

Analyse de la communication digitale du cabinet PHI RH.

Rose
GIRAUDEAU

Sommaire

01.

CONTEXTE ET ÉTAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION DIGITALE DU CABINET PHI RH

- Étude de l'organisation et de la performance de la communication digitale de PHI RH
- Analyse de l'environnement technique, budgétaire et fonctionnel

02.

RECOMMANDATIONS OPÉRATIONELLES

- Mise en oeuvre d'une campagne de communication digitale
- Gestion des réseaux sociaux
- Développement et suivi d'un partenariat
- Création d'un événement

03.

BILAN GLOBAL INTÉGRANT LES ASPECTS FINANCIERS ET DE PLANIFICATION

01.

CONTEXTE ET ÉTAT DES LIEUX DE LA
COMMUNICATION DIGITALE DU CABINET PHI RH.

• Étude de l'organisation et de la performance de la communication digitale de PHI RH

Contextualisation de l'entreprise

En 2011, Yannick Laffitte et Franck Olivaud ont fondé le cabinet de recrutement PHI RH.

L'entreprise a lancé ses activités dans une pépinière d'entreprises en se concentrant sur le recrutement généraliste. Un an plus tard, après avoir recruté leur premier chargé de recrutement, les cofondateurs ont décidé d'explorer le marché du recrutement dans le secteur de la santé en établissant des partenariats avec des groupes de santé privés.

Cette expansion a conduit à la création de la filiale PHI SANTÉ. Au fil du temps, le chiffre d'affaires du cabinet a connu une croissance continue, dépassant même le million d'euros, grâce à l'engagement constant des chargés de recrutement travaillant dans les deux pôles.

Le marché du recrutement

En 2023, nous sommes toujours dans un marché de pénurie de talents, et cette tendance va perdurer, avec un marché orienté vers les candidats.

4,5 millions de recrutements sont prévus en 2023 selon l'observatoire *Adecco Analytics*. Pour y faire face, les entreprises ont fluidifié, raccourci et accéléré leurs processus de recrutement. En effet, plus un processus de recrutement est long, plus l'employeur court le risque de perdre son candidat.

Les organisations doivent donc s'adapter aux évolutions de notre société.

Les entreprises se familiarisent de plus en plus à utiliser des outils et plateformes numériques pour gérer les processus de recrutement, les candidatures en ligne etc.

Cette pénurie a entraîné une concurrence accrue entre les employeurs pour attirer et retenir les talents. Outre les compétences techniques, les organisations accordent une très grande importance aux soft skills.

De plus, la pandémie a accéléré la transition du modèle de travail traditionnel vers un modèle plus flexible. Les candidats cherchent désormais des organisations offrant des politiques de travail flexibles, une rémunération correspondant à leurs attentes et de possibles évolutions internes.

En bref, les cabinets de recrutement sont des outils efficaces pour pallier les problématiques rencontrées par les organisations. Ainsi, la communication digitale joue un rôle crucial, plus la communication est efficace, au mieux, elle attire les talents, fidélise les clients et garanti le succès à long terme du cabinet.

État des lieux de la communication digitale

Avant août 2022, PHI RH utilisait uniquement la communication digitale pour promouvoir les offres d'emploi proposées par le cabinet.

Les principaux canaux de communication étaient les pages LinkedIn de PHI RH et PHI SANTÉ, le compte Facebook de PHI RH, ainsi que les sites internet PHI RH et PHI SANTÉ et le blog associé.

Depuis septembre 2022, ces canaux digitaux continuent d'être utilisés, mais de manière plus stratégique, en respectant les algorithmes et tendances de chacun de ces réseaux, en suivant un calendrier éditorial précis et en développant des contenus pertinents et innovants.

De plus, le groupe PHI RH a ajouté de nouveaux canaux de communication, tels qu'Instagram, TikTok, et a créé un groupe Facebook spécialisé, dans le but de diffuser des offres d'emploi du secteur de la santé.



Comment atteindre notre cible candidate afin qu'ils postulent à nos offres d'emploi, grâce aux réseaux sociaux ?

Objectifs de communication

L'objectif du groupe PHI RH est de se faire connaître et développer l'image du cabinet par le prisme des réseaux sociaux. Nouveau support numérique du recrutement, dans le but d'attirer l'attention des candidats potentiels et de susciter leur intérêt pour postuler aux opportunités d'emploi proposées.

Cibles de communication

Le cabinet cible un large éventail de publics dans sa communication, que ce soit en BTOC ou en BTOB.

En ce qui concerne la communication digitale, nos cibles principales sont les candidats actifs qui sont en recherche active et utilisent les réseaux sociaux pour rechercher leur futur emploi.

Notre cœur de cible est constitué des candidats passifs, ce sont des professionnels qui ne sont pas actuellement à la recherche d'un emploi, mais ils restent à l'écoute du marché. Cependant, ils ne sont pas actifs dans leur démarche sur les supports digitaux.

Enfin, nos cibles relais sont les entreprises clientes. En plus de cibler les candidats, la communication digitale nous permet d'informer et de faire connaître le cabinet aux entreprises souhaitant travailler avec PHI RH.

Chiffres clés

10 271

Communauté du groupe PHI RH sur LinkedIn.

6 777 → 9 278

De Mai 2022 à Juillet 2023 sur LinkedIn Phi RH.

596 → 993

De Mai 2022 à Juillet 2023 sur LinkedIn Santé.

• Analyse de l'environnement technique, budgétaire fonctionnel

Analyse de l'environnement fonctionnel

Le Groupe PHI RH est organisé en plusieurs pôles : la direction du groupe dont je fais partie, le pôle de recrutement généraliste et le pôle de recrutement médical et paramédical. Ma mission est de communiquer à travers les réseaux sociaux les offres d'emplois des deux pôles, mais aussi des informations sur le monde du recrutement et développer l'image de marque du cabinet.

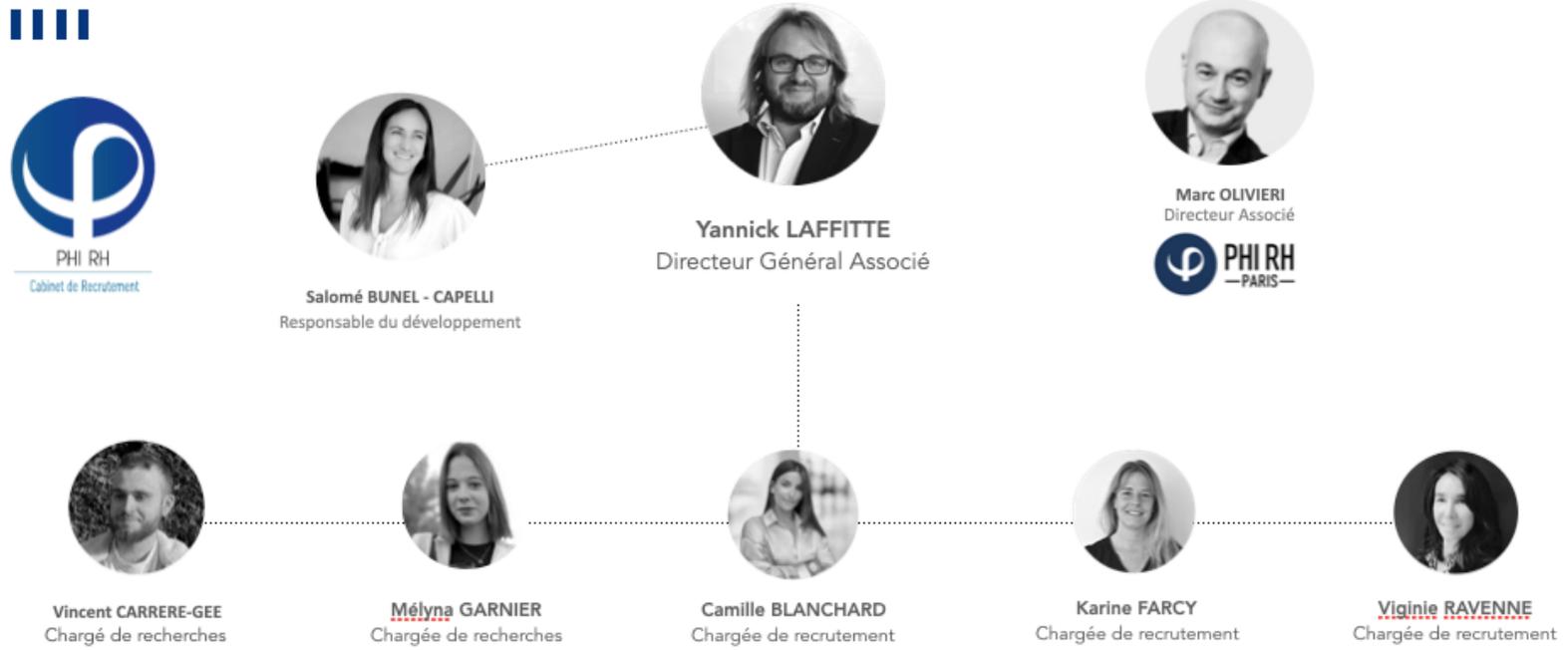
Au quotidien, je travaille en étroite collaboration avec Mathis Dhaynaut sur les tâches de communication ainsi qu'avec mon manager Daniel Bénérito. Avec Mathis et Daniel, nous nous réunissons ensemble chaque lundi matin pour définir les actions de communication à mettre en place sur les réseaux sociaux.

De plus, je collabore aussi avec les équipes de recrutement des deux pôles afin de répondre au mieux à leurs besoins de communications digitales en les accompagnant à communiquer de manière efficace sur leurs réseaux.

Organigramme direction du Groupe Phi RH



Organigramme pôle de recrutement PHI RH



L'EQUIPE PHI RH

Organigramme pôle de recrutement PHI SANTÉ



L'EQUIPE PHI SANTÉ

Analyse de l'environnement technique

Afin d'effectuer mes missions de communication au sein du cabinet et d'être efficace dans les processus de réalisations, j'utilise : canva pour la création de contenu à destination des réseaux sociaux, la suite adobe pour les supports de communication à destination des clients.

Pour organiser mes tâches, j'utilise Notion en tant que calendrier éditorial, Swello pour la programmation des contenus et Meta business suite pour suivre les indicateurs de performances.

Pour optimiser les metadescriptions des publications sur les réseaux sociaux et pour sélectionner des hashtags pertinents, je fais appel à chat GPT.

Je dispose aussi d'un ordinateur prêté par mon entreprise afin d'effectuer mes missions. J'ai aussi à ma disposition un trépied et un micro pour effectuer des prises vidéos de qualités.

