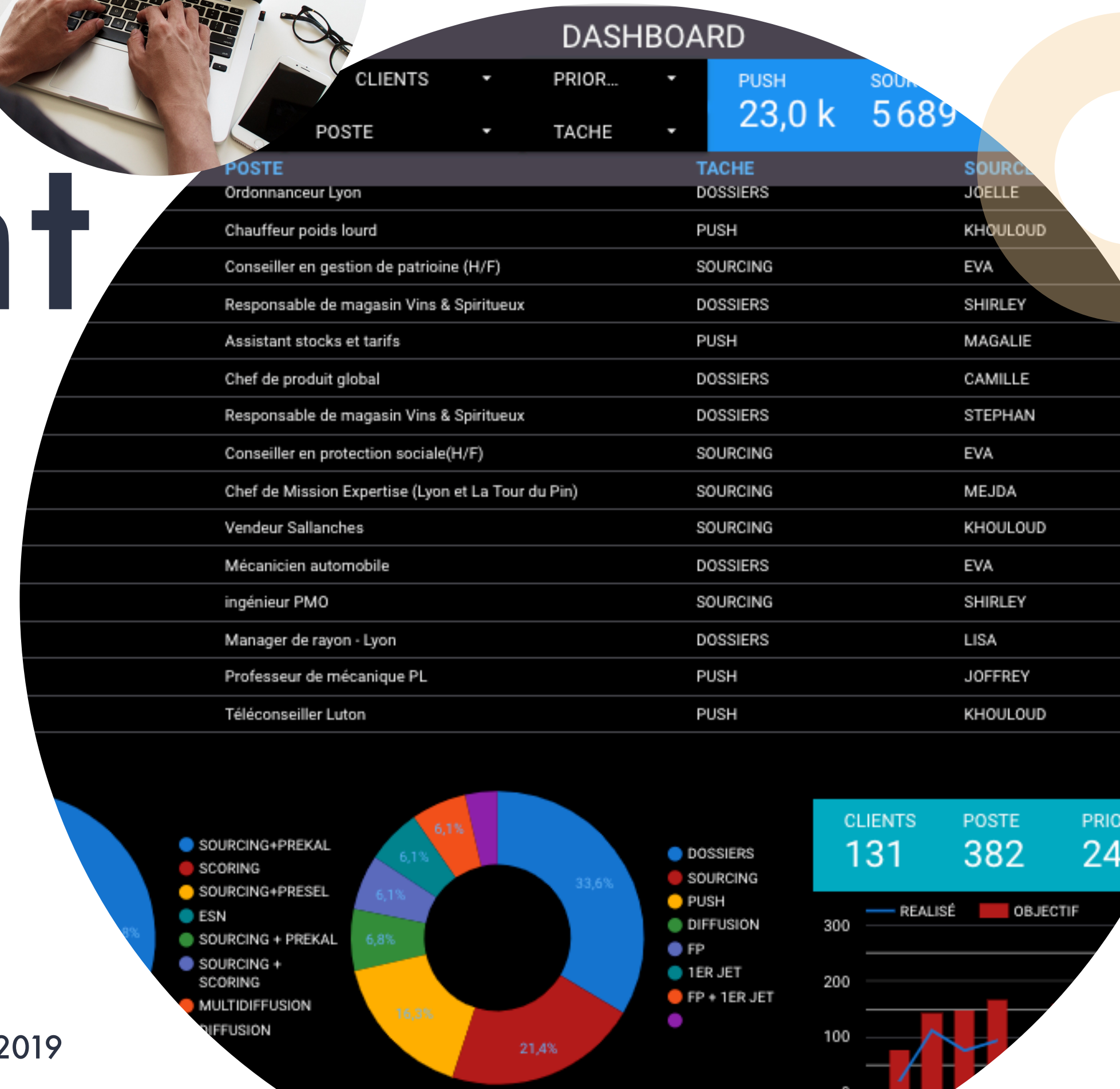


KPI & recrutement



Qui sommes-nous

OpenSourcing, c'est une aventure qui a débuté en 2008 quand Sébastien Canard et Dan Guez, alors professionnels et acteurs du recrutement, ont observé un bouleversement sur le **marché du recrutement**. Les deux entrepreneurs étaient intimement persuadés que le recrutement digital allait transformer durablement les méthodes, la recherche, le **profiling** et les critères de sélection du **recrutement** traditionnel.

