


Golden Bees noue un partenariat unique avec Skilz pour intégrer les influenceurs au coeur de la stratégie de recrutement des entreprises

Paris, le 2 février 2022 - [Golden Bees](#), accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, annonce aujourd'hui le lancement d'un partenariat unique en France avec [Skilz](#), l'agence d'influence au service des Ressources Humaines. Une collaboration unique et judicieuse pour donner l'opportunité aux clients de Golden Bees, mais également à l'ensemble des RH, de pouvoir co-construire leur marque employeur et d'attirer les talents avec le concours des bons influenceurs.

Pour Daniel Morais, CEO de Golden Bees : *“Golden Bees disrupte les RH depuis sa création. Notre objectif est d'avoir toujours un temps d'avance pour reconnecter les entreprises qui recrutent aux bons candidats. Grâce à ce partenariat avec Skilz, nous intégrons la communication d'influence au cœur de la stratégie RH à 360° pour attirer les talents en ciblant des communautés qui ne sont adressables qu'au travers des influenceurs”.*



**TROUVEZ VOS TALENTS
DANS LES COMMUNAUTÉS
DE CRÉATEURS**

- e-enfance
- Développeur iOS
- CDI
- Paris

Il y a 1 jours



GoldenBees
HR Tech & Data Partner

Disrupter les RH pour aller sur le terrain des candidats, avec les influenceurs

Avec une moyenne de 0,88 candidatures par offre (baromètre 2022 de Golden Bees), le constat est sans appel : publier une offre n'est plus suffisant pour recruter - et bien recruter. La marque employeur est une nécessité, pas toujours alignée avec les attentes des candidats. Il est urgent pour les entreprises de changer leur approche de recrutement pour libérer le potentiel de rencontre entre les entreprises qui recrutent et la main d'œuvre. Et dans ce cadre, l'influence a un rôle clé à jouer, notamment parce qu'aujourd'hui, tout un chacun est "soumis" consciemment ou inconsciemment à de l'influence et ce, quel que soit son âge.

"Parce que les canaux de communication traditionnels sont sur-sollicités et que les messages sont bien souvent semblables, il nous paraissait essentiel d'innover et de diversifier notre offre en matière de communication RH, en lien avec la mouvance sociétale. En tant que pionniers, nous devons sans cesse adapter et amplifier nos dispositifs et l'influence fait sens pour attirer de nouveaux talents. Notre expertise tech, riche de plusieurs années d'expérience et d'innovation éprouvées, nous permet de soutenir et d'accompagner le développement d'une telle offre sur le marché " ajoute Daniel Morais.

En collaborant avec des influenceurs de niche ou de masse, par secteurs ou par métiers, ce partenariat permettra aux clients de Golden Bees d'adresser la communauté engagée de plus de 10 millions de talents, à l'écoute des influenceurs référencés sur Skilz tels que Développeur libre ou Micode pour les métiers de la tech, Robintyonnel ou SalutBrian pour les communautés d'étudiants ou encore des influenceurs RH comme Tonton Karim et Mamajob.

Redonner ses lettres de noblesse à l'influence en lui permettant d'avoir un impact clair et utile sur l'emploi

Alors que 82 % des consommateurs suivent les conseils d'au moins un micro-influenceur (source The State of Influencer Marketing 2022) et que les influenceurs produisent un taux d'engagement bien plus fort que les contenus publiés par les marques elles-mêmes, il est essentiel de travailler au renforcement de sa marque employeur grâce aux influenceurs. Néanmoins, trouver les bons influenceurs demeure le défi le plus important.

C'est tout l'ADN de ce partenariat unique en France : redonner ses lettres de noblesse à l'influence en lui permettant d'avoir un impact clair et utile ; celui de connecter les entreprises aux bons candidats.

"Ce partenariat avec Golden Bees nous permet de proposer une offre innovante et efficace, via une expertise combinée de l'utilisation de la donnée et de l'influence marketing. Les dernières innovations marketing sont désormais disponibles au service des ressources



humaines. À notre échelle, ce sont plus de 10 000 000 de talents qui peuvent être ciblés à date via nos campagnes d'influence" ajoute Théo Inzirillo, CEO de Skilz.

Ce partenariat donne accès à une offre combinée et sur-mesure permettant d'amplifier la communication RH sur un ensemble de dispositifs. Avec l'aide du département Insight Golden Bees qui produit des études métier, cible ou encore notoriété, il devenait important de pouvoir combiner recommandations stratégiques et communication efficace. *"Comprendre ses cibles au travers de la data, c'est se donner l'opportunité de mieux les adresser en usant de nouveaux canaux comme Skilz. Chez Golden Bees, nous avons à cœur d'innover pour être utile ; utile à l'emploi. Et nous en sommes convaincus, le marketing interactif peut être un incroyable levier pour les RH ; un levier qui doit être activé !"* conclut Daniel Morais.

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