J'ai aussi une boîte mail à mon nom et un compte Webex (outil de communication interne) afin de communiquer avec l'ensemble de mes collègues et mon manager.

The logo for Swello, featuring the word "swello" in a bold, lowercase, sans-serif font.The Meta Business Suite logo, featuring the Meta infinity symbol and the text "Meta Business Suite".The Webex by Cisco logo, featuring the Webex infinity symbol and the text "webex by CISCO".

Analyse de l'environnement budgétaire

Actuellement le pôle communication ne dispose pas de budget de communication.

02.

RECOMMANDATIONS OPÉRATIONNELLES

• Mise en oeuvre d'une campagne de communication digitale

TikTok x Le cabinet Phi RH

TikTok est une plateforme médiatique très populaire, qui s'adresse principalement aux jeunes utilisateurs. En créant un contenu attractif et pertinent pour nos jeunes candidats potentiels, celui-ci nous permet d'atteindre un public plus vaste et diversifié, puisque le taux d'engagement sur ce réseau social varie entre 3% à 6% !

Ce réseau social est une bonne occasion de mettre en valeur la culture d'entreprise et le climat de travail au sein du cabinet PHI RH.

Grâce à TikTok, nous renforçons notre marque employeur et attirons des candidats qui se reconnaissent dans notre culture d'entreprise.

Nos objectifs marketing sur cette plateforme !

Générer du trafic vers nos sites

Augmenter de 50 % le trafic vers le site web + taux de réponse à nos offres supérieur à 20%.

Top of mind

Créer la notoriété de la marque PHI RH sur TIKTOK en créant des contenus fiables.

Éduquer le public

Entretenir une conversation avec nos cibles (commentaires) grâce à nos contenus de qualité.

Les cibles de la campagne



Mélanie, 26 ans

En recherche d'emploi dans le secteur de la vente

Scroll TikTok entre deux candidatures à des offres d'emploi et tombe sur l'un de nos Tik Tok faisant la promotion du cabinet. Par la suite, elle a postulé à l'une de nos offres.



Julien, 18 ans

Son père est DRH d'une clinique privée

Julien est un adepte de TikTok, il tombe aussi sur l'une de nos publications, à ce moment, il se souvient que son père souhaite collaborer avec un cabinet de recrutement pour simplifier son processus de recrutement. Il vient de contacter Anais .

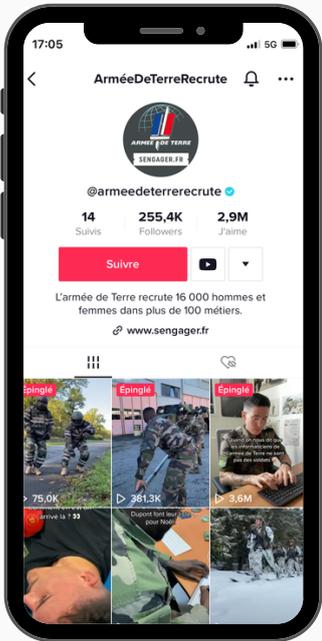


Léa, 33 ans

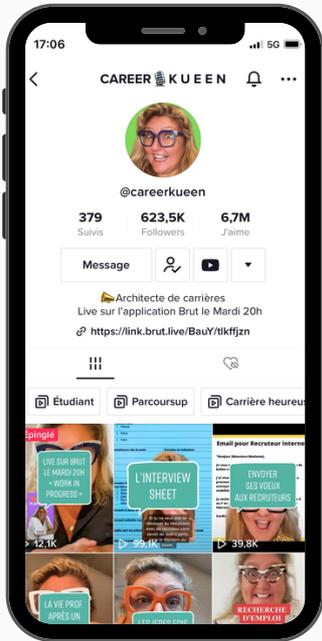
Cheffe d'entreprise à la recherche d'un.e comptable

Léa utilise TikTok pour se détendre. Notre dernier TikTok apparaît dans son feed, ce qui tombe bien, car elle veut recruter un nouveau collaborateur, mais a de grande difficulté à trouver le candidat. Elle vient de contacter Salomé.

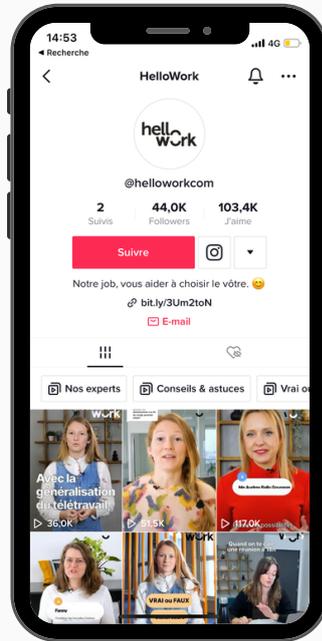
Grande échelle



@armeedeterrerecruite

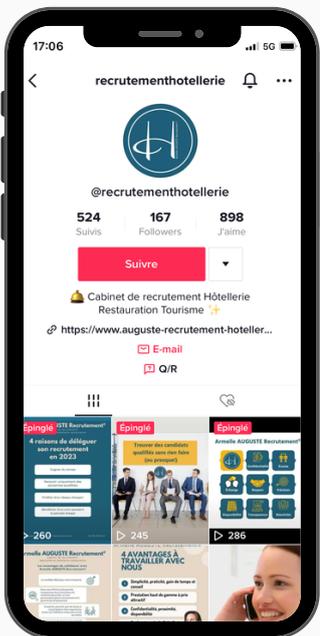


@careerkueen

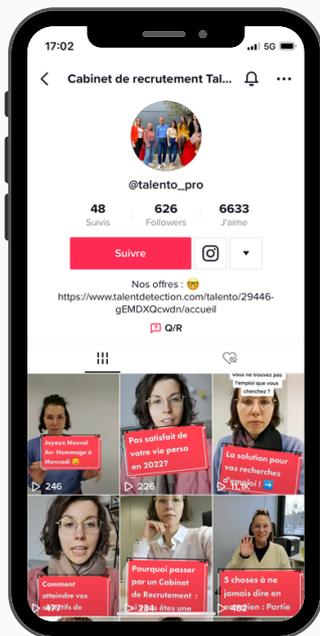


@helloworkcom

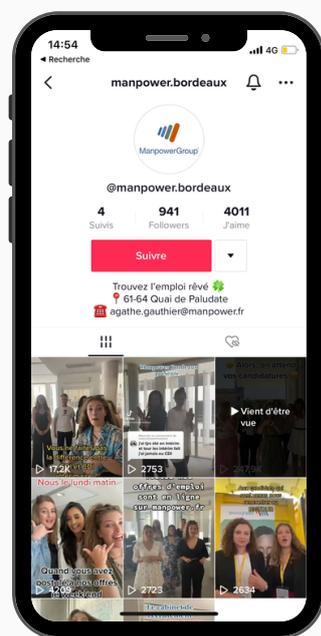
Petite échelle



@recrutementhotellerie



@talento_pro

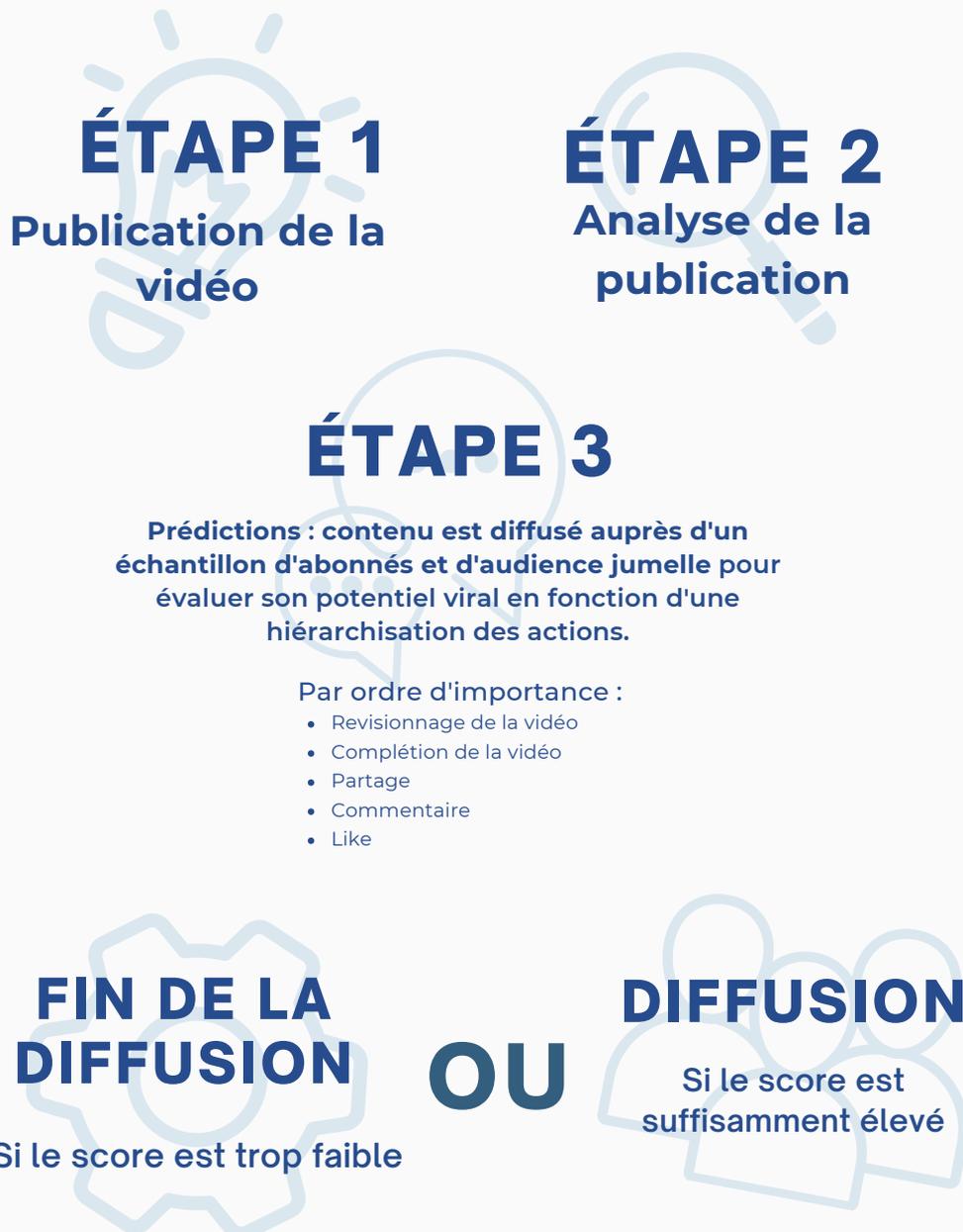


@manpower.bordeaux

Les bonnes pratiques

- Nom du compte contenant des mots-clés : recrutement - chargé de recrutement - carrière - job - intérim - cabinet de recrutement - RH.
- Vidéo spontanée à la verticale exposant "la vie réelle" !
- Organisé par pilier de contenus : informations - vie du cabinet - conseils & astuces etc
- Créer des contenus courts favorisant les vues complètes
- Faciliter la compréhension de l'algorithme pour un meilleur référencement en ajoutant des meta data (titre, texte, #)
- Favoriser le review via des techniques de montages comme les boucles
- Laisser le temps à un contenu de percer avant de tirer des conclusions

Le fonctionnement de l'algorithme



La ligne éditoriale de la campagne

SPONTANÉITÉ

Le réseau du "craft", vidéos plus naturelles et brutes seront davantage consommées par l'audience.

