diverse employees in various work settings, including a scientist in a lab coat, a woman in a business suit, and a man in a white lab coat. The overall aesthetic is clean, professional, and human-centric.

Nestlé  
Good Food, Good Life

There's more to life at Nestlé

"As the leading nutrition, health and wellness company, we are committed to enhancing people's lives, everywhere, every day. We strive to make our brands tastier and healthier choices that help consumers care for themselves and their families, thus earning their trust and recommendations to others. Delivering on this commitment enables us to create long-term sustainable value for our consumers and customers, for our communities, for our shareholders and for our employees.

Enhancing lives will shape everything we do together. The impact that you have locally has the potential to be felt internationally; the ideas that you bring to life today could shape our future. At Nestlé you have the support, structure and encouragement to achieve true fulfilment by combining the intellectual, the emotional, the personal and the social. And you can enjoy the challenge of new experiences and opportunities while making a lasting impact.

Excelling in this environment means sharing our sense of responsibility for the lives we influence and improve. You will take ownership for your future, remaining open to new perspectives and sharing our commitment to exceptional performance and to quality in everything we do. Your passion and pride will continue to make Nestlé the global leader in nutrition, health and wellness, enhancing lives all over the world."

# Employee Value Proposition

Est-ce que vous savez qu'un EVP attrayant:

- ✓ Réduit les primes des nouvelles recrutements avec 50%
- ✓ Permet de recruter plus profond dans le marché d'emploi puisque vous devenez attirant pour des candidats passifs.
- ✓ Renforce l'engagement des nouvelles recrutements avec 29%.
- ✓ Est adapté à des cultures et générations différentes.

## EXPÉRIENCE DU CANDIDAT...

... est la **perception** d'un postulant concernant un employeur, à base de l'interaction pendant le processus de recrutement complet.

# Expérience du candidat



## Canaux de Recrutement

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

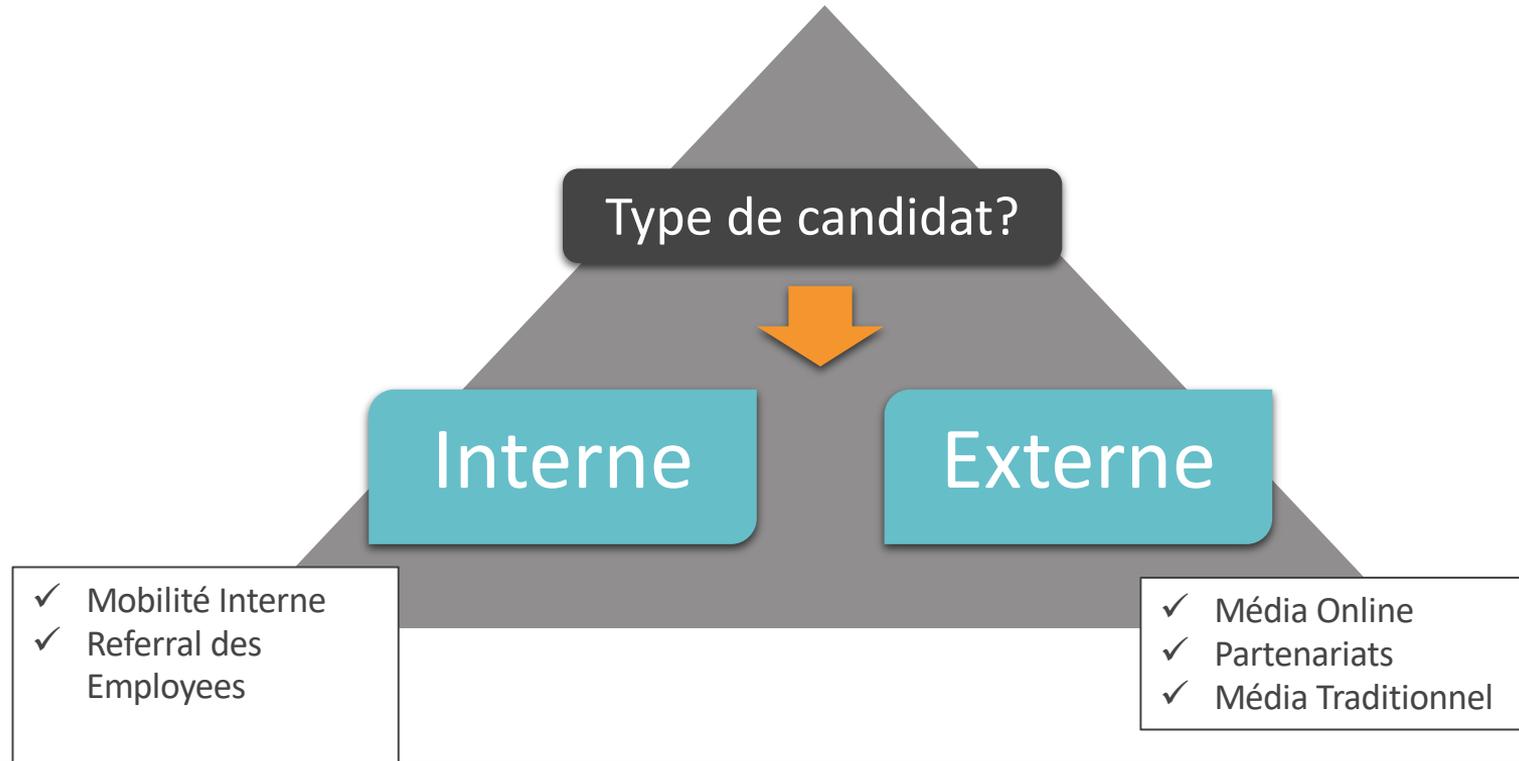
Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

# Canaux de Recrutement



# Canaux de Recrutement



## OMNISCANAL...

...Est une **utilisation** de recrutement dans laquelle des canaux multiples sont utilisés en même temps pour attirer des candidats dans leur recherche à un emploi.