C'est en toute connaissance des difficultés rencontrées par les recruteurs (manque de temps, de ressources, de budget et d'**expertise du sourcing**) qu'ils décidèrent de créer **OpenSourcing**. Rapidement, le **cabinet de recrutement OpenSourcing**, avec ses experts et solutions dédiées, se sont imposés comme leader du sourcing en France.



Dan Guez



Sébastien Canard

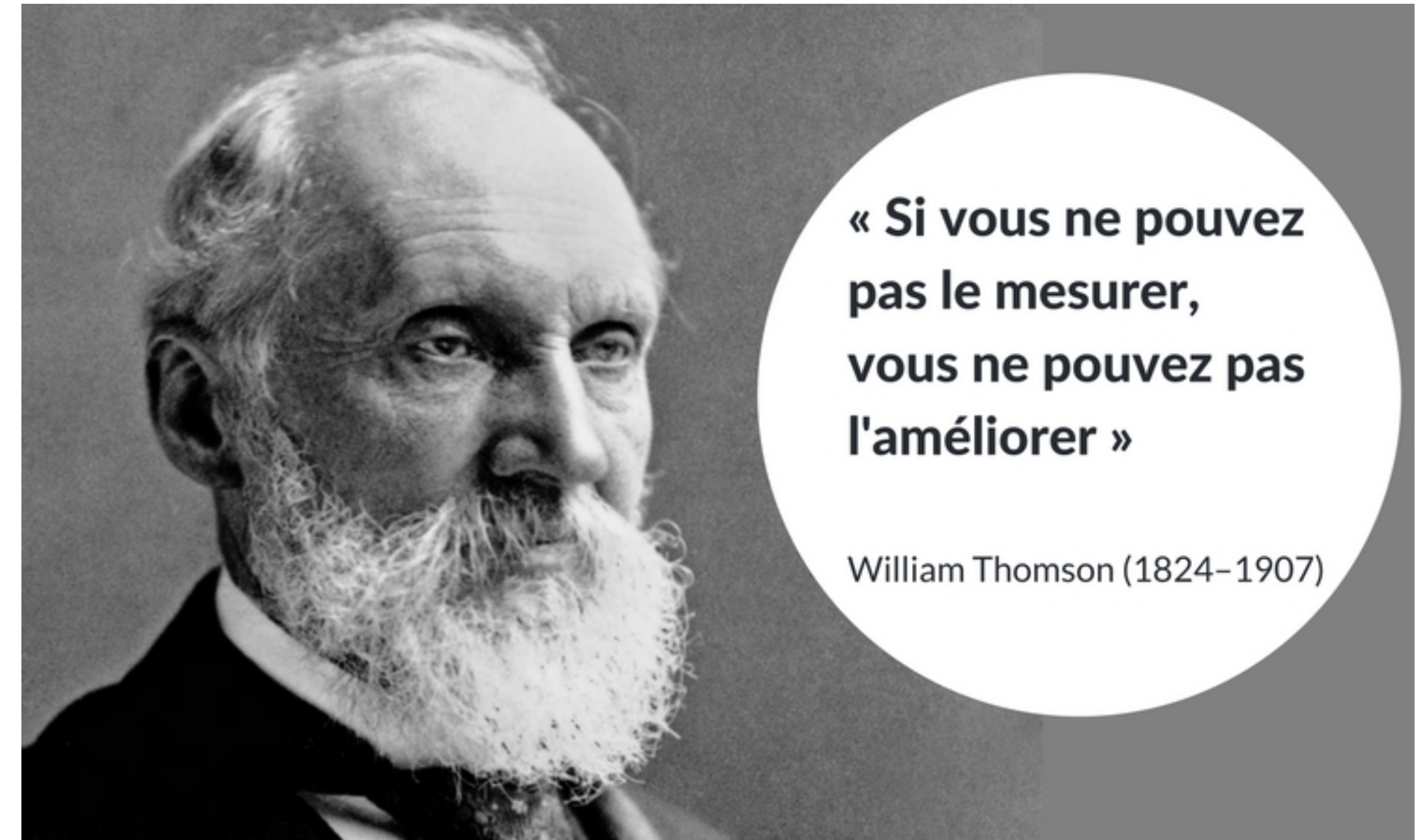
Introduction

Ces dernières années ont été témoin de la course effrénée à la digitalisation des processus notamment dans le recrutement, que la plupart des entreprises ont initiée. Qui dit digitalisation dit forcément outils, et qui dit outils dit forcément budget et qui dit budget dit forcément ROI... CQFD ;)

Comment calculer son Retour sur Investissement ?