RÉGULARITÉ

2 vidéos par semaine, consommation plus importante, bonne récurrence d'apparition.

CODES DE LA PLATEFORME

Vidéo verticale ! Montage dynamique, format court, 30sec à 1min20, musique tendance et sujets/formats trend.

TESTER ET CRÉER

Primordial ! Savoir être agile dans sa création de contenu et s'adapter constamment aux sujets plébiscités par l'audience et l'algorithme.

Nos activations & recommandations

CHALLENGE #CV

- #cvphirh
- #onterecrute
- #cv
- #phirh
- #cabinetderecrutement
- #cvchallenge
- #matchingcv

Le cv challenge by phi rh !!

Poste une courte présentation de toi et de tes activités pro avec la mention #cvphirh

On récupère ton cv vidéo et on associe ta recherche à l'une de nos offres.

JOB DATING LIVE

- #recrutement
- #live
- #livejob
- #travail
- #livephirh
- #joboffer

Les lives phi rh !

Live autour de la thématique du recrutement et ressources humaines

Partenariat possible avec d'autres créateurs de contenus du secteur

Live recrutement pré entretien de qualifications

CONSEILS & ASTUCES

- #recrutement
- #rh
- #offre
- #travail
- #métier
- #marchédelemploi
- #joboffer

5 conseils pour obtenir x

Voilà pourquoi tu as besoin de nous

Arrete de scroller

Attends ! je veux te montrer quelque chose

Introduction métier

VIE AU CABINET

- #adayin...
- #POV
- #anniversaire
- #offredemploi
- #métierdechargéde recrutement
- #afterwork
- #notrevaleurajoutée

Le quotidien d'un.e Chargé.e de recrutement

Le quotidien de l'équipe
com

Le quotidien d'une cheffe des opérations

Création de contenu

Type de contenu

Vie au cabinet
Interview d'une chargée de
recrutement.

Analyse

Contenu attractif mettant en
lumière l'humain derrière les
recrutements.



En coulisse... Découvr...

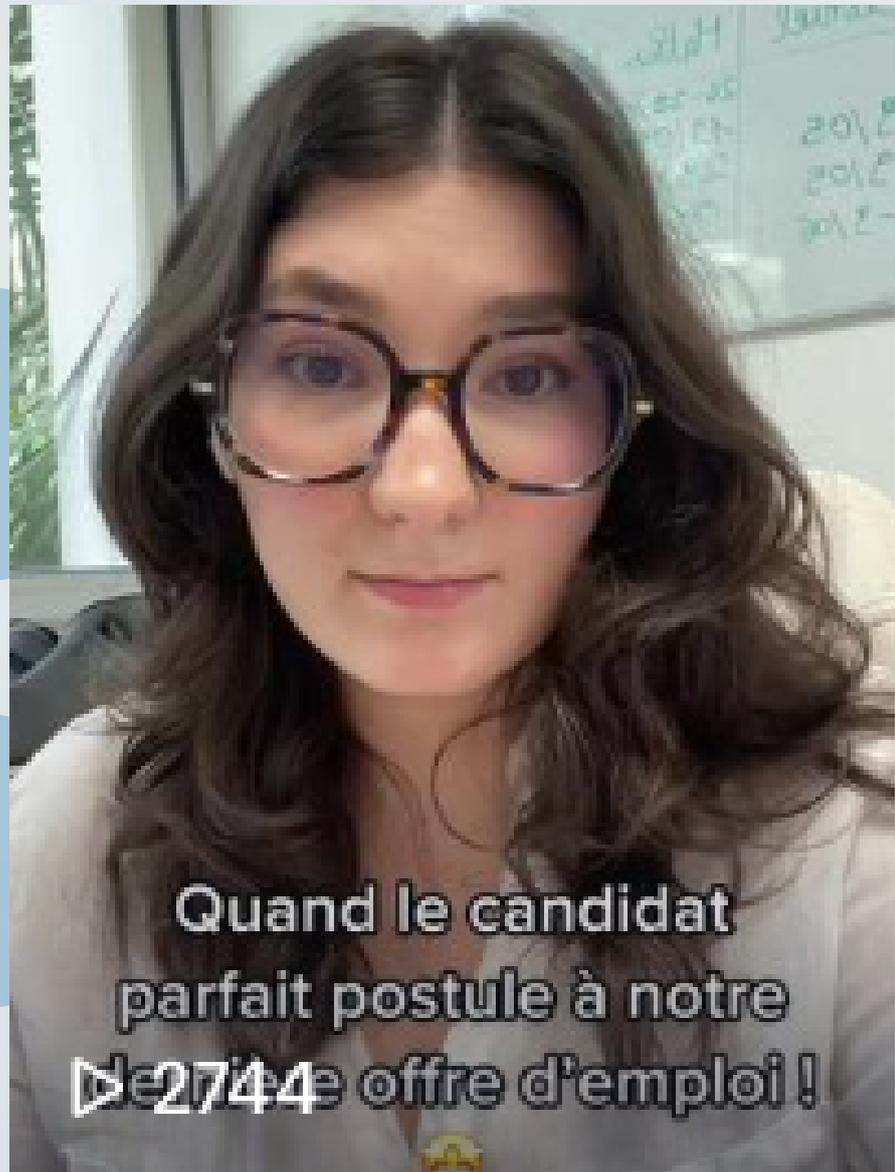
Création de contenu

Type de contenu

Conseils & astuces
Suivi d'une tendance

Analyse

Utilisation d'un son tendance
afin de développer le compte.



Quand le candidat
parfait postule à notre
▶ 2744 offre d'emploi !

Oui ils existent !! Et tu pe...

Indicateurs de performances

3 570

VUES DES VIDÉOS

63

VUES DU PROFIL

38

J'AIME

+3.82%

TAUX D'ENGAGEMENT

28

TOTAL POSTS

Avril à Juillet 2023

• Gestion des réseaux sociaux

LinkedIn X Cabinet PHI RH et PHI SANTÉ

LinkedIn est le plus grand réseau professionnel au monde et constitue une plateforme où les professionnels se connectent, partagent des informations et construisent leur marque personnelle.

En tant que cabinet de recrutement, avoir une présence active sur LinkedIn nous permet d'accroître la visibilité du cabinet et de se positionner en tant qu'expert ainsi que renforcer notre crédibilité auprès des clients et des candidats.

Ce réseau social nous offre des fonctionnalités pour publier des offres d'emploi et les diffuser auprès d'une audience pertinente.

Il est possible de spécifier les critères de recherche pour s'assurer que les offres d'emploi atteignent les candidats potentiels correspondant aux compétences et à l'expérience requises.

Instagram X Cabinet PHI RH

Instagram permet de partager du contenu visuel attrayant, ce qui nous aide à promouvoir la culture d'entreprise. C'est une plateforme interactive où engager des conversations est plus simple. Cela nous permet d'établir une relation plus informelle et de montrer l'humain derrière notre cabinet de recrutement.

Nous utilisons Instagram comme un moyen de partager des conseils, des astuces et des informations utiles sur le recrutement.

Les contenus éducatifs, tels que des infographies, des chiffres clés, des interviews, etc. Positionne le cabinet en tant qu'expert dans le domaine du recrutement, mais aussi des ressources humaines et peut attirer l'attention des candidats intéressés par des conseils pour leur carrière.

Facebook X Cabinet PHI RH et PHI SANTÉ

Facebook propose des options de publicités ciblées qui nous permettent de diffuser nos contenus auprès d'un public spécifique en fonction de critères tels que la localisation géographique, les intérêts, l'âge, etc.

Cela nous permet de cibler les candidats potentiels qui correspondent aux profils recherchés par nos clients.

En créant un groupe spécialisé en santé, nous pouvons attirer l'attention d'un public spécifique composé de professionnels de la santé et du domaine médical. Cela nous permet de se connecter directement avec des candidats potentiels ayant des compétences et des expériences pertinentes dans le secteur de la santé.

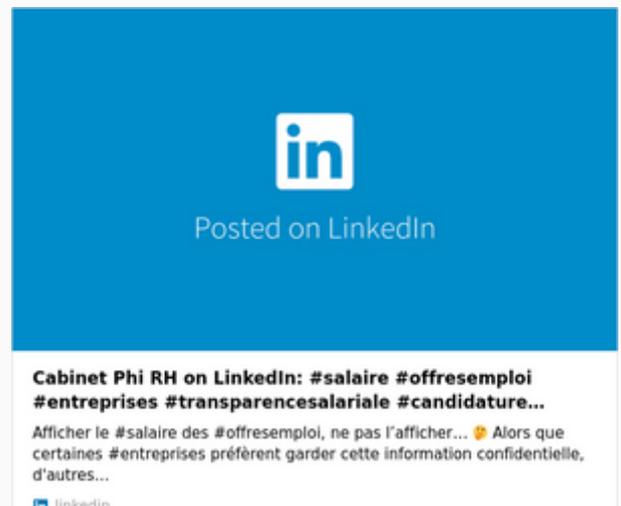
LinkedIn X Cabinet PHI RH et PHI SANTÉ

Rythme de publications et types de contenus

Le rythme de publication sur LinkedIn est de 5 fois par semaine. 2 diffusions d'offres d'emplois en début de semaine, une PHI SANTÉ et une PHI RH. Une publication d'article sur le compte PHI RH et un article de curation sur le compte PHI SANTÉ. Enfin, une publication d'un sondage par semaine sur le compte PHI RH.