# Réseaux Sociaux



in

- La variante actuelle d'un résumé traditionnel
- La place parfaite pour chercher des candidats et leurs expériences et éducations
- Mentionne des endossements, des recommandations et des éléments pas lié au travail



Twitter bird icon

- Tweets peuvent donner une bonne impression des intérêts d'un candidat (Exemple: sport, nourriture ou politique)



f

- Insiste sur l'aspect social des réseaux sociaux
- Aide de savoir plus concernant les intérêts personnels des candidats
- Forme une image des activités privées et des hobbies



Instagram camera icon

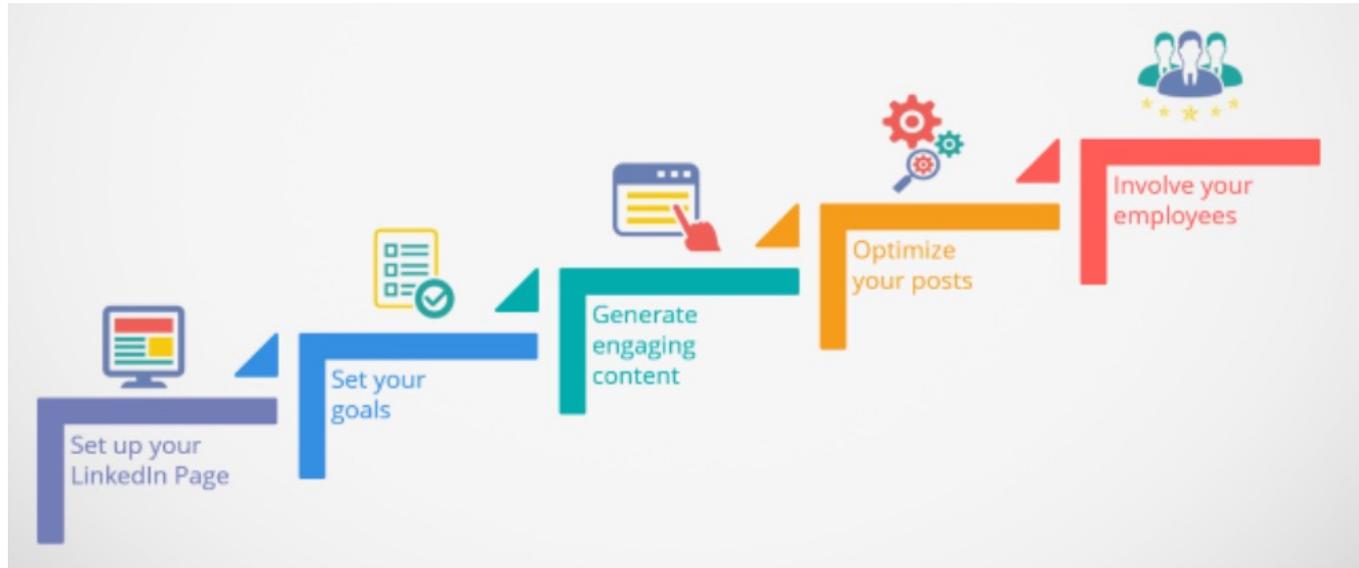
- Plateforme pratique de découvrir plus des candidats potentiels
- Instagram est personnel, très social et expressif, afin de découvrir vite les aspects créatifs et intérêts culturels des candidats

# Utiliser LinkedIn

- Utiliser surtout pour **les employés** (pas ouvriers)
- 6 sur 10 utilisateurs: des **candidats passifs** = ne cherchent pas d'emploi nouveau, mais accepteraient un bon offre
- Pour le **recrutement interne**: Lier LinkedIn aux données internes
- **Benchmarking**: LinkedIn en combinaison avec par exemple Glassdoor (Employés et candidats peuvent juger des entreprises anonyme)
- LinkedIn veut modeler le marche d'emploi plus souple: combler le fossé entre les capacités qu'on cherche et lesquelles les employeurs cherchent, entre la place ou des emplois sont offert et ou des personnes vivent.

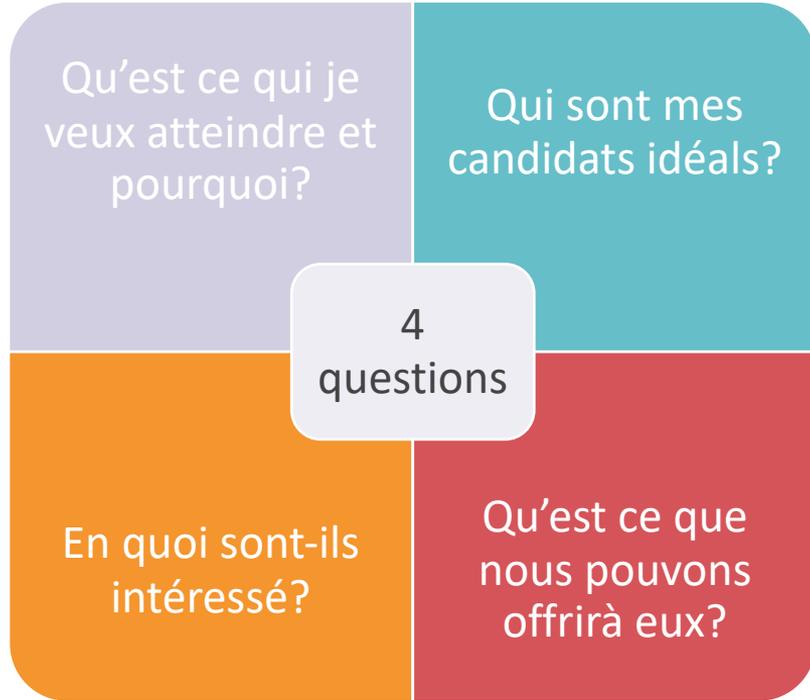
# Optimaliser LinkedIn Page Entreprise

- 5 étapes pour créer une LinkedIn Page Entreprise excellente



# LinkedIn: Fixer des objectifs

Aligner **les objectifs** de LinkedIn avec la stratégie de la marque employeur.



# LinkedIn: Créer de contenu attrayant

## 1.) Mettrez des membres d'équipe en lumière

- Créer des témoignages avec les employés passionnés par poster des vidéos, photos ou citations des employés.

## 2.) Montrez votre culture d'organisation

- Placer des photos et vidéos dans les coulisses qui montrent la culture d'organisation et la vie économique quotidienne.

