

Savoir recruter sur les médias sociaux

Formation spéciale recrutement digital !

Une formation pour expérimenter et maîtriser les différentes possibilités de recruter sur les médias sociaux

Objectifs de la formation :

- Distinguer les différents réseaux sociaux et leurs caractéristiques en lien avec le recrutement
- Comprendre le E-recrutement sur les réseaux sociaux : quels objectifs ? Quels avantages ? Quelles limites ? Quelles opportunités et quels enjeux pour les entreprises ?
- Recruter sur les réseaux sociaux : quelles pratiques ? Quels outils ? Quels process ?
- Savoir élargir à la notion de marque-employeur
- Connaître les risques juridiques et être capable de mettre en place une charte interne

Publics : DRH, RRH, chargés de recrutement ou cadre de la fonction RH en charge de ce domaine

Durée : 1 jour soit 7 Heures

Pré-requis : Connaissance basique de la bureautique et d'internet

PROGRAMME :

- **Évolution technologique et changement d'usages et de comportements :**
 - o L'arrivée du numérique dans la société et au sein des entreprises
 - o Nouveaux rapports sociologiques avec le monde professionnel
 - o Fragmentation de leur appropriation par génération dont Y, CSP et secteur d'activité
 - o Viralité, graphes sociaux virtuels et importance de la recommandation en communication digitale
 - o Comment gérer le BIG DATA pour les RH et les chargés de recrutement ?
 - o Avantages et inconvénients du E-Recrutement sur les réseaux sociaux
- **Plateformes collaboratives de recrutement et médias sociaux en France:**
 - o Typologie des médias et réseaux sociaux : qui utilise pour quels usages ?
 - o Analyse visuelle d'un graphe social sur les réseaux sociaux
 - o Plateformes de recrutement sur LINKEDIN (analyse complète de chaque réseau)
 - o Étude de cas réel des participants de recrutement de profils
 - o Plateformes de recrutement sur Facebook type WORK4
 - o Quelle utilisation recrutement de TWITTER, PINTEREST, YOUTUBE, DAILYMOTION,
 - o Évolution des Jobboards vers des modèles type réseaux sociaux
 - o Utilisation des méta-moteurs de recrutement
 - o Identité numérique professionnelle et E-Réputation des RH : quel profil pour le recruteur?
- **Marque Employeur et recrutement**
 - o La marque Employeur comme composante de la marque globale de l'entreprise
 - o Exemples de présence de marque employeur sur les réseaux sociaux
 - o Définir une stratégie de présence et d'influence de sa marque employeur
 - o Concevoir et animer une page Employeur attractive sur les réseaux sociaux
- **E-recrutement et process de recrutement collaboratif**
 - o Définir ses objectifs quantitatif et qualitatif
 - o Constitution et gestion d'un vivier de candidats sur les réseaux sociaux
 - o Quel avenir pour le Mobile Recrutement ?
 - o Les enjeux du E-recrutement pour l'entreprise : impacts internes et externes
 - o Définir le parcours des candidats : du virtuel à l'intégration dans l'entreprise
 - o Structurer sa gestion quotidienne de son E-recrutement
 - o Peut-on recruter avec les MOOCs
 - o Définir des méthodes et outils d'évaluation du E-recrutement
 - o Principes et mise en œuvre d'un recrutement collaboratif
- **Quels risques juridiques des médias sociaux et recours pour les RH**
 - o Risques juridiques, jurisprudence et positionnement des RH
 - o Concevoir un guide de bonnes pratiques



Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels. Formateur certifié FFP.

Méthodes évaluation : A chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.

Ouverture d'une session à partir de 5 participants pour raison pédagogique

Nombre maximum de participants par session : 12