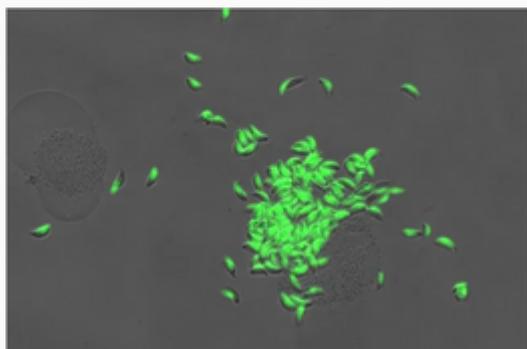
Mise en situation : LinkedIn PHI RH

Lien cliquable



Mise en situation : LinkedIn PHI SANTÉ

Lien cliquable



Phi Santé - Groupe Phi RH on LinkedIn: Santé : une équipe de chercheurs découvre une nouvelle voie...

Un nouveau pas dans la recherche contre le cancer vient d'être effectué et il vient de chez nous ! Phi santé vous explique tout ! 🌟 Une équipe de chercheurs...

 linkedin



Phi Santé - Groupe Phi RH on LinkedIn: ON RECRUTE !!

🇫🇷 PHI SANTE recrute H/F MEDECIN DU TRAVAIL situé dans le #paysbasques (64), pour l'un de nos clients : un service inter-entreprise !
✅ Intéressé ? Postule...

 linkedin



Recommandation

CONTENUS ÉDUCATIFS

Création de contenus plus interactifs avec des conseils et astuces de recrutement, des témoignage et des interviews de professionnel du secteur.

WEBINAIRES

Réalisation de webinaires avec des intervenants du secteur du recrutement généraliste et en santé. Discussions sur des thématiques importantes.

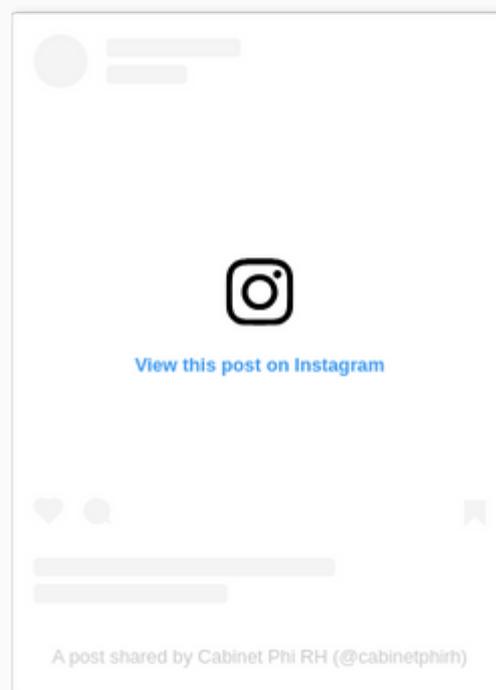
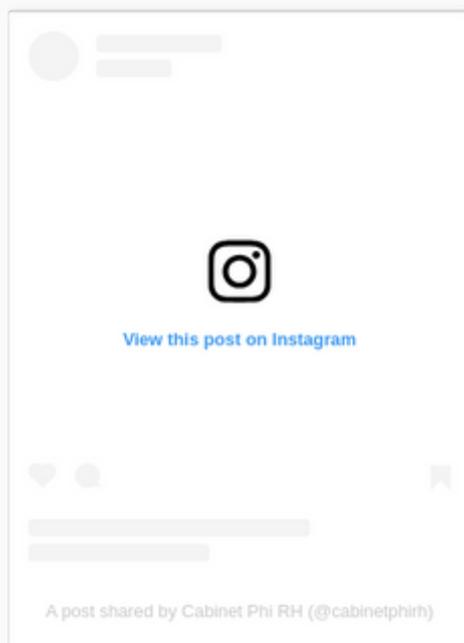
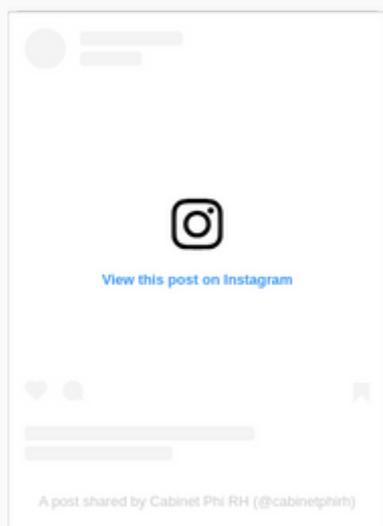
Instagram X Cabinet PHI RH

Lien cliquable

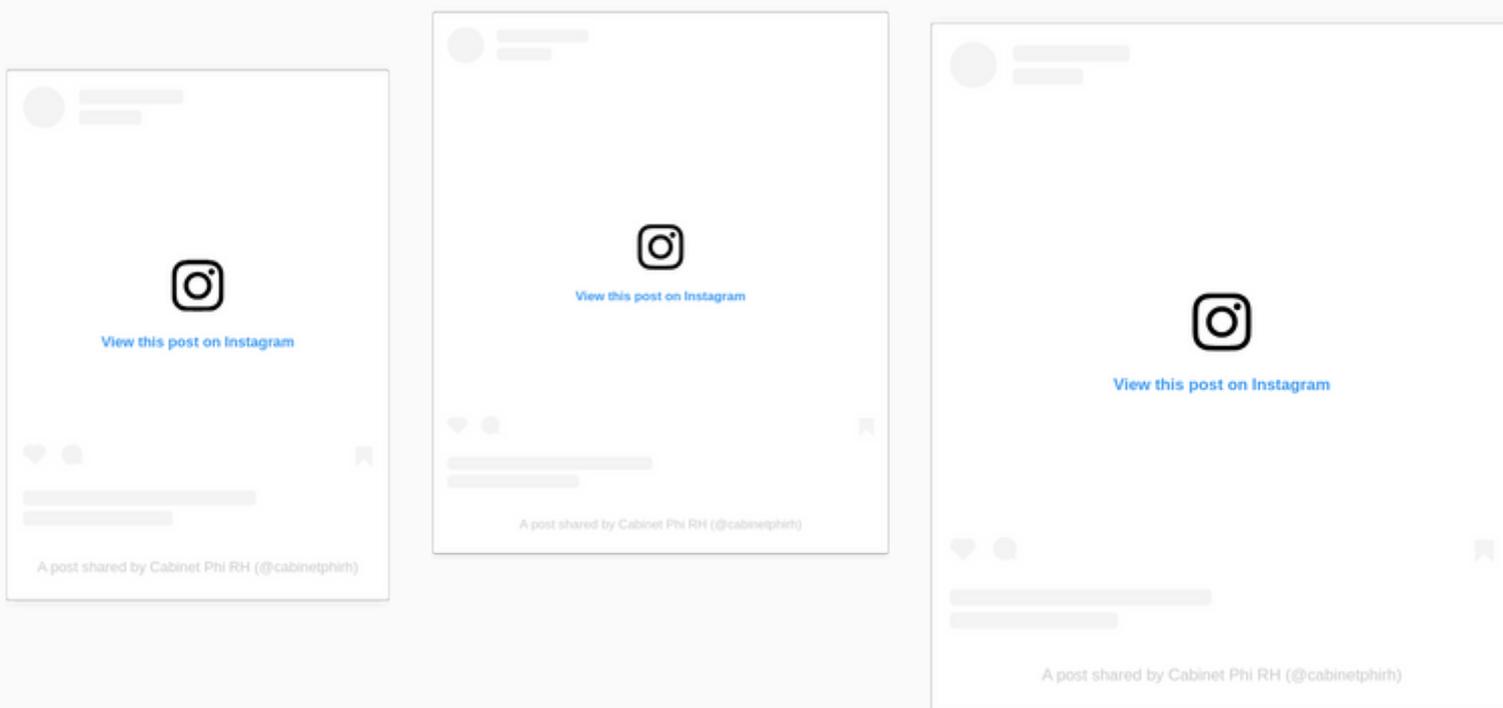
Rythme de publications et types de contenus

Le rythme de publication sur Instagram est 2 publications par semaine. Les contenus publiés sur Instagram sont organisés par pilier de contenu articulé autour de contenus de type éducatif, de conseils et de témoignage.

Mise en situation :



Mise en situation :



Recommandation

LIVE RECRUTEMENT

Création de contenus plus interactifs avec des conseils et astuces de recrutement, des témoignage et des interviews de professionnel du secteur.

CANAL DE DIFFUSION

Créer un canal de diffusion sur Instagram pour partager du contenu exclusif tel que des offres d'emplois, des conseils & astuces, etc. Utiliser cette nouvelle fonctionnalité comme un moyen de communication personnalisé !

Facebook X Cabinet PHI RH

Lien cliquable

Rythme de publications et types de contenus

Le rythme de publication sur Facebook est de 2 publications par semaine. Une le mardi et une le jeudi, de plus l'animation du groupe Facebook spécialisé santé à un rythme de publication d'1 fois par semaine, le mercredi !

Mise en situation :

IIUQoG0x15
[Click here](#) to visit the page.

IIUSr0itZJ
[Click here](#) to visit the page.

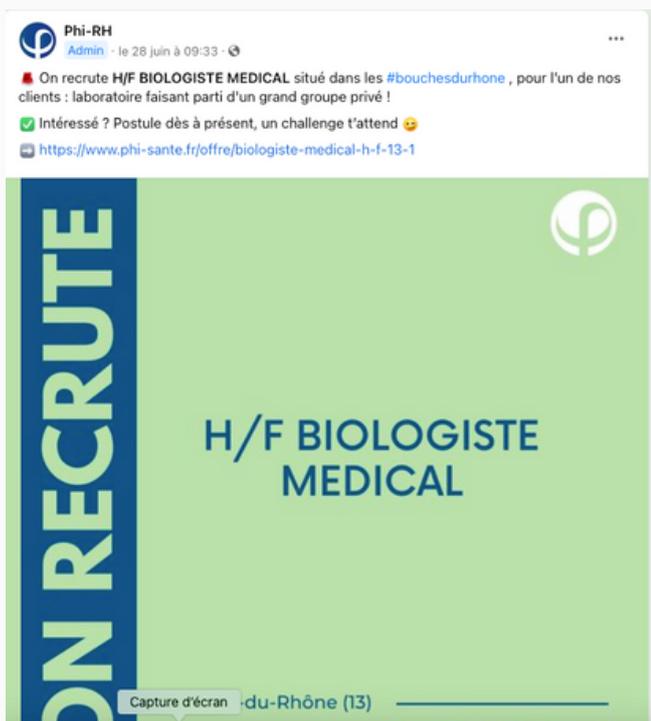
IIU_-mt7IE
[Click here](#) to visit the page.



Recrutement médical et paramédical - PHI SANTÉ

Bienvenue dans notre groupe Facebook dédié au recrutement dans le domaine de la santé ! Acteur dans le secteur médical / paramédical et à la recherche d'opportunités professionnelles, vous êtes au...

 facebookapp



Recommandation

PUBLICITÉS

Lancer des campagnes de promotion des contenus afin de mieux cibler notre cible présente sur ce réseau sociale.