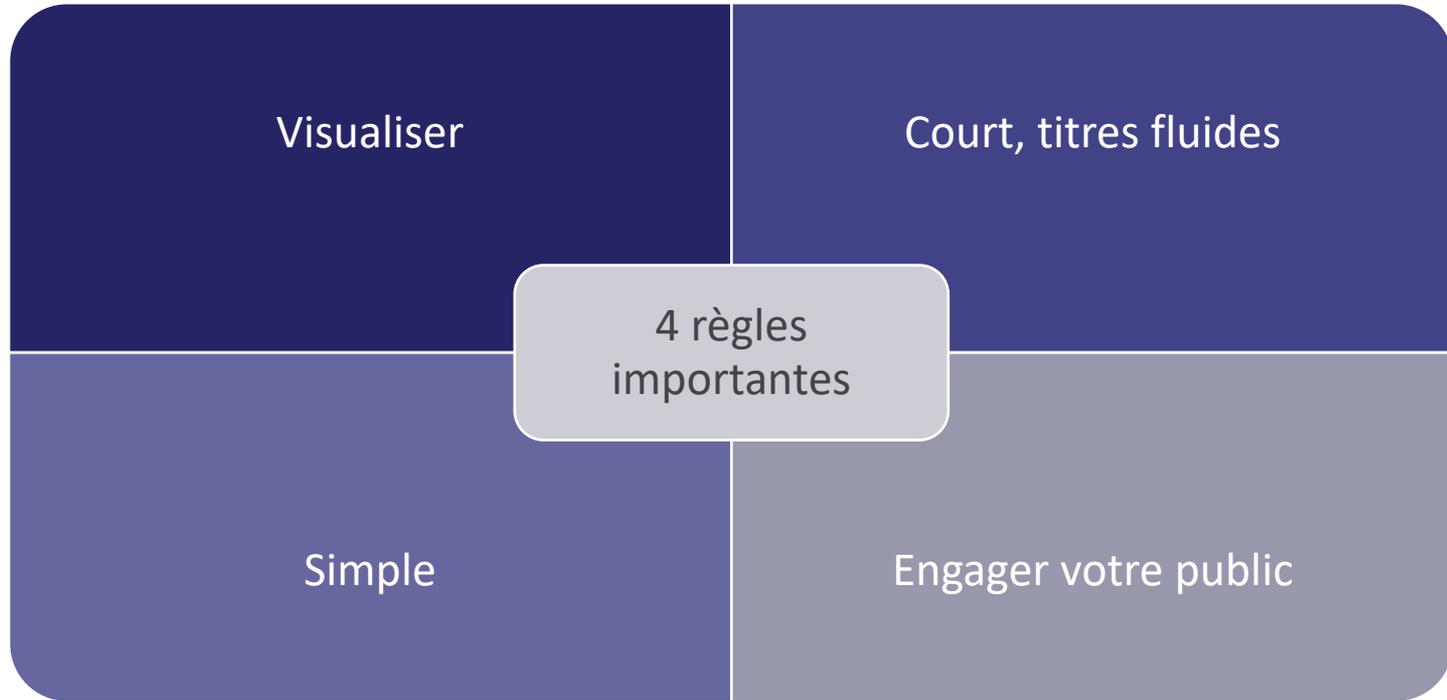
## 3.) Publiez des nouvelles de l'organisation

- Célébrez des lancements des nouveaux produits, des prix reçus et des autres étapes importantes de l'organisation.

## 4.) Publiez des nouvelles de l'industrie

- Montrez votre expertise par poster des jugements et commentaires originaux sur des tendances d'industrie actuelles.

# LinkedIn: Optimiser vos annonces



# LinkedIn: Engagez vos employés

- **Contenu partagé par les employés**

- Des messages d'entreprise ont **une portée plus haut de 571%** quand ils ont partagé par des employés
- Des employés ont **10 fois plus des connexions** qu'une entreprise a des suiveurs
- Des employés sont considérés comme une **source plus fiable** (90% des gens comptent sur les conseils des gens qui ils se connaissent, versus 33% des gens qui comptent sur des messages d'une entreprise/marque)

- **Contenu crée par les employés**

- Encouragent des employés pour poster des **photos et vidéos** de leurs activités au bureau, des événements d'entreprise, des conférences et de poster à leur **page personnel** sur LinkedIn

# Conseils pour chercher des candidats

## 1. Explorez des sources différentes

- **Votre propre système de recrutement (ATS)** – La source de recrutement la plus importante est ton propre système de recrutement. Beaucoup des recruteurs ont oubliés qu'ils existent des candidats intéressants qui n'ont pas réussi dans le passée.
- **Vos outils spécialises** – L'ATS existant peut élargir avec un outil de recrutement plus avancé, comme Textkernel.
- **Plateformes** – LinkedIn et des plateformes spécialises (par exemple GitHub et Stack Overflow) sont idéals pour rencontrer votre cible.
- **Agrégateurs des jobs** – Recherche sur des sites web connus, comme Indeed

# Conseils pour chercher des candidats

## 2. Elargissez votre recherche et ne focalise pas seulement sur des mots-clés standards

- Utilisez des sites web pour chercher des synonymes pour trouver des alternatives pour des mots-clés certains et d'explorer l'interprétation exacte.
- Sur agrégateurs des jobs larges, on peut chercher sur titre de fonction
- Vous pouvez regarder sur des niches spécifiques de savoir quels termes votre cible utilise.
- Si vous voulez chercher sur le nom d'entreprise, vous pouvez utiliser les sites web comme LinkedIn et Zoominfo.

# Conseils pour chercher des candidats

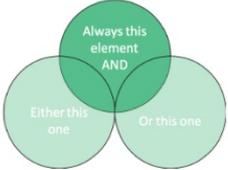
## 3. Utilisez de “Natural Language Search”

- Parlez la langue des personnes avec un profil adéquat. Recherche quels mots ils utilisent pour décrire soi-même
- Utilisez la langue conversationnelle commune dans votre recherche
- Cherchez aux phrases qui contiennent des pronoms et des verbes (“J’ai fait une présentation sur la robotique”). Vous pouvez trouver les profils relevant comme ça.

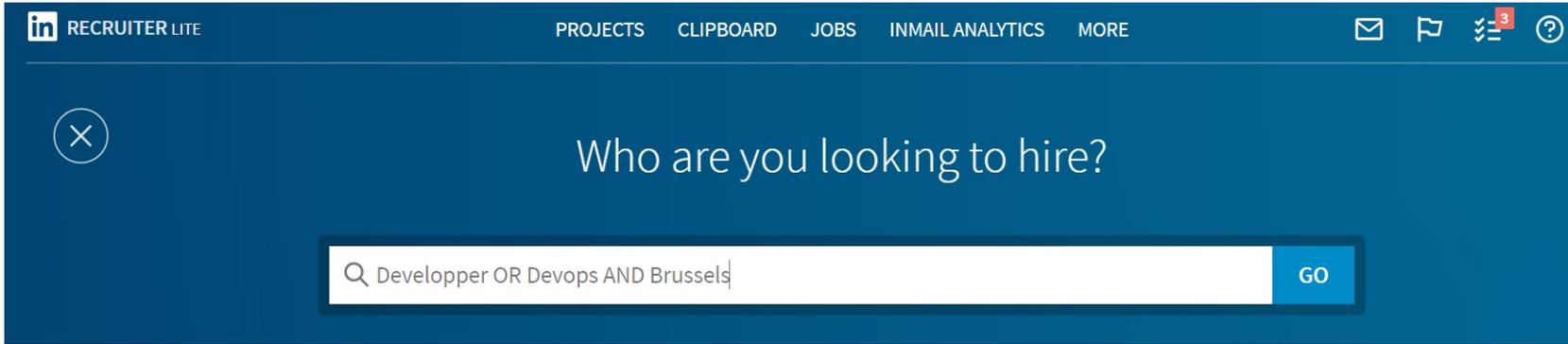
# Conseils pour chercher des candidats

## 4. Utiliser le 'Boolean Search'

- Organisez votre recherche à base d'une combinaison des mots-clés différents
- Ça assure des résultats plus précis et pertinents
- Vous devez savoir seulement 6 opérateurs:
  - AND
  - OR
  - NOT
  - ()
  - ""
  - \*

