



**GoldenBees**  
Programmatic Recruitment Platform

## Golden Bees lance la 1<sup>ère</sup> technologie de bannières dynamiques Display pour le recrutement : Dynamic Job Ads: « DJA »

***Une solution de publicité marketing pour le recrutement en ligne qui assure 5 fois plus de performance et d'engagement par rapport à une campagne display classique.***

Paris avril 2018 – [Golden Bees](#), première solution de ciblage de candidats via la publicité intelligente annonce le lancement de la 1<sup>ère</sup> bannière dynamique display pour le recrutement. La solution « Dynamic job ads » qui assure aux recruteurs 5 fois plus de performance et d'engagement candidat sur les campagnes de publicité, grâce à une IA de Deep Learning auto-apprenante développée en interne.

### Une annonce d'emploi est une publicité

Si le RH ne doit pas devenir un « marketeur », il doit en revanche raisonner comme n'importe quel service de l'entreprise, autrement dit avec des objectifs de performance. L'idée est de piloter son recrutement comme on pilote une campagne publicitaire et **de considérer qu'une annonce d'emploi est une publicité**. En réalité, toutes les initiatives pour attirer un candidat sont des publicités (annonces d'emploi sur les job board, encart presse...). Cependant, recrute-t-on un candidat via une publicité comme on prospecte un client à qui l'on veut vendre un réfrigérateur ? Non.

*« Les technologies qui permettent d'adapter en temps réel le contenu d'une bannière publicitaire en fonction de l'internaute, sont très coûteuses à développer et ont déjà fait leurs preuves dans le marketing digital. Malheureusement pour les RH, aucune solution de ce type n'était parfaitement adaptée. En tant que spécialistes du marketing programmatique et du recrutement, il nous semblait essentiel de développer une solution 100% RH, avec des variables adaptées aux spécificités qu'attendent les candidats, qu'ils soient en recherche ou non ; notamment la géolocalisation du poste et la capacité à faire matcher les missions avec le profil du candidat. »* confirme Sébastien Accambray, CTO de Golden Bees.

Il a donc fallu prendre en compte toutes ces différences dans la technologie développée par Golden Bees :

- **Durée de vie de l'intention et/ou de l'intérêt** : En marketing, on va intensifier les dépenses publicitaires sur les premières heures car on sait qu'un internaute qui montre un intérêt pour un produit l'aura sans doute déjà acheté dans les jours qui suivent. Alors qu'une recherche d'emploi peut s'étaler sur plusieurs semaines voire plusieurs mois. De plus, un candidat reste toujours à l'écoute d'une opportunité professionnelle intéressante.
- **Secteur d'activité** : Un internaute qui s'intéresse à des emplois dans la restauration sera sans doute dans le même secteur 6 mois plus tard.

- **Géo-localisation** : Chaque emploi a sa propre géo-localisation. Il a donc fallu intégrer cette notion de distance entre l'internaute et l'emploi dans les algorithmes de sélection des emplois.

### Une logique de variables personnalisables pour matcher le profil du candidat

Pour la 1<sup>ère</sup> fois au monde, les RH peuvent bénéficier d'une technologie de scoring leur permettant de personnaliser leurs publicités d'emploi et adresser le candidat visé grâce à 7 variables. Au final, chaque offre d'emploi dispose d'un score corrélé à la pertinence du profil du candidat :

1. Intitulé de poste
2. Description du poste et missions
3. Type de contrat
4. Géo-localisation en temps réel
5. Expérience
6. Salaire
7. Domaine d'activité

### Un processus automatisé

*« Côté RH, rien ne change ! Notre technologie et nos équipes se chargent de tout ! Résultats observés : 5 fois plus de performance et d'engagement sur les campagnes programmatiques Display pour le recrutement. »* se félicite Sébastien Accambray.

En effet, l'IA développée par Golden Bees offre une solution totalement personnalisée et automatisée pour les recruteurs :

- Le client envoie à Golden Bees ses offres d'emploi, avec ses propres catégories
- La solution de Deep Learning de Golden Bees analyse les offres et les classe dans son index. L'algorithme auto-apprenant de Golden Bees a pu se nourrir de plusieurs centaines de milliers d'offres (plus de 400 000 offres d'emploi) et se rafraîchit tous les jours pour un affinage toujours plus pertinent des classifications de jobs.
- Golden Bees design l'offre d'emploi et organise sa publication sur l'ensemble des médias web. Une fois que l'offre est indexée, c'est « DJA » qui décide où, quand et auprès de qui l'offre sera poussée.

### Un design sur-mesure

Généralement, une bannière pub RH est composée de texte brut. Ce n'est pas ce qu'il y a de plus attirant pour un potentiel candidat et ce format ne contribue pas à la marque employeur.

*« On sait que l'ajout d'images produits en marketing a un impact positif fort sur les performances et nous voulions donc éviter les bannières full texte. Nous avons développé une bibliothèque d'images correspondants aux secteurs d'activité des offres. Et on donne à nos clients la possibilité de customiser ces visuels et la plupart des éléments graphiques de nos bannières afin de coller avec leur charte. Ainsi, nos bannières contribuent également à travailler la préférence de marque-employeur. »* complète Sébastien Accambray.

Après de nombreux mois de R&D, d'AB test et d'optimisation, Golden Bees offre aujourd'hui, une solution technologique de bannières 100% RH et 100% personnalisée, qui propose les bonnes offres aux bons candidats, en temps réel et de façon automatisée. Les bannières technologiques générées par le « DJA » offrent une customisation complète qui met en avant :

- Le logo du recruteur
- Un CTA (Call To Action)

- Un visuel adapté au secteur d'activité

Cette technologie est cruciale pour l'amélioration quotidienne des performances des campagnes des clients de Golden Bees. De ce fait, elle est complètement intégrée dans l'offre et ne nécessite aucun coût supplémentaire.

## À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labellisé Pass French Tech en 2018.

**Date de création :** 2015

**Effectif :** 45 collaborateurs

**Enseignes clientes :** Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

**Site :** <https://goldenbees.fr/>

**RS:** [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#)