

Recruter quand on est débordé

6 MANIÈRES DE DIVISER PAR 2 VOTRE TEMPS DE RECRUTEMENT



Les principales étapes pour réduire le temps de recrutement

Pas facile de se concentrer sur le recrutement lorsque les tâches quotidiennes s'accumulent. Suivez nos conseils à chacune des 3 phases clés du cycle de recrutement pour embaucher les meilleurs talents en un temps record et aider votre équipe à atteindre l'excellence.

La phase de candidature

1. Construire et alimenter votre vivier
2. Développer votre marque employeur

La phase de sélection

3. Créer des profils de candidat
4. Simplifier la prise de contact

La phase d'entretien

5. Réduire le nombre d'entretiens
6. Partager les feedbacks

Bonus



Liste des indicateurs sur le recrutement



INTRODUCTION

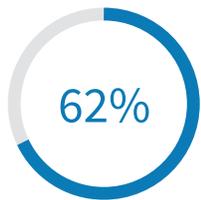
Le recrutement est une course de vitesse

Les meilleurs 10% des candidats ne restent généralement que 10 jours sur le marché. Oui, 10 jours seulement. Il n'y a pas si longtemps, le marché de l'emploi était favorable aux employeurs, et les entreprises pouvaient prendre leur temps pour recruter l'employé idéal.

Mais les choses ont changé. Aujourd'hui, les employeurs ne sont plus en position de force, car la demande en travailleurs qualifiés est élevée.

Cependant, rassurez-vous, en réduisant votre temps de recrutement, vous allez pouvoir élargir considérablement votre vivier de talents. Et c'est bien plus simple que vous le pensez.

Les chiffres



des leaders en RH et acquisition de talents considèrent le temps de recrutement comme le premier indicateur de réussite¹



du cycle de recrutement peut être standardisé²



des recruteurs voient la lenteur du processus de recrutement comme le plus grand obstacle à l'embauche³

¹ "From Time to Fill to Quality of Hire", Icmis, 2018

² "Dramatically Reducing Your Time to Fill", Ideal, 2017

³ "3 Painless Ways to Reduce Your Time to Hire", Ideal, 2017



1-2

INTRODUCTION

Prendre de l'avance sur la phase de candidature

Vous pensez que la phase de candidature constitue le premier point de contact formel entre les candidats et votre entreprise ? Pas tout à fait.

Avant cela, vous pouvez faire deux choses pour vous garantir qu'au moment de publier votre prochaine offre d'emploi vous n'aurez plus qu'à choisir parmi les meilleurs candidats.



1.

LA PHASE DE CANDIDATURE

Construire et alimenter votre vivier

Les équipes d'acquisition de talents les plus performantes sont proactives.

La constitution de viviers de talents – c'est-à-dire la proactivité, et non la réactivité – joue un rôle déterminant dans vos efforts de réduction du temps de recrutement.

Quelle différence entre vivier de talents et pipeline ?

Un pipeline de talents est un processus en plusieurs étapes qui vise à identifier les futurs besoins en recrutement et à dessiner le profil des candidats idéaux pour ces postes.

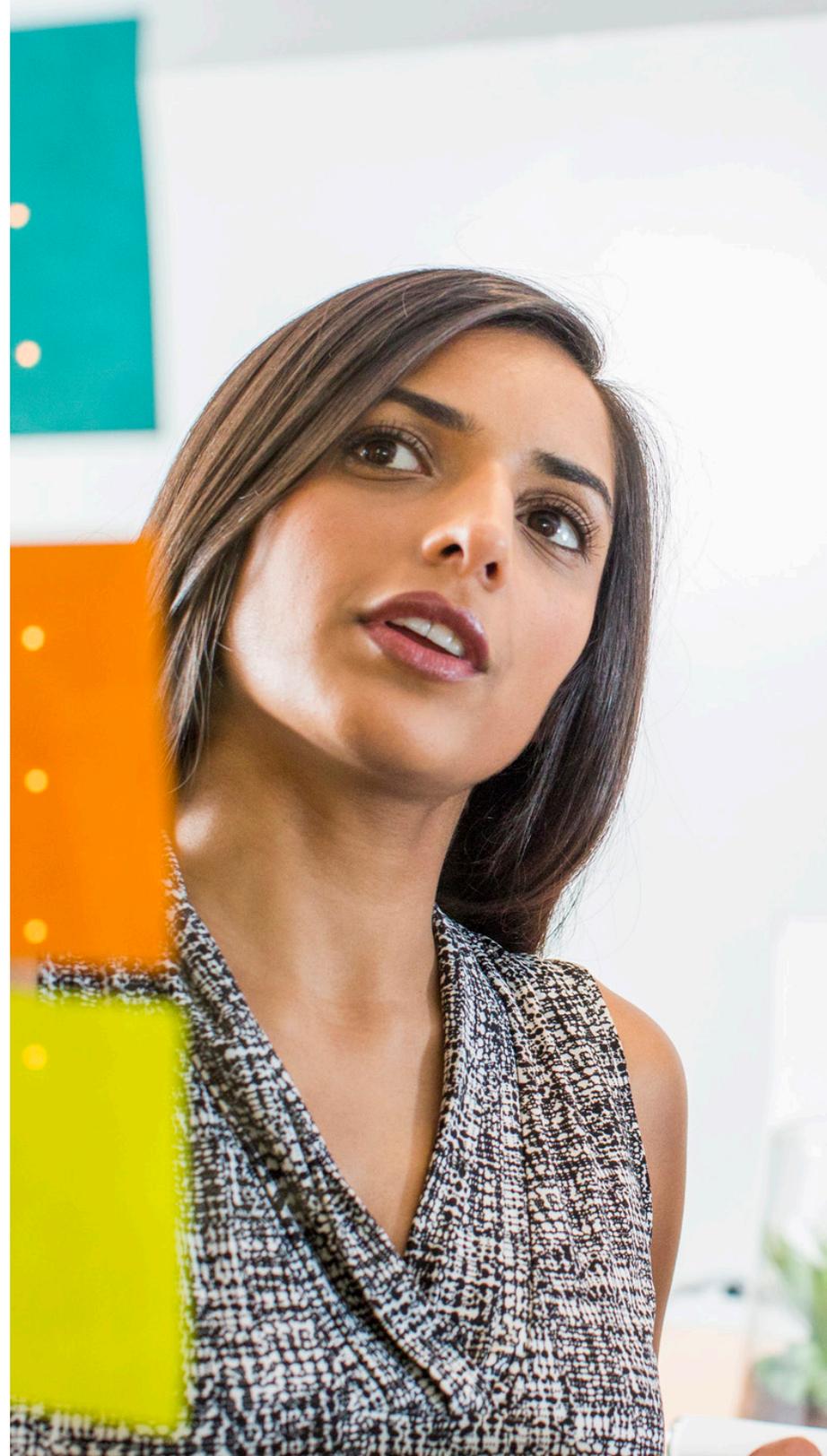
Sans le facteur relationnel, vos efforts de recrutement seront vains.