Boolean operator	Effect	Example	Visualised
<b>AND</b>	Using this boolean operator will give you results of all of your elements are true	This is great for finding candidates with a certain job title and experience in a certain industry. E.q. Account Manager AND ICT	
<b>OR</b>	Using this operator will give results if one of your elements is true	This is great for job title synonyms. E.q. Account Manager OR Sales Executive	
<b>NOT</b>	Using this operator will give results if one of your elements is true and the other is not	This is great when you are looking for something that is often combined with something else, but you only want to find one of the options. E.q. Developer NOT Front-end developer	
<b>()</b>	Using this operator lets you change the order and rules of the boolean search. Without using these parentheses, boolean search always work from left to right	Account Manager AND (ICT OR IT) will show results of account managers in the ICT or in the IT branches. If the parentheses would not be used, the search would show results for account managers in the ICT and everything else regarding IT. This means you will see everything related to IT instead of only finding Account Managers	
<b>" "</b>	Using this operator lets you search for an exact phrase. By using " ", you can find terms that have multiple words without destroying the string	If you're searching for "account manager" that means you will only find account manager instead of the two different terms, "account" and "manager"	
<b>*</b>	This operator is used as a wildcard. By using *, you'll find all combinations of letters following your asterisk	Let's say you are searching for recruitment, recruiting and recruiter. By using recr*, you'll find all of these terms. However, you will also find recreation. Therefore, be careful while using this. It can help you shorten your string, for example by searching for recruit*.	

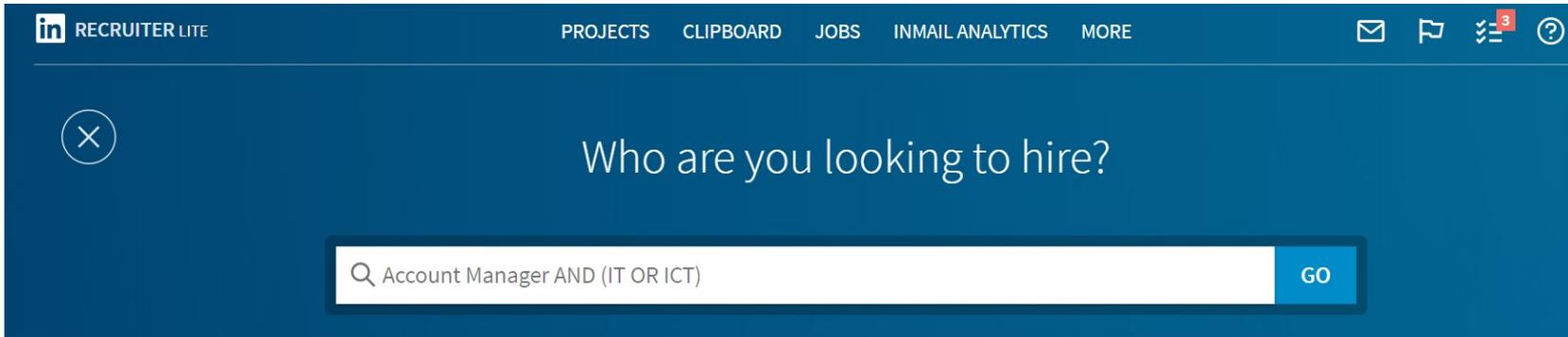
# Par la Barre de Recherche



LinkedIn RECRUITER LITE PROJECTS CLIPBOARD JOBS INMAIL ANALYTICS MORE

Who are you looking to hire?

Q Developer OR Devops AND Brussels GO



LinkedIn RECRUITER LITE PROJECTS CLIPBOARD JOBS INMAIL ANALYTICS MORE

Who are you looking to hire?

Q Account Manager AND (IT OR ICT) GO

# Par Filtres

Showing results for 

 Custom filters 

**Job titles** Current or Past 

Sales OR Account Manager 

**Locations**

+ Candidate geographic locations

**Skills**

Ict 

**Companies**

+ Companies or boolean

**Year of Graduation**

+ Add graduation year range

**Schools**

+ Schools attended

**Industries**

+ Candidate industries

**Keywords**

# Boolean Search - Conseils

- Epelez les operateurs toujours avec les majuscules, autrefois ça ne marche pas.
- Trouvez des combinaisons de recherche, prise le temps. C'est pourquoi que c'est important de sauvegarder chaque combinaison de recherche réussie, après laquelle vous pouvez faire des changements.
- Sauvegardez toutes des combinaisons de recherche réussies dans Notepad ou Excel.
- Faites une liste séparée avec les mots-clés que vous avez utilisé dans une recherche, pour que vous pouvez les utilisés dans des variations prochaines.
- Essayez d'épeler des mots sur une manière différente, par exemple PowerPoint & Power Point.

# Conseils pour chercher des candidats

## 5. Utilisez des mots-clés implicites et explicites

- Faites attention à exclure des mots-clés sélectifs autant que possible. Ainsi, vous pouvez trouver des candidats qui suffisent aux critères nécessaires, mais qu'ils ont oublié de mentionner un terme certain.
- Tenez compte de ça si vous recherchez une organisation spécifique. Des noms différents ou une abréviation au lieu du nom officiel sont souvent utilisés.

# Conseils pour chercher des candidats

## 6. Cherchez des groupes pertinents où des candidats potentiels/intéressants pourraient être un membre

- Sur certains sites web, vous pouvez chercher le mieux avec site web-spécifique « native search » (par exemple GitHub et Meetup)
- Sur des sites web comme Stack Overflow, vous cherchez plus effective avec « Google custom search »

# Références (Referrals)

- Le recrutement par référence est le recrutement de nouveaux employés par le canal d'employés existants.
- En mettant en place un programme de référence, vous identifiez des candidats potentiels dans le réseau (social) des employés existants.
- Cela encourage les employés à rechercher des candidats appropriés dans leur propre réseau.
- Les employés actuels participent à la recherche de talents = talent scouting.

# Avantages des références

- Les postes vacants sont pourvus **plus rapidement** ( $\pm$  dans un délai d'un mois)
- La **qualité** des candidats est meilleure
- Le **taux de rotation** est plus **faible**
- Pour des postes vacants spécifiques, vous trouvez plus rapidement des **profils similaires** dans le réseau de vos employés.
- **Flux continu** de candidats
- Une plus grande implication des employés et une **meilleure image de marque de l'employeur**

Avec la pénurie actuelle sur le marché du travail et l'utilisation des médias sociaux, le recrutement par référence ne fera que gagner en importance.

