

Holeest veut aider les entreprises à mieux sourcer leurs candidats

La startup, spin-off de HelloWork, propose aux recruteurs une solution d'automatisation et d'optimisation de diffusion des offres d'emploi sur l'ensemble du web (sites de contenu, réseaux sociaux, agrégateurs...) afin de toucher tous les candidats aussi bien passifs qu'en recherche active.

Temps de lecture : minute

2 juillet 2019

Plus de la moitié des entreprises ont des difficultés à recruter et ce par manque de candidatures qualifiées, c'est ce qu'établit une récente étude de Pôle emploi réalisée en partenariat avec le Crédoc. Partant de ce constat, Valérie Touraine et Yohan Monfort ont créé Holeest, une spin-off de HelloWork qu'ils veulent être une solution intelligente pour capter les actifs sur l'ensemble du web.

" Avant de lancer Holeest, j'ai co-fondé la startup JAI, une solution de chatbots spécialisés dans le recrutement permettant d'améliorer l'expérience candidat sur les sites de nos clients. Depuis deux ans, lors de mes échanges avec les recruteurs, je me suis aperçue qu'au-delà de la question de la conversion des candidats, l'enjeu pour beaucoup d'entre eux était de trouver de nouvelles solutions pour toucher 100 % des actifs, qu'ils soient en poste ou non. C'est-à-dire un accompagnement plus en amont sur leur visibilité et pour élargir leur sourcing. C'est ce que nous proposons aujourd'hui avec Holeest ", explique Valérie Touraine.

Une solution active aujourd'hui

La solution, lancée ce mardi, a d'ores et déjà été testée sur plus de 25 millions de profils. Son algorithme optimise en temps réel la diffusion des offres d'emploi de manière ultra-ciblée sur les réseaux sociaux, les sites médias et sur les agrégateurs pour permettre aux entreprises en recherche de toucher l'ensemble des actifs.



À lire aussi

Pourquoi recruter un collaborateur sans expérience peut être une très bonne stratégie

Holeest a, avant même d'être officiellement en ligne, séduit des recruteurs comme [PageGroup](#) ([Michael Page](#), [Page Personnel](#) et [Page Outsourcing](#)), le groupe bancaire [BPCE](#), [Areas](#) (spécialiste de la restauration de voyage en France) ou encore le groupe [Beaumanoir](#), qui détient un grand nombre de marques de prêt-à-porter comme Cache-Cache, Morgan, etc.

Des campagnes de recrutement ciblées qui s'adaptent d'elles-mêmes

Concrètement, la toute jeune pousse, qui compte huit salariés, accompagne les entreprises dans la définition de leur stratégie de recrutement afin de calibrer l'outil. La technologie mise en place pilote ensuite l'optimisation en temps réel des campagnes de recrutement dans le but de capter un maximum de candidatures qualifiées. Par exemple, pour Areas, l'outil diffuse des bannières sur les réseaux sociaux pour les postes d'équipiers. En fonction de la localisation des offres d'emploi et des habitudes des internautes sur ces canaux, les algorithmes apprenants favorisent soit Facebook soit LinkedIn. Les recruteurs sont donc ainsi censés voir leur stratégie d'acquisition s'adapter automatiquement aux différents contextes. " *L'expérience m'a démontré que piloter des campagnes de diffusion de manière globale rend l'optimisation très complexe. En effet, chaque client, chaque offre et chaque besoin de recrutement est unique et nécessite une stratégie sur mesure. Dès que l'on dépasse la centaine d'offres d'emploi cela devient humainement impossible. Nous avons développé cette technologie pour avoir un pilotage en temps réel et selon les résultats observés comme le nombre de clics, le nombre de candidatures etc. Finalement, ce sont nos algorithmes qui décident où toucher les bons candidats* ", détaille Yohan Monfort.

" Le marché du recrutement est en tension et les recruteurs se sont tournés vers de nouvelles solutions pour élargir leur sourcing "

Convaincue de sa valeur-ajoutée, la startup entend développer son activité rapidement auprès d'ETI et de grands groupes : " Aux USA et en

Angleterre, le marché du recrutement est en tension et les recruteurs se sont tournés vers de nouvelles solutions pour élargir leur sourcing. Les solutions programmatiques RH (...) se sont donc rapidement déployées sur ces marchés. En France, on observe le même phénomène et les recruteurs français cherchent de nouvelles solutions ", assure Valérie Touraine. Pour la prochaine étape, Holeest compte s'implanter sur le marché européen en commençant par accompagner des entreprises françaises qui recrutent à l'international.

Article écrit par Antoine Garbay