En cultivant des relations avec vos candidats rêvés, vous disposez d'une audience attentive à contacter le moment venu.



des responsables RH se concentrent sur la construction de leur vivier de talents.⁴

⁴"Finding Top Talent: 6 Critical Stats Every Employer Needs to Know Now", Tint.com, 2015



Mettre en place votre pipeline

Identifiez les candidats potentiels

Faites preuve de créativité pour dessiner le profil de votre candidat idéal. Élargissez vos horizons de recherche et ne vous contentez pas d'une simple liste de candidats. En effet, une liste, ce n'est pas un pipeline.

Contactez vos candidats potentiels

Vous pouvez leur dire que leur expérience vous intrigue et que vous pensez pouvoir leur proposer des opportunités intéressantes. Ne rentrez pas dans les détails, mais cherchez plutôt à savoir ce qu'ils attendent de leur prochain poste.

Apprenez à connaître vos prospects

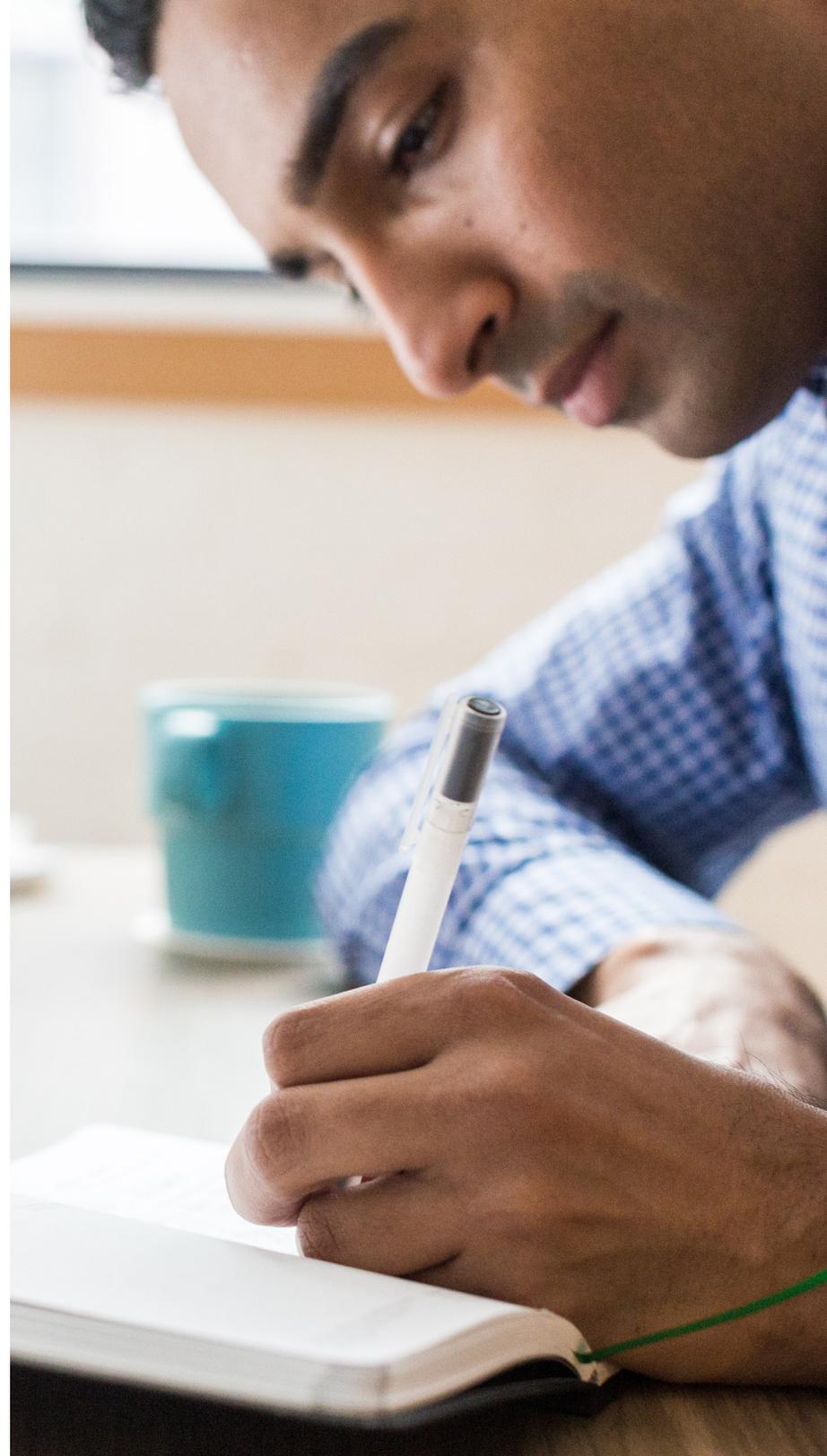
N'attendez pas qu'ils postulent à une offre d'emploi pour étudier leur profil, prenez de l'avance ! Passez en revue leurs compétences et expériences pour voir s'ils correspondent à ce que vous cherchez. Et souvenez-vous, c'est vous qui êtes aux commandes.

Entretenez une communication régulière

Il est impératif de rester en contact avec les candidats de votre pipeline. En leur envoyant un e-mail ou un InMail une fois par mois, par exemple, vous maintenez le contact et en apprenez davantage sur eux. Pas sûr de savoir par où commencer ? [Lisez notre guide pour rédiger des messages efficaces.](#)

Planifiez vos entretiens

Il est maintenant temps de récolter les fruits de votre dur labeur. Une fois que les postes pour lesquels vous anticipiez des candidats doivent être pourvus, il ne vous reste plus qu'à contacter ceux qui correspondent le mieux.



1.**LA PHASE DE CANDIDATURE**

Gain de temps : 40 heures 🕒

Imaginez le travail que vous auriez si vous deviez recommencer à zéro chaque fois qu'il vous faut recruter pour un poste. Entre la recherche de candidats, la présélection et les entretiens, le gain de temps sur l'ensemble du processus de recrutement est estimé à 40 heures grâce à la construction et à l'entretien de votre pipeline.

