

# Opportunity

Mélessandre GAMBIEE - Dylan BARBE  
Kevin DE ALMEIDA - Julien SAUNIER

# CONTEXTE

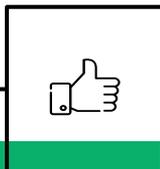
Afin de permettre à la marque Proovee de pouvoir se **démarquer** de ses concurrents il nous a été demandé de :

- Mise en place de personas
- Une vue d'ensemble de la stratégie globale de communication avec un focus sur le réseau social **LinkedIn**
- Un détail des solutions de communication retenues ainsi que des outils et techniques utilisés à cet effet
- Un planification des action de Juin à Décembre 2021
- Un plan budgétaire sur base de 5000€





**Concept innovant**



**Pas de concurrents directs**



**A destination des recruteurs**



Propose des services  
(questionnaires personnalisés)

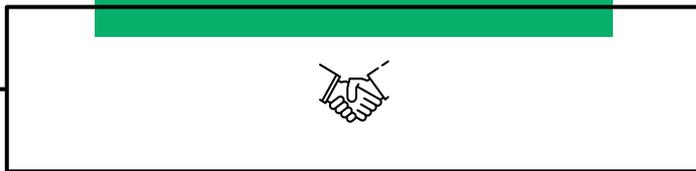
**Experts métiers**



Met à contribution un  
large panel d'experts  
métiers différents

**Recrutement qualitatif**

Process de recrutement facilité  
et moins long.  
Classifie les candidats par  
ordre de réussite (quality  
score)



# SOMMAIRE

01  
ÉTAT DES  
LIEUX

02  
ÉTUDE DE MARCHÉ  
ET PERSONAS

03  
STRATÉGIE ONLINE

04  
PLANNING

05  
BUDGETISATION

**01-**

# ÉTAT DES LIEUX



# AUDIT INTERNE



## CRÉATION

Le concept est né en **2020** et à pour slogan "Prove skills, Accelerate recruitment"s



## DOMAINE D'ACTIVITÉ

C'est une solution SAAS qui permet la réalisation de **questionnaire**, dont le but est de **recruter**, de **former** des postulants à des offres d'emplois ou de former des salariés.



## SERVICES PROPOSÉS

Recrutement sur mesure  
Test via une URL personnalisée  
Test fonctionnel  
Bilan de compétences personnalisés  
Accès plateforme de suivi des candidats



## PERSONAS

Représentation des **clients cibles** typiques.

# SWOT

## FORCES

- Pas de concurrents directs
- Services personnalisés
- Identité visuelle définie
- Accompagnement client (recruteurs)
- Site internet
- Optimisation du process de recrutement
- Équipe d'experts métiers
- Prix attractifs

## FAIBLESSES

- Site internet en version beta
- Réseaux sociaux non alimentés
- Peu de moyens
- Pas encore connu par les entreprises

## OPPORTUNITÉS

- Evolution du marché
- Digitalisation
- Promotion des services via les réseaux sociaux
- Création d'un Google My Business
- Optimisation du plan de charge des salariés

## MENACES

- Développement de ce concept sur les plateformes déjà implantées
- Hausse de prix
- Flux client trop important



# **CHOIX SUR L'IDENTITÉ DE LA MARQUE**



# IDENTITÉ GRAPHIQUE

L'identité visuelle de la marque a été défini grâce à la création de logo possédant **2 déclinaisons**:



L'image actuelle du concept est assez **épurée**, afin de mettre en évidence avec **simplicité** les éléments importants des composants.

Elle est également très **colorée** afin de mettre en avant l'aspect **innovant** et créatif des services proposés par Proovee.