C'est l'objectif de ce livre blanc : nous vous proposons de vous partager nos pratiques et nous espérons que vous apprendrez des choses et que vous les mettrez en pratique prochainement.

Bonne lecture !



« Si vous ne pouvez pas le mesurer, vous ne pouvez pas l'améliorer »

William Thomson (1824-1907)

Sourcing multi-canal

Si votre but est de réaliser un sourcing exhaustif, il faut mettre en place une stratégie multi-canal. Les candidats sont volatiles et de plus en plus exclusifs à des outils.

Nous préconisons donc 4 univers de sourcing:

- Les sites d'annonces d'emploi
- Les CVthèques et les réseaux sociaux
- Les Moteurs de recherche et les outils de programmation
- Les écoles et universités

**Ouvrez votre sourcing pour un champ de recherche plus large et un choix plus pertinent !
Ne passez plus à côté de candidats!**



Définir ses KPI

Afin d'optimiser sa stratégie de sourcing multi-canal il faut définir en premier lieu ses objectifs:

- Augmenter sa visibilité
- Accroître sa notoriété
- Développer les recrutements
- Engager davantage ses candidats
- Gagner des candidatures spontanées
- Renforcer les canaux rentables
- ...

Définir des KPI prioritaires dans un premier temps en fonction des objectifs ciblés et décliner ces KPI pour consolider son analyse.

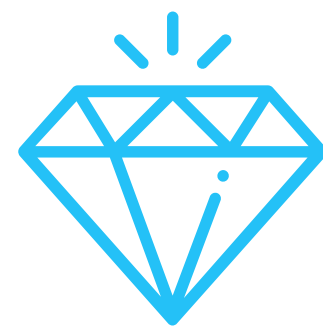


Critères des KPI



Chiffrable

Il faut être capable (donc avoir les outils) de mesurer avec précision ses indicateurs.



Fonctionnel

Un KPI doit permettre aux managers et aux opérationnels de prendre des décisions et mettre en place des actions



Clair

Un indicateur clé, doit être simple et facile à mettre en place, il doit être aussi compréhensible par tout le monde



Crédible

Les KPI doivent être fiables pour que les managers puissent s'appuyer dessus pour prendre leurs décisions