Comment LinkedIn peut vous aider

Première plateforme permettant de rechercher, de contacter et de gérer des candidats, [LinkedIn Recruiter](#) peut vous aider à vous lancer dans la création de votre pipeline. Elle vous permet de passer en revue des candidats de qualité qui sont intéressés par les nouvelles opportunités, vous permettant ainsi de donner la priorité à ceux qui seront les plus attentifs.

Nous proposons également [Pipeline Builder](#). Voici comment ça marche :

- Choisissez les talents dont vous avez besoin pour les rôles prioritaires, ceux nécessitant de nombreuses embauches et les postes difficiles à pourvoir.
- Adressez-vous automatiquement à eux lorsqu'ils utilisent LinkedIn par le biais de Sponsored Updates et de Recruitment Ads personnalisées.
- Permettez aux talents de partager leur profil, leur adresse e-mail et leur numéro de téléphone en un seul clic s'ils sont intéressés par une de vos opportunités.



Développer votre marque employeur

La plupart des entreprises possèdent une image publique qui transmet certaines émotions et certains sentiments aux personnes avec lesquelles elles interagissent. Mais, ce n'est pas tout, chaque entreprise possède également une deuxième facette de son image de marque : la marque employeur. Il s'agit de la manière dont vous vous présentez aux chercheurs d'emploi.

Ne vous y trompez pas, la marque employeur n'est pas qu'un concept à la mode. Depuis peu, il est utilisé comme un outil permettant d'attirer des candidats de premier rang et de réduire considérablement le temps de recrutement.

Les chiffres



des leaders du recrutement reconnaissent que la marque employeur a un impact significatif sur le recrutement⁵



Les marques employeur fortes obtiennent 50% plus de candidats qualifiés⁵



Les entreprises avec une marque employeur forte dépensent 43% moins par recrutement⁵

⁵ "10 Reasons Why Employer Branding is Important", LinkHumans, 2017



“Pour remporter la chasse aux talents sur un marché aussi compétitif, il faut une marque employeur bien définie qui se démarque des autres.”

Carrie O'Meara
Responsable talents chez Xero

Découvrez pourquoi Xero ainsi que d'autres entreprises considèrent une marque employeur forte comme indispensable à leur processus de recrutement.

[En savoir plus >](#)

Comment créer une marque employeur authentique

Créez-vous une culture d'entreprise forte

Lorsque vous créez un environnement de travail agréable, vous rendez votre entreprise plus attractive aux yeux des candidats potentiels.

Donnez la parole à vos employés

Lorsqu'ils aiment leur travail, les employés ont tendance à le partager avec tout le monde. Quand vos employés s'expriment sur les réseaux sociaux au sujet de votre entreprise, cette publicité gratuite vient renforcer votre marque employeur.

Encouragez le développement personnel

Essayez de mettre en place un budget d'apprentissage et de développement pour chaque employé afin de lui permettre d'assister à des formations et à des conférences. En aidant vos employés à avancer dans leur vie professionnelle, vous les incitez à rester dans votre entreprise sur le long terme.

Instaurez de nouvelles traditions

Un apéro de bienvenue pour chaque nouvel employé ? Des rendez-vous réguliers avec la direction ? Une compétition sportive en été ? Les possibilités sont nombreuses pour créer des événements qui deviendront vite des traditions et façonneront l'identité de votre entreprise.



2.

LA PHASE DE CANDIDATURE

Gain de temps : 30 heures ⌚

Votre marque employeur est un autre aspect sur lequel il vaut la peine d'investir du temps en amont. Si votre marque employeur est forte, vous recevrez davantage de recommandations d'employés, puisque des employés heureux auront plus tendance à recommander leurs connaissances. En renforçant votre marque employeur, vous pouvez gagner 30 heures sur votre temps de recrutement total.

Comment LinkedIn peut vous aider

Vous pouvez commencer par créer une [Pages Carrières](#). C'est un excellent point de départ pour mettre en avant les valeurs de votre entreprise. Cet outil vous aide à informer et à attirer l'attention sur votre entreprise. Il vous permet également de vous constituer un pipeline de candidats pour vos postes à pourvoir. En optimisant cette page, vous pouvez vous démarquer et recevoir davantage de candidatures pour vos offres d'emploi.

The screenshot shows the LinkedIn profile page for Oustia Mechanics, a manufacturing company in Phoenix, AZ, with 57,714 followers. The page features a navigation menu on the left with options for Home, About, Life, and Jobs. A notification banner at the top states, "You're all set to receive job alerts for Oustia Mechanics!" with a "Delete job alert" button. Below this, a search bar is provided for finding job openings, with a note that Oustia Mechanics has 122 job openings. The main content area is divided into several sections: "Recommended jobs for you" based on profile information, listing roles like Sales Development Representative, Account Executive, and Senior Sales Representative; "View employees in recommended jobs" featuring profiles of Bradford Hodges, Jenny Lee, and Matthew Carter; "Recently posted jobs" including Product Marketing Manager roles; and "Discover Oustia Mechanics" with a "Why Join the Oustia team?" section.

3-4

INTRODUCTION

Raccourcir la phase de sélection

Avec un pipeline bien maîtrisé et une marque employeur renforcée, vous devriez commencer à sentir les effets de votre travail au moment de sélectionner vos candidats. Voici quelques conseils pour faciliter encore plus la phase de sélection, même si vous êtes débordé.



3. LA PHASE DE SÉLECTION

Créer des profils de candidat

Dans tous les secteurs ou presque, des processus sont mis en place pour définir le profil d'un client idéal, un peu comme les marketeurs créent des profils d'acheteurs. De la même façon, dans le milieu du recrutement, les professionnels chargés d'acquérir des talents et les responsables du recrutement créent souvent des profils de candidat afin de cibler avec précision l'audience de leur choix.

Ce ciblage permet une collaboration structurée entre les membres de l'équipe de recrutement, mais également une accélération du processus en le rendant plus efficace, que vous cherchiez à embaucher une personne ou une équipe complète.

