



Article de blog

Comment mettre en place une stratégie d'outbound recruiting

Introduction

Le marketing RH, vous connaissez ? De nombreuses actions existent pour trouver le candidat idéal et le convaincre d'intégrer votre entreprise. Découvrez l'outbound recruiting, l'outil idéal pour booster vos recrutements.

Sommaire

1. L'outbound recruiting, qu'est-ce que c'est ?	3
1.1. Quand marketing et recrutement se complètent	3
1.2. L'outbound recruiting et ses 3 avantages clés	3
1.3. L'outbound se distingue de l'inbound dans certaines situations	4
2. 5 actions à mettre en place pour appliquer une stratégie d'outbound recruiting	5
2.1. Définir un ou deux personas type	5
2.2. Chercher son talent	6
2.3. Avoir une marque employeur efficace	7
2.4. Aborder le candidat	7
2.5. Garder contact	8
3. Envie de vous lancer dans l'outbound recruiting ?	8

1. L'outbound recruiting, qu'est-ce que c'est ?

1.1. Quand marketing et recrutement se complètent

L'outbound recruiting est une méthode de recrutement RH inspirée du marketing. Elle consiste à chercher ses candidats plutôt que de poster une offre d'emploi. Peu appliquée aujourd'hui, la méthode d'outbound recruiting tend à se développer notamment avec les cabinets de "chasseurs de têtes".

Dans certains secteurs, comme l'informatique ou la gestion, les candidats se font rares. Recruter des profils d'informaticien ou d'assistant s'avère compliqué pour les entreprises. En conséquence, les entreprises doivent donner envie aux candidats de les rejoindre. Pour ce faire, les recruteurs vont contacter directement les candidats et tenter de les convaincre de rejoindre leur équipe.

1.2. L'outbound recruiting et ses 3 avantages clés

Trouver des talents spécialisés dans leurs domaines

Cette stratégie de recrutement permet de dénicher les meilleurs candidats au lieu d'espérer qu'un talent réponde à votre offre d'emploi. Notamment pour certains postes qui nécessitent des compétences techniques spécifiques ou une forte expérience dans un domaine précis. Avec l'outbound recruiting, vous cherchez les candidats qui répondent aux exigences du poste que vous proposez.

La cooptation à portée de main

L'inbound recruiting permet de sélectionner des candidats qui répondent à votre offre d'emploi mais ensuite il vous faut vérifier leurs références et leurs recommandations. Avec l'outbound recruiting, la vérification des compétences est l'élément essentiel de votre recherche, vous passez beaucoup moins de temps à trier les candidats.

Renforcer sa marque employeur et l'estime des candidats

Contacté directement un talent qui a retenu votre attention donne un côté "accessible" à votre entreprise. Cela permet aussi de créer une forte relation entre votre futur employé et vous. L'outbound recruiting permet, d'une part, de développer votre réseau en contactant des candidats potentiels et d'autre part, de travailler différemment.

1.3. L'outbound se distingue de l'inbound dans certaines situations

Dans la guerre de la concurrence

Avec le développement de formations spécifiques, (par exemple les développeurs et leurs multitudes de compétences spécialisées : SQL, C#, PHP, etc) les recruteurs se démènent pour trouver les talents qui correspondent à leurs besoins.

À ce point, les talents deviennent des clients. Il faut alors séduire les prospects, la méthode de l'outbound recruiting est un moyen efficace pour trouver la perle rare. Un candidat dans une méthode d'inbound recruiting, se projette dans votre entreprise et candidate, spontanément ou non, chez vous. Mais, il va potentiellement postuler dans d'autres entreprises. Mettez toutes vos chances de votre côté en contactant votre candidat idéal directement.

L'expérience pour un poste à haute responsabilité

La méthode d'outbound excelle à ce niveau, l'explosion du big data vous permet un accès à toutes les informations sur un potentiel candidat : ses expériences, ses compétences, ses recommandations, etc. Ainsi sélectionner votre candidat dans une stratégie d'outbound recruiting vous fait gagner du temps.

Ce qu'il faut retenir :

- Dans une méthode d'inbound recruiting ce sont les candidats qui viennent à vous. À l'inverse dans une méthode d'outbound recruiting, vous cherchez des candidats.
- L'outbound permet de trouver des candidats spécialisés dans des domaines dits "rare" ou en "pénurie".
- Cette méthode est chronophage mais permet de trouver le talent qui changera votre entreprise.

2. 5 actions à mettre en place pour appliquer une stratégie d'outbound recruiting

2.1. Définir un ou deux personas type

En marketing, lorsqu'une entreprise cherche à vendre un produit, elle crée des personnages fictifs nommés "personas". Ils représentent la cible recherchée. En effet, le principe même des personas est de se mettre à la place de sa cible pour mieux communiquer avec elle, et lui donner envie de convertir, et dans ce cas, de postuler. Dans une stratégie d'outbound recruiting, nous vous conseillons de vous limiter à 1 ou 2 profils, les plus représentatifs de votre besoin de recrutement.

Pour définir votre persona, il faut analyser la réalité du marché de ce poste.

Prenons un exemple, avec un poste d'agent immobilier :

- 35 % ont des BAC+3 sans expérience ;
- 25 % ont 3 ans d'expérience ;
- 5 % ont 10 ans d'expérience ;
- 2 % sont en reconversion.

