

Recruter sur LinkedIn: développer l'approche du social recruiting

Organiser le recrutement sur le réseau professionnel LinkedIn et améliorer sa marque employeur

Code
701051

Durée
1 jour / 7 heures

Tarif Inter*
1 385 € HT

**Repas inclus (en présentiel)*

PUBLIC

Responsables recrutement –
Chargés de recrutement –
Responsables des ressources
humaines – Collaborateurs de la
fonction RH

PRÉ-REQUIS

Avoir des connaissances en
recrutement

NIVEAU D'EXPERTISE

Expertise

LES POINTS FORTS

Animée par un spécialiste du
recrutement

Exercices réalisés sur LinkedIn

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
 - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale

Objectifs pédagogiques

- Déterminer les enjeux et leviers de LinkedIn
- Organiser sa visibilité et l'animation de sa page LinkedIn permettant d'améliorer sa marque employeur
- Développer les outils et techniques pour recruter sur les réseaux sociaux

Programme de la formation

Engagement

Vous vous engagez dans votre formation. Connectez-vous sur votre espace participant et complétez votre questionnaire préparatoire. Votre formateur reçoit vos objectifs de progrès.

- Quiz : quelles sont vos connaissances de LinkedIn ?

Identifier la méthode de travail à mettre en œuvre sur LinkedIn

- Cerner le contexte et les usages de LinkedIn Vs les autres réseaux sociaux
- Le "Social Selling Index" ou comment LinkedIn comprend les leviers de la performance sur son réseau social
- Identifier et relever vos principaux KPIs (indicateurs de performance) actuels sur LinkedIn dans un fichier Google Sheet dédié

Gérer l'animation de sa page LinkedIn : tisser et faire vivre des liens de manière stratégique

- Préciser les principaux points de la routine efficace sur LinkedIn : sur PC mais également sur smartphone
- Organiser ses onglets de navigateur pour une routine efficace de Social Recruiter sur LinkedIn
- Définir les points clés de l'interface LinkedIn : le « grand méchant algorithme » du fil d'actualité et ses conséquences, les vues de profils et son indication de performance, la barre de menu, les notifications à surveiller pour faire un suivi réseau efficace
- Les paramètres incontournables pour gérer : sécurité – visibilité – confidentialité et gérer ses communications pour éviter « l'infobésité »
- Présentation des principaux points d'optimisation d'un profil
- Profil Vs page d'entreprise, bien comprendre les différences

Etablir l'audience ou l'intelligence réseau sur LinkedIn

et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service

- ▶ A froid, 60 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail
- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

ACCOMPAGNEMENT FORMATION À DISTANCE

En cas de nécessité, une assistance technique et pédagogique est joignable entre 8h30 et 18h (jours ouvrés):

- par téléphone : 01 83 10 10 10
- par mail : care-formation@lefebvre-dalloz.fr

Une réponse immédiate est apportée ; si besoin, le demandeur est mis en relation avec un expert dans un délai maximum de 48h.

- Identifier les 3 leviers de la performance sur les réseaux sociaux : contenu, audience et animation
- Comment la notion de « contact » est structurée sur LinkedIn (abonné Vs relation Vs contact) ? : notion de contact du premier au troisième niveau et au-delà, la théorie des degrés de séparation
- Appliquer les 3 étapes clés de développement de son audience sur LinkedIn
- Préciser le modèle de construction stratégique de réseau sur LinkedIn : notion de taux de connexion au sein d'un écosystème donné et « gérer des campagnes d'invitation » plutôt qu' « ajouter des contacts »
- « Sourcer » efficacement des contacts sur LinkedIn en mode « freemium », savoir utiliser le moteur de recherche en mode freemium et savoir les approcher avec le bon message d'invitation

Créer du contenu et définir comment prendre la parole sur LinkedIn

- Inbound Marketing Vs Outbound Marketing
- Le contenu de promotion Vs le contenu de contribution
- Concrètement définir ce qu'est un « post », un « article » ou une « newsletter » : comment les publier et quelles sont les différentes possibilités de publications (#, visuels, mentions, liens, etc.) ?
- Définir ce qui fait qu'une publication (post ou article) devient virale : les critères de viralité fondamentaux (forme, pertinence, nouveauté, angle, rareté), les statistiques de performance : quels sont les bons ratios d'engagement ?
- Partage d'expériences concernant les prochaines étapes : quelles techniques puis-je développer à court, moyen et long terme ?

Transfert

Votre parcours de formation se poursuit dans votre espace participant. Connectez-vous pour accéder aux ressources et faciliter la mise en œuvre de vos engagements dans votre contexte professionnel.

A noter

En amont et en aval de la formation, le positionnement pédagogique sera effectué à l'aide d'un questionnaire d'auto-positionnement.

Prochaines sessions

...

PARIS

- 5 Oct. 2026
- 1 Déc. 2026

A DISTANCE

- 5 Oct. 2026
- 1 Déc. 2026

