

Welcome to

LinkedIn®

● **Article de blog**

**Comment recruter
sur LinkedIn ?**

Introduction

LinkedIn est la plateforme dédiée au réseau professionnel. Les recruteurs déclarent l'utiliser pour consulter des profils, recruter de nouveaux candidats, suivre l'actualité et réaliser une veille RH. Vous aussi, apprenez à recruter sur LinkedIn en 3 étapes !

Sommaire

1. Valoriser votre marque employeur	3
1.1. Page entreprise	3
1.2. Profil personnel	4
1.3. Animer vos pages	5
2. Rechercher le candidat idéal	6
2.1. Définir votre stratégie de recrutement	6
2.2. Relayer vos offres via des publications	6
2.3. Utiliser la barre de recherche	7
2.4. Analyser le profil	7
3. Contacter votre talent	8
3.1. Message	8
3.2. InMail	8
3.3. Appel téléphonique	9
4. En résumé	9
5. Envie de lancer votre campagne de recrutement sur LinkedIn ?	9

1. Valoriser votre marque employeur

1.1. Page entreprise

Avec 11,5 millions de membres actifs estimés par mois en France en 2022 (sources : [Digimind](#)), la création d'une page entreprise s'avère indispensable. Cette page publique est un espace de promotion de votre société. Différentes fonctionnalités sont possibles comme le partage de contenu, l'intégration de vos employés à la page ou encore l'espace dédié aux offres d'emploi.

Pour créer une page entreprise réussie, il vous faut :

- Le **logo** de votre organisation de taille 268 x 268 pixels. Les formats acceptés sont PNG et JPEG.
- Une **photo de couverture** avec les dimensions 1 128 x 191 pixels.
- Une **description détaillée** et pertinente reposant sur des mots-clés.

Ces pages disposent ainsi de nombreux avantages :

- Elles mettent en valeur **la culture de votre entreprise**, ce qui contribue au développement de votre marque employeur.
- Vous pouvez **relayer vos offres d'emploi, les articles de votre blog et vos actualités** pour générer du trafic vers votre site web et votre site carrière.
- Les candidats peuvent **vous suivre via cette page**. Ils peuvent également créer une alerte emploi pour recevoir une notification lorsqu'une annonce correspondante est publiée.
- Elles agrandissent **votre réseau de candidats, de clients, mais aussi de partenaires** (écoles, organismes publics...).
- Elles permettent de **partager vos événements** : aussi bien ceux en physique que ceux en ligne. Ou même d'en créer directement sur le réseau social avec la fonctionnalité [LinkedIn Live](#). Certains recruteurs n'hésitent pas aujourd'hui à lancer des lives pour présenter les offres du moment et inviter les candidats à les contacter.
- Il est possible de **publier une newsletter** via la page entreprise sur LinkedIn. Vos abonnés reçoivent une notification et un e-mail à chaque nouvelle publication. Vous définissez le titre et la fréquence de votre newsletter.
- Elles vous donnent **accès aux statistiques** de vos contenus. On peut aussi comparer sa page avec celles des entreprises concurrentes.
- Elles peuvent être **traduites dans d'autres langues** si vous vous développez à l'international.

LinkedIn propose **la création payante de page carrière** qui s'ajoute à votre page entreprise. Cette page a pour but d'attirer de potentiels candidats en leur donnant facilement accès à des contenus marque employeur, aux profils des salariés et à vos offres d'emploi. Les pages carrières sont composées d'un onglet Vie de l'entreprise et d'un autre concernant les offres d'emploi. Elles donnent un aperçu général de l'entreprise aux candidats.



Le télétravail est en place dans votre entreprise ?

LinkedIn permet d'indiquer votre politique de télétravail sur votre page entreprise. Vous travaillez en mode hybride ? Mettez-le en avant en cliquant sur “✎ Modifier la page”.

