



GoldenBees
Programmatic Recruitment Platform

Groupe Actual cible les talents pénuriques grâce à Golden Bees

Une solution de ciblage de candidats via la publicité intelligente au service de la transformation digitale du groupe Actual
Visuels disponibles [ici](#)

Depuis 1991, année de sa création, le groupe [Actual](#), spécialiste de l'Emploi et des Compétences est devenu un acteur de référence sur le marché du travail avec ses solutions innovantes. Actual propose ainsi aux Entreprises les solutions de mise à disposition des profils adaptés sur des durées courtes ou longues. Le groupe Actual (CA 2017 540 M€) est constitué de 220 agences d'emploi locales, 1 cabinet de recrutement national et 10 bureaux de recrutement en régions, ainsi que de 5 agences nationales expertes. Actual, c'est aussi 1 000 collaborateurs permanents animés par des valeurs et convictions humanistes fortes, 11 500 clients, plus de 75 000 collaborateurs intérimaires détachés en mission chaque année, 4 100 personnes formées.

Avec son projet d'entreprise PÉGASE, le groupe, présidé par Samuel TUAL, affirme sa stratégie de développement pour contribuer, de façon **militante et innovante**, à la valorisation du capital humain dans les entreprises, à une employabilité pérenne de tous les travailleurs et à une contribution sociétale renforcée.

Le groupe Actual est également amené, par son engagement pour l'emploi, à innover avec de nouvelles formes d'emploi telles que le CDI Intérimaire et le CDI temps partagé qui répondent au besoin de flexi-sécurité des générations Y et Z par exemple ou encore, à anticiper les métiers en fin de vie pour préparer les talents aux métiers à naître. C'est le sens porté par son emblème : le trèfle, dont le 4^{ème} foliole porte cette différence et sa promesse : « **Social Innovation** ».

C'est en 2016 que groupe Actual confie une partie de son sourcing à Golden Bees, solution de ciblage de candidats via la publicité intelligente.

Intégrée au sein du projet PÉGASE, qui prépare la transformation du groupe face aux enjeux de demain, la solution de recrutement programmatique de Golden Bees vient accompagner la dimension « Quelle data pour la Relation Client ». Ce chantier agile est mené par Amaury de la Baume, Directeur de la Relation Clients et du Marketing du groupe Actual.

Historiquement, le groupe Actual opérait son sourcing de manière traditionnelle ; c'est à dire en capitalisant essentiellement sur les Jobboards et CVthèques, ainsi que sur son cabinet d'évaluation et de recrutement « Actis Consultants ». Au fil des mutations de l'économie française, certains recrutements ont imposé de solliciter plusieurs bassins d'emplois et même, de sourcer à l'échelle du territoire des profils rares capables de se déplacer là où est l'emploi ou plus simplement d'accompagner la saisonnalité de certains métiers. Les canaux de sourcing traditionnels ont alors atteint leurs limites et le groupe a eu besoin de mieux exploiter le potentiel de captation des candidats qui ne sont pas dans les CVthèques ou les Jobboards. Avec la transformation du groupe, une solution alternative et en ligne, issue du monde digital, était nécessaire.

« Au-delà de la technologie développée par Golden Bees, nous avons également été rassurés quant à leur capacité à évoluer et leur volonté de co-construire la solution avec nous. Etre accompagnés par des fonds d'investissement confirme également leur potentiel à travailler sur des roadmaps à long terme. C'est essentiel pour nous. Comme le fait d'avoir toujours – comme nous - un coup d'avance ! » complète Amaury de la Baume, Directeur de la Relation Clients et du Marketing de Groupe Actual.

Comme pour toute opération marketing, les indicateurs de performance - ces fameux KPI (Key Performance Indicators) - sont essentiels à la pertinence des campagnes de recrutement.

Le groupe Actual utilise la plateforme programmatique de Golden Bees pour diffuser de manière très ciblée, des offres d'emploi auprès de profils pénuriques ou qui répondent à une forte volumétrie. Il s'agit de pouvoir mesurer l'investissement de chaque campagne en fonction des objectifs à atteindre en matière de recrutement.

A titre d'exemple, sur une campagne de 2 mois opérée pour le groupe Actual, ce sont environ 2000 candidatures pour des métiers dans le secteur du BTP, de l'aéronautique ou encore sur des postes de chauffeurs poids lourds qui ont été générées via une stratégie média programmatique déployée sur 2 canaux :

- Agrégateurs d'emplois (40% des investissements) pour capter l'audience de candidats en recherche active en programmant des objectifs de coûts d'acquisition très bas.
- Publicité display & social (60%) pour toucher des candidats potentiels « passifs » en dehors de l'éco-système traditionnel de recherche d'emploi et apporter des candidatures incrémentales notamment sur les profils pénuriques.