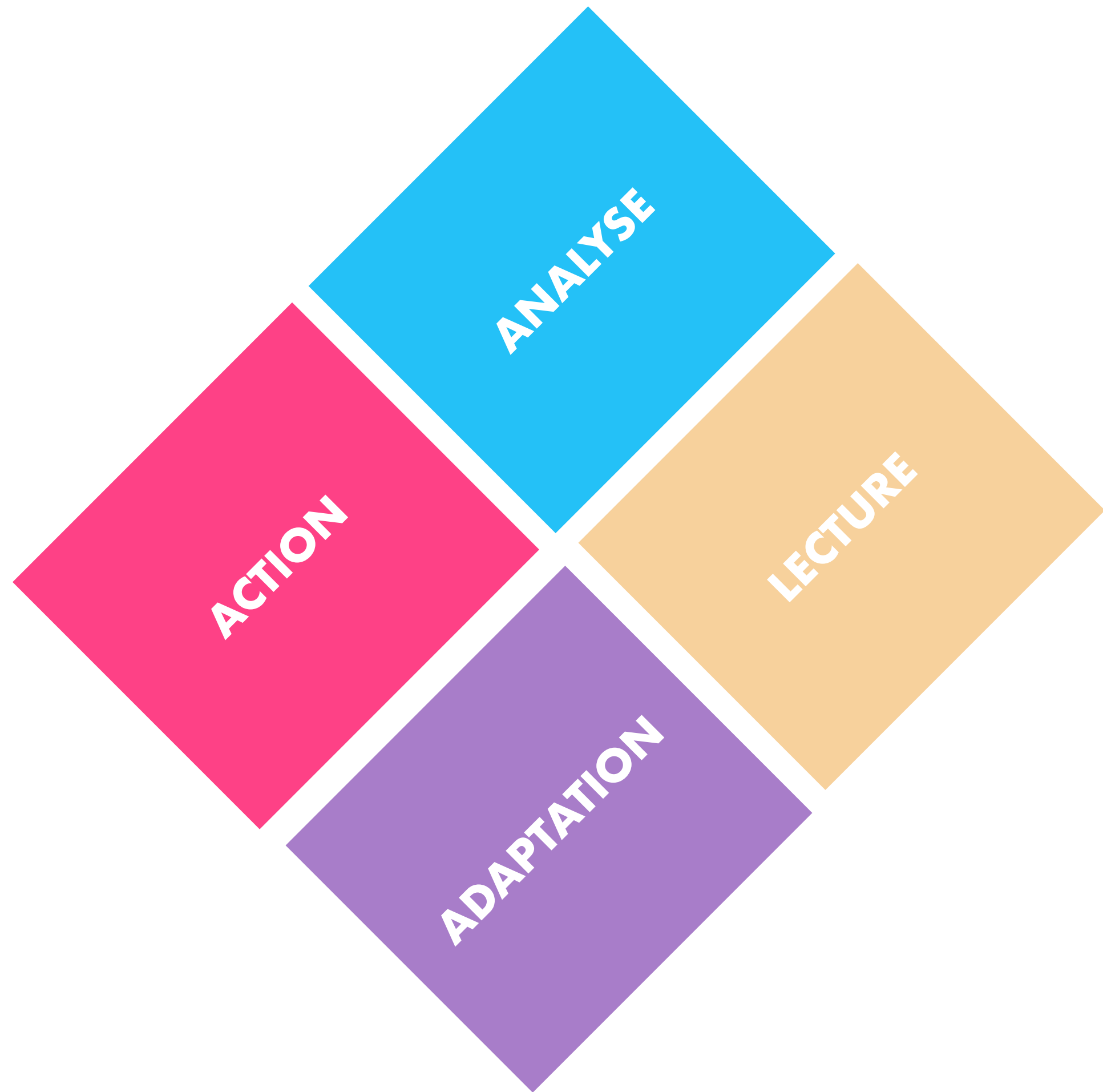
Vérifiable

Les KPI ont pour objectif de contrôler et mesurer une performance d'une personne, équipe, ou d'un service ...



Efficace

Si les KPI nous permettent d'initier des changements d'adapter les processus qui au final améliorent la productivité, l'objectif est atteint.



Les étapes de mesure des KPI

- L'analyse des datas internes (reporting, ATS,...)
- La lecture nous donne un ressenti
- L'adaptation et les corrections à apporter aux processus
- L'action mise en place sur les axes d'amélioration

KPI primaires et combinés

Exemples de KPI primaires

- Nombre de candidats ayant vu l'annonce
- Nombre de CV reçus par annonce
- Nombre de CV chassés
- Nombre de CV par source
- Nombre d'emails envoyés
- Nombre de candidats chassés ayant répondu à vos sollicitations
- Nombre de refus et raisons
- Temps passé sur une source
- Nombre d'interviews téléphoniques et physiques
- Dépenses pour capter les candidats
- Nombre de recrutements
- Délais du processus de recrutement
- Durée de vie d'un candidat
- ...

Exemples de KPI combinés

- Nb CV reçus / Nb de candidats ayant vu l'annonce
- Nb d'emails envoyés / Nb d'emails ouverts
- Nb d'emails ouverts / NB de CV reçus
- Nb CV chassés / Nb d'interviews
- Nb de CV reçus (annonces ou emails) / Nb d'Interviews
- Nb d'interviews / Nb de recrutements
- Dépenses / Nb de CV reçus (/ source)
- Dépenses / Nb de recrutement (/ source)
- Dépenses / Nb d'interviews (/source)
- Nb de refus candidats / raison
- ...