1.2. Profil personnel

Pour recruter sur LinkedIn, créez tout d'abord votre compte personnel. Vous pouvez **faire grandir votre réseau, développer votre personal branding et voir les personnes qui ont consulté votre profil**. Vous disposez d'une plus grande visibilité avec un compte personnel en comparaison avec une page entreprise.

Attention, le recrutement collaboratif et l'utilisation d'un profil personnel pour recruter ne font pas bon ménage si les rôles et les tâches des collaborateurs ne sont pas clairement définis. Pensez à bien mettre à jour vos fiches candidats dans votre logiciel de recrutement pour savoir qui contacte qui !

Pour aller plus loin : [optimiser son profil en tant que recruteur sur LinkedIn](#).

1.3. Animer vos pages

Dès que vous contactez un talent, il effectue directement des recherches sur votre entreprise. En effet, 2 candidats sur 3 se renseignent sur l'entreprise avant de postuler, selon [l'enquête sur la marque employeur menée en 2021 par HelloWork](#). Votre présentation sur les réseaux sociaux doit donc être impeccable. Ce qu'il faut retenir pour recruter sur LinkedIn : il est nécessaire de soigner son image, cela passe par l'animation de votre page entreprise et de votre compte personnel.

Après avoir créé votre page entreprise, il faut l'animer et la faire connaître. Suivez ces 3 conseils :

- **Incitez vos employés et partenaires à suivre votre page**, depuis votre newsletter, votre blog ou encore en face à face. De même, invitez votre réseau à vous suivre pour améliorer votre notoriété sur LinkedIn. Demandez à vos employés de lier leurs profils à la page de la société. Ils apparaîtront dans la liste des employés de l'entreprise.
Connaissez-vous la fonctionnalité "🔔 Envoyer une notification aux employés" ? Elle permet d'envoyer une alerte à vos collaborateurs pour les inciter à interagir avec un nouveau post. Elle est disponible sur la version ordinateur, sur chaque publication, en cliquant sur les trois petits points en haut à droite, et ce une fois toutes les 24 h.
- **N'oubliez pas d'intégrer un bouton "suivez-nous sur LinkedIn"** sur votre site ou vos signatures d'e-mail.
- **Publiez régulièrement du contenu pour dynamiser votre page.** Deux solutions s'offrent à vous. Premièrement, vous pouvez relayer des articles de votre blog sur votre compte, vos offres d'emploi, les coulisses de la vie de votre entreprise. Deuxièmement, si vous n'avez pas ou peu d'articles sur votre blog, partagez des articles susceptibles d'intéresser votre audience, comme de la veille sur votre secteur d'activité. Notez qu'une publication générera plus d'engagement si elle est accompagnée d'une image. Les posts aux formats vidéos ou carrousels sont également intéressants pour booster la visibilité de vos publications.

Votre page entreprise est créée et animée, vous êtes prêt à attirer vos talents !

2. Rechercher le candidat idéal

2.1. Définir votre stratégie de recrutement

Avant de commencer vos recherches, il vous faut **établir des personas de vos candidats idéaux**. Pour cela, élaborer des listes de compétences, de niveau d'étude et d'expérience qui caractérisent votre demande de recrutement.

Ensuite, **définissez votre stratégie pour la diffusion de vos offres d'emploi**. LinkedIn permet de publier une offre d'emploi gratuite pendant 30 jours. Le réseau social a développé des solutions payantes pour les recruteurs pour aller plus loin. Vous pouvez acheter un nombre illimité d'offres d'emploi. Vous définissez votre budget et ciblez vos profils, vous ne payez que lorsque votre annonce est vue.