Les critères indispensables

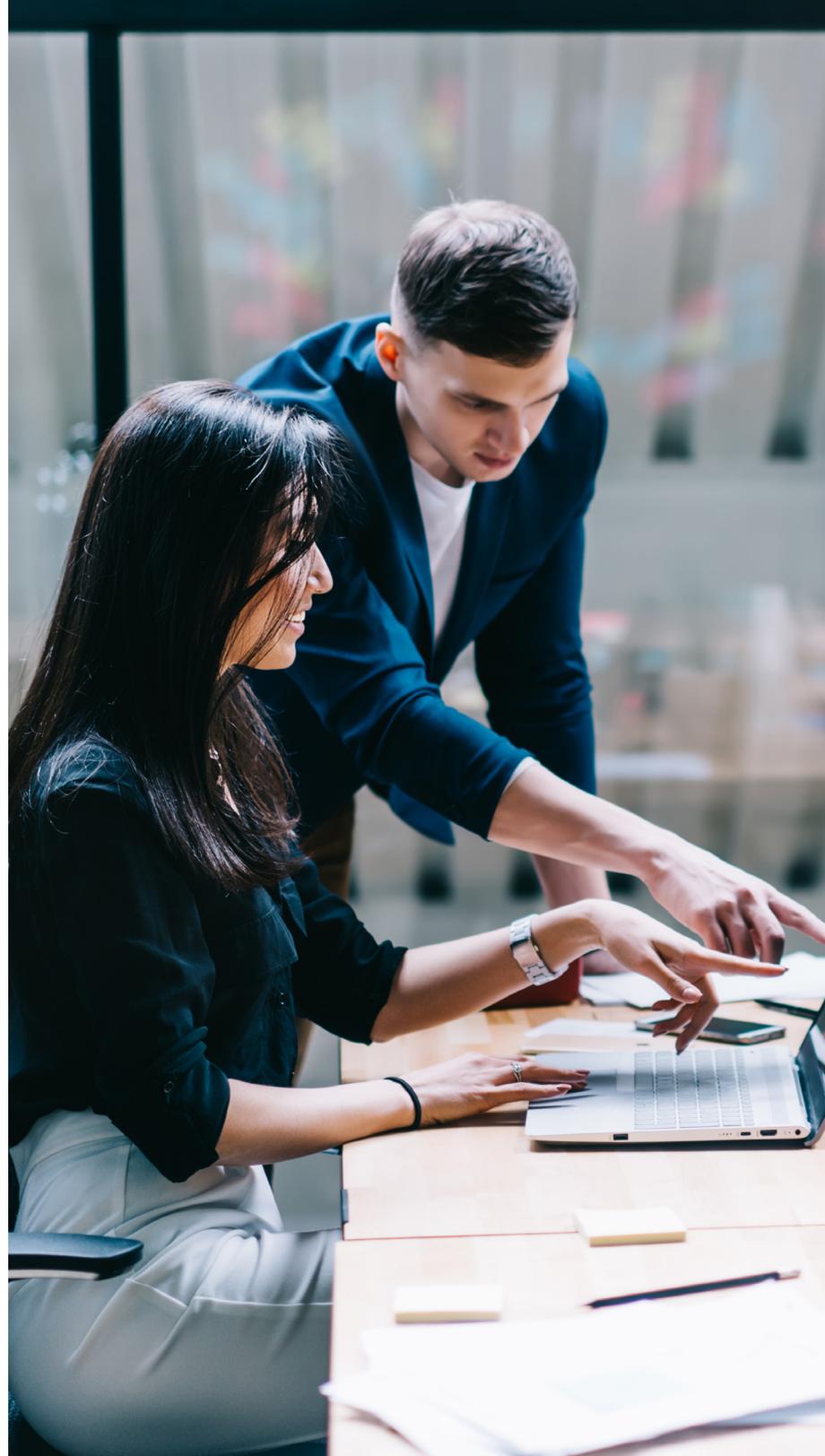
Le défi ici est d'inclure toutes les compétences essentielles, sans trop en demander. On peut facilement trouver 50 caractéristiques que tout candidat devrait posséder, mais essayez de vous mettre d'accord avec votre équipe de recrutement sur 3 à 5 points.

Les critères souhaitables

Outre les exigences primordiales, les critères souhaitables sont ces caractéristiques que vous seriez ravi de trouver chez un candidat, mais qui ne sont pas essentielles. Vous avez le droit d'être optimiste, mais rappelez-vous qu'un bon candidat ne présentera pas forcément toutes ces qualifications.

Les critères disqualifiants

D'une certaine manière, il s'agit de l'élément le plus important dans le profil d'un candidat. Certaines choses peuvent apparaître lors de la vérification des références, mais vous pouvez aussi noter des traits de personnalité comme l'instabilité professionnelle ou une attitude non-professionnelle.



Comment créer vos profils de candidat

Analysez vos employés les plus performants

Pour créer un profil de candidat, il ne faut pas hésiter à faire des recherches. Trouvez un employé réputé pour son bon travail et occupant un poste similaire à celui pour lequel vous recrutez et consultez ses performances pour voir en quoi il sort du lot. Ces informations peuvent vous aider à définir le type d'expérience professionnelle et de compétences à rechercher chez vos futurs employés.

Suivez les valeurs de votre entreprise

Il est impératif que votre profil de candidat soit en accord avec les principes essentiels de votre entreprise. Rencontrez l'équipe de recrutement pour définir 5 compétences clés pour le poste et 5 traits de caractère qui concordent avec vos valeurs.

Regardez le parcours de vos meilleurs éléments

Comment vos employés les plus performants ont-ils trouvé votre entreprise ? Ont-ils été recommandés ? Viennent-ils d'une ville en particulier ? Quel que soit leur parcours, assurez-vous d'intégrer les informations pertinentes à votre profil de candidat. Pour une recherche encore plus poussée, [LinkedIn Talent Insights](#) peut vous aider à analyser des viviers de talent en fonction des compétences que vous recherchez.



3.

LA PHASE DE SÉLECTION

Gain de temps : 50 heures 🕒

Un processus de recrutement est rarement parfaitement linéaire, et avec un profil de candidat comme fil conducteur vous pourrez plus facilement cibler vos recherches. En créant un profil pour chaque poste vacant, vous pouvez gagner 50 heures sur votre processus de recrutement.

Comment LinkedIn peut vous aider

La création de profils de candidat ainsi que d'autres tactiques sont de plus en plus utilisées dans le secteur du recrutement. Pour en savoir plus sur ce processus et découvrir d'autres nouvelles stratégies, consultez [Au-delà de l'offre d'emploi : Le guide du recrutement innovant.](#)



4. LA PHASE DE SÉLECTION

Simplifier la prise de contact avec les candidats

Le rôle de l'automatisation demeure un sujet d'actualité dans le secteur du recrutement, et c'est peut-être sur la simplification de la prise de contact des candidats que son effet se fait le plus ressentir.