STORIES FACEBOOK

Utiliser davantage les stories Facebook, car c'est un levier puissant pour générer du trafic vers le site internet et interagir avec notre audience.

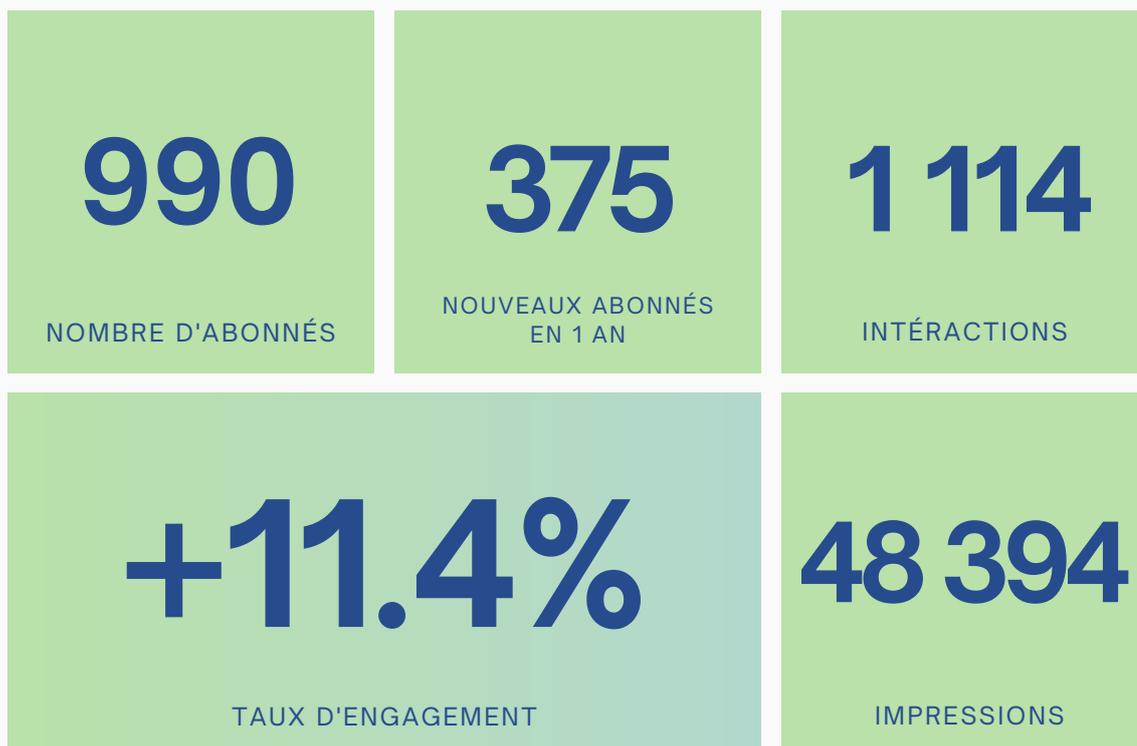
Reporting Social media

Linkedin PHI RH



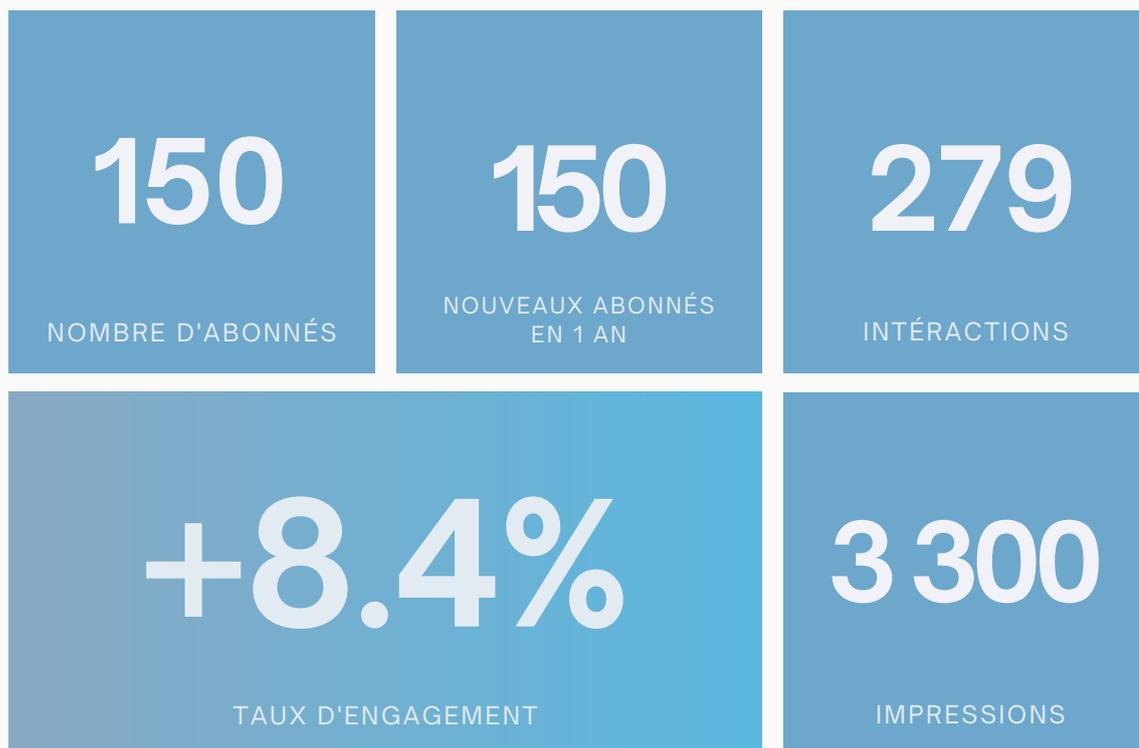
Aout 2022 À Juillet 2023

Linkedin PHI SANTÉ



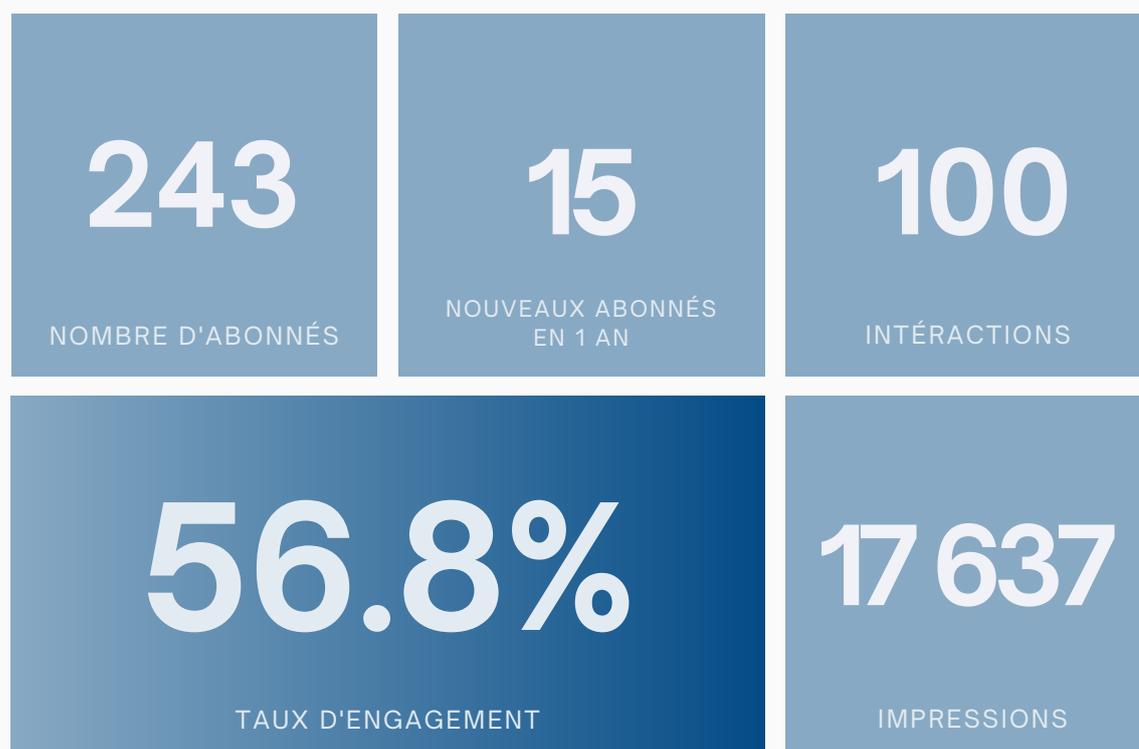
Aout 2022 À Juillet 2023

Instagram Cabinet PHI RH



Janvier 2023 À Juillet 2023

Facebook Cabinet PHI RH



Aout 2022 À Juillet 2023

• Développement et suivi d'un partenariat

Objectifs du partenariat

Les objectifs de ce partenariat sont d'échanger autour de l'univers du recrutement et la compréhension de ce métier auprès d'une audience concernée, par le biais d'un live. Grâce à ce partenariat, nous souhaitons augmenter notre nombre d'abonnés, mettre en avant les caractéristiques et le fonctionnement du cabinet !

Cibles



Les jeunes diplômés sont très actifs sur Instagram (71% des 18-29 ans). Ils sont très actifs sur les lives et s'engage dans des conversations facilement grâce à l'authenticité fourni par les lives !



Les candidats potentiels sont proactifs dans leur recherche et utilisent quotidiennement les réseaux sociaux comme levier d'opportunité professionnelle en s'abonnant à des comptes autour du recrutement et des RH.



Les acteurs du monde des RH, ils seront intéressés par notre vision du recrutement en 2023 et nos techniques pour trouver les talents de demain.