Les deux offres destinées aux recruteurs sont les suivantes :

- **Recruiter** : vous avez un accès complet au réseau LinkedIn, aux outils de recherche pour sélectionner des profils très ciblés, au suivi automatique des candidats ainsi qu'aux outils collaboratifs de tracking des candidatures. Plus de 40 filtres avancés sont disponibles pour un sourcing précis. Chaque mois, vous disposez également de 150 InMails. LinkedIn Recruiter coûte 700€ par mois pour une facturation annuelle.
- **Recruiter Lite** : cette offre s'axe sur la recherche de candidat avec, à votre disposition, plus de 20 filtres avancés pour améliorer votre ciblage, un crédit de 30 InMails par mois. On peut notamment voir qui a consulté notre profil, avoir des recommandations quotidiennes de candidats et obtenir des suggestions intelligentes de recherche. Cette offre s'élève à 159€ par mois pour un abonnement annuel.

Comparez les différences entre ces deux solutions [sur le site de LinkedIn](#).

2.2. Relayer vos offres via des publications

Pour communiquer sur vos recrutements, **partagez vos offres d'emploi via des publications** avec votre profil personnel et votre page entreprise. Vos annonces seront ainsi visibles par votre réseau. Utilisez des hashtags recherchés par les candidats : #emploi, #CDI, #recrutement, #Paris, #Rennes, #Bretagne selon votre localisation. Taguez des écoles ou des connaissances avec le @pseudo ou @nomdelentreprise dans le corps du texte afin de leur envoyer une notification.

Invitez vos salariés à créer leurs propres posts pour augmenter la visibilité de vos recrutements.

Pensez également aux groupes présents sur LinkedIn. On peut relayer des annonces par ce canal si ces communautés correspondent à vos recrutements en cours. Une petite astuce à connaître : lorsque vous n'êtes pas connecté à une personne sur LinkedIn ou qu'elle n'accepte pas votre invitation, vous pouvez tout de même la contacter si vous faites tous les deux parties du même groupe. Pratique !

2.3. Utiliser la barre de recherche

Après avoir établi votre stratégie, c'est le moment d'entamer votre quête du candidat parfait. À partir de la barre de recherche, **utilisez les mots clés du poste à pourvoir pour trouver les résultats les plus pertinents.** Les comptes LinkedIn gratuits ne permettent pas d'obtenir autant de résultats que les comptes payants. Ainsi, pensez aux synonymes et aux traductions anglaises des métiers.

Un peu plus technique, mais efficace pour recruter sur LinkedIn : **l'utilisation des opérateurs booléens**. Ils vous aident à obtenir des résultats précis et à affiner votre recherche.

Voici les 3 principaux opérateurs booléens à taper dans la barre de recherche :

- NOT : permet d'exclure de la recherche,
- OR : élargit la recherche,
- AND : affine la recherche en associant deux éléments.

Les guillemets "" doivent être utilisés pour trouver une expression exacte.

Vous souhaitez générer automatiquement des requêtes booléennes pour trouver des profils LinkedIn sur Google ? Le site [Recruit'em](#) devrait vous faire gagner du temps ! En passant par le moteur de recherche, vous découvrirez des candidats que vous n'auriez peut-être pas trouvés via LinkedIn. En effet, ces résultats ne sont pas influencés par vos relations sur le réseau social.

2.4. Analyser le profil

Lorsque vous tombez sur des profils intéressants, **relisez attentivement leurs descriptions** en reprenant votre stratégie mise en place. Ce talent correspond-il à votre persona ?

Ensuite, étudiez les parties dédiées aux compétences et recommandations. Regardez également leurs actualités et centres d'intérêts pour évaluer si leurs valeurs correspondent à celles de votre entreprise.

D'autre part, appuyez-vous sur vos collaborateurs pour connaître leurs avis. Le recrutement collaboratif permet de sécuriser votre processus et de valoriser votre marque employeur en impliquant votre équipe.

3. Contacter votre talent

Vous avez trouvé votre perle rare, **le premier contact est important**, car c'est la première impression que votre candidat se fera de votre entreprise.

D'autre part, si vous disposez d'un logiciel de recrutement, vous pouvez ajouter votre candidat à celui-ci pour trois raisons.

