

Déroulé de l'action

Modalités

Session Inter-ou Intra
En présentiel/Classe Virtuelle

Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

Méthode pédagogique

Alternance exposés
théoriques
et exercices pratiques
(80% de pratique)

Suivi et assistance

Support de cours adapté
Assistance téléphonique
gratuite et illimitée

Modalité d'évaluation

Evaluation formative au
travers de nombreux
exercices tout au long de la
formation permettant de
valider les compétences
acquises.
Attestation de stage
Emargement quotidien d'une
feuille de présence

Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin
d'adaptation, retrouver le
contact de notre référent
handicap et les modalités
d'accueil sur la page : [Infos
pratiques/Situation de
Handicap](#)

Utiliser les réseaux Sociaux pour recruter

Public et Objectif : Toute personne en charge de recrutements et souhaitant acquérir les éléments fondamentaux et pratiques pour un gestion optimisée du recrutement avec les outils numériques.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux dans le recrutement
- Elaborer sa stratégie de sourcing des candidats (focus réseaux sociaux)
- Cibler les candidats sur un ou plusieurs réseaux sociaux en fonction du profil recherché
- Identifier les jobboards généralistes et spécialisés

Prérequis : Être à l'aise avec l'environnement Windows, la navigation Internet, des réseaux sociaux et avoir une bonne connaissance de son entreprise et connaître les bases du recrutement.

- 1 jour -

Comprendre la place du digital dans le recrutement

- Rappels sur les usages et tendances du Web
- L'évolution des comportements numériques et générationnels (générations X, Y)
- L'identité numérique et concept de "Personal Branding"
- Le marketing de recrutement
- Importance de la marque employeur

Construire une stratégie de recrutement

- Promouvoir sa marque d'employeur
- Définir une stratégie d'image RH sur les réseaux sociaux
- Le marketing social d'entreprise
- Effectuer une veille technologique et suivre son e-réputation

Elaborer une campagne de recrutement en ligne

- Définir ses objectifs
- Déterminer les profils des candidats recherchés et le processus de recrutement
- Choisir ses collaborateurs
- Définir des outils de mesure de résultats
- Choisir les réseaux sociaux en fonction de leur spécificité
- Les "jobboards", Facebook, Viadeo, LinkedIn, Google+, Twitter
- Adaptation des contenus

Chasser les candidats sur les réseaux sociaux

- Rechercher un candidat potentiel
- Approcher un candidat
- Comprendre la limite des réseaux et des informations trouvées

Travaux pratiques :

- Etude de cas avec pratique sur un recrutement