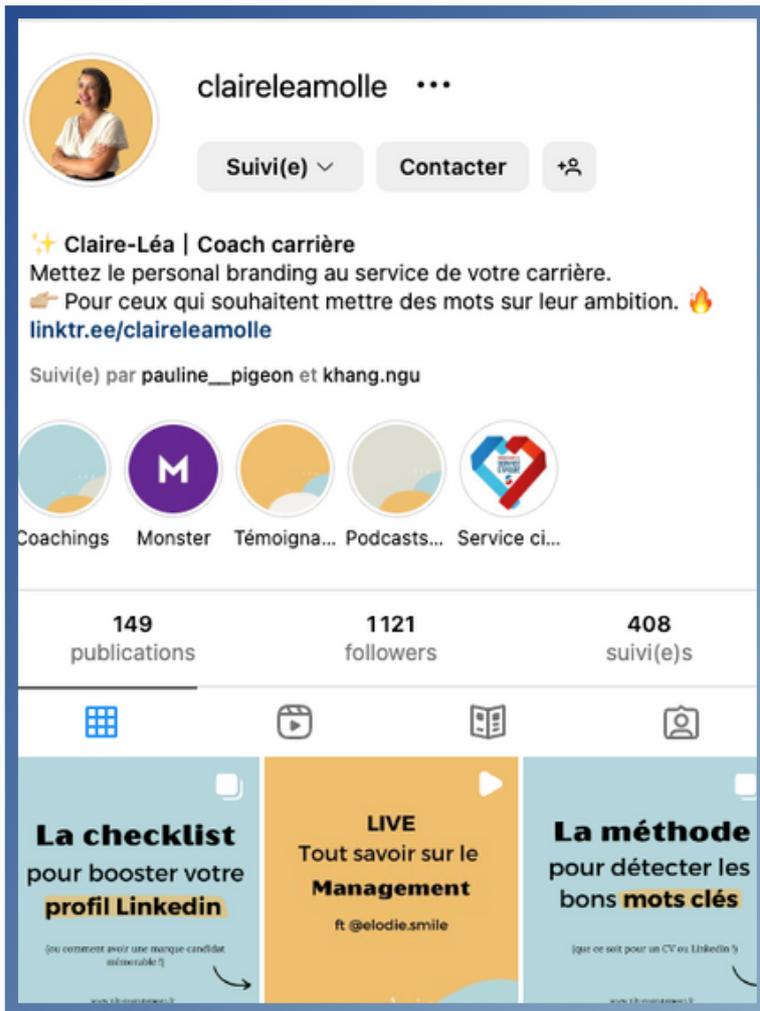
Premier contact : Cabinet Phi Rh X Claire-Léa - Coach carrière



DM Instagram ! Abonnement à son compte Instagram après rapide veille de ses statistiques et de son contenu.

Claire-Léa a engagé la discussion, et au nom du cabinet, j'ai répondu positivement à son message en laissant entre voir un possible partenariat entre nos deux entités.

Veille sur @claireleamolle - coach carrière



Claire-Léa est une ancienne consultante en recrutement, habituée des cabinets de recrutement et de leur fonctionnement !

En 2019, elle crée son cabinet de conseil en recrutement indépendant, *Tilt Recrutement* dans lequel elle accompagne les candidats en coaching carrière pour les aider à prendre en main leur vie pro.

Elle est présente sur divers canaux de communication, mais Instagram est celui sur lequel sa communauté est la plus active. Avec 1 121 abonnés sur son compte, elle dispose d'une audience importante.

De plus, elle a déjà une audience qui participe à ses lives. Elle a une bonne expérience du live et de ses bonnes pratiques.

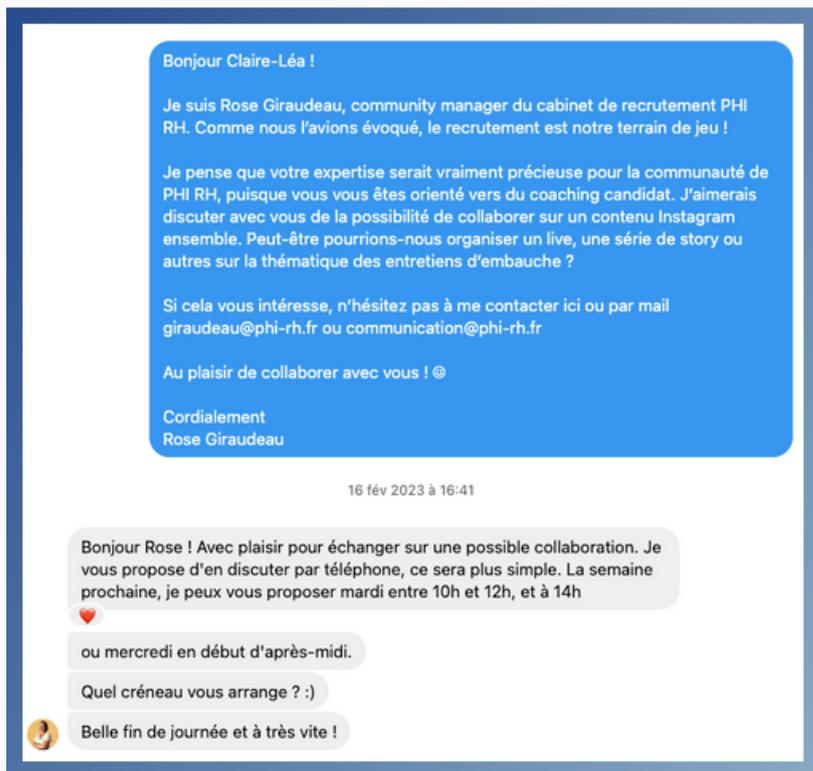


Claire-Léa partage des contenus liés au coaching de carrière, au recrutement et aux ressources humaines en général. Ces contenus sont organisés par pilier : la méthode, le chiffre clé, les rediffusions de live, des vlogs, des reels conseils & astuces et du personal Branding.

Les données analytiques sont positives, sa communauté est active et interagit avec les contenus proposés. Elle a aussi une fréquence de publications quotidienne !



Seconde contact : proposition de partenariat



Après avoir analysé son compte Instagram et ses contenus, nous lui avons proposé un partenariat entre le Cabinet PHI RH et Claire-Léa - Coach Carrière !

Claire-Léa a répondu positivement à notre proposition, s'en est suivi un appel de découverte sur nos activités et nous avons convenues de réaliser différents live sur nos canaux respectifs afin d'augmenter la visibilité de nos comptes Instagram.

Conditions du partenariat live et choix des contenus abordés

Ce partenariat n'a pas de fins commerciales et n'a pas fait l'objet d'une rémunération. C'est un partenariat entre 2 entités à titre de donnant-donnant. Les lives se déroulent le mardi 11 et mercredi 19 avril 2023 de 12h30 à 13h30. Ces heures correspondent au moment où l'audience cible se rend disponible !

Nous avons convenu de faire 2 lives, un sur le compte de Claire-Léa et le second sur le compte du cabinet PHI RH. De plus, pour le cabinet, il était prévu que l'un des chargés de recrutement participe à ce live afin de mettre en avant l'expertise que dispose le Cabinet de recrutement Phi RH sur le secteur.

L'objectif du live sur le compte de **Claire-Léa** est de partager les coulisses du métier de recruteur : quels sont les critères de sélection d'un recruteur, comment le recruteur lit les CV et sélectionne les profils. Ainsi qu'un moment de question réponse.

Pour **PHI RH**, nous avons organisé notre live en 3 partie : une partie sur le fonctionnement du cabinet et des compétences les plus recherchées par les recruteurs. Une seconde partie sur les tendances du recrutement et ses évolutions. Et la troisième partie axée sur des conseils et astuces pour améliorer son CV.

KPI's sélectionnés



NOMBRE DE VUE DE LA PAGE :

Cette mesure indique combien de fois notre profil sera vue par des visiteurs au cours du live.

Attendu :

+200%



RÉACTIONS DURANT LE LIVE :

Savoir si le contenu du live a l'impact désiré auprès de l'audience. Les réactions j'aime et commentaire sont surveillés durant le live.

Attendu :

+100 interactions



NOMBRE DES SPECTATEURS :

Donnée importante pour savoir si l'audience est intéressée par le contenu proposé et qu'on ne perd pas son attention.

Attendu sur les 2 lives :

+1 100

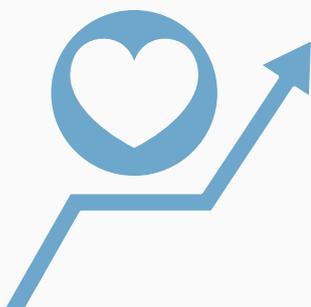


NOMBRE D'ABONNÉES :

Donnée primordiale pour accroître notre visibilité sur Instagram et générer in fine du trafic sur notre site internet.

Attendu :

+150



TAUX D'ENGAGEMENT :

Savoir si ce partenariat nous a apporté assez de visibilité auprès de l'audience cible.

Attendu :

7%

• Création d'un événement

Objectif de l'événement

L'objectif de l'événement est d'inviter nos clients à des afterwork autour des thématiques du recrutement et de la fidélisation des candidats.

Également, ces afterworks ont pour but de proposer à nos clients des moments de rencontre, de networking et de fidélisation auprès de notre cabinet de recrutement. Ces afterworks sont primordiales pour le cabinet afin de fidéliser nos clients et de mettre en avant notre expertise sur le secteur.

Audience ciblée

Les événements organisés par PHI RH sont uniquement à destination de notre cible BTOB, c'est-à-dire les entreprises clientes.

Event n°1 : "Recruter, Fidéliser c'est l'enfer !!"

Ce premier afterwork s'est déroulé en octobre 2022 auprès de notre cible BTOB afin de débiter l'année autour des évolutions du monde du recrutement. C'est un événement privé à destination uniquement de notre base de données client.

Le concept était de réunir nos clients dans un lieu atypiques et informel afin de mettre en avant l'esprit du cabinet PHI RH, de se rencontrer, d'établir de nouvelles relations et de comprendre les changements du marché du recrutement.

Le lieu



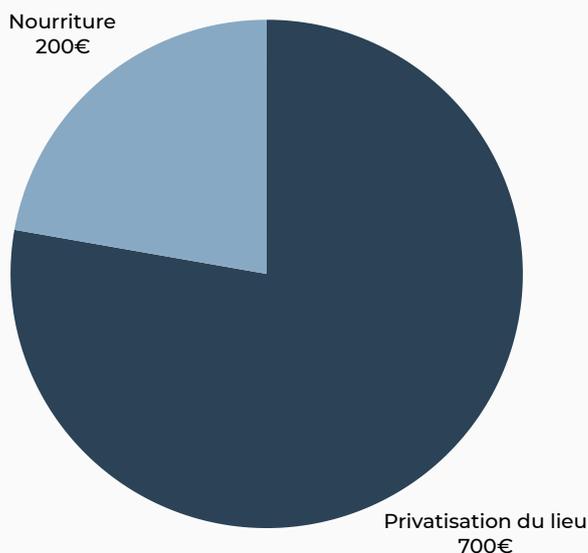
PURGATORY

28 rue de Chevrus,
33000 BORDEAUX

Budget & invités

Le **budget** total de l'événement s'élève à 900€ de 18h30 à 22h. À noter que le Purgatory se charge de toute la partie logistique et mise à disposition du mobilier, d'enceinte et de micro... Les intervenants ne sont pas rémunérés et interviennent à titre gracieux.