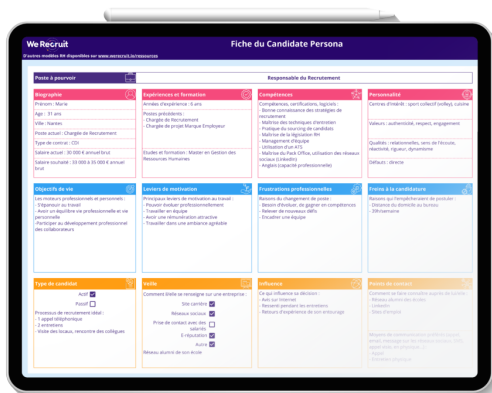
Pour ce poste, les profils les plus représentatifs de vos cibles candidats sont des personnes ayant un BAC+3 sans expérience et des personnes qui ont 3 ans d'expérience dans le poste. Il faudra donc miser sur ces 2 profils : ce sont vos personas.

Pour créer vos profils de personas, définissez plusieurs informations :

- la spécialité que vous recherchez ;
- le niveau d'expérience ;
- le type d'emploi actuellement occupé ;
- ses compétences (humaines ou techniques) nécessaires à votre poste.

Bonus : Pour vous aider à comprendre les intérêts de vos profils types (personas), assistez à des meetups, des conférences, etc. Vous pouvez également consulter les réseaux sociaux de personnes qui correspondent à vos personas. Cela vous aidera à identifier leurs centres d'intérêts et leur manière de s'exprimer.

En somme, votre recherche sera fructueuse si vous définissez le type de profil idéal en concordance avec la réalité du marché de votre poste.



Vous souhaitez construire votre Candidate Persona et vous aider d'un modèle existant ? Nous avons réalisé une fiche du Candidate Persona avec un exemple RH disponible sur Google Sheet. Vous pouvez la compléter directement en ligne et travailler en collaboration sur ce document. [Télécharger la fiche.](#)

2.2. Chercher son talent

Il existe différents moyens pour trouver le candidat idéal. Vous pouvez effectuer une recherche préliminaire sur les réseaux sociaux, en favorisant LinkedIn. Les filtres faciliteront votre quête. LinkedIn, par exemple, permet de rechercher des personnes en fonction du poste occupé, de l'entreprise fréquentée, du niveau d'étude, etc. Selon le poste recherché, il est intéressant de se concentrer également sur les outils dédiés à ces métiers.

Si vous souhaitez engager :

- Un développeur : allez jeter un œil sur Github ou StackOverflow. Vous y trouverez des portfolios complets.
- Un designer web : alors rendez-vous sur Behance ou Dribbble.
- Un manager : faites un tour sur ProductHunt ou Growthhackers.
- Un rédacteur web : ses écrits seront postés sur Medium, Quora ou encore Twitter. Vous pouvez aussi retrouver sa veille sur des sites spécialisés.

2.3. Avoir une marque employeur efficace

Vous avez trouvé la perle rare ? Avant de contacter le candidat idéal, vérifiez votre réputation sur internet. Il ne faut pas oublier que le candidat une fois contacté fera obligatoirement des recherches sur votre entreprise. Il consultera votre site internet, votre page recrutement, vos réseaux sociaux et même des sites d'avis tels que Glassdoor. Vos atouts doivent obligatoirement apparaître dans les premiers résultats pour ne pas le faire fuir. Faites la différence en reprenant les codes de l'inbound recruiting.

2.4. Aborder le candidat

Votre message d'approche doit être efficace et personnalisé. Cette tâche peut paraître chronophage mais ne doit pas être négligée. Ce message est le premier contact entre vous et votre talent.

Comment écrire l'e-mail parfait pour attirer votre talent ?

- Étape 1 : Bien se renseigner sur la personne, analyser son profil LinkedIn pour trouver toutes les informations qui justifient l'embauche de ce candidat prospect. Identifiez la manière dont il s'exprime, les mots qu'il utilise, pour reprendre le même vocabulaire dans l'e-mail. Le mimétisme est une méthode qui a fait ses preuves et peut vous permettre de vous faire comprendre facilement par le candidat. La personnalisation de votre e-mail sera un atout pour convaincre votre candidat prospect.
- Étape 2 : Parlez rapidement de votre entreprise, ses objectifs et son développement. Mettez-vous à la place d'un négociateur qui essaye de conclure une affaire en insistant sur l'opportunité de pouvoir évoluer dans votre entreprise.
- Étape 3 : Expliquer votre démarche de recherche au candidat, comment avez-vous trouvé son profil ? Ce détail permettra de montrer au candidat que vous avez pris le temps de faire des recherches sur lui. Cela le confortera dans son choix.
- Étape 4 : Si l'offre n'intéresse pas le candidat, montrez que vous êtes ouvert à un futur recrutement. Maintenir cette option ouverte permet aux talents de se projeter dans les années à venir quand ils seront à la recherche de nouvelles opportunités. Il évoquera votre entreprise à son entourage, développera la visibilité et la marque employeur de votre entreprise.

2.5. Garder contact

Votre perle rare n'est pas disponible ou ne souhaite pas rejoindre votre entreprise pour le moment ? Ce n'est pas une perte de temps. Cette recherche vous a permis d'agrandir votre réseau. Ce talent se souviendra de votre démarche et pourrait recommander votre entreprise à une personne de son réseau. Tous ces petits détails apportent une plus-value pour votre entreprise. Et qui sait, dans un futur proche, ce candidat pourrait quitter son poste et vous relancer pour une embauche.

3. Envie de vous lancer dans l'outbound recruiting ?

Savez-vous que l'outil We Recruit vous permet de mettre en pratique cette stratégie ? Notamment avec la CVthèque et les tags que vous attribuez à des candidats. Vous cherchez un commercial ? Depuis la CVthèque vous pouvez trouver tous les candidats ayant postulé en tant que commercial. Vous souhaitez que cette personne ait au moins 5 ans d'expérience ? Si vous avez bien renseigné les tags la recherche sera un jeu d'enfant. [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