Entre les messages à envoyer aux candidats à différentes étapes du processus, les entretiens à planifier et les nombreuses communications auxquelles répondre, vous devez assurer un suivi constant et minutieux. Heureusement, l'utilisation de modèles vous permet d'améliorer votre processus et de gagner du temps.

Modèles d'InMails

Plutôt que d'envoyer un InMail à un candidat et d'avoir à le retrouver pour le copier chaque fois que vous devez envoyer un message similaire, utilisez plutôt un modèle d'InMail. Cet outil simple vous permet d'enregistrer des messages pour vous en servir ultérieurement.

Scheduler

En se synchronisant avec votre compte Office 365 ou Google Agenda, Scheduler suggère des créneaux pour rencontrer les candidats et les invite à réserver un horaire d'entretien, le tout automatiquement.

[En savoir plus sur Scheduler >](#)



4.

LA PHASE DE SÉLECTION

Gain de temps : 10 heures 🕒

Personne ne sait à quoi ressemblera l'avenir du recrutement, mais il est certain que l'utilisation de modèles et l'automatisation des communications sont des méthodes simples qui permettront de réduire le temps de recrutement. L'adoption de ces pratiques peut vous faire gagner 10 heures sur votre processus de recrutement.

Comment LinkedIn peut vous aider

Voyons maintenant de plus près comment utiliser un modèle d'InMail. Après avoir rédigé un InMail, cliquez sur "Enregistrer en tant que modèle" et donnez-lui un nom. Gardez à l'esprit que les modèles d'InMails ne doivent pas être utilisés comme un moyen rapide de contacter des candidats en masse.

Si les modèles d'InMails permettent de reproduire la structure globale d'un message, vous devrez tout de même faire des ajustements et personnaliser vos messages pour qu'ils soient plus efficaces.



5-6

INTRODUCTION

Standardiser le processus des entretiens

Au bout d'un certain nombre d'entretiens, vous savez à peu près tout ce qu'il y a à savoir sur un candidat. Pourtant, de nombreuses entreprises multiplient les rendez-vous, ne sachant pas à quel moment sauter le pas. Malheureusement, en agissant de la sorte, elles passent souvent à côté des meilleurs candidats. Voici donc quelques conseils pour standardiser cette phase du processus de recrutement.





Diminuer le nombre d'entretiens

Les entreprises les plus attractives sont souvent confrontées à la question suivante : combien d'entretiens un candidat doit-il passer avant d'être recruté ?

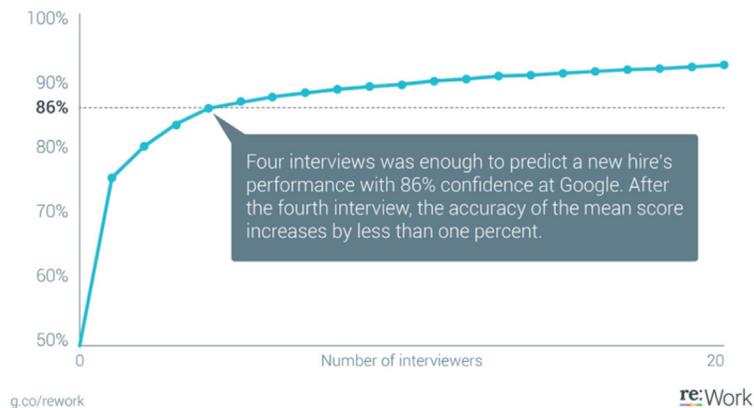
Avec un vaste choix de candidats qualifiés à leur portée, ces entreprises ont tendance à suivre le principe selon lequel plus elles feront passer d'entretiens, plus elles seront en mesure de prendre la bonne décision. Bien que cette approche les contraigne parfois à recevoir un même candidat une douzaine de fois, il ne fait aucun doute pour elles qu'il s'agit de la meilleure solution pour embaucher les meilleurs employés.

Cependant, depuis que les entreprises ont commencé à regarder leurs données de plus près, elles ont été poussées à revoir leur processus.