Pour cet événement, nous étions limités à inviter 30 convives ! Sur les 30 invitations envoyées uniquement, 7 personnes n'ont pas pu venir.



Programme de l'événement

Interventions de différents acteurs du secteur du recrutement :

- Maxime Marie de Profeel
- Georges Donnay du groupe Mobility Aquitaine
- Frédéric Motard de Pavillon Prévoyance
- Audrey Callede pour une intervention sur la thématique de la QVT
- Yannick Laffitte dirigeant du groupe PHI RH

Contenus générés

Durant cette soirée, nous avons pu faire de la création de contenu afin de partager cet événement avec nos abonnés sur nos réseaux sociaux. Également, nous avons réalisé des interviews de plusieurs de nos clients afin de recueillir leurs avis sur le cabinet PHI RH.

Publication LinkedIn PHI RH



DONNÉES STATISTIQUES :

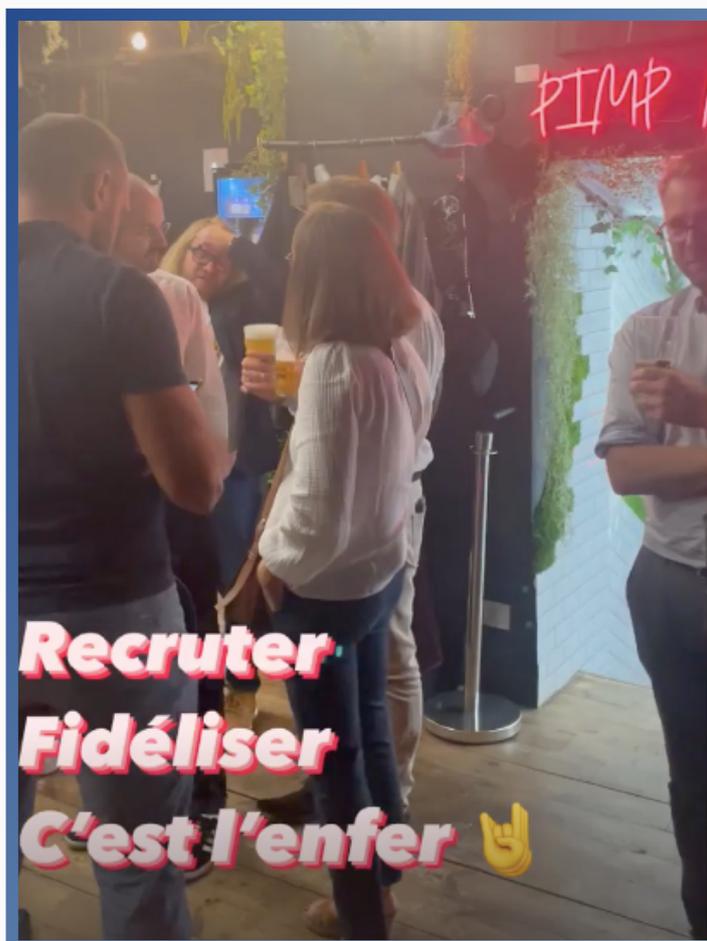
- Interactions : 78
- Vues de la vidéo : 1 220
- Impressions : 1 590
- Taux d'engagement 4,84%

Publication Instagram PHI RH : stories

DONNÉES STATISTIQUES :

- Comptes touchés : 176
- Navigation : 143
- Impressions : 190

Lien stories



Event n°2 : Le Brunch Phi RH

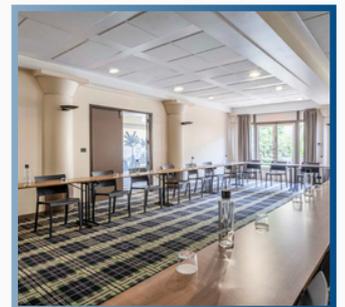
Ce second événement a été un brunch qui s'est déroulé en mars 2023 auprès de notre cible BTOB afin d'échanger sur les bonnes pratiques du recrutement. C'est un événement privé à destination uniquement de notre base de données client.

Le concept était de réunir nos clients dans un endroit plus formel, propice à l'apprentissage afin de pallier les problématiques liées au recrutement. Ce lieu nous a permis d'offrir une petit-déjeuner style brunch à nos invités et des accords mets & vins en fin d'événement.

Le lieux



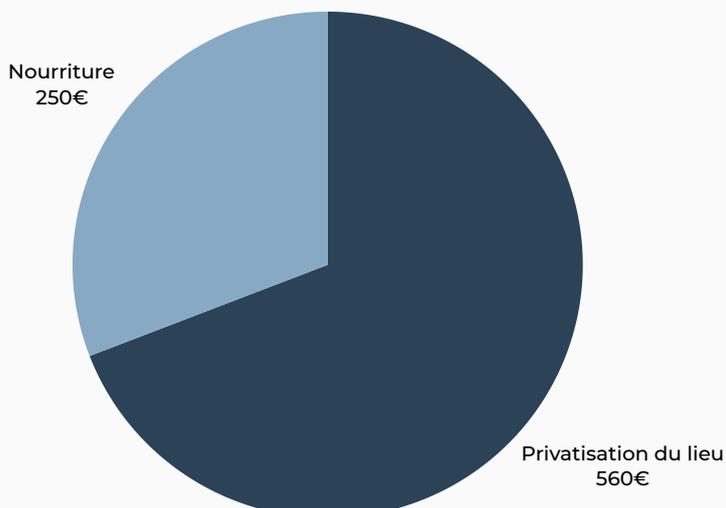
HÔTEL MERCURE
BORDEAUX CHÂTEAU
CHARTRONS
81 cours Saint-Louis,
33000 BORDEAUX



Budget & invités

Le budget total de l'événement s'élève à 810€ de 10h45 à 14h. Les intervenants ne sont pas rémunérés et interviennent à titre gracieux.

Pour cet événement, nous avons invité 15 personnes ! Sur les 15 invitations envoyées uniquement, 5 personnes n'ont pas pu venir.



Programme de l'événement

Interventions de différents acteurs du secteur du recrutement :

- Accueil petit-déjeuner style brunch
- Introduction et quiz par Salomé Bunel Capelli - Responsable commerciale PHI RH
- Intervention du CMSO
- Intervention Happytim
- Accord mets&vins

Contenus générés

Publication LinkedIn PHI RH



DONNÉES STATISTIQUES :

- Interactions : 31
- Impressions : 1 523
- Taux d'engagement 29,81%

Publication Tik Tok

DONNÉES STATISTIQUES :

- Vues : 341
- Intéractions : 31
- Public atteint : 305



Publication Stories Instagram

DONNÉES STATISTIQUES :

- Comptes touchés : 113
- Navigation : 92
- Impressions : 120



Lien stories

Recommandation événementielle

Aujourd'hui, le cabinet de recrutement PHI RH propose uniquement des événements en direction de sa cible BTOB. Je recommande au cabinet de développer les événements à destination de sa cible BTOC, afin de pallier à la problématique quelle rencontre, c'est-à-dire la pénurie de candidat. Effectivement, la problématique de communication du cabinet est comment réussir à capter la cible candidat par le prisme de la communication digitale.

L'événementiel est un moyen de communication efficace pour attirer son audience ciblée. De plus, la communication événementielle nous permet de créer des contenus innovants, immersifs et plus attractifs en les relayants sur nos réseaux sociaux. Ce type de contenu attire les utilisateurs et fonctionne parfaitement sur les réseaux sociaux.

Participer à des salons du recrutement

Ma première recommandation est de participer à des **salons de recrutement**, qu'ils se déroulent en **physique** ou en **digitale**. Participer à ce type d'événement est un excellent moyen de prendre contact avec un grand nombre de candidats potentiels désireux de débiter un nouveau poste. Ces événements sont également très efficaces pour approcher des candidats manqués en temps normal.

L'objectif des salons de recrutement est de :

- Faire connaître notre entreprise et ses missions,
- Choisir parmi une plus grande sélection de candidats,
- Nouer des contacts avec d'autres professionnels.

Participer à un événement de recrutement est une occasion précieuse pour **élargir** notre **vivier de talents** et de **susciter** une **impression positive** en tant que **cabinet de recrutement expert dans ce domaine**. Par ailleurs, aller à la rencontre des candidats nous permet de déceler certains éléments qui ne figurent pas sur leur CV, comme leur personnalité ou leur compatibilité avec la culture d'entreprise du client.

Si PHI RH souhaite participer à ce type d'événement je leur conseil de préparer des **contenus attractifs** et **pertinent** pour faire **rayonner** les succès du cabinet sur le salon via les **réseaux sociaux**. Par exemple, réaliser du **snack content vidéo** comme des micro-trottoires durant l'événement autour de la thématique du recrutement, des interviews rapide sur les professionnels et candidats présent sur le salon et aussi, des contenus photos et/ou vidéos de résumer du salon. Ces contenus permettront au cabinet de **renforcer** et **humaniser** notre marque employeur.

Proposition de salons :



Le village des recruteurs
14/09/23



La journée de l'emploi organisé par Aquitec
19/10/23



Carrefour de l'emploi
5/12/23

Participer à des Job Dating

Ma seconde recommandation est de participer à des job Dating, en ligne, ou en physique pour élargir une fois encore notre vivier de candidat. Ces job Dating sont des outils efficaces pour automatiser efficacement nos processus de recrutement et cibler notre audience.

Le concept du job Dating est bien connu pour son gain de temps non négligeable !

Ces événements offrent l'opportunité de communiquer directement vers notre cible des candidats, mais aussi sur le cabinet, ses valeurs et sa culture. De plus, nous pourrions profiter également de la visibilité offerte par la notoriété de l'organisateur de l'événement.

Concrètement, cela permet de rencontrer des candidats qui ne nous connaissent pas, alors qu'ils ont pourtant le profil, les compétences correspondant à nos offres d'emplois.

Ainsi, le job Dating est également une bonne opportunité d'améliorer notre marque employeur, en permettant aux candidats d'échanger directement avec nos chargés de recrutement. Un échange direct et humain qui est autant apprécié des candidats que des recruteurs.

Le job Dating permet d'avoir une toute nouvelle approche du recrutement. En plus de générer un gain de temps, ces événements permettent surtout de cerner rapidement et simultanément les compétences professionnelles et relationnelles des candidats.

Enfin, le job Dating peut nous offrir une visibilité importante, c'est une opportunité pour optimiser l'image de marque du cabinet et intégrer ces événements dans notre stratégie de communication digitale.

Proposition de Job Dating :



**Maison de l'emploi
et de l'entreprise
de Bordeaux
4/an**



**Job Connect par la
French Tech
3/an**

03.

