



digiRocks
Digital Talents

RECRUTER DES #DIGITALTALENTS

grâce au PITCH

EDITO

Le recrutement digital te fait peur ? Normal ! Les candidatures s'accumulent, les fiches de poste à rallonge décrivent des profils qui n'existent pas, les CV listent des compétences mais ne racontent aucune histoire, on invente un nouveau métier chaque semaine... Et on te demande de développer cette fameuse « marque employeur ».

Nous vivons dans le digiMonde, ce monde en partie digital dans lequel tout se transforme et s'accélère. Pourtant la relation humaine prime plus que jamais. Une relation rapide, agile, réactive. Savais-tu que Pôle Emploi s'est mis au recrutement sans CV ? Et sur Cadremploi, les candidats notent les recruteurs !

Si tu cherches un Talent dans le digital (hors développeurs), ce guide est fait pour toi. Tu vas apprendre à faire le pitch de ton offre, pour trouver la personne dont tu as vraiment besoin.

Partageons la recette pour créer ton expérience de recrutement et mettre les talents au centre de ton process. Une recette mise au point grâce à plus de 3000 entretiens et qui marche plutôt bien, nos talents recrutés en témoignent.

Chez digiRocks, nous sommes convaincus qu'un recrutement réussi passe par la conversation. Nous créons les conditions d'un échange d'égal à égal.

Où nous trouver ? Sur LinkedIn chaque jour et sur www.digiRocks.fr, on te bouscule mais on est là pour t'aider et te simplifier la vie pour recruter des Talents digitaux. N'hésite pas à nous faire part de tes retours.

Bonne lecture !

Olivier Marx, co-fondateur.

I. CANDIDAT.E ≠ TALENT : LE JEU DES 5 DIFFÉRENCES

Trouver des candidat(e)s, c'est facile. Tu veux staffer des **talents digitaux** ? Tu ne t'adresses plus aux mêmes personnes, apprends à les différencier pour attirer les meilleurs profils.

.01

AMBITION

Les candidat(e)s t'envoient des listes de compétences. Les talents parlent métiers et objectifs atteints. Elles (ils) savent faire la différence entre Traffic Manager et Product Owner, Webmarketeur et Growth Hacker, Data Analyst et Data Scientist, expert E-commerce et Social Selling Manager.

CONSEIL

Deviens incollable sur les nouveaux métiers du digiMonde

.02

AGILITÉ

Les candidat(e)s s'adaptent à ton rythme, ils attendent la convocation à un entretien. Les talents sont rapides et pro-actifs, veulent de la vitesse dans le recrutement et savent utiliser la visioconférence.

CONSEIL

Reste souple : n'impose pas un rendez-vous fixe et propose-leur 3 créneaux



.03

EXIGENCE

Exigeant avec lui-même et avec les recruteurs, le talent ne fait rien à la légère ni à moitié. Son pitch te suffit pour cerner ses qualités. Les candidat(e)s t'envoient CV + motivations.

CONSEIL

Toi aussi, peaufine ton pitch !

.04

MOBILITÉ

Le talent digital upgrade son cerveau. Il (elle) cherche des perspectives d'évolution et va te challenger pour l'accompagner dans son projet de carrière.

CONSEIL

Pour rendre ton offre irrésistible, propose un dé plafonnement du variable...

.05

ÉVOLUTION

37% des entreprises estiment que leur lieu d'implantation est un handicap (1). Les candidat(e)s cherchent la stabilité, veulent travailler au coeur des grandes villes. Pour les talents, le monde est un village plein d'opportunités.

CONSEIL

N'hésite pas à valoriser ton territoire



LES ATTENTES DES #DIGITALTALENTS

- Une réponse, quoi qu'il arrive
- 3 entretiens rassemblés
- Un recrutement en 1 mois
- De la fluidité
- Un contact humain

(1) Etude BPI le Lab « Attirer les talents dans les PME et les ETI »

II. UNE ANNONCE IRRÉSISTIBLE GRÂCE AU PITCH

Pose-toi la bonne question :
« Qu'attends-tu de la personne que tu veux recruter ? »

Trouver un talent du digiMonde, c'est comme répondre à un besoin client. Tu vas devoir vendre ton offre de recrutement à quelqu'un qui n'hésitera pas à aller chez ton concurrent si tu ne réponds pas à ses attentes.

ÉTAPE 1 : ATTIRE LES BONS PROFILS

1 - Rédige ton pitch ! On n'attrape pas les mouches avec du vinaigre... Pour retenir l'attention des talents du digiMonde, donne-leur ce qu'ils aiment :

- Rédige un **titre accrocheur** pour une annonce orientée métier. Tu seras bien mieux compris(e) qu'avec une longue liste de compétences ;
- Transforme ta fiche de poste en **scorecard irrésistible** : concentre-toi sur la mission et les 3 résultats attendus pour donner un vrai challenge à ton futur talent ;
- **Contextualise les compétences attendues**, hard et soft skills, en 3 lignes maximum.