## Rester Agile

Créer des Candidate Personas: Savez-vous avec qui vous parlez?

Connecter correctement: Savez-vous comment diriger l'engagement des candidats?

Créer la marque employeur: Est-ce que les gens connaissent vous et votre organisation?

Déterminer les canaux: Quels sont les canaux de recrutement vous devez utiliser pour chercher des talents?

Rester agile: Est-ce que vous êtes prêts de changer?

# Agile Stratégie de Recrutement

- Les recruteurs doivent être capable de tenir la stratégie de recrutement agile et flexible pour incorporer des derniers trends, des besoins « business » et des critères d'emploi.
- L'idée est d'être ouvert pour expérimenter et d'incorporer des aspects évolutifs de l'écosystème de talent.

# Parcours du Candidat

# Le Parcours du Candidat

## SENSIBILISATION



Le candidat prend conscience de votre marque employeur

## CONSIDERATION



Les candidats font des recherches sur votre entreprise et vos concurrents

## INTERÊT



Les candidats choisissent votre entreprise comme leur employeur préféré

## CANDIDATURE



Les candidats postulent réellement à vos offres d'emploi

## SELECTION



Les candidats passent par votre processus de candidature

## ENGAGEMENT



Les candidats deviennent vos nouveaux employés

# Les Pensées des Candidats

SENSIBILISATION



« Quelle est  
cette entreprise  
? »

CONSIDERATION



« Qu'est-ce que  
j'y gagne ? »

INTERÊT



« Qu'est-ce qui  
rend cette  
entreprise  
différente ? »

CANDIDATURE



« Ont-ils reçu ma  
candidature ? »

SELECTION



« Est-ce que je  
leur plais ? Est-  
ce que je les  
apprécie ? »

ENGAGEMENT



« Yay, j'ai eu le  
poste »

# Points du Contact

SENSIBILISATION



« Comment et où avez-vous découvert notre entreprise ? »

CONSIDERATION



« Comment avez-vous appris ce que nous offrons en tant qu'employeur ? »

INTERÊT



« Comment avez-vous trouvé des informations pour comparer notre entreprise avec d'autres ? »

CANDIDATURE



« Qu'avez-vous fait lorsque vous avez décidé de postuler pour notre poste ? »

SELECTION



« Qu'avez-vous fait pendant le processus de sélection ? »

ENGAGEMENT



« Qu'avez-vous fait lorsque vous avez été embauché ? »

# Canaux

## SENSIBILISATION



Canaux possibles :

Médias sociaux

Sites d'emploi

Salon de l'emploi

...

## CONSIDERATION



Canaux possibles :

Site de carrière

Événement  
professionnel

Médias sociaux

...

## INTERÊT



Canaux possibles :

Blogs sur les  
carrières

Médias sociaux

Événement  
professionnel

...

## CANDIDATURE



Canaux possibles :

Site de carrière

Courriel

SMS

...

## SELECTION



Canaux possibles :

Courriel

Téléphone

Site du bureau

...

## ENGAGEMENT



Canaux possibles :

Téléphone

Courriel

Médias sociaux

...

# Exercice: Modèle du parcours du candidat

		SENSIBILISATION      CONSIDERATION      INTERÊT      CANDIDATURE      SELECTION      ENGAGEMENT						
CANDIDATE PERSONA	Âge:	PENSEES						
	Localisation:							
	Profession:	POINTS DU CONTACT						
	Formation:							
	Compétences:	CANAUX						
	Intérêts:							
	Salaire:							

# Que faire avec la carte du parcours du candidat ?

## 1. Analyser

L'objectif est de déterminer les performances de votre entreprise sur chacun des points de contact de la carte du parcours du candidat.

Faites vos recherches :

- Google votre entreprise
- Interrogez vos employés récemment recrutés
- Réalisez des enquêtes sur l'expérience des candidats
- Analysez les commentaires sur les sites d'évaluation des entreprises
- Analyser les commentaires sur les profils de médias sociaux de votre entreprise (Facebook, Instagram, LinkedIn...)
- Examinez les mesures de recrutement les plus importantes de votre système de suivi des candidats et de votre logiciel de marketing de recrutement.

# Que faire avec la carte du parcours du candidat ?

## 2. Améliorer

- Mettez tous vos résultats en pratique et améliorez les goulets d'étranglement.
- Définir les priorités, le temps et les ressources nécessaires (personnes, technologie, outils et budget).

# « Talent Sourcing » Conseils

# « Talent Sourcing » Conseils - Résumé

Identifiez des talents à base de l'urgence de la croissance

Prêtez attention de la marque employeur

Ecrivez une description d'emploi avec vos nécessités des talents à ne perdre pas de vue

Cherchez dans des bassins de talents corrects/utilisez des canaux corrects

Créez un profil du candidat idéal (candidate persona)

Connectez personnellement avec des candidats (possibles)

Prenez compte du parcours des candidats

N'oubliez pas des candidats passifs

Eprouvez des stratégies nouvelles

## THE ARTIST

## THE SCIENTIST



**Matchmaker**  
Modern recruiters have an innate instinct for mutual connection. They know how to network and navigate skill sets, hiring manager personalities, and team and company culture to make a perfect match.



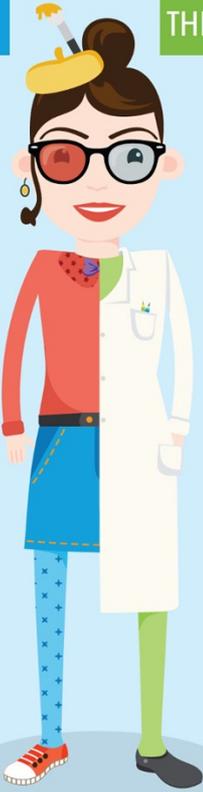
**Marketer**  
They think about jobs the way marketers think about products. Whether through their own profiles or through employer branding promotions, they know how to tell a great story.



**Salesperson**  
They know how to build a pipeline, nurture leads, and close deals. They have the people skills and negotiation acumen to win for both sides.



**Talent Advisor**  
They are trusted advisors to their business, informing leadership of critical talent trends and securing a seat at the table when key decisions are made.





**Data nerd**  
They live and die by the mantra, "If you can't measure it, you can't manage it." They know that numbers and data will not only help them make better decisions but will also earn the trust of others in the organization.



**Researcher**  
Modern recruiters don't fly blind. They frequently flex their research muscles by exploring candidate pools, employment and skill trends, and by staying up to speed on the competition.



**Technologist**  
They love recruiting innovation. They know what tools work best, and are masters when it comes to using them.