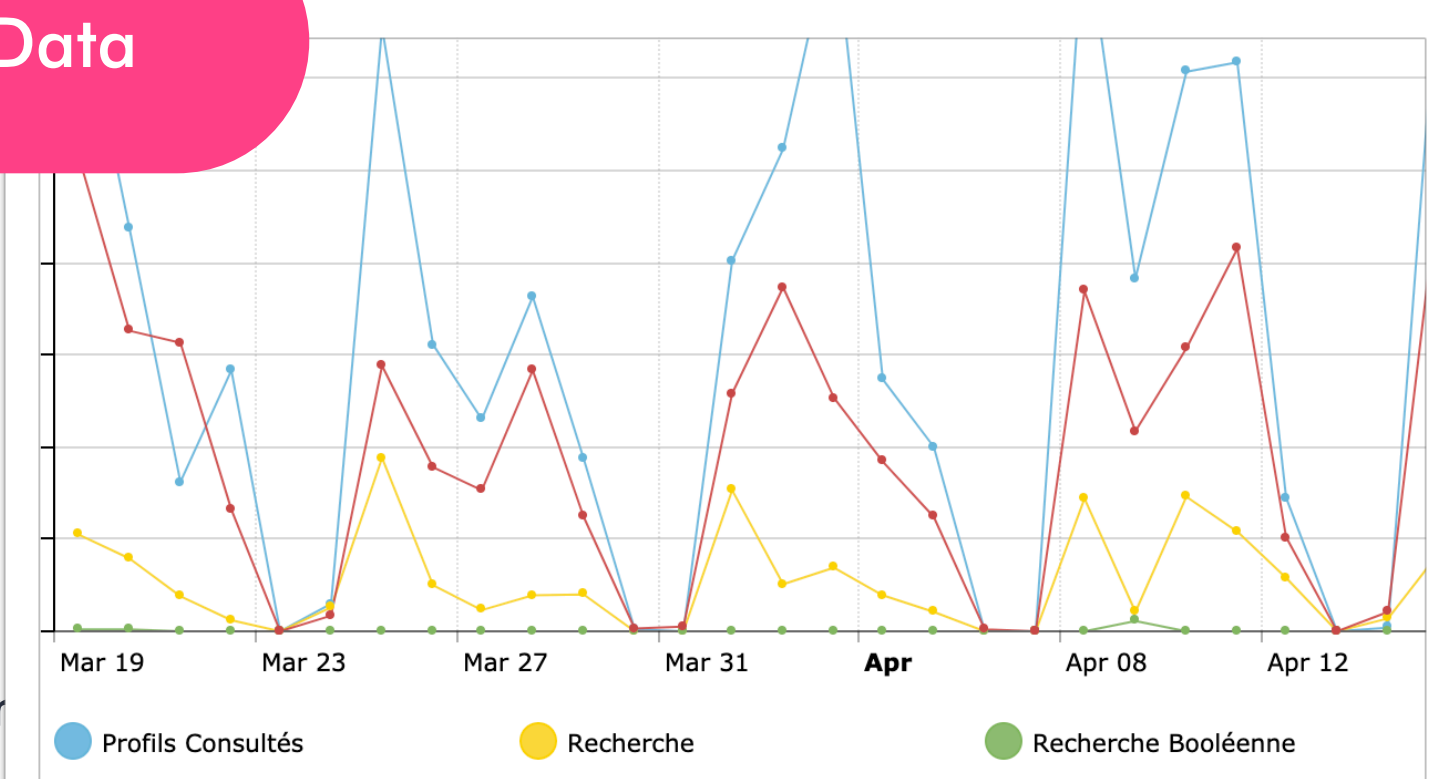
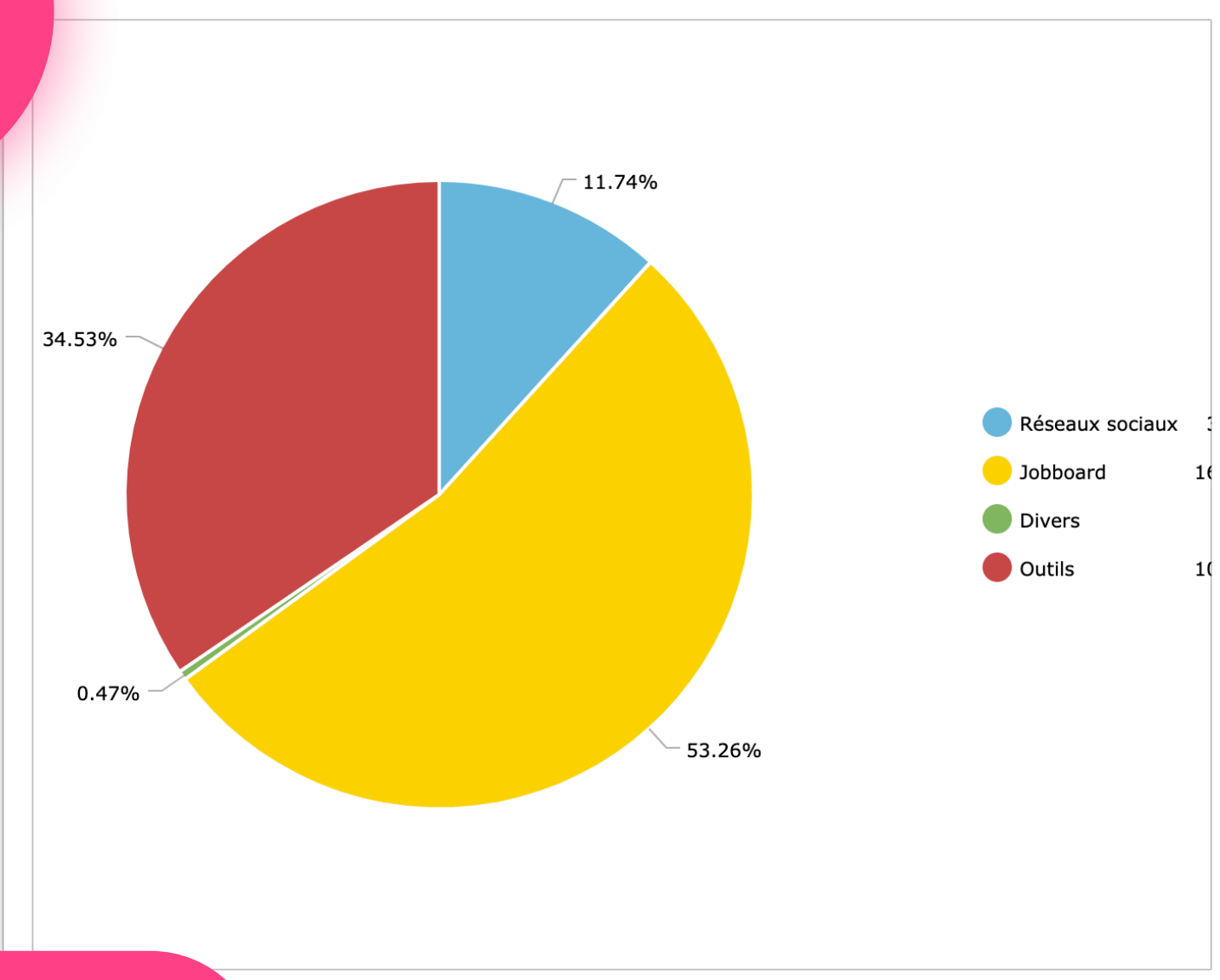