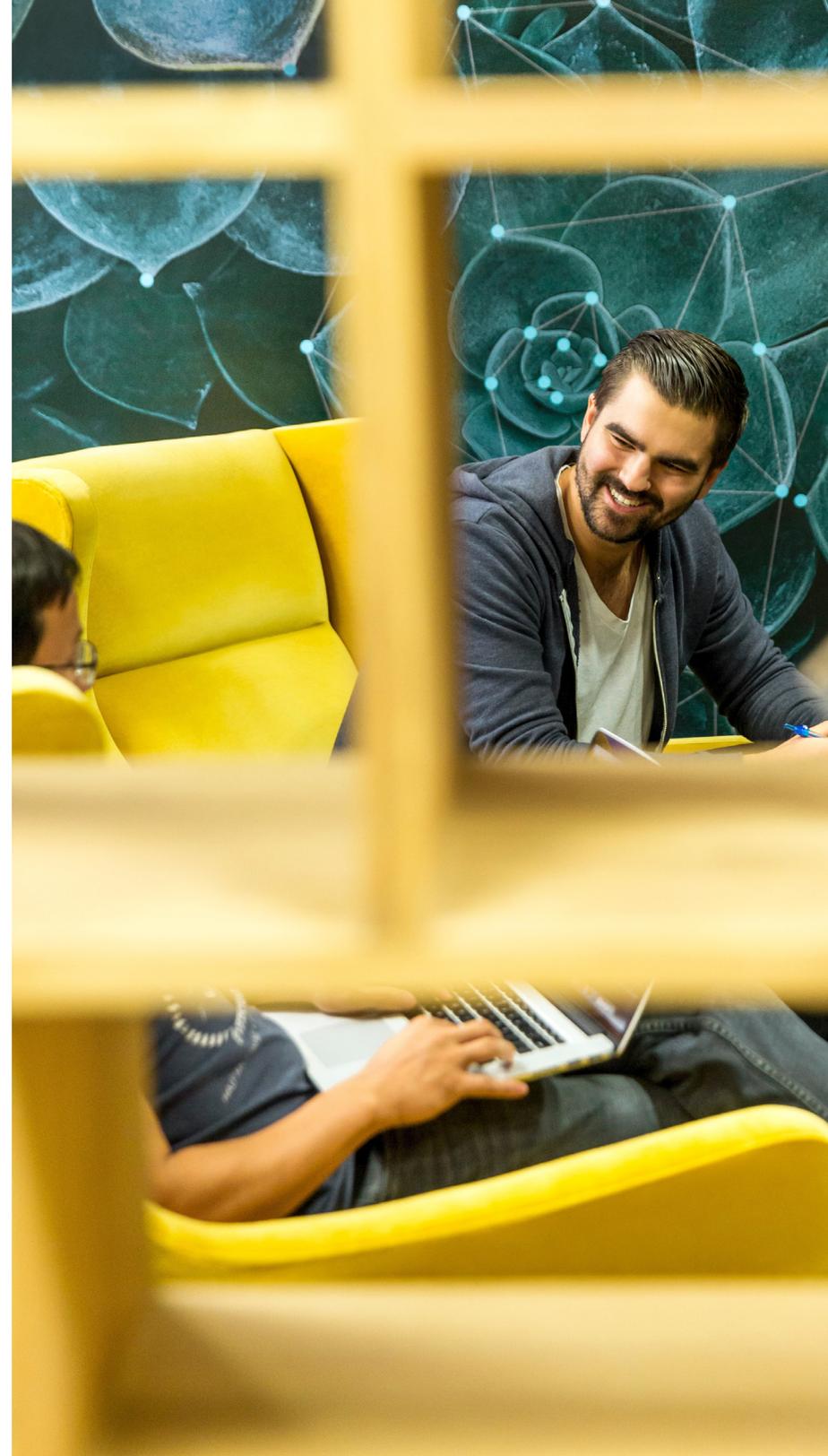


Un nombre standard d'entretiens

Google a été l'une des premières entreprises à se rendre compte qu'après seulement 4 entretiens, elle pouvait estimer avec assez de précision le niveau de performance d'un candidat. Au-delà, non seulement le recrutement prenait plus de temps, entraînant la perte des meilleurs talents, mais les résultats étaient tout simplement moins bons.



Une fois qu'elle a pris conscience de ces données, Google a adopté ce qu'elle a appelé la "Règle de 4", limitant le nombre d'entretiens à 4. Suite à l'adoption de cette pratique, elle a constaté une diminution du temps de recrutement de deux semaines, ainsi qu'un processus bien moins stressant et un gain de temps pour ses employés.



Gain de temps : 40 heures 🕒

En vous limitant à 4 entretiens, vous gagnez un temps considérable sur votre processus. Même si le gain de temps réel varie selon le poste, nous estimons que vous pouvez gagner 40 heures par poste à pourvoir.

Comment LinkedIn peut vous aider

Pour bien démarrer votre cycle d'entretiens, consultez notre eBook [30 questions d'ordre comportemental](#). Dans ce guide, vous apprendrez comment déceler les traits de caractère d'un candidat au-delà de son CV, comme le leadership, la créativité, la capacité d'adaptation et la volonté de progresser.

Pour en savoir plus sur la "Règle de 4" de Google, [rendez-vous sur le blog de LinkedIn](#).



Partager les feedbacks

On néglige souvent l'importance de la structuration des retours sur entretien. Outre l'attribution de l'évaluation de différents types de compétences à chaque membre du panel, faites en sorte que chacun soumette au plus vite un feedback écrit, une fois les entretiens terminés.



seulement des entretiens non structurés permettent de prédire correctement la réussite d'un candidat.⁶



des professionnels préfèrent recevoir des retours sur leurs entretiens.⁷

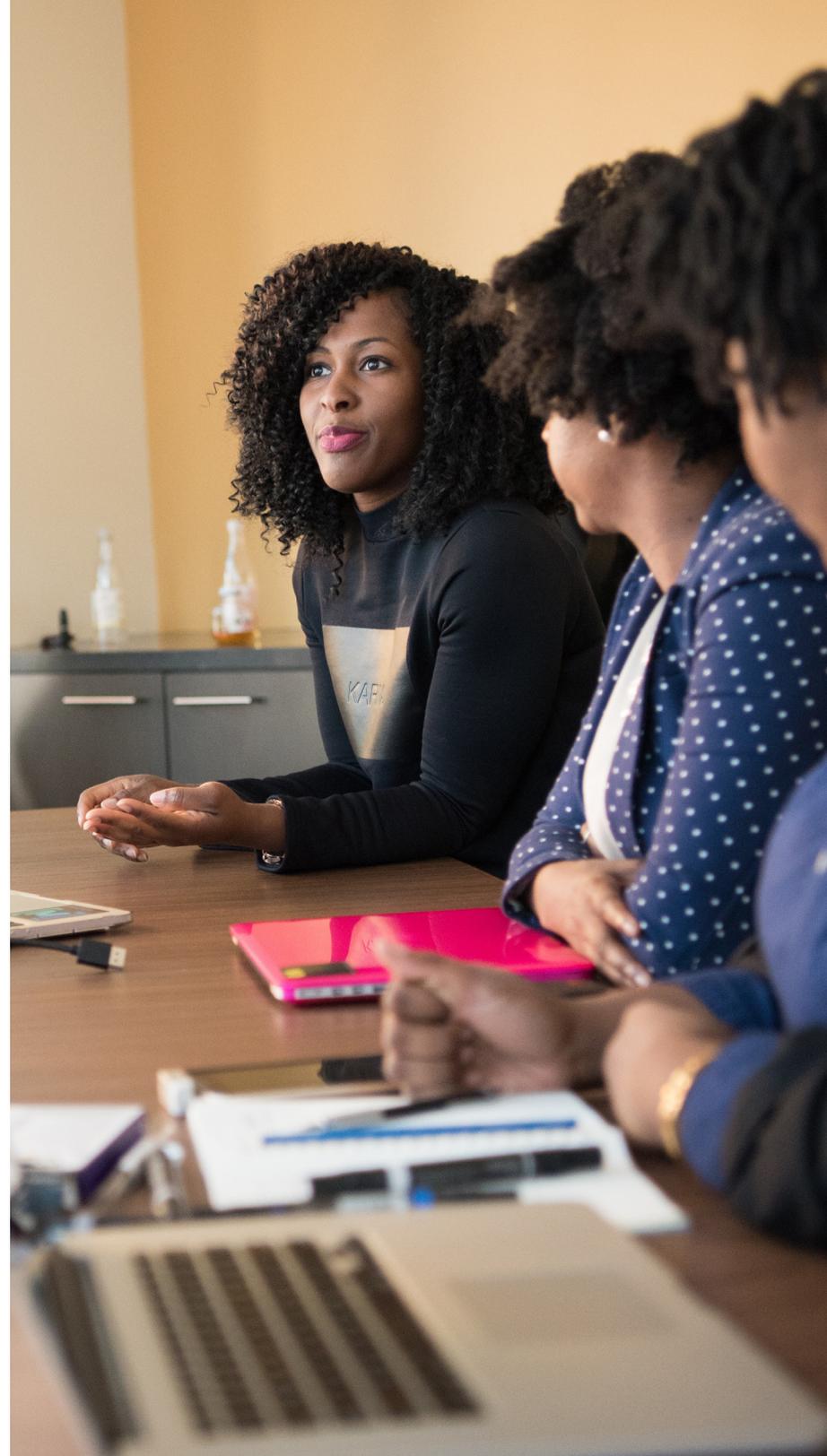


des professionnels considèrent l'absence de retour comme l'aspect le plus frustrant de leur recherche d'emploi.⁸

