



Méthodologie de mobilisation des employeurs locaux

Annexe C

Prospecter sur LinkedIn

Financé par :



Immigration, Réfugiés
et Citoyenneté Canada

1. Optimiser son profil LinkedIn pour être crédible

- **Photo professionnelle et bannière personnalisée** : éviter les fonds neutres génériques, intégrer un visuel lié au recrutement ou à la diversité.
- **Titre clair et orienté valeur** : ex. « Conseiller en mobilisation des employeurs | Appui gratuit au recrutement bilingue et francophone ».
- **Résumé (“À propos”) axé sur l’offre de service** : expliquer en 4-5 phrases comment l’organisme soutient concrètement les employeurs (accès à des candidats, simplification des démarches, promotion gratuite des offres).
- **Section “À la une” (Featured)** : y placer l’offre de services, une capsule vidéo explicative ou un article sur les avantages de recruter des talents bilingues.

2. Stratégie de contenu pour engager les employeurs

- **Fréquence** : 2 à 5 publications par semaine, régulières et variées
- **Formats efficaces** :
 - Carrousels expliquant une statistique clé du marché du travail.
 - Témoignages d’employeurs ayant recruté avec succès via RDÉE.
 - Vidéos courtes présentant un évènement (ex. Speed-Jobbing).
 - Sondages rapides (« Quels postes sont les plus difficiles à combler pour vous ? »).
 - Angle narratif : privilégier des posts authentiques (« Ce que nous avons appris en accompagnant 50 employeurs dans le secteur de la construction ») plutôt que de simples annonces

3. Techniques de prospection ciblée

- **Définir l’ICP (*Idéal Customer Profile*)** : secteur en tension + entreprise active dans le recrutement + taille pertinente (PME ou grands groupes selon la région)
- **Identifier les bons contacts** :
RH, Talent Acquisition, Directeurs d’opérations, ou gestionnaires locaux.
- **Utiliser l’onglet “Personnes” sur les pages entreprises LinkedIn.**
- **Approche par séquences** :
 - Demande de connexion personnalisée : « Bonjour [Prénom], je travaille avec [Nom de l’organisme RDÉE]. Nous soutenons gratuitement les employeurs dans leurs initiatives de recrutement bilingue et francophone. Heureux d’entrer en contact. »
 - Message après acceptation : présenter les services (accès à des talents, promotion gratuite des offres, appui au recrutement).
 - Relance ciblée 3 à 4 jours plus tard : poser une question précise (« Recherchez-vous actuellement des candidats pour des postes difficiles à combler ? »).

4. Techniques “discrètes” pour rester visible

Selon les tactiques d’optimisation de l’algorithme de LinkedIn

- **Visiter le profil du prospect avant de publier** → les posts apparaîtront plus facilement dans son fil.
- **Activer la double cloche (notifications) sur son profil** → réception d’une alerte pour toutes ses publications.
- **Interagir de façon “invisible”** : enregistrer un post, l’envoyer en message privé, cliquer sur « voir plus » → l’algorithme associe vos profils sans paraître insistant.
- **Utiliser la messagerie LinkedIn plutôt que le courriel pour échanger** → augmente les chances que vos posts soient visibles.
- **Rejoindre les mêmes groupes et suivre les mêmes pages que le prospect** → facilite la proximité dans l’algorithme.

5. Engagement actif et crédibilité

Interagir avec les Top Voices et experts RH :

- Les top Voices et experts RH sont des professionnels reconnus par LinkedIn pour la qualité et la régularité de leurs contenus.
- Ils apparaissent dans des listes officielles publiées chaque année par LinkedIn (ex. “Top Voices RH”, “Top Voices Carrière et Emploi”, etc.).
- Il suffit de saisir « Top Voice RH » pour obtenir la liste des personnes reconnues.

Comment exploiter cette liste ?

- **Vérifier la langue utilisée** sur chaque profil (section “À propos”, langue des posts).
- **S’abonner + activer la cloche** pour recevoir les posts clés ; interagir 1–2 fois par semaine de façon qualifiée (mettre des commentaires apportant un angle “recrutement bilingue / inclusion” sur les posts de la personne).
- **Créer des ponts** : proposer un évènement virtuel, une table ronde sur recrutement bilingue en régions, ou tout autre évènement qui amènerait cette personne à participer.
- **Suivi** : noter qui répond, qui commente, et convertir en RDV éclair de 15 minutes.
- **Commenter leurs publications** en apportant un angle lié à l’intégration économique ou au recrutement bilingue.
- **Féliciter les annonces de mise en poste** : un message authentique (« Félicitations pour votre nouveau rôle chez... ») ouvre une porte relationnelle naturelle.
- **Groupes LinkedIn et hashtags** : cibler #RecrutementCanada, #TalentsBilingues, #EmployeursInclusifs.
- **Veille active** : suivre les nouvelles embauches, les informations sur les entreprises, annonces de projets – autant d’occasions pour proposer le soutien RDÉE.