**Psychologist**  
They can read the candidate and know how to positively influence their emotions, inspire excitement, and get to a YES!

## New talent acquisition skills

---

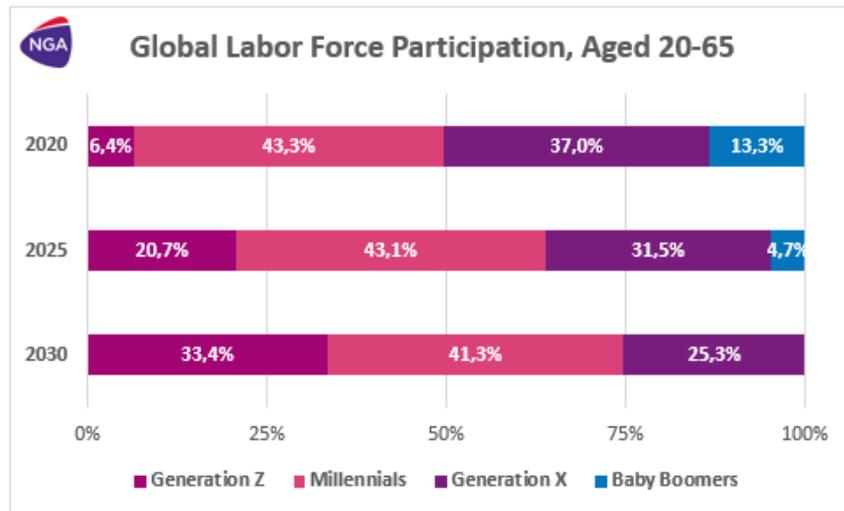
 <b>Email nurturing</b>	 <b>Content strategy &amp; production</b>	 <b>Social media</b>
 <b>Talent community engagement</b>	 <b>Employer branding</b>	 <b>Search Engine Optimization</b>
 <b>Responsive sites &amp; mobile apps/marketing</b>	 <b>Personalization &amp; localization</b>	 <b>Predictive analytics</b>

# Génération



# Génération

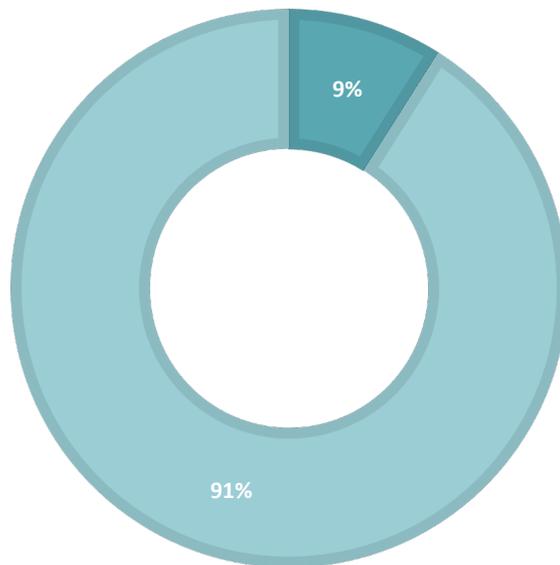
	Born between	And	Age in 2019	Age in 2025	Age in 2030
<i>Generation Z</i>	1997	No end point set	≤ 22	≤ 28	≤ 33
<i>Millennials</i>	1981	1996	23 - 38	29 - 44	34 - 49
<i>Generation X</i>	1965	1980	39 - 54	45 - 60	50 - 65
<i>Baby Boomers</i>	1946	1964	55 - 73	61 - 79	66 - 84
<i>Silent Generation</i>	1928	1945	74 - 91	80 - 97	85 - 102



# Génération et recrutement

Bébé-boumeurs	Génération X	Génération Y	Génération Z
<p><u>Qu'est ce qu'ils cherchent:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Horaires flexibles</li><li>• Stabilité</li><li>• Bénéfices des soins de santé</li></ul>	<p><u>Qu'est ce qu'ils cherchent:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Equilibre travail-vie</li><li>• Carrière formelle</li><li>• Programmes de mentorat</li></ul>	<p><u>Qu'est ce qu'ils cherchent:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Opportunités de croissances</li><li>• Flexibilité</li><li>• Possibilités d'engagement digital</li></ul>	<p><u>Qu'est ce qu'ils cherchent:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Possibilités d'entraînement</li><li>• Titulariat</li><li>• Flexibilité</li><li>• Possibilités d'engagement digital</li></ul>
<p><u>Tactiques de recrutement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Canaux traditionnels et digitaux</li><li>• Soyez concret concernant des taches jour à jour</li></ul>	<p><u>Tactiques de recrutement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• "digital savvy"</li><li>• Connection par mobile</li><li>• Combinaison de la culture d'organisation et des taches jour à jour</li></ul>	<p><u>Tactiques de recrutement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Foyer sur la culture d'organisation</li><li>• Paquet des bénéfices (pas seulement la salaire)</li><li>• Accent Tonique sur la contribution personnelle</li></ul>	<p><u>Tactiques de recrutement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Promûtes des bénéfices (pas seulement la salaire)</li><li>• Contributions possible qui surpassent le quotidien</li></ul>

## Millénaires & des offres d'emploi



91% des millénaires sont ouverts pour des offres d'emploi nouvelles

# Exercice

- Comment attireriez-vous les milléniaux / la génération Z ?
- Quels canaux utiliseriez-vous pour ce faire ?



## Descriptions de poste pour des millénaires/gén Z

- “Elevator Pitch” (30-60 secondes ou 100-150 mots)
- Format vidéo (Vidéos courts, par exemple Vine)
- Visualisation (des exigences de base et des avantages inclus)
- Micro textes: des textes courts de haute qualité aux réseaux sociaux

# 5 manières d'attirer des millénaires/gén Z

Horaires flexibles

Système de bonus attrayant

Liste avec des responsabilités claires

Croissance professionnelle et personnelle

Culture d'organisation

# Comment attirer des millénaires/gén Z?

- **Recrutement social**

79% des candidats utilisent des réseaux sociaux pour chercher un emploi nouveau.

- **Marketing de recrutement**

Postez des emplois par des canaux différents.

- **Promotion mobile**

Plus de 90% candidats cherchent un poste nouveau par utiliser leur smartphone.

# Technologies de Recrutement



# RECRUITING TECHNOLOGY

Since the first applicant tracking systems were widely adopted in the 1990s, employers have lost the technical advantage. With the convergence of low-cost computing, networking, mobile and social applications, the technology required to successfully recruit has become a question of not "What?" but "How?"