## Couleurs



#FCB719



#09B06C



#1E2C4A

# OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE



**Définir une ligne éditoriale**

**Faire connaître la marque**

**Promouvoir les services proposés**

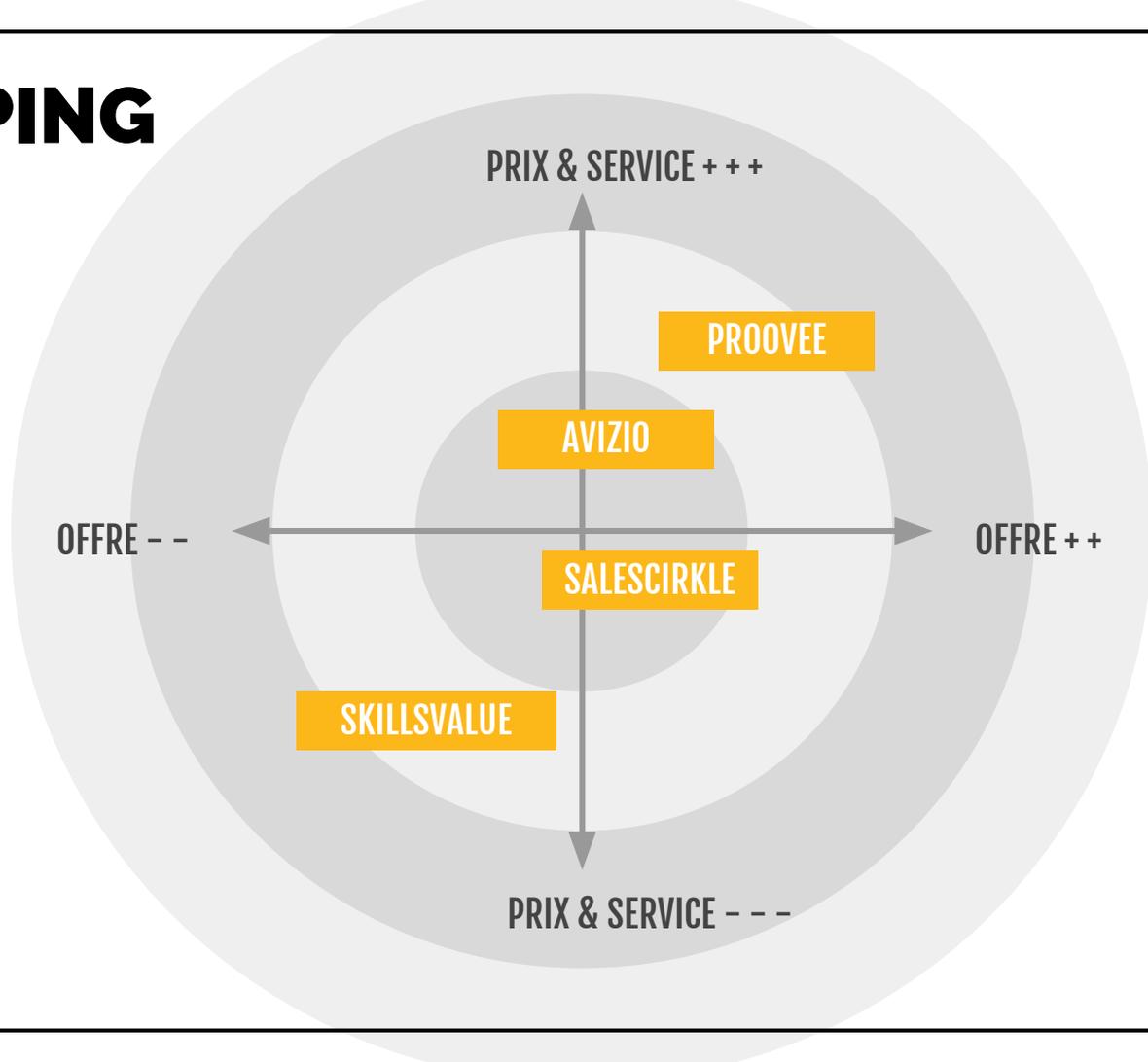
- Donner de la **visibilité**
- Acquérir de la **notoriété**
- Être **concurrentielle**
- Générer une **communauté**
- **Acquérir** des clients

**02-**

# **ÉTUDE DU MARCHÉ**



# MAPPING



# PERSONAS



**Barry Latson, 42**

*"Je cherche le profil idéal qui répondra le mieux aux attentes du poste à pourvoir dans notre entreprise."*