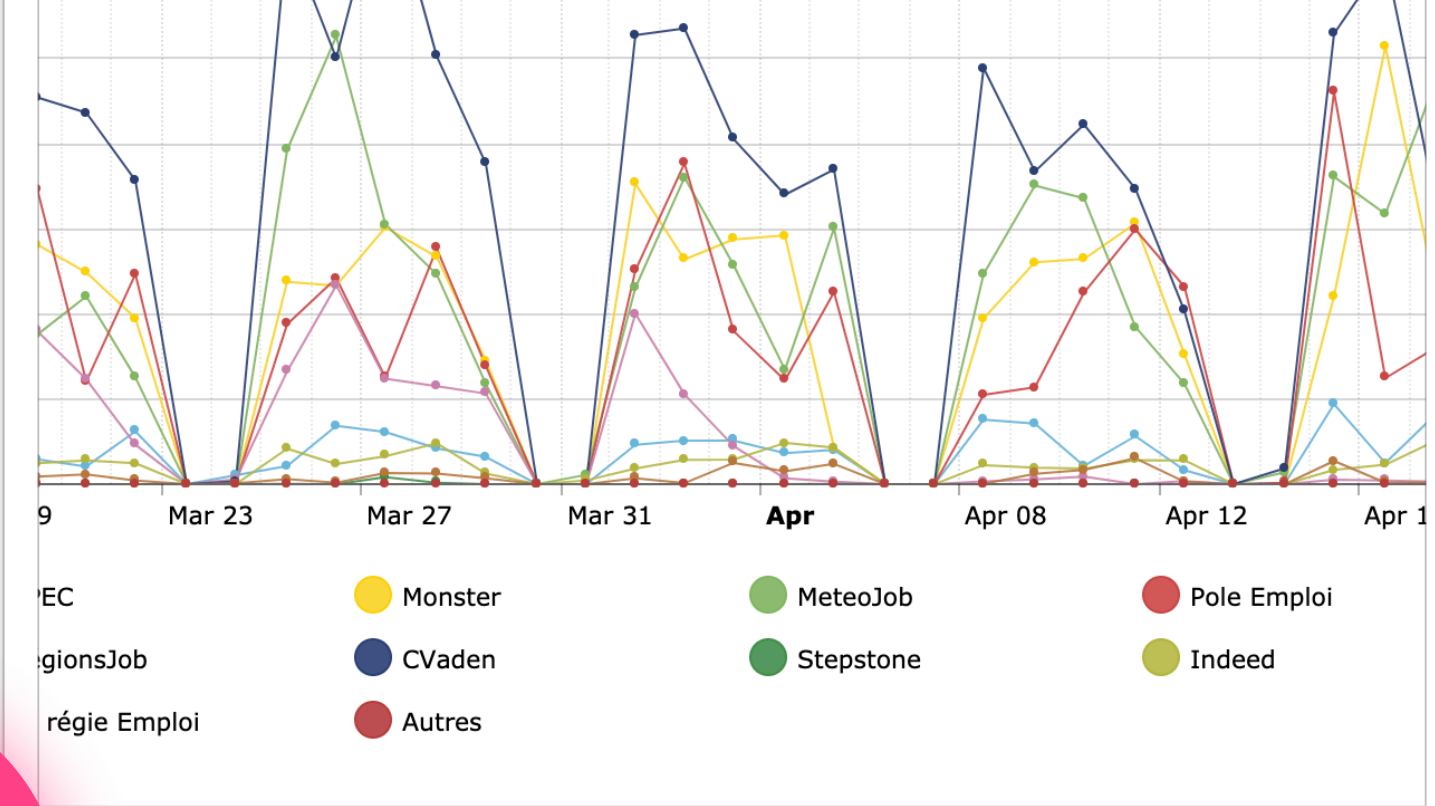
Temps d'utilisation