Selon Jonathan Bordereau, co-fondateur de Golden Bees « Notre capacité à traiter un nombre important de variables (taux de vues, clics, conversion, coût par candidature, taux de rebond, engagement...) grâce à nos outils technologiques, permet l'optimisation des campagnes en temps réel pour atteindre les objectifs de performance requis par le groupe Actual. L'agilité qu'offre notre structure nous permet de personnaliser nos outils pour les besoins de nos clients clés. Ainsi, nous avons développé spécialement pour le groupe Actual un algorithme custom permettant de générer un nombre défini de candidatures en fonction de chaque offre de poste. ».

L'algorithme de Golden Bees prend également en compte le temps imparti pour recevoir les CV et la difficulté à sourcer les profils. Les coûts par candidature varient entre 1€ et 10€ en moyenne selon la typologie de poste, la localisation, la séniorité et le degré de rareté. Par exemple, l'acquisition d'une candidature sur un poste ayant une forte demande et diffusée sur une zone géographique large peut être inférieur à 1€. A contrario, des profils pénuriques ciblés sur une zone géographique très restreinte (géolocalisation sur un code postal) peut engendrer un coût par acquisition de CV compris entre 7 et 10 euros.

Pour Amaury de la Baume : « Notre essentiel est de faire en sorte d'avoir des candidatures pertinentes et d'optimiser notre budget dans une logique ROIste ! »

Aller chercher le candidat ciblé là où il se trouve.

La pertinence de la solution Golden Bees réside dans le fait qu'elle assure au recruteur de capter la bonne personne là où elle surfe ; qu'il s'agisse d'un agrégateur d'emploi, d'un site média ou d'un réseau social.

Le groupe Actual est confronté à une demande de plus en plus forte sur des métiers pénuriques tels que les bouchers, poissonniers, conducteurs de ligne de production, téléconseillers, monteurs

télécoms, ... ou sur des bassins d'emploi tendus. Tous ces talents potentiels ne sont pas forcément actifs sur les Jobboards, sur LinkedIn ou sur Viadeo ; il faut donc aller à leur rencontre. Et les campagnes Golden Bees permettent de toucher tout le monde et en tout temps.

« Une fois que nous avons partagé notre besoin auprès des équipes de Golden Bees, elles créent les campagnes, les affinent et les gèrent au quotidien grâce à leur plateforme technologique. Au delà de l'innovation, leur grande valeur-ajoutée réside en cet accompagnement au quotidien sur nos campagnes ! Analyse des résultats, réadaptation continue sur le fond et la forme pour capter les candidats, ... ces réajustements fins sont quotidiens et de notre côté, c'est notre Chef de projet Sourcing & Community Management qui fait l'interface avec Golden Bees. » détaille Amaury de la Baume.

A terme, le groupe Actual souhaite pouvoir déléguer directement la gestion de la plateforme Golden Bees aux relais terrains. En effet, ces spécialistes sourcing seront les plus à même d'être force de proposition après analyse des KPI des campagnes. Cette délégation permettra également à Actual de mettre en place des solutions pour pouvoir suivre l'ensemble du parcours de vie du candidat : de son sourcing jusqu'à sa délégation ou placement.

L'Innovation RH au service de l'humain.

L'un des piliers de la transformation digitale du groupe Actual réside dans le volet sourcing des candidats. Et c'est ensemble avec Golden Bees, qu'ils travaillent en mode « Laboratoire » pour disposer d'une solution sur-mesure, en évolution constante. Le champ des possibles reste encore très vaste, c'est pourquoi les équipes de Golden Bees et de groupe Actual réfléchissent ensemble à la meilleure façon d'utiliser la technologie pour accompagner « Envergure », l'une des structures porteuses du projet passionnant et sociétal de développement des compétences pour l'accès ou le retour à l'emploi.

Pour Amaury de la Baume *« Chez Actual, nous ne croyons pas en l'Uberisation du recrutement car la relation de proximité est essentielle ! Cependant, nous investissons dans la dématérialisation et la fluidification des procédures administratives. Mon obsession : éliminer tout ce qui est à faible valeur ajoutée grâce au digital. L'innovation, nous la mettons au service de l'humain et de l'intelligence émotionnelle ! »*.

Voici bien une réflexion partagée par groupe Actual et Golden Bees. Comment finalement, remettre l'Homme au cœur du processus social ? En lui offrant du temps. Automatiser (et optimiser) le sourcing, c'est finalement dégager du temps à l'humain, pour le comprendre, l'accompagner, travailler sur la mesure de son potentiel et le préparer à un métier d'avenir. En ne laissant personne sur le bord de la route. C'est là tout le sens social de l'innovation RH.

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, Wurth, 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](#)