⁶ "Why Job Interviews Are Like Flipping a Coin", Forbes, 2015

⁷ "9 Stats Key to Providing a Great Candidate Experience", LinkedIn, 2015

⁸ "Giving Feedback After Job Interviews – Our Top Tips", KeepingHRSimple



Les points essentiels d'un feedback constructif

Voici quelques aspects fondamentaux à inclure lorsque vous partagez des retours sur entretien en interne. Une fois la décision d'embauche prise, pensez également à communiquer le plus d'informations possible aux candidats. Qu'ils décrochent le poste ou pas, les candidats veulent savoir ce qui a motivé la décision.

Oui ou non

Cela peut sembler évident, mais de nombreux chargés d'entretien se contentent d'analyser les réponses du candidat, sans clairement indiquer s'il s'agit d'un oui ou d'un non. Quelle que soit votre décision, affirmez votre point de vue et rédigez une réponse claire en première ligne du retour sur entretien, et ce, pour chaque session.

Résumé de la décision

Expliquez les raisons qui ont motivé votre décision tout en les mettant en relation avec les responsabilités quotidiennes du poste à pourvoir. Réfléchissez à la qualité du travail que fournirait ce candidat si vous le recrutiez. Est-ce le type de personne qui travaille bien de manière transversale ? Est-il capable de trouver des solutions, même si elles ne sont pas évidentes ?

Compte-rendu d'expérience

Faites attention aux détails de l'entretien, comme la motivation du candidat, sa capacité à répondre clairement aux questions et son enthousiasme général. Ces éléments permettent de déceler si le candidat possède les compétences interpersonnelles requises pour le poste. Ne tournez pas autour du pot, soyez aussi direct que possible.



6.

LA PHASE D'ENTRETIEN

Gain de temps : 5 heures 🕒

Même s'il s'agit d'une donnée difficile à quantifier, le fait de structurer vos entretiens à l'avance pourrait vous faire gagner 5 heures sur le processus.

Comment LinkedIn peut vous aider

L'une de nos ressources les plus populaires est notre [Générateur de questions d'entretien](#). Cet outil pratique vous permet de sélectionner les traits de caractère importants pour le poste et vous fournit ensuite une liste de questions correspondantes que vous pouvez personnaliser, imprimer et utiliser en entretien.

Par ailleurs, si vous utilisez un système de suivi des candidats (ATS), nous vous recommandons vivement de jeter un œil à [Recruiter System Connect](#), un outil permettant de connecter facilement votre ATS avec LinkedIn Recruiter. Avec Recruiter System Connect, vous pouvez facilement consulter tous les feedbacks d'entretien au même endroit et regrouper tout ce dont vous avez besoin dans un même flux de travail.



Gain de temps total : 175 heures 🕒

La phase de candidature

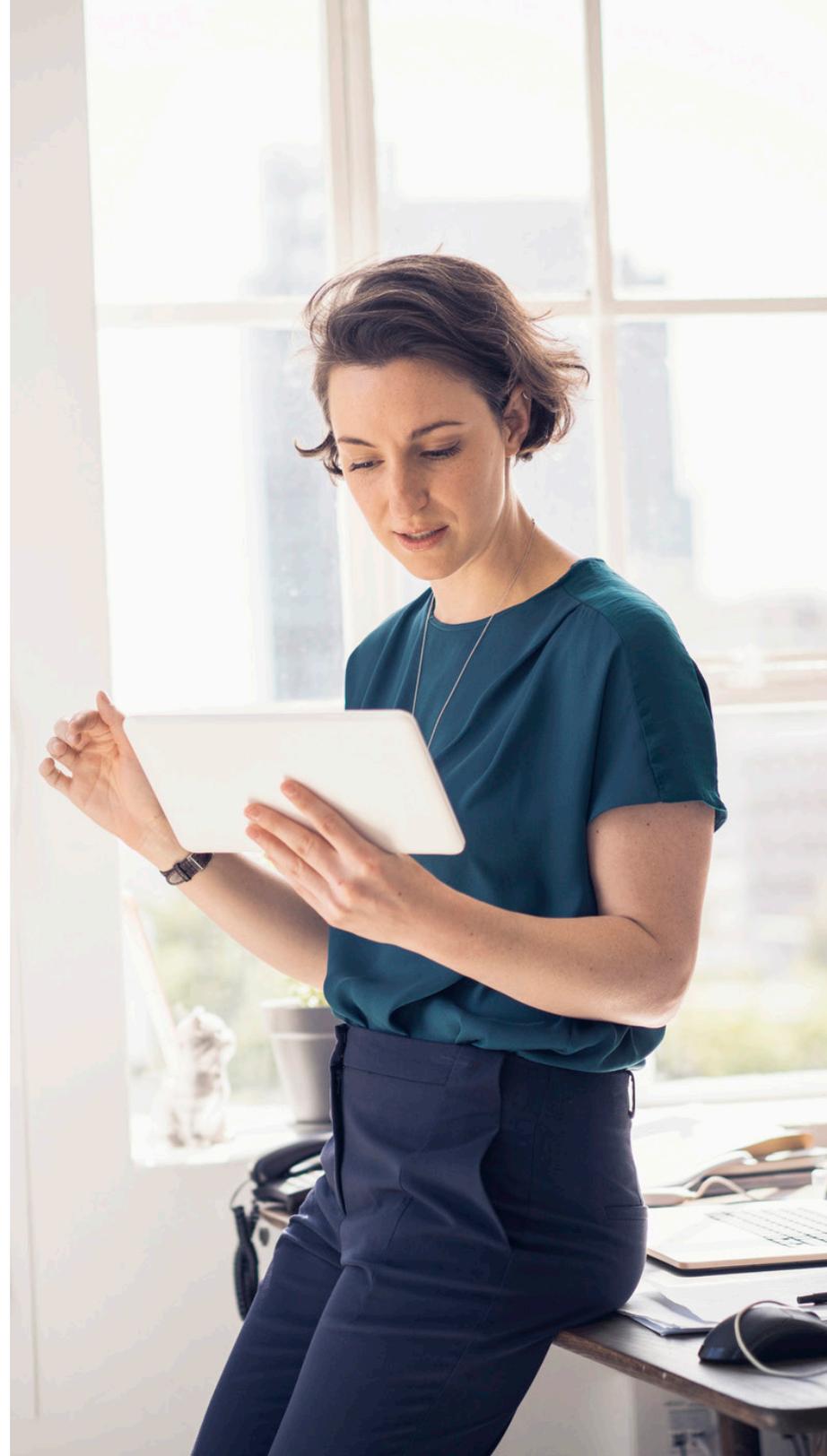
1. Construire et alimenter votre vivier : 40 heures
2. Développer votre marque employeur : 30 heures