**Cristina Woccin, 25**

*"Je suis à la recherche d'un poste SEA Manager Junior."*

# PERSONAS RECRUTEUR

- Responsable RH
- **Dépendant** des experts métiers
- Process **long** et **peu digitalisé**
- **Filtrage** des candidatures peu qualitative
- Besoin d'une **expertise** optimisée

## Barry Laston



*"Je cherche le profil idéal qui répondra aux attentes du poste à pourvoir dans notre entreprise."*

Age: 42 ans  
Travail: Responsable RH  
Situation: Marié, 2 enfants  
Localisation: Paris

### Appel d'offre

avizio 



### Bio

Barry est responsable RH au sein de son entreprise. Il est chargé de recruter du personnel qualifié correspondant aux besoins des postes à pourvoir. Le processus de recrutement est chronophage et nécessite la mobilisation de plusieurs experts métiers.

### Besoins

- Optimisation du processus de recrutement
- Expertise métiers
- Processus de recrutement personnalisé et adapté au poste à pourvoir
- Système de filtration candidat rapide et qualitatif
- Back-office facilement administrable et personnalisable selon la requête

### Frustrations

- Processus de recrutement candidat long
- Le filtrage des Cv est souvent lié à des critères esthétiques
- RH ne possède pas les compétences techniques nécessaire à des métiers particulier pour déterminer si leur profil est adapté ou non
- Un recrutement mobilise beaucoup de salariés
- Le salarié recruté n'est pas forcément le plus adapté au poste à pourvoir

### Motivation



### Attentes

- Optimisation du process grâce à une plateforme facilitant l'évaluation des compétences
- Questionnaire personnalisé grâce à un back office personnalisable
- Résultats consultables et classifiés grâce aux résultats obtenus par les candidats
- Bilan de compétence composé par des experts



# PERSONAS CANDIDAT

- Jeune diplômée
- A la recherche de son premier **emploi**
- Peu **d'expériences** (Junior)
- Compétences **solides**
- Consulte régulièrement les sites de **recrutement** et notamment LinkedIn

## Cristina Woccin



"Je suis à la recherche d'un poste  
SEA manager Junior"

Age: 25 ans

Travail: Recherche d'emploi

Situation: Célibataire, sans  
enfant

Localisation: Région parisienne

Expérience: 2 ans, Junior

### Sites de recherche



### Bio

Cristina est une jeune diplômée à la recherche d'un emploi. Elle a effectué ses études en alternance et dispose donc d'une première expérience en entreprise et bases solides. Elle est spécialisée en SEA et recherche activement un poste dans ce domaine.

### Besoins

- Trouver un poste en corrélation avec son domaine de compétences
- Mettre en avant ses aptitudes
- Obtenir un entretien basé sur ses capacités techniques et non pas sur la présentation du CV.

### Personnalité



### Motivation

Sécurité de l'emploi



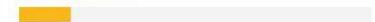
Obtenir un entretien



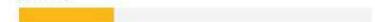
Monter en compétences



Confiance en soi



Sociale



### Frustrations

- Peu d'expériences
- Compétences remises en cause
- Profil Junior

### Attentes

- Décrocher un poste de SEA manager Junior
- Echanger avec un expert métier
- Etre jugée uniquement par rapport à ses compétences
- Faire ses preuves grâce à un questionnaire préalable à l'entretien

**03-**

# **STRATÉGIE ONLINE**



# LES GRANDS AXES



Le marketing Online = e-marketing

Correspond à l'ensemble des techniques marketing utilisées sur **internet**.

Nous avons choisi de nous orienter vers l'optimisation de la communication de **Proovee** sur ces 4 grands axes :



# SITE WEB

Proovee dispose d'un [site internet](#) sur lequel il propose actuellement:

- **Demande d'accès** à la version beta
- Accès **recruteur**
- Proposition de **démo**
- **Informations** sur l'équipe Proovee
- Présentation des **services** proposés (pour les entreprises ainsi que les candidats)
- **Formulaire** de contact (si adhésion à la version beta)
- Lien des **réseaux sociaux**

Afin d'optimiser la **visibilité** du site, il est important d'optimiser le **référencement naturel** de celui-ci grâce à la rédaction de **contenus** de qualité.