6. Suivi et adaptation

Indicateurs à suivre :

- **Taux d'acceptation des connexions** (pourcentage de demandes de connexion LinkedIn acceptées par les personnes invitées)
- **Réponses aux messages privés** (nombre ou proportion de prospects qui répondent aux messages envoyés via LinkedIn)
- **Engagement** (likes/commentaires) sur vos publications (interactions visibles (mentions "J'aime", commentaires, partages) qui montrent que ton contenu intéresse ton réseau)
- **Évolution du SSI** (Social Selling Index) LinkedIn (score LinkedIn (0 à 100) qui mesure l'efficacité à établir sa marque, trouver les bonnes personnes, engager son réseau et créer des relations)
- **Adapter** : tester différents formats de messages (A/B), varier les approches selon secteur, observer les heures où les posts reçoivent le plus d'interactions

ÉTAPES POUR TROUVER SON SSI (Social Selling Index)

- Se connecter à son compte LinkedIn.
- Dans son navigateur, saisir l'adresse : <https://www.linkedin.com/sales/ssi>
- La page affiche le score global (sur 100) et le détail par pilier :
- Établir sa marque professionnelle (qualité du profil et du contenu publié).
- Trouver les bonnes personnes (pertinence des contacts ajoutés).
- Échanger des informations (interactions, commentaires, publications).
- Construire des relations (qualité des échanges et régularité des suivis).
- Remarque : Même si cette fonctionnalité est liée à Sales Navigator, l'accès au SSI est gratuit et disponible pour tous les utilisateurs de LinkedIn.

COMPRENDRE LE SSI

1. Le SSI va de 0 à 100.

Plus le score est élevé, plus LinkedIn estime que la plateforme est utilisée efficacement pour développer son réseau et engager l'audience.

2. Les 4 piliers du SSI

Chaque pilier est noté sur 25 points :

- Établir sa marque professionnelle : qualité de son profil, richesse de son résumé, pertinence des publications.
- Trouver les bonnes personnes : capacité à cibler les bons contacts (ex. recruteurs, DRH, employeurs en tension).
- Échanger des informations : fréquence et pertinence des interactions (likes, commentaires, publications utiles).

- Construire des relations : suivi dans le temps, engagement avec les décideurs clés, constance des échanges.

3. Interprétation du score

- 0-30 : visibilité faible, profil incomplet, usage LinkedIn trop passif.
- 30-50 : niveau correct, le profil commence à être visible mais l'activité est encore limitée.
- 50-70 : bon niveau, LinkedIn est utilisée de manière régulière et cohérente ; visibilité auprès de l'audience.
- 70-100 : excellent ; LinkedIn est exploité comme un outil stratégique de prospection et d'influence.

Il faudrait viser un SSI d'au moins 60. Cela montre que le profil est attractif, que l'engagement est régulier, et que les actions de prospection ont de l'impact.

4. Pourquoi c'est utile

- Suivre son SSI dans le temps te permet de mesurer l'impact de ses efforts (par ex. si on publie plus, le score "Échanger des informations" monte).
- Cela permet aussi de comparer avec la moyenne du secteur (LinkedIn affiche une moyenne de référence).
- Concrètement : si le score est en dessous de 40, il faut retravailler le profil et le contenu ; si le score est entre 60 et 80, il faut continuer à publier et à prospecter de façon régulière.

7. Exemple d'application terrain

Un conseiller souhaite mobiliser des employeurs en Alberta dans la construction :

1. **Définir son ICP** → entreprises de construction de 50-200 employés.
2. **Cibler sur LinkedIn** les Directeurs RH/Talent Acquisition.
3. **Envoyer une demande de connexion** personnalisée.
4. Après acceptation, **publier un carrousel** : Ex. « 3 raisons pour lesquelles recruter des talents francophones aide à réduire les délais de recrutement dans la construction ».
5. **Commenter activement** sous les publications de l'employeur ciblé et rejoindre un groupe, tel que LinkedIn « Alberta Construction HR ».
6. **Suivre les résultats** (clics, réponses, nouveaux contacts) et ajuster ses messages de relance.