La mesure du ROI d'une CVthèque ou d'un réseau social par exemple ne doit pas être uniquement basée sur le rapport entre les dépenses et les recrutements effectués. Il faut prendre en compte le temps d'utilisation de ces sources. Il est clair que si on ne se connecte pas sur une source ou si on y reste peu de temps, on ne risque pas de faire des recrutements et donc de mesurer le ROI véritable.

De plus c'est une façon intelligente d'orienter des formations ciblées à l'équipe pour la montée en compétences et avoir une vision plus précise de la rentabilité de ces sources.



En savoir plus sur TeamData





Mesure des performances

- Taux d'attractivité
- Performance des recrutements dans le temps
- Performance des sources utilisées
- Performance des sources / métiers
- Performance des équipes
- ROI
- Taux de fidélisation
- ...



AB Testing

Afin d'augmenter la performance de vos annonces ou emails nous vous recommandons de pratiquer l'A/B testing aussi souvent que possible. En testant la performance de 2 objets différents, des intitulés de postes, ou deux rédactions d'annonces différentes, vous comprendrez rapidement les meilleures pratiques à mettre en place pour de meilleures performances

Donnez un sens à vos KPI



Maintenant que vous avez vos indicateurs primaires et combinés, il est primordial de donner du sens aux KPI. Il ne suffit pas uniquement de se baser sur des chiffres ou des ratios, il faut les convertir en qualité. Les KPI à retenir sont ceux qui permettent de mesurer la performance du recruteur et d'identifier les points à améliorer. L'objectif est de trouver le moyen de piloter l'activité vers la performance plutôt que de la contrôler.

L'ATS au centre de votre stratégie



Les Applicant Tracking Systems (ATS), sont des logiciels de gestion du recrutement à forte valeur ajoutée pour notamment surveiller vos KPI. Voici les critères de choix essentiels pour votre stratégie de mesure des KPI:

- Centralisation de tous les flux de cv (datas)
- Tracking des sources et des équipes
- Gestion du processus de candidature personnalisée
- Mesure de l'audience de vos annonces
- Extraction simple des données vers un outil d'analyse des datas