BILAN GLOBAL INTÉGRANT LES ASPECTS FINANCIERS ET DE PLANIFICATION

• Bilan global campagne de communication digitale

Aspect financier

La campagne de communication Tik Tok X Cabinet PHI RH a été réalisée sans budget.

Planifications des contenus

Pour correctement suivre et être le plus performant durant cette campagne de communication digitale sur TIK Tok, nous avons mis en place un calendrier éditorial. Pour cette organisation nous avons utilisé Notion.

Aa Publication	Date	Statut	Responsable	Reach & Likes / J+7
TIK TOK : POV ton bureau ressemble à une jungle	6 février 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	1037 15
TIK TOK : C'est juste un cabinet de recrutement	14 février 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	1294 106
TIK TOK : Et si on avait l'offre qui boost ta carrière ?	28 février 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	1103 77
TIK TOK : Arrête tout !	6 mars 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	506 20
TIK TOK : Auberge espagnol	20 mars 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	869 41
TIK TOK : En coulisse Daniel	27 mars 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	1598 35
TIK TOK : Event PHI RH	13 avril 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	341 31
TIK TOK : La relance PHI RH	18 avril 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	884 32
TIK TOK : Nous quand...	20 avril 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	31 2
TIK TOK : Quand le candidat...	24 avril 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	2744 21
TIK TOK : Teambulding	27 avril 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	331 10
TIK TOK : En coulisse Virginie	4 mai 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	1282 12
TIK TOK : POV	31 mai 2023 17:00	Publié	Rose Giraudeau	996 10

Bilan

La campagne de communication digitale menée sur TIK TOK a été un franc succès concernant les vues et impressions engendrées. Cependant, nous n'avons pas réussi à augmenter le nombre d'abonnés sur le compte. Il faudrait mener une campagne plus longue, sponsorisée et créer des contenus plus attractifs. Afin de développer l'audience du compte, la régularité est primordial !

• Bilan global gestion des réseaux sociaux

Linkedin PHI RH & PHI SANTÉ

Aspect financier

Pas de budget de communication pour promouvoir les contenus sur les comptes Linkedin PHI RH et PHI SANTÉ.

Planifications des contenus

Pour correctement suivre et être efficace dans notre communication sur Linkedin, nous avons mis en place un calendrier éditorial. Pour cette organisation nous utilisons Notion.

Publication	Date	Statut	Responsable	Reach & Likes / J+7
Offre phi rh + curation santé	13 septembre 2022 09:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 1100 Likes : 7
Article de blog 2/3 phi rh + offre phi sante	15 septembre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 864 Likes : 151
Offre phi rh + santé	19 septembre 2022 10:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 421 Likes : 6
Promo compte Insta	19 septembre 2022 12:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 676 Likes : 18
Offre Phi rh + santé	20 septembre 2022 09:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 746 Likes : 8
Article blog 3/3 phi rh + Offre phi santé	22 septembre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 395 Likes : 9
Offre phi rh + phi sante	26 septembre 2022 11:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 868 Likes : 11
photo + vidéo event	27 septembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 1082 Likes : 30
Comptable confirmé	28 septembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 608 Likes : 13
Offre phi rh + santé	29 septembre 2022 09:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 814 Likes : 8
Offre Phi Rh + Phi Santé	3 octobre 2022 09:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 860 / 239 Likes : 5 / 5
Article de blog 1/2 : Le statut Cadre	3 octobre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 2 013 Likes : 113
Offre Phi Rh + Phi santé	4 octobre 2022 09:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 676 / 350 Likes : 5 / 6
Article curation santé	4 octobre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 190 Likes : 5
Article de blog 2/2 : Statut cadre	6 octobre 2022 09:30	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 454 Likes : 100
Offre Phi Rh + Phi santé	6 octobre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 607 / 146 Likes : 11 / 8
Offre Phi rh + santé	10 octobre 2022 09:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 701 / 137 Likes : 7 / 6
Offre Phi rh + santé	11 octobre 2022 09:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 571 / 208 Likes : 4 / 3
Article curation santé.	11 octobre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 323 Likes : 14
Offre Phi rh + Phi santé	13 octobre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 553 / 138 Likes : 6 / 4
Article de blog 1/2 : Cout d'un recrutement raté	17 octobre 2022	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 801 Likes : 109

Bilan

Les comptes Linkedin PHI RH et PHI SANTÉ ont doublé leur nombre d'abonnés, augmenter leur visibilité grâce aux contenus plus réguliers, ainsi qu'aux nouveaux comme les sondages, les articles de blog et les retours sur les événements organisés durant l'année.

Instagram PHI RH

Aspect financier

Pas de budget de communication pour promouvoir les contenus sur le compte instagram de PHI RH.

Planifications des contenus

Pour correctement suivre et être efficace dans notre communication sur Instagram, nous avons mis en place un calendrier éditorial. Pour cette organisation nous utilisons Notion.

Publication	Date	Statut	Responsable	Reach & Likes / J+7
Article de blog 1/2 - L'onboarding	15 septembre 2022 10:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 35 👍 Likes : 9
On dit de nous... : avis candidat	22 septembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 40 👍 Likes : 6
Story event	26 septembre 2022	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : xx 👍 Likes : xx
Article de blog 2/2 - l'onboarding	27 septembre 2022 12:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 43 👍 Likes : 7
Le conseil des CR : Réussir son entretien d'embauche	3 octobre 2022 18:00	Archivé	Rose Giraudeau	couverture : 42 / 0 👍 Likes : 5 / 0
Quesaco : Métier "technicien HSE"	5 octobre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	couverture : 37 / 23 👍 Likes : 5 / 1
Le chiffre clé	6 octobre 2022 09:00	Archivé	Rose Giraudeau	couverture : 29 / 37 👍 Likes : 6 / 1
On dit de nous : avis candidat	10 octobre 2022 09:30	Archivé	Dhaynaut Mathis	Couverture : 33 👍 Likes : 2
Les conseils des CR : J'amène quoi durant mon entre	12 octobre 2022 17:30	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 169 👍 Likes : 10
Article de blog : Statut cadre	13 octobre 2022 09:30	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 26 👍 Likes : 5
Quesaco : Métier Secrétaire médical(e)	17 octobre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 222 👍 Likes : 3
Le conseil des CR : Conseils CV	20 octobre 2022 09:15	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 28 👍 Likes : 6
Le chiffre clé : En 2021, 718 000 jeunes ont obtenu u	24 octobre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 42 👍 Likes : 4
Article de blog : Cout d'un recrutement raté	26 octobre 2022 18:30	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 30 👍 Likes : 7
On dit de nous... : avis client	27 octobre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	vues: 253 👍 Likes : 3
Quesaco : Dessinateur / Projeteur	2 novembre 2022 17:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 58 + 67 vues 👍 Likes : 6
Conseils des CR : Que répondre en entretien lorsqu'o	3 novembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 30 + 34 vues 👍 Likes : 6
Article de blog : La semaine de 4 jours	7 novembre 2022 19:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 51 👍 Likes : 7
Le conseils des CR : Comment aborder la question d	9 novembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 22 + 29 vues 👍 Likes : 1
Le chiffre clé : 40% des employés souffrent de la mau	10 novembre 2022 19:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 39 👍 Likes : 4
On dit de nous : avis candidat	14 novembre 2022 17:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 189 + 193 vues 👍 Likes : 3
Article de blog : 6 Façons clés de créer des liens en t	16 novembre 2022 20:00	Archivé	Dhaynaut Mathis	Impressions : 96 👍 Likes : 9
Quesaco : Kinésithérapeute	17 novembre 2022 17:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 57 + 62 vues 👍 Likes :
Le chiffre clé : 73% des Français rêvent de leur trava	21 novembre 2022 08:00	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 39 👍 Likes : 3
Le conseil des CR : As tu atteint ton plafond de verre	23 novembre 2022 09:30	Archivé	Rose Giraudeau	Impressions : 48 👍 Likes : 8

Bilan

L'Instagram de PHI RH a été créée cette année, les contenus réalisés ont permis de lancer le compte, mais la régularité et l'attractivité des contenus n'ont pas suffi pour augmenter la visibilité ainsi qu'atteindre les 400 abonnés espérés. Il faudrait développer des contenus plus percutants, les lives et aussi établir un budget pour mener des campagnes SEA.

Facebook PHI RH

Aspect financier

Pas de budget de communication pour promouvoir les contenus sur Facebook.

Planifications des contenus

Pour correctement suivre et être efficace dans notre communication sur Facebook, nous avons mis en place un calendrier éditorial. Pour cette organisation nous utilisons Notion.

Publication	Date	Statut	Responsable	Reach & Likes / J+7
FB : conseils des cr	10 août 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	9 août 2023 10:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : chiffre clé	8 août 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	2 août 2023 10:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : avis	1 août 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : chiffre clé	27 juillet 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : conseils des cr	25 juillet 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : quesaco	20 juillet 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : chiffre clé	18 juillet 2023 14:00	À Publier	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : avis	13 juillet 2023 12:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	12 juillet 2023 10:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : chiffre clé	6 juillet 2023 14:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	5 juillet 2023 10:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : conseils des CR	4 juillet 2023 13:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : avis	29 juin 2023 14:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	28 juin 2023 10:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : chiffre clé	27 juin 2023 09:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
FB : quesaco	22 juin 2023 14:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :
Groupe FB : Offres	21 juin 2023 10:00	Publié	Rose Giraudeau	Impressions : Likes :

Bilan

Le compte Facebook PHI RH n'a malheureusement pas augmenté significativement son audience malgré une régularité dans les publications. Il faudrait la aussi mener à bien des campagnes sponsorisées afin d'augmenter la visibilité des contenus et générer un trafic plus important vers le site internet de PHI RH.

Pour le groupe Facebook, celui-ci a été lancé en avril 2023, il comptabilise 43 abonnés, il est donc nécessaire de continuer à publier des contenus d'offres exclusives mais aussi de développer la visibilité du groupe par le biais de contenus axés marque employeur et des conseils sur le secteur.

• Bilan global développement et suivi d'un partenariat

Aspect financier

Pas de budget de communication pour promouvoir les contenus sur Facebook.

Bilan

Malheureusement, le partenariat de live n'a pas pu se dérouler puisque Claire-Léa n'a pas pu tenir ses engagements dû à des problèmes de santé. Je recommande fortement de reprendre contact avec elle afin d'établir ce partenariat.

• Bilan global création d'un événement

Bilan

Chaque événement a été des succès, les relais sur les réseaux sociaux ont bien fonctionné et engagés assez l'audience ! Cependant, le cabinet doit orienter ces prochains événements à destination de sa cible BTOB afin de répondre à leur problématique.

MERCI