



SONY
make.believe

“LinkedIn constitue un sérieux avantage pour moi, nos recruteurs et notre société, cela nous permet d’obtenir plus de résultats avec moins de ressources.”

Peter Moore, Manager, Acquisitions de talents,
Amérique du Nord, Sony Electronics

Étude de cas Sony Electronics

Points principaux

- 5 % des embauches trouvées grâce à LinkedIn en cinq mois seulement.
- 2 postes sourcés en beaucoup moins de temps que l’agence retenue pour effectuer la même tâche.
- Transformation de la marque employeur de la société à l’aide de la page Carrières et des messages InMails LinkedIn.
- Décision de se tourner vers les annonces de LinkedIn Jobs Network et “Travaillez avec nous” pour développer les réseaux sociaux et accélérer les initiatives de recrutement.

Profil de l’entreprise

Basée à San Diego en Californie, Sony Electronics est une filiale de Sony Corporation, l’une des marques les plus reconnues et admirées au monde. Sony Electronics développe et fabrique beaucoup des nombreux produits de la société, y compris les télévisions, ordinateurs portables et appareils photos

L’enjeu : revitaliser la marque employeur pour attirer les meilleurs talents

Lorsque Peter Moore a rejoint Sony Electronics (SEL) en Avril 2011 pour prendre les rennes de l’acquisition de talents, la société faisait face à une réputation négative à son siège de San Diego après que de nombreux emplois industriels ont été délocalisés. Ces délocalisations ont porté préjudice à la marque au niveau de la collectivité locale. Effectivement on pouvait constater une baisse certaine de candidatures pour les postes disponibles tandis que les employés devaient travailler plus avec moins de ressources.

La société utilisait principalement les sites d’emploi, ce qui est devenu de moins en moins efficace au fur et à mesure que cette image persistait et les recruteurs avaient peine à attirer des candidats pour un nombre croissant de postes ouverts.

“Nous ne possédions pas de stratégie efficace de sourcing” concède Peter Moore. Ainsi, lorsqu’il a été décidé de revoir la marque employeur de SEL et d’obtenir de meilleurs résultats de recrutement, M. Moore s’est tourné vers LinkedIn.

“Grâce à LinkedIn, nous sommes devenus un partenaire stratégique au lieu de simples exécutants.”

Peter Moore, Manager, Acquisitions de talents,
Amérique du Nord, Sony Electronics

Développer la marque grâce à la communication

Peter Moore s'est donné comme but de transformer l'image de sa division pour qu'elle devienne positive. Il a donné accès à LinkedIn Recruiter à toute son équipe afin que celle-ci communique avec les candidats passifs par InMails. Les candidats sont dorénavant non seulement encouragés à prendre en considération le poste à pourvoir, mais également l'environnement de travail exceptionnel de Sony.

"LinkedIn est rapidement devenu un outil précieux non seulement pour moi mais également pour mes recruteurs" conclut Peter Moore. "Je ne pense pas qu'ils se rendaient compte de toutes ses possibilités".

Pendant qu'il développait la marque employeur, M. Moore a souligné que SEL était également une société locale qui continuait de recruter et de se développer. Il a rejoint des organisations locales et a aidé des recruteurs à faire passer le message aux candidats. Il a actualisé le message pour lui donner un ton nouveau qui pourrait attirer de nouveaux candidats et permettre à SEL de concurrencer les entreprises technologiques de la Silicon Valley.

Améliorer la visibilité et l'accessibilité des recruteurs

C'est en développant la page LinkedIn Carrières de SEL que Peter Moore s'est rendu compte que les candidats souhaitaient parler directement à une personne et non à un système de suivi du candidat.

"Mon objectif était vraiment de donner à nos recruteurs une place prépondérante sur la page" déclare Peter Moore.

Au début, on pouvait observer une certaine réticence de la part de certains recruteurs à publier des informations personnelles et se rendre plus accessible pour les candidats. Les consultants média de LinkedIn sont venus sur place pour aider l'équipe à comprendre les fonctionnalités LinkedIn liées à la sécurité et les bonnes pratiques pour contacter les candidats sans être envahissant.

La page Carrières a désormais un message de bienvenue de chaque recruteur avec leur spécialisation, ainsi que des vidéos sur les produits Sony et des informations sur l'assurance santé et autres avantages sociaux. M. Moore a l'intention d'ajouter des témoignages vidéos des employés décrivant comment ils ont rejoint l'entreprise, ainsi que des opportunités de développement dans l'entreprise.

Transformer des "simples exécutants" en des partenaires stratégiques commerciaux

LinkedIn a changé la façon dont l'équipe communique avec les dirigeants qui cherchent à recruter pour leur équipe. Par le passé, les RH se rendaient à une réunion et demandaient

aux dirigeants ce dont ils avaient besoin. Maintenant, grâce à LinkedIn, il est facile pour les RH de préparer une liste de candidats et d'arriver à une réunion avec des informations sur le marché, où trouver des candidats et quels défis ils peuvent rencontrer.

"Pour résumer, grâce à LinkedIn, notre approche est beaucoup plus ciblée", d'après Peter Moore. "Grâce à LinkedIn, nous sommes devenus un partenaire stratégique au lieu de simples exécutants."

Du sourcing sans s'en occuper

Des offres d'emploi qui correspondent à l'expérience professionnelle de l'internaute se trouvent sur les profils des employés de SEL, ce qui permet de faire connaître de réelles opportunités à un candidat dans le contexte de sa relation avec l'employé de Sony.

"À chaque fois que quelqu'un clique sur l'un de nos employés et y voit une réelle opportunité, cela l'attire vers l'entreprise beaucoup plus rapidement que si on devait aller les chercher" déclare-t-il. "Pour moi, c'est comme si on multipliait par deux le nombre de nos recruteurs".

Après cinq mois seulement du déploiement des Solutions recrutement de LinkedIn, 25 % des recrues de SEL proviennent de LinkedIn, y compris les deux chercheurs de l'équipe de Peter Moore. Alors qu'il avait engagé une agence pour pourvoir ces postes, un lundi il a décidé de lancer une recherche sur LinkedIn Recruiter et dès le mercredi, il était en relation avec deux candidats. Lorsque l'agence a appelé ces deux mêmes candidats le vendredi, ils étaient déjà considérés comme candidats potentiels en interne.

"LinkedIn représente une valeur ajoutée pour moi, nos recruteurs et notre entreprise, cela nous permet d'obtenir plus de résultats avec moins de ressources", conclut M. Moore. "LinkedIn effectue le gros du travail de préparation. Nous pouvons nous concentrer sur d'autres projets et sur notre collaboration avec les autres salariés de l'entreprise et leurs besoins de recrutement, parce que nous savons que LinkedIn travaille dur en coulisses".

LinkedIn. Conseils de Peter

- En règle générale, évitez de contacter les candidats tout de suite. Le but est d'établir une relation petit à petit sans forcer les choses.
- Faites soigneusement votre choix de candidats et utilisez des paramètres de recherches cohérents.

Consultez <http://fr.talent.linkedin.com> pour découvrir comment d'autres spécialistes du marketing ont atteint leurs objectifs.