Exemple : « Tu travailles au sein d'une équipe de 4 talents et tu manages 2 personnes. Ouvert(e) et pédagogue, tu aimes l'énergie, tu aimes le produit. Ta N+1 est la responsable eCommerce, elle te souhaite autonome et force de proposition. »

Olivier, dénicheur de Talents : « Les recruteurs, DRH ou manager, ne savent pas toujours quel profil ils recherchent vraiment. Mais il savent ce qu'il veulent réaliser »

2 - Élabore ta Score card. Tu ne sais pas ce qu'est la scorecard ? Lis en urgence *Who : The A method for hiring*, de Geoff Smart et Randy Stree



| | |
|--------------------|------------------------------------|
| TITRE | |
| MISSION | Un métier précis, une offre claire |
| RÉSULTATS | Les 3 attendus chiffrés du poste |
| COMPÉTENCES | |

DES CHALLENGES QUI ATTIRENT DES #DIGITALTALENTS

- ✓ Augmenter le CA de 30% en 2 ans et générer des campagnes d'acquisition rentables avec un budget d'environ 3M€
- ✓ Coacher 6 développeurs juniors en lien avec le pôle Créa et impulser tes choix tech
- ✓ Développer le CA en assurant environ 6 RDV clients par semaine et 2h de prospection par jour (mail et tél)
- ✓ Mettre en place une plateforme avec Google Data Studio : parcours, taux de transformation, plan de taggag.

ÉTAPE 2 : ENTRE EN CONVERSATION

1 - La recette digiRocks. Une offre d'emploi décrit 30% du besoin, un CV exprime 30% des compétences. Es-tu certain de vouloir traiter 300 profils par semaine ? Car n'oublie pas que pour préserver ta marque employeur, tu devras répondre à toutes les candidatures reçues, en 24h chrono. Les plateformes peuvent t'aider à traiter ce volume, mais c'est un poste de coût qui ne crée pas de conversation. Assure-toi que les valeurs réelles de ton entreprise collent aux valeurs perçues. A quoi bon affirmer qu'on est agile, si on ne l'est pas dans son recrutement

TROIS FONDAMENTAUX POUR UN BON MATCHING TALENT-RECRUTEUR

I. Le sourcing élargi : l'intérêt de la mission compte autant que le lieu d'implantation de l'entreprise. Valorise les atouts de ton territoire pour séduire des talents venus d'ailleurs II.

II. La planification : pour monter une série d'entretiens en vitesse, priorité à la coordination des agendas avec les managers de ton entreprise III.

III. La réactivité : ton futur talent veut des précisions sur la mission ? Réponds-lui en moins de 4 heures. Un outil de conférence vidéo peut aussi t'aider à fluidifier ton process d'onboarding

Le storytelling

Pourquoi les talents viendraient dans ton entreprise plutôt que dans une autre ? Ils veulent trouver un environnement dans lequel ils imaginent leur évolution.

Le talent est à la recherche d'une expérience. Attire-le avec un projet, une aventure, une équipe et un n+1 inspirants.

LES 7 INGRÉDIENTS POUR BIEN RECRUTER DANS LE DIGIMONDE

- 01.** Définir le besoin avec le futur n+1 de ton talent
- 02.** Savoir faire la différence entre Traffic Manager et Product Owner
- 03.** Connaître les 3 arguments qui rendent ton entreprise sexy
- 04.** Avoir un échange avec chaque candidat dans la journée
- 05.** Ne plus traiter les candidatures par email
- 06.** Garder la main sur l'agenda de tes collègues
- 07.** Pouvoir caler 3 entretiens dans une journée pour un futur talent



digiRocks
Digital Talents

III. TÉMOIGNAGES

Fabien MOUSSAVI
Lead Product Owner

Mon embauche chez **Mister Auto** s'est conclue très rapidement : j'ai eu 2 entretiens en l'espace d'une semaine. J'ai beaucoup apprécié cette réactivité, d'autant que j'avais d'autres propositions et qu'il me fallait des réponses claires et rapides.

Le pitch et le rythme imposés par digiRocks m'ont permis de savoir où j'en suis, qui je suis et où je veux aller. L'équipe de Mister Auto a été challengée de la même façon, et ça nous a permis de nous rencontrer. Tout comme les candidats, les employeurs doivent apprendre à séduire pour convaincre. Le recrutement est un échange d'égal à égal, les deux parties ont les mêmes droits et devoirs.

Les recruteurs ne peuvent plus faire miroiter un candidat, tergiverser, prendre leur temps. Dans un monde où tout va très vite, le candidat doit être clair et synthétique. Le recruteur doit être clair sur les missions et les attentes, pour savoir rapidement si ça peut matcher avec le candidat.

“Les recruteurs doivent apprendre à séduire pour convaincre.”



