



Golden Bees crée son département “Insight” pour propulser la Data au coeur des enjeux de recrutement

Laboratoire de recherche et d’analyse pour une vision orientée Data des problématiques de recrutement

Paris, le 1er décembre 2022 - [Golden Bees](#), accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, annonce la création de son département “Insight”, véritable laboratoire de recherche intégré qui vise à favoriser la rencontre sur le marché de l’emploi, en connectant la data et connaissance du marché RH de Golden Bees à la dimension publicitaire.

“Qu’il s’agisse d’évaluer leur positionnement réel sur le marché de l’emploi ou de préparer des stratégies digitales autour du recrutement, les entreprises ont besoin de données concrètes pour se situer. Or, cette connaissance est souvent inexploitée et prive les acteurs du recrutement de leur plein potentiel d’action. Notre retour d’expérience est que les problématiques des recruteurs sont davantage liées à un manque d’informations qu’à un défaut d’accompagnement. C’est en ce sens que nous avons fait pivoter notre activité conseil autour de l’insight pour mieux accompagner nos partenaires historiques et futurs.” explique Daniel Morais, CEO de Golden Bees.

La data pour prendre des décisions éclairées et mieux recruter

Parce que recruter à vue ne fonctionne pas, Golden Bees Insight aide les entreprises à comprendre leur organisation interne, leurs cibles, les évolutions du marché, à savoir quelle typologie de message adresser à un instant T à leurs candidats mais aussi à mesurer l’impact de leurs communications (résonance de la marque employeur, gain de temps de sourcing, candidatures qualifiées). La méthodologie de Golden Bees aide à analyser la donnée en amont des stratégies pour les rendre performantes, et mieux appréhender le potentiel grâce à la modélisation de données adaptées au marché de l’emploi en ligne. L’objectif : disposer d’un plan d’activation structuré pour créer la différence, cibler la bonne audience et sensibiliser les profils recherchés avec les bons messages.

Les équipes de Golden Bees Insight peuvent par exemple être amenées à lancer une étude sur cible pour comprendre le comportement d’une typologie de candidats, ses freins et sa complexité. Et ce, en vue d’adopter un discours impactant, sur-mesure, sans dénaturer pour autant son identité employeur. L’objectif est d’aller encore plus loin dans la donnée pour proposer des expériences candidat individualisées, à l’image du marketing B2C (Business to Consumer). Une transformation logique de l’approche des RH, quand on sait que le marketing



classique a vécu les mêmes transformations il y a 15 ans. L'entreprise doit disposer de toutes les informations pour offrir une expérience candidat comme on l'offre à ses clients : c'est une vraie tendance de fond dans les RH.

Pour Selim Zarouri, Head of Consulting & Strategy chez Golden Bees à la tête de ce département : *“En joignant les forces de la Tech et de la Data à notre puissant laboratoire d'études RH (études barométriques, accompagnement client dans une démarche prospective (profiling, audit, benchmark, ROI média), nous permettons à nos clients de disposer d'informations claires quant à la réalité du marché et de réfléchir de manière globale aux tactiques d'activation qui leur permettront de répondre à leurs objectifs d'acquisition de candidats et de visibilité. Et ces enseignements vont leur permettre de répondre à leurs objectifs, de faire bouger les lignes et les budgets, notamment auprès de leur Direction et d'accélérer le changement au service d'un meilleur recrutement.”*

L'insight pour offrir plus de pouvoir de transformation aux RH

Le recrutement est un incontournable des entreprises qui se développent, et se déroule sur le web. La plupart des embauches commencent par une recherche en ligne sur l'entreprise : il est donc essentiel de renforcer son image, de se distinguer auprès des candidats potentiels mais également de favoriser un parcours d'engagement qui va attirer les profils pertinents pour le recruteur. Si les directions RH supportent littéralement la croissance de l'entreprise au travers de l'humain, elles sont encore trop souvent laissées-pour-compte concernant les investissements prioritaires, qu'ils soient financiers ou humains.

La volonté de Golden Bees est d'aider les RH à porter en interne cette approche éclairée et à reprendre le pouvoir sur leur stratégie. Parce que la data doit être au cœur de toutes les décisions, l'équipe Insight apporte toute la connaissance nécessaire qui se cache derrière la donnée pour en faire un faire-valoir stratégique fort. In fine, il s'agit, non pas d'accroître les investissements de sourcing, mais plutôt de les utiliser à bon escient grâce à la donnée marché, candidat, marque et concurrence.

“Notre ambition, c'est d'aider les recruteurs à réfléchir de manière globale sur leur temps de sourcing pour l'améliorer. Nous en sommes convaincus : c'est l'exploitation limitée de la donnée qui freine la performance des RH. Golden Bees Insight vient libérer tout le potentiel de la Data au service du recrutement.” conclut Selim Zarouri.

A propos de Golden Bees

Accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, Golden Bees, filiale de Figaro Classifieds, œuvre à mettre les RH au cœur de la performance de l'entreprise.

Nous permettons aux recruteurs d'améliorer la performance de leur stratégie de communication marque employeur et de sourcing, grâce à notre expertise tech, data et média, quels que soient leurs partenaires actuels ou futurs.



Notre mission est simple et pourtant essentielle :
favoriser la rencontre sur le marché de l'emploi en connectant notre data et connaissance du marché
RH à la dimension publicitaire.

<https://www.goldenbees.fr/>

Sophie Artonne : sophie@sophieartonneconsulting.com - 07 81 33 29 83

Nathalie Merle : nmerle@nmc-communication.com - 06 14 19 96 29