**87%**  
**of HR workers**  
feel "overwhelmed" keeping up  
with the speed at which recruiting  
technology changes.



**27%**  
**of companies**  
report technology is a  
significant barrier to  
recruiting success.

# Système de recrutement (ATS)



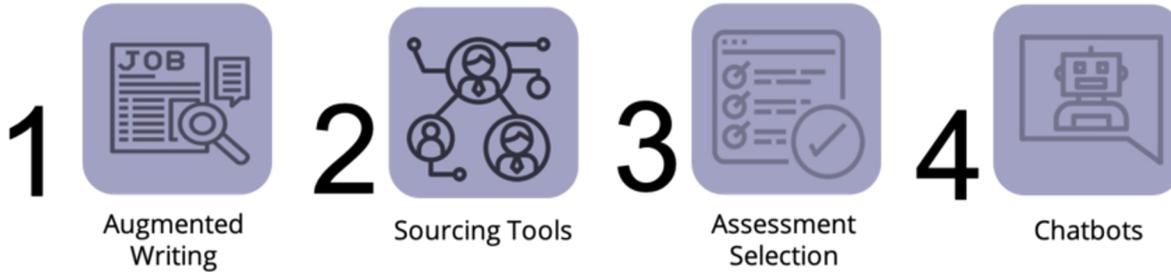
- Assure un traitement vite, correct et clair des données concernant le processus de recrutement (candidats et vacances).
- Assure une meilleure efficacité et qualité des candidats qui sont attirés.
- Stimule une expérience de candidat positive.

# Outils vidéo



- A ce moment, des gens vivent plus que jamais derrière la lentille de la caméra. C'est pourquoi les recruteurs prennent contact avec des candidats à distance plus d'avant.
- Des plateformes vidéo automatisées donnent la possibilité de continuer une conversation au niveau.
- Des interviews structurées ne gagnent pas seulement des coûts et de temps, mais ils sont aussi utiles comme premier « assessment ».

## How is AI Impacting Recruitment?



# IA - Chatbot

The screenshot displays the Mya chatbot interface. On the left, a blue banner reads "Your team's A.I. recruiter" and "Mya automates the process from resume to hire so you can cultivate and engage the best candidates." with a "Join Our Private Beta" button. The chat window shows a conversation:

- Mya** (1:28 PM): Hey Daniel, do you have managerial experience?
- Daniel Callaway** (1:28 PM): Yes, about five years. What's the minimum for this role?

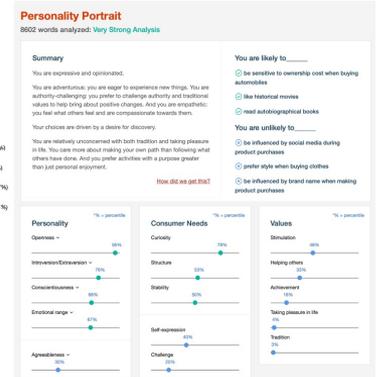
Below Daniel's message is a parse tree diagram for the sentence "Yes, about five years. What's the minimum for this role?". The tree shows the following structure:

- Root: `affirm()`
- Children: `(INT)`, `(ADV)`, `(NP)`, `(VBP)`, `(DT)`, `(NN)`, `(IN)`, `(NN)`, `(DT)`
- Intermediate nodes: `inform(exp=5years)`, `request(min_exp)`
- Final output: `affirm()&inform(exp=5years)&request(min_exp)` with a confidence of 87%.

At the bottom of the chat window, the start of Mya's next response is visible: "That's great! The role requires about two years so you definitely meet the qualif".

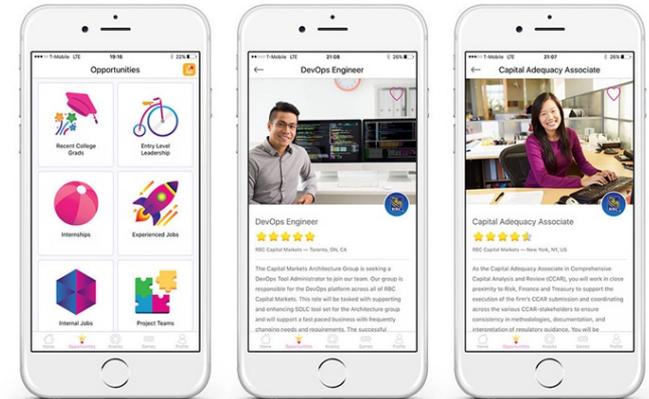
# IA - IBM Watson

- “Personality Insights” montre des caractéristiques d’une personne à base de comment une personne écrit. Ces caractéristiques concernent le Big 5 traits, valeurs et besoins de personnalité.
- Idéalement, vous avez besoin d’un texte avec 1200 mots du moins pour recevoir une analyse solide.



# Recruitment Games - KnackApp

- Vous jouez quelques jeux et après vous recevez un rapport personnel avec vos 'knacks'. En outre, c'est comparé avec des fonctions et études qui correspondent à votre profil.
- Beaucoup d'entreprises utilisent ces jeux aujourd'hui pour remplir des vacances à une autre manière.



GDPR

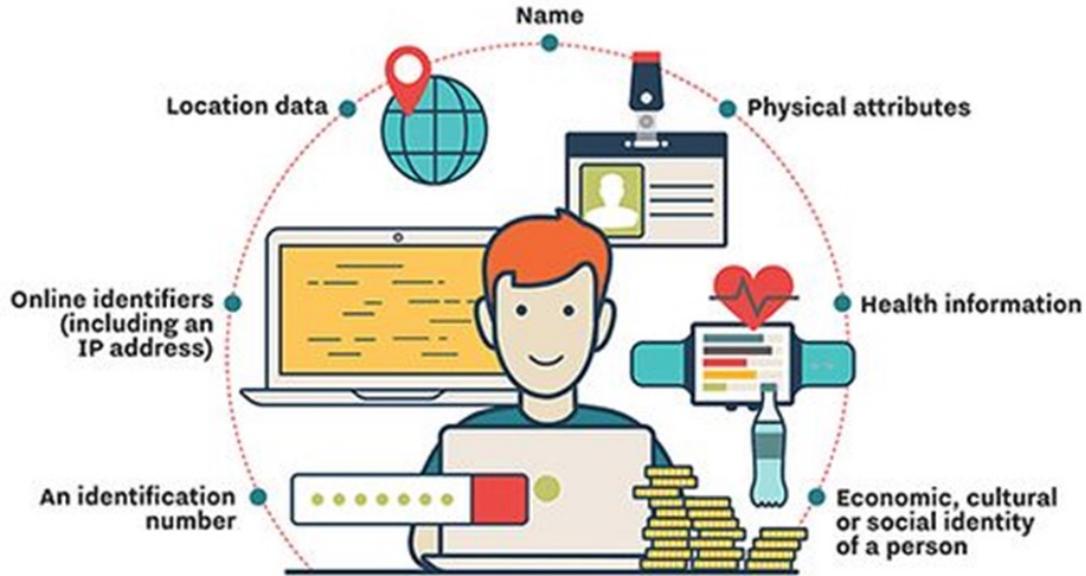


# Définition du GDPR

- **General Data Protection Regulation (GDPR) ou Règlement Général pour la Protection des Données (RGDP)**
- Le GDPR traite **la gestion et la sécurité des données à caractère personnel des citoyens européens**. Cela concerne les données gérées à l'intérieur et à l'extérieur de l'UE
- **Depuis mai 2018**, en tant qu'organisation, vous devez être capable de démontrer quelles données à caractère personnel vous collectez, comment vous les utilisez et comment vous les protégez
- Le GDPR est **applicable à toutes les entreprises de l'UE qui traitent des données à caractère personnel**