- La première concerne **la RGPD**. Depuis mai 2018, la conservation des données est protégée. We Recruit est RGPD friendly, c'est-à-dire que nous sommes aux

normes avec cette réglementation. Les données de votre candidat ne seront conservées que 2 ans.

- La deuxième raison : ajouter votre candidat au logiciel est **une question de simplicité**. Depuis l'ATS, on peut superviser le processus de recrutement seul ou en équipe.
- De plus, pour les utilisateurs de We Recruit, **l'extension Chrome du logiciel** permet de créer de nouvelles fiches candidats en quelques clics depuis LinkedIn. Très pratique pour votre sourcing et pour centraliser l'information au quotidien !

3.1. Message

Lors de votre recherche, vous trouverez fréquemment des profils de candidats passifs, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas dans une démarche active de candidature. Mais ils peuvent néanmoins être réceptifs à de nouvelles opportunités professionnelles. Pour démarrer, **faites simplement une demande de connexion pour que votre candidat rejoigne votre réseau**. Le nombre d'invitations est limité à 100 contacts par semaine lorsque vous n'avez pas de compte Premium sur LinkedIn. **Envoyez au même moment une note personnalisée** de 300 caractères maximum. Résumez votre demande en 2 ou 3 phrases.

Petite astuce : pour vous éviter de recopier le même texte dans vos messages d'approche aux candidats, utilisez l'extension [Text Blaze](#). Elle vous permet d'enregistrer des modèles et de saisir un raccourci pour copier vos messages en quelques secondes.

3.2. InMail

Avec un compte Premium, il est possible de contacter les candidats sans être en relation sur LinkedIn par le biais des InMails. Tentez de personnaliser votre message pour montrer que vous ne faites pas du mailing de masse. N'oubliez pas de mentionner un bref descriptif de votre entreprise et une demande d'entretien.

D'ailleurs, LinkedIn met à votre disposition des modèles d'InMail : [ici](#).

3.3. Appel téléphonique

Dans le cas où votre candidat vous répond pour en savoir plus sur votre entreprise. **Saisissez votre chance et convenez d'un appel téléphonique**. Limitez-vous à un échange d'une quinzaine de minutes durant lequel vous mettrez en avant votre entreprise et vos motivations d'embauche. Ensuite, si votre talent est ouvert à l'idée de travailler pour votre entreprise, proposez un entretien d'embauche.

Vous connaissez à présent les différentes étapes à suivre pour recruter sur LinkedIn.

4. En résumé

Pour recruter sur LinkedIn :

- Veillez à valoriser votre marque employeur avant la recherche.
- Lors du processus de prospection, assurez-vous d'appliquer la stratégie mise en place.
- Lorsque vous avez trouvé votre talent, ne négligez pas le premier contact.

5. Envie de lancer votre campagne de recrutement sur LinkedIn ?

Nous avons lancé notre campagne pendant 3 semaines en impliquant tous les salariés de We Recruit. Découvrez notre retour d'expérience ! [En savoir plus](#).



Notre mission

"Réenchanter le recrutement, pour tous"

Nous concevons un logiciel qui optimise l'expérience de toutes les parties prenantes d'un recrutement. Oui, vraiment toutes !

● Recruteurs

Un outil de travail spécialisé pour les métiers du recrutement, intuitif et, ce qui ne gâche rien, joli !

● Managers

La prise en compte des opérationnels qui interviennent dans les recrutements et qui n'ont pas ou peu de connaissances RH.

● Candidats

Un soin apporté aux interfaces utilisées par les postulants et une optimisation des processus de recrutement pour aboutir à l'expérience candidat optimale.

www.werecruit.com

02 30 96 67 56

Cet article a été rédigé par la société We Recruit.
Merci de nous contacter à l'adresse mletellier@werecruit.io
avant de le diffuser ou d'en citer des extraits.

We Recruit, 1 b avenue de Belle Fontaine, 35510 Cesson-Sévigné, France