Révélez les talents ✓  
Accélérez vos recrutements ✓  
Validez les compétences ✓

Participez à la beta

Obtenir une démo



La plateforme SAAS qui facilite l'évaluation des compétences métiers pour recruter efficacement les bons talents.

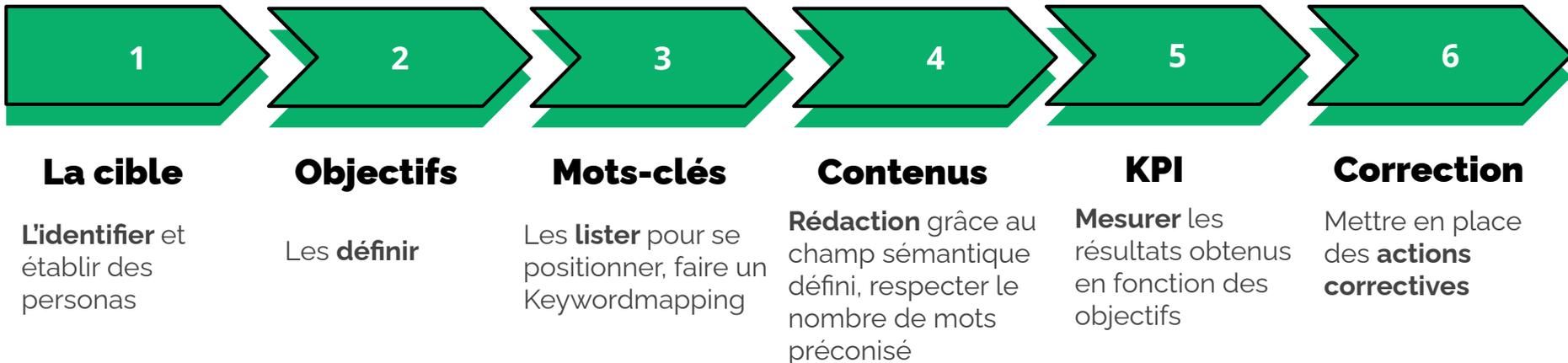
Participez à la beta

# RÉFÉRENCIEMENT NATUREL : SEO

C'est quoi ?

Ensemble des techniques utilisées pour **optimiser son positionnement** par les moteurs de recherche qui classifient les résultats qu'ils renvoient aux internautes lorsque ces derniers tapent une requête.

Le clé étant la production de **contenu de qualité**, voici les étapes essentielles à la mise en place de la stratégie SEO :



# RÉFÉRENCIEMENT NATUREL : SEO

- Audit total du site
- Optimisation sémantique des textes des pages web
- Création d'articles de blog sur le domaine des hardskill

Mots-clés sur lesquels se positionner pour le SEO :

- **Test de recrutement**
- **Test recrutement**
- **Test de recrutement en ligne**
- **Évaluer compétences candidat**
- **Valider compétences candidat**
  
- Pour les backlinks, se diriger vers des blogs d'actualité RH ou bien de startup :
  - Le blog RH | Focus RH | Exclusive RH
  - Parlons RH | Le Journal des RH | Maddyness
  - Innovations et RH | Future Talents | L'école du recrutement

# RÉFÉRENCIEMENT PAYANT : SEA

Création d'une campagne Google Adwords contenant 3 annonces

Mots-clés sur lesquels se positionner pour la campagne :

- **Test de recrutement** (volume de recherche 590 | Concurrence faible | Enchère basse - haute : 0,58€ - 1,83€)
- **Test recrutement** (volume de recherche 390 | Concurrence faible | Enchère basse - haute : 0,60€ - 1,75€)
- **Test de recrutement en ligne** (volume de recherche 30 | Concurrence faible | Enchère basse - haute : 0,80€ - 1,70€)

→ **Budget : 300€ / mois** ( soit 10€ / jour)

# LEAD MAGNET : LIVRE BLANC

Livre blanc gratuit sur le thème des hardskill

- **Comment les hard skill marqueront l'avenir de l'emploi et la productivité en entreprise ?**
- Création d'une landing page pour promouvoir le livre blanc et récupérer les leads.
- Formulaire contenant 4 champs (Nom, Prénom, Société, Adresse mail).