# GDPR PERSONAL DATA

The EU's General Data Protection Regulation defines personal data as any information related to a person that can be used to directly or indirectly identify them, including:



# Conformité GDPR en Recrutement – Pourquoi?

- Dans le recrutement, le traitement des données personnelles est **au cœur de l'activité**
  - Il suffit de penser à des activités telles que la recherche de candidats sur les réseaux sociaux et les sites d'emploi, la gestion d'une base de données de candidats, le recrutement et la sélection de candidats, ...
- De plus, la plupart des entreprises travaillent avec des **tiers** ('processeurs') avec lesquels des données personnelles sont échangées
  - Par exemple, pour la recherche de cadres, les tests, les évaluations, la gestion de la paie, ...

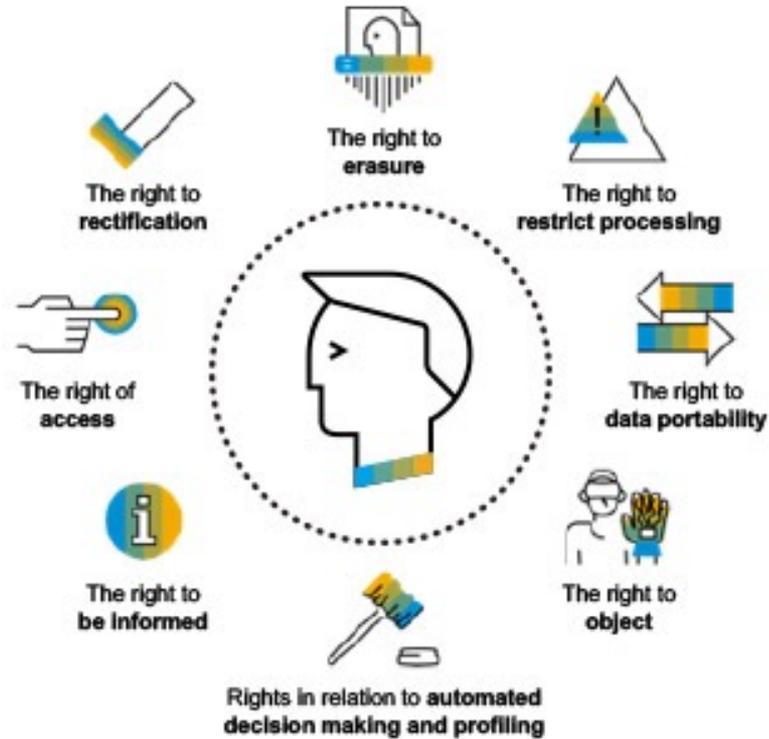
# Vos obligations envers le Candidat

- **Avoir une base légale** pour le stockage / traitement des données
- **Demander activement et explicitement l'autorisation** pour le traitement des données à caractère personnel ('opt-in')
- **Clarifiez quelles données personnelles vous traitez et de quelle manière**
- Définir et justifier clairement **les objectifs du stockage**
- Vous devez **respecter la période de stockage des données** = ne pas conserver les informations plus longtemps que nécessaire

# Vos obligations envers le Candidat

- Fournir des informations sur **l'identité du contrôleur** + ses coordonnées
- Fournir des informations sur **l'identité du DPO** + ses coordonnées
- Fournir des informations sur **l'identité des processeurs** + ses coordonnées
- Informer sur **les conséquences du traitement et du profilage\***

# Droits du Candidat



# GDPR

### TERRITORIAL SCOPE



EU Establishments  
Non-EU Established Organizations  
Of far goods or services or engaging in monitoring within the EU.

### THE PLAYERS



### PERSONAL DATA



Identified    Identifiable

### SENSITIVE DATA



## RESPONSIBILITIES OF DATA CONTROLLERS AND PROCESSORS

### LAWFUL PROCESSING

Collection and processing of personal data must be for "specified, explicit and legitimate purposes" – with consent of data subject or necessary for:

- performance of a contract
- compliance with a legal obligation
- to protect a person's vital interests
- task in the public interest
- legitimate interests



### SECURITY



**Data Protection Officer (DPO)**  
Designate DPO if core activity involves regular monitoring or processing large quantities of personal data.

### RECORD OF DATA PROCESSING ACTIVITIES



Maintain a documented register of all activities involving processing of EU personal data.

### DATA PROTECTION BY DESIGN



built in starting of the beginning of the design process

## GDPR

### RIGHTS OF DATA SUBJECTS



**Automated Decision Making**  
"Right not to be subject to a decision based solely on automated processing, including profiling."

**Transparency**

**Access and Rectification**

**Right to Erasure**

**Purpose Specification and Minimization**

**Right to Data Portability**

### ENFORCEMENT



**Fines**  
Up to 20 million euros or 4% of total annual worldwide turnover. Less serious violations: up to 10 million euros or 2% of total annual worldwide turnover.

**Effective Judicial Remedies:**  
compensation for material and non-material harm.

### DATA BREACH NOTIFICATION



If personal data breach is "a breach of security leading to the accidental or unlawful destruction, loss, alteration, unauthorized disclosure of, or access to, personal data transmitted, stored or otherwise processed."

If likely to result in a high privacy risk → notify data subjects  
Notify supervisory authorities no later than 72 hours after discovery.

### RIGHTS OF DATA SUBJECTS



**Automated Decision Making**  
"Right not to be subject to a decision based solely on automated processing, including profiling."

**Transparency**

**Access and Rectification**

**Right to Erasure**

**Purpose Specification and Minimization**

**Right to Data Portability**

### INTERNATIONAL DATA TRANSFER



**Adequate Level of Data Protection**

**Binding Corporate Rules (BCRs)**

**Privacy Shield**

**Model Contractual Clauses**

**TEACHPRIVACY** [www.teachprivacy.com](http://www.teachprivacy.com)

Workforce awareness training by Prof. Daniel J. Solove

Please ask permission to reuse or distribute

people<sup>®</sup>

110