Marion CARPENTIER
Responsable acqu° e-commerce

Entre le pitch avec l'équipe digiRocks, les entretiens avec la DRH de **Jules** et le passage d'un test, il s'est passé 2 semaines. C'est cette efficacité que j'ai appréciée. Mes attentes, celles de l'employeur et nos profils ont très vite collé.

J'attends de mes interlocuteurs qu'ils soient réactifs. Le process de recrutement chez Jules m'a montré leur capacité à se positionner très vite, sans tergiverser. J'ai trouvé dans cette entreprise le même niveau d'exigence que le mien.

La mission qu'on me propose est super intéressante : mon manager met les moyens nécessaires pour réussir dans le cross-canal, l'entreprise décroïonne, on partage nos expériences avec les autres marques du groupe. Je n'avais pas prévu de retourner chez l'annonceur, mais les missions et le challenge proposés ont fini par me convaincre. Pas de bla-bla, pas de promesses, mais de vrais objectifs à atteindre !

Sandy SALADO
Chef de projet digital

Je n'étais pas en recherche active, mais le côté très structuré du pitch m'a beaucoup plu car il correspond à mes exigences professionnelles. Et la mission proposée par Toupargel, telle qu'elle était présentée, était vraiment irrésistible !

Entre le premier appel de digiRocks et mon intégration, il s'est passé moins d'un mois. Dans l'intervalle, j'ai pu rencontrer mes futurs collègues au cours d'une journée de travail et même réaliser une séance de recrutement avec la DRH.

Cette rapidité dans l'exécution est rendue possible par la réflexion en amont, lors de la création du pitch employeur : le recruteur sait ce qu'il recherche et ça évite de faire perdre du temps à tout le monde.

Enfin, j'ai beaucoup apprécié le feedback de digiRocks qui évite l'angoisse : «Est-ce que j'ai bien réussi mon entretien ?»



“Quand le recruteur sait ce qu’il recherche, ça évite de faire perdre du temps à tout le monde.”

Yann MERAD
Chief Operation Officer

Le pitch candidat permet de remettre en question ce qu'on croit savoir, c'est un exercice vraiment intéressant de travail sur soi-même. Il nous oblige à beaucoup réfléchir aux mots qu'on utilise. Là où les autres cabinets de recrutement font de l'abbatage, j'ai eu un bon feeling et de vrais échanges humains.

Le pitch recruteur de The Agent m'a aidé à mieux cerner le travail qui m'attendait chez eux, les missions, les tâches. Je suis arrivé sur un poste avec beaucoup de challenges, c'est une opportunité qui était en adéquation avec mon état d'esprit à un instant T.

Mon recrutement s'est déroulé en moins de trois semaines, avec trois entretiens rythmés. La recette digiRocks accélère le time-to-market d'une offre d'emploi.

IV. POUR CONCLURE...

LE RECRUTEMENT DANS LE DIGIMONDE, C'EST UN PEU COMME DANS UN GRAND RESTAURANT...

- ✓ **Les meilleurs produits de saison.** Un talent digital A-player n'est pas un candidat C-level. On ne trouve pas les meilleurs produits dans les rayons du supermarché, mais sur les étals des plus beaux marchés.
- ✓ **Le respect du produit.** On ne maltraite pas un beau produit par une cuisson excessive, on ne laisse pas mariner un talent pendant plusieurs jours.
- ✓ **Des fiches-recette.** Un pitch avec une scorecard qui comporte mission et résultats attendus, c'est l'assurance d'un recrutement efficace et réussi.
- ✓ **Une sauce pour la liaison.** Entre en conversation avec tes talents, le liant c'est l'humain !

LES 3 HASTAGS DU DIGIMONDE

- #outillé** Des services en ligne et des outils pour communiquer, converser, recruter
- #agile** Le temps s'accélère, il faut être souple et rapide pour rester dans la course
- #co-construit** Le digiMonde se construit à plusieurs, le recrutement se fait ensemble

LES MÉTIERS STAFFÉS PAR DIGIROCKS

+ de ventes

Growth Hacker, Growth Marketer, Business Developer, Account Manager, Traffic Manager, Customer Success, Responsable CRM, Responsable eCommerce, Chef de Projet eMailing, Responsable eMarketing, Responsable eMerchandising, Direction Commerciale

+ de conversions

Data Analyst, Business Analyst, Expert UX/UI

+ de visibilité

Content Manager, Social Media Manager, Rédacteur(trice) Web, Direction Artistique, Webdesigner, Brand Content Manager

+ de projets réussis

Direction Technique, Chef de Projet Digital, Product Manager, Chef de Projet eCommerce, Chef de Projet eMarketing, Product Owner, Scrum Master

+ d'excellence opérationnelle

Direction des Opérations (COO), Direction Générale (CEO), Direction du Digital (CDO), Direction Marketing (CMO), Direction Innovation, Direction eCommerce