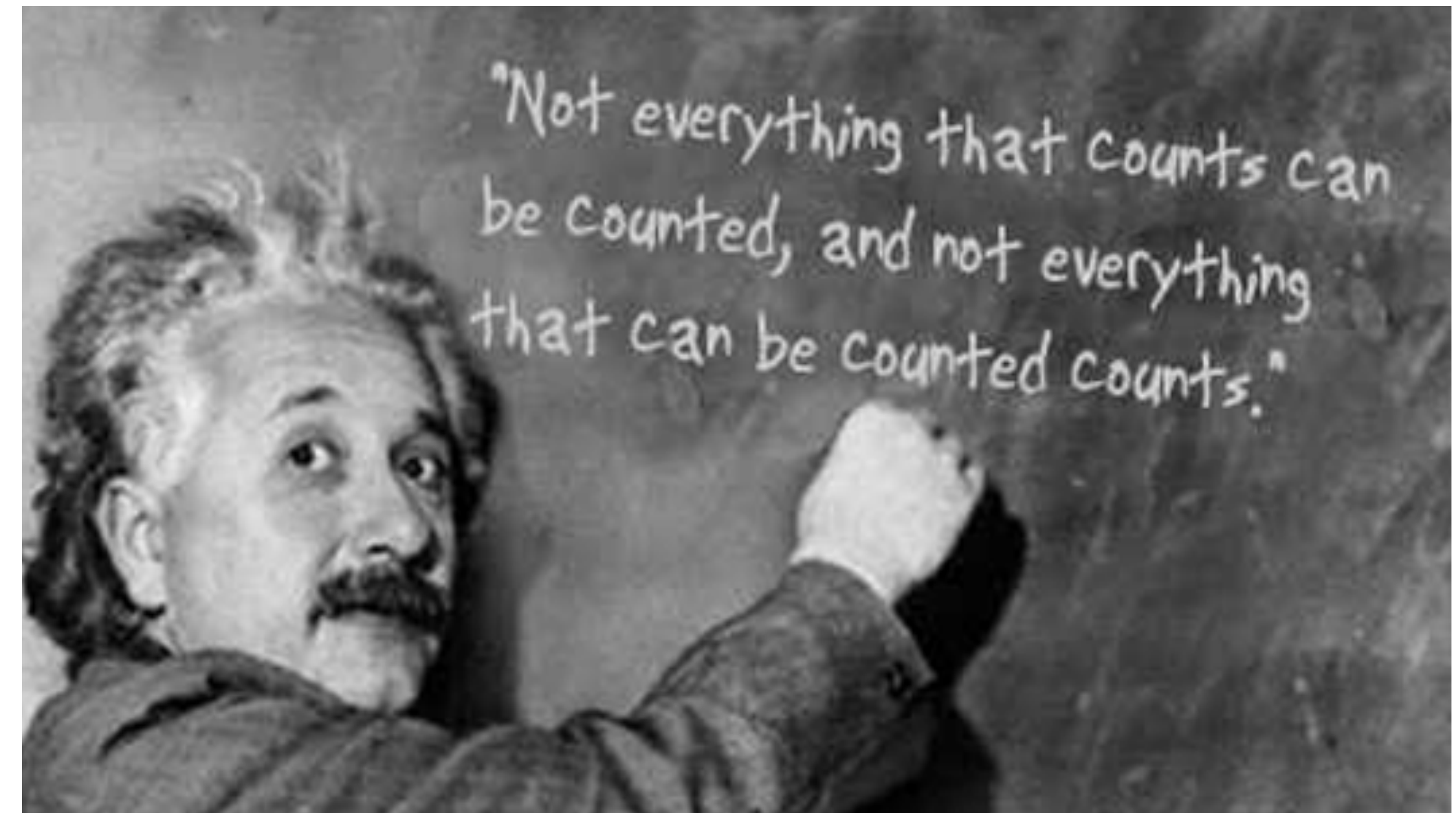
En savoir plus sur CandiDesk

Conclusion

En pleine transformation digitale, nous sommes inondés de données ; afin de prendre du recul sur le pilotage de son activité, il est essentiel d'identifier et mesurer les KPI qui vous permettront de prendre des décisions.

Même si de nombreux outils digitaux sont à notre disposition, il est important de ne pas perdre de vue que l'Humain doit être au coeur de l'analyse des ces métriques.

Nous espérons que ce livre vous aura permis de mettre en place ou renforcer votre politique de mesure des KPI.





Des questions ?

Nous nous ferons un plaisir d'y répondre, n'hésitez pas à nous contacter.

opensourcing.com

candidesk.com

teamdata.io



01 47 15 53 20