Objectif = récupérer des leads + utilisation d'un scénario mail automation



# E-MAILING

Regroupe l'ensemble des utilisations de l'**e-mail** faites à des fins marketing :

- Levier assurant le meilleur **ROI**
- Usage **relationnel**
- Usage **transactionnel**
- **Prospection**
- Service lié à une **commande**
- Traitement d'**e-mail entrant**
- **Sponsoring**
- **Newsletter**

Proovee a choisi d'utiliser l'outil **Mailjet** pour mettre en place ses campagnes e-mailing



**mailjet**  
by **PATHWIRE**



# LinkedIn : Stratégie

La stratégie imaginée pour Proovee se base sur 3 principes :

**La récurrence** : Proovee postera à hauteur de **3 post par semaine**:

- Lundi, Mercredi et Vendredi afin d'éviter le surplus de contenu et que, par conséquent, cela soit contre-productif.

**La diversité de contenu** : Il faut éviter que le contenu global du LinkedIn de Proovee ne se ressemble ainsi nous avons imaginé:

- un roulement entre témoignage de nos clients, témoignages des postulants, interviews et making of sur la création des tests de compétences métier, débat sur la thématique des Hardskill, etc.

**La présence** : Réponses rapides et construites démontrant une vraie connaissance du sujet et permet de créer une proximité avec ses clients et prospects.

- Sponsorisation de posts sur les hashtag suivants : #hardskill #assesment #talent #recruitment #marqueemployeur

# LinkedIn : Visuels

## Interview



"Notre principal objectif est de permettre à nos clients de trouver LA personne idéale au poste proposé"

*Mickael, Proovers Expert en Marketing Automation*



## Comme Stella, adoptez-nous ;-)

"Proovee m'a fait gagné **3 jours** de traitement de CV et m'a permise de recruter **LE profil idéal** sur nos 2 derniers recrutements !"

*Stella Duop, RH Manager, HAVAS Groupe*

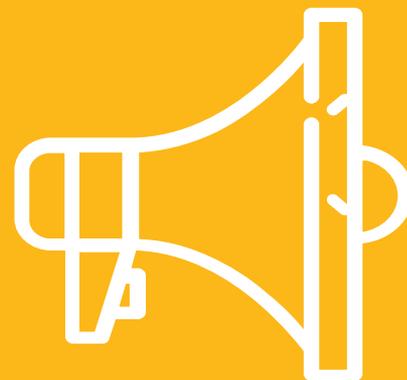
 [www.proovee.com](http://www.proovee.com)



**04-**

# **PLANNING**

**(Juin à Décembre 2021)**



→ Le planning éditorial permet d'avoir une meilleure **visibilité** des posts à **programmer** ainsi que des sujets à aborder. (voici un exemple à compléter)

DATE	Heure de la publication	THEME	TEXTE DE LA PUBLICATION	VISUELS	COMMENTAIRES
Lundi					
Mardi					
Mercredi					
Jeudi					
Vendredi					
Samedi					
Dimanche					

# OUTILS

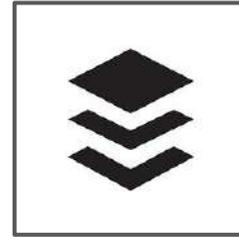
## Mailjet :

- Gratuit (et Français !)
- Permet de mettre en place une stratégie d'emailing
- Permet de transformer des prospects en clients
- Permet de créer des landings pages



## Buffer :

- Gratuit
- Permet de gérer jusqu'à 3 réseaux sociaux
- Permet de planifier des posts (à hauteur de 10 par semaine)
- Statistiques sur l'impact des posts envoyés via l'application
- Utilisation sur web et mobile



## Canva :

- Gratuit
- Permet de créer des visuels facilement, rapidement et homogène
- Ergonomique et ne nécessite donc pas de formation particulière



**05-**



# **BUDGÉTISATION**

**(Juin à Décembre 2021)**



# BUDGÉTISATION

Campagnes **Online** 5 000 €

- SEA | 2100 €
- Emailing | 400€
- Linkedin (contenus sponsorisés) | 1500€

Total

**5 000€**



**F I N**

**I**

**N**

 **pproovee**

