



 LinkedIn	 Facebook	 Twitter	 Instagram  Snapchat
Description	<p>Il s'agit d'un réseau professionnel qui permet de réunir employeurs et employés dans un même environnement.</p> <p>Le profil des candidats y est présenté sous forme d'un curriculum vitae et informe sur leurs intérêts, leurs activités sur le réseau, etc.</p>	<p>Facebook est un réseau social et non un réseau professionnel. Ses utilisateurs s'y retrouvent principalement pour se divertir, consulter et partager divers contenus et échanger avec des amis.</p>	<p>Il s'agit d'un réseau social caractérisé par le microblogage, communément appelé « tweets ».</p>	<p>Instagram et Snapchat sont deux réseaux sociaux basés sur le partage de photos et de vidéos.</p> <p>Le contenu diffusé sur Snapchat est généralement accessible pour une durée de 24 heures. En plus de cette fonctionnalité, Instagram permet de publier du contenu de façon plus permanente.</p>
Type d'utilisateurs	<p>Le plus grand atout de cette plateforme est qu'elle permet de rejoindre à la fois des candidats actifs (en recherche d'emploi) et des candidats passifs (qui ne sont pas en recherche d'emploi).</p>	<p>Les abonnés sont des adeptes de la compagnie, qui désirent en suivre l'actualité. Ils peuvent à leur tour partager le contenu diffusé par l'organisation dans leur propre réseau de contacts.</p>	<p>Candidats passifs.</p>	<p>Les milléniaux sont les principaux utilisateurs de ces réseaux sociaux.</p>
Particularité	<p>Sur ce genre de plateforme, les candidats passifs sont ouverts à l'idée d'être contactés par des employeurs.</p>	<p>Les utilisateurs ne souhaitent généralement pas être contactés pour des offres d'emplois, cela peut être perçu comme une intrusion dans leur vie privée.</p> <p>On veut plutôt attirer les utilisateurs sur la page de l'entreprise pour qu'ils initient le contact.</p>	<p>On ne dispose que de 280 caractères pour rédiger du contenu.</p>	<p>Il n'est pas approprié, sur cette plateforme, d'entrer en communication avec les candidats.</p> <p>On utilise davantage ces outils pour promouvoir la marque employeur et aviser que l'on est en période de recrutement.</p>
Principales fonctions pour le recrutement	<ul style="list-style-type: none"> ● Solliciter des candidats. ● Présenter les atouts de l'organisation. ● Diffuser les offres d'emploi. ● Générer une banque de candidats potentiels grâce à un réseau de relations. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Présenter les atouts de l'organisation. ● Partager l'actualité de l'entreprise ou du contenu en lien avec son domaine. ● Diffuser des offres d'emploi. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Annoncer que l'on est en période de recrutement. ● Partager l'actualité en lien avec l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Annoncer que l'on est en période de recrutement. ● Présenter les atouts de l'organisation. ● Mettre en valeur la marque employeur.
Affichage du poste	<ul style="list-style-type: none"> ● Afficher l'offre directement sur la page de l'entreprise. ● Publier l'offre via la plateforme d'affichage LinkedIn (payant). ● Publier une annonce et diriger le candidat vers le site Web de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Afficher l'offre directement sur la page de l'entreprise. ● Publier l'offre d'emploi sous forme de statut (message ou image) annonçant le poste et dirigeant le candidat vers le site Web de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Indiquer le titre de la fonction recherchée. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Afficher l'offre : <ul style="list-style-type: none"> ○ Avec les « stories », qui sont d'une durée de 24 heures. ○ Avec des publications sous forme de photos ou de courtes vidéos. ○ Avec des publications commanditées.
Piège à éviter ou astuce	<ul style="list-style-type: none"> ● Éviter les messages génériques peu personnalisés, car les candidats s'attendent à être contactés de façon personnelle. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Éviter de contacter personnellement un abonné. ● Ne pas publier uniquement des offres d'emploi. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Maîtriser l'art des « hashtags » pour avoir un maximum de visibilité. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Investir pour créer des publicités (publications commanditées) avec des offres d'emploi ou tout autre contenu en lien avec l'entreprise.