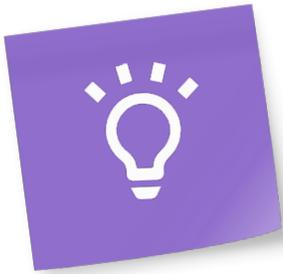
La phase de sélection

3. Créer des profils de candidat : 50 heures
4. Simplifier la prise de contact : 10 heures

La phase d'entretien

5. Réduire le nombre d'entretiens : 40 heures
6. Partager les feedbacks : 5 heures





12 indicateurs clés sur le recrutement

Chez LinkedIn, nous aidons les entreprises à transformer leurs processus de recrutement. Pour savoir où vous en êtes, faites le tour des 12 indicateurs clés suivants.

PENDANT LE RECRUTEMENT

COMPRENDRE

1. **Taux de finalisation des candidatures (%)** : mesure l'efficacité de la plateforme et du processus de candidature. Raisons courantes d'abandon des candidats : processus trop long, questions mal organisées, problèmes techniques.
2. **Taux de réponse des candidats (%)** : une description de poste peu inspirante peut entraîner un faible taux de réponse. Diversifiez vos prises de contact : e-mail, InMail, réseaux sociaux et téléphone.
3. **Efficacité du canal de candidats (nb)** : justifie les décisions visant à réduire les dépenses sur les sources proposant de moins bons candidats.
4. **Recommandations d'employé (nb)** : utilisées par les PME comme une méthode économique et rapide de recruter, elles améliorent la qualité des candidats et réduisent le renouvellement du personnel.

CALCULER

$$\frac{\text{nb de candidatures reçues}}{\text{nb de candidatures commencées}}$$

$$\frac{\text{nb de réponses reçues}}{\text{nb de messages envoyés}}$$

QUANTITÉ : nb de candidats générés par un canal pendant une période donnée

QUALITÉ : nb de candidats qualifiés générés par un canal pendant une période donnée

nb de recommandations d'employé pendant une période donnée (ou par poste à pourvoir)

APRÈS L'EMBAUCHE

COMPRENDRE

5. **Taux de satisfaction (%)** : identifie les éventuels problèmes entre le candidat et le responsable du recrutement pendant la prise de contact et l'entretien.

6. **Candidats par embauche (nb)** : justifie les décisions d'optimisation pour économiser de l'argent, se mettre d'accord sur les candidats idéaux et juger de l'efficacité des entretiens. Référence : 3 à 4 candidats reçus en entretien avant la décision d'embauche.

7. **Taux de postes pourvus (nb)** : aide les PME à décider si le retour sur investissement est supérieur en utilisant une équipe en interne ou en ayant recours à des agences.

8. **Coût par embauche (€)** : évalue le montant investi dans le recrutement (frais, publicités, outils). Aide à établir des budgets de référence pour les prochaines embauches.

9. **Temps de recrutement (#)** : identifie les étapes les plus chronophages du processus qui augmentent le coût par embauche.

10. **Qualité du recrutement (%)** : mesure la valeur apportée par les employés dans l'amélioration de la productivité, la fidélisation des employés et le renforcement de la culture d'entreprise. Consultez la direction pour définir les critères d'une "embauche de qualité".

11. **Taux de fidélisation (%)** : évalue la stabilité des effectifs en croissance.

12. **Taux de renouvellement (%)** : remplacer un employé qui quitte son poste est plus coûteux que de recruter une personne pour un nouveau poste. Voyez comment le renouvellement des effectifs varie selon les services et les responsables. S'agit-il de licenciements ou de démissions ? Observez-vous des phénomènes saisonniers ?

CALCULER

Créez une enquête de satisfaction des candidats avec une échelle de 1 à 10 pour chaque question et étudiez les résultats

nb de candidats que le responsable du recrutement a rencontrés avant d'attribuer le poste

nb de postes pourvus / nb de postes à pourvoir

(coûts internes + coûts externes) / nb d'embauches

nb de jours entre le début et la fin du processus de recrutement (ex : nb de jours entre la candidature du postulant et l'acceptation de l'offre)

(score de performance au travail + temps avant d'être opérationnel + score d'engagement + score de correspondance culturelle) / nb de facteurs

nb d'employés restés dans l'entreprise pendant toute la période de mesure / nb total d'employés au début de cette période

nb d'employés qui ont été remplacés pendant la période de mesure / nb total d'employés pendant cette période

Découvrez LinkedIn en action

Vous savez à présent comment réduire votre temps de recrutement. LinkedIn peut également vous aider de différentes manières pour trouver, attirer et motiver des employés dynamiques.

Nous offrons une gamme complète de solutions de recrutement pour toutes les étapes du processus afin de vous aider à trouver et à attirer les bons candidats, à renforcer votre marque employeur et à prendre des décisions de gestion du personnel plus pertinentes grâce aux données et aux informations de LinkedIn.

[Demander une démo](#)

Fondé en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier afin de les rendre plus productifs et de les accompagner sur la voie de la réussite. Avec plus de 590 millions de membres, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel au monde.

En savoir plus sur les produits de recrutement LinkedIn.



Planifier

Appuyez-vous sur des données pour vos décisions de recrutement difficiles.

[Talent Insights »](#)



Chercher

Recherchez, contactez et gérez des candidats de qualité, le tout au même endroit.

[LinkedIn Recruiter »](#)

[LinkedIn Scheduler »](#)



Publier

Publiez des offres d'emploi pour toucher des candidats que vous ne trouverez nulle part ailleurs.

[LinkedIn Jobs »](#)



Attirer les talents

Mettez en valeur la culture de votre entreprise et les postes à pourvoir avec des publicités ciblées.

[Pages Carrières »](#)

[Recruitment Ads »](#)

[Pipeline Builder »](#)