



1. **Repensez votre façon d'afficher des emplois.** Beaucoup d'employeurs ont tendance à afficher une « liste de souhaits » comportant tous les titres de compétences exigés et toutes les tâches professionnelles qu'ils comptent affecter au poste affiché. Le problème vient du fait qu'ils expliquent « en quoi » consiste l'emploi, mais qu'ils n'expliquent pas beaucoup « pourquoi » un candidat devrait s'intéresser au poste. Qu'est-ce qui rend ce poste intéressant, valorisant et différent de ce qui est offert par la concurrence? S'il parvient à en expliquer les raisons de façon remarquable, l'employeur incitera plus de candidats à présenter une demande.
2. **Tirez parti des avantages qu'offrent les médias sociaux.** Tous les médias sociaux ne se ressemblent pas quand il s'agit de recrutement. Les chercheurs d'emploi varient en fonction du genre de médias sociaux qu'ils consultent et de la manière dont ils les utilisent. Par exemple, Facebook peut être un meilleur moyen de communication pour promouvoir la culture professionnelle de votre organisation et les choses passionnantes que vous réalisez. Instagram et Twitter peuvent faire valoir votre créativité et votre innovation, et vous permettre de réagir rapidement aux tendances sur le marché. LinkedIn peut vous donner l'occasion de faire connaître la persona de votre entreprise et peut être une tribune de recrutement ciblé pour des compétences particulières. Quelle que soit la stratégie que vous adoptez pour attirer de nouveaux employés, il est important que vous ayez une présence sur les principales plateformes des médias sociaux afin d'élargir votre auditoire. Toutefois, pour susciter l'intérêt des bons candidats, il est capital d'adapter vos efforts en matière de recrutement pour qu'ils soient conformes aux auditoires qui ont tendance à utiliser cette plateforme. Si vous ne le faites pas, vous risquez de neutraliser vos activités de recrutement parce que vous n'attirez pas les auditoires cibles prévus.
3. **Comprenez les besoins de votre bassin de talents.** Les meilleurs candidats pour votre organisation sont également les meilleurs pour vos concurrents. En quoi votre organisation se démarque-t-elle? Faites des recherches sur des sites tels que Glassdoor et Indeed pour savoir ce que d'anciens employés disent au sujet de votre organisation et des concurrents dans votre secteur. Y a-t-il des façons d'améliorer l'image de votre entreprise? Pouvez-vous offrir quelque chose que les autres organisations n'ont pas? Il s'agit bien plus que d'un « coût » pour faire des affaires. C'est un investissement dans l'avenir de votre entreprise qui a également une incidence sur la fidélisation des employés.
4. **Recrutez de manière stratégique.** Pour faire une comparaison avec la pêche, voulez-vous consentir des efforts pour recruter le plus de petits poissons possible ou essayer d'attraper le plus gros? Il faudra peut-être adopter une stratégie de recrutement à long terme pour dénicher le candidat le plus jeune que vous formerez en un futur chef de file ou envisager des stratégies d'immigration pour trouver des personnes de talent s'il n'y en a pas sur les marchés du travail locaux. Est-ce que le contenu que vous publiez dans les médias sociaux possède l'« appât » novateur nécessaire pour attirer les personnes de talent que vous souhaitez recruter? Comment faire pour mieux charmer votre auditoire cible avant vos concurrents?



5. **C'est un emploi à plein temps.** Vos ressources devront consacrer beaucoup de temps à la publication de contenu dans les médias sociaux, à la surveillance et aux réponses. Il s'agit de votre image de marque publique et celle-ci est tout aussi importante que les activités de marketing que vous consacrez à votre bassin de clients. Pour que vos efforts portent fruit, vous devrez affecter du personnel à votre stratégie de recrutement.
6. **Obtenez de l'aide.** Les plateformes des médias sociaux offrent de nombreuses ressources, qui sont conçues pour vous aider à afficher du contenu de manière efficace. Si vous n'obtenez pas les résultats attendus, vous devriez chercher les techniques que les experts des médias sociaux utilisent et essayer de les reproduire. Vous pouvez également communiquer avec un conseiller en programmes du ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail (Direction des services d'emploi et d'apprentissage continu) pour discuter de vos stratégies de recrutement, examiner des solutions qui pourraient être utiles et collaborer.

Ressources :

Facebook :	www.facebook.com
Linkedin :	www.linkedin.com
Instagram :	www.twitter.com
Glassdoor :	www.glassdoor.ca
Indeed :	www.indeed.ca
emploisNB :	http://www.emploisnb.ca/
Gouvernement provincial :	www.gnb.ca