



LEDR



**Formation**

# **SOURCING & APPROCHE**

# Introduction et attentes

---

08h30

Présentation du plan, de la raison de la formation et tour de table où chaque personne explique ce qu'elle attend de cette journée.



# Quel est le périmètre du sourcing ?

---

## 09h00

Ce chapitre va nous permettre de prendre conscience de notre faculté à repérer ce qui cloche dans les annonces. Il faut donc nous interroger sur ce qui nous empêche de faire mieux. Puisque nous sommes parfaitement capables d'identifier les axes d'amélioration, comment est-ce possible que nous ne les ayons pas déjà améliorées ?

### **A - Question ouverte : selon vous le sourcing commence quand et s'arrête quand ?**

On laisse la salle donner son avis et débattre, si besoin.

### **B - Les 7 étapes du sourcing**

Proposition du périmètre du sourcing : 7 étapes, que l'on détaille ensemble et que l'on explicite brièvement. Ces 7 étapes vont structurer tout le reste de la journée puisqu'on va revenir plus en détail sur chacune.

### **C - Quels sont les configurations principales du sourcing ?**

Il y a deux variables qui vont influencer la nature du sourcing. Il y a donc 4 configurations principales qui ont des implications. Notamment sur ce qu'on doit fournir en sortie. On va détailler ces configurations et se demander dans laquelle nous sommes le plus souvent.

# Comment approcher quelqu'un qui ne nous connaît pas ? (1/2)

---

09h45

On commence par la fin du processus. Parce que cette partie est la plus ludique. Elle permet donc de donner une énergie, un élan aux participants.

## **A - Exercice : écrivez un message d'approche au profil affiché au tableau**

Avant même de faire de la théorie, on commence par s'essayer à la discipline. Comme on l'imagine. Cet exercice permet d'avoir une base de comparaison à la fin de la session (plus bas) quand on réécrira avec ce qu'on aura appris. Les participants peuvent donc voir en direct leur progression.

On débriefe en direct des "problèmes" et des "erreurs" qui auront été commises.

## **B - Les 5 étapes de la vente**

Comment écrire un bon message en nous inspirant des bonnes pratiques commerciales. Notamment en évitant de braquer nos interlocuteurs. On ne cherche pas à vendre un frigo à un esquimau. On cherche à lui vendre du chauffage. Autrement dit : on ne cherche pas à être le cliché du vendeur de tapis mais bien à l'écoute de l'interlocuteur pour lui proposer la meilleure solution. Dans notre cas à nous : une discussion téléphonique.

# Pause

---

10h15



LEDR

# Comment approcher quelqu'un qui ne nous connaît pas ? [2/2]

---

10h30

## **C - Les deux écoles de l'approche : la demande mystérieuse ou l'offre excitante**

Dans cette partie, on va voir deux manières de faire des messages d'approche. Chaque personne pourra choisir l'une ou l'autre, en fonction de sa personnalité. En effet, il est important de trouver une approche qui corresponde à notre système de valeurs.

## **D - Exercice : réécrivez votre message d'approche de tout à l'heure**

Voilà le moment de vérité. C'est maintenant qu'on voit ce qui a été retenu et comment ça se répercute concrètement dans la pratique. Chaque participant reçoit un feedback sur son travail.



# Pause déjeuner

---

12h30





# Comment deviner les emails ?

---

## 11h30

Ce chapitre va nous permettre de savoir comment deviner les emails des personnes que l'on veut approcher. La méthode est aussi précise qu'une recette de cuisine.

**A - Question ouverte : comment pourrait-on faire pour deviner un email à partir d'un prénom, d'un nom et d'une entreprise ?**

**B - Démonstration en direct de la méthode**

On montre pas à pas, la méthode. Une fois rapidement, puis une fois plus lentement.

**C - Les participants appliquent la méthode sur 5 adresses emails**

Il y a toujours un gouffre entre comprendre quand quelqu'un fait puis savoir faire tout seul. Donc on prend le temps de laisser chaque participant essayer.



# La méthode du pendule

---

## 14h00

Ce chapitre a pour objectif d'apprendre comment on approche une recherche. Au-delà des outils. Quel est mon raisonnement ? Mon objectif ?

### **A - Je prédis le résultat attendu**

Avant même de me lancer corps et âme dans une recherche, on va voir pourquoi il est important de prédire le résultat. La réalité ne se plie pas à nos désirs. Pire : comment trouver ce qu'on ne sait pas qu'on cherche ? On fera des pronostics sur le mot clé sourcing puis sur le mot clé entretien. On en déduira le concept de taux de précision d'un mot-clé dans une base.

### **B - Question ouverte : pourquoi ne pouvons-nous pas nous contenter d'un seul mot-clé ?**

On interroge la salle sur l'importance cruciale d'utiliser des synonymes. La réponse n'est généralement pas ce que croient les participants.

### **C - Pendule et art des synonymes**

Ici on va voir cette démarche itérative du pendule. Ça nous permettra de faire le lien avec la méthode de génération de synonymes.

### **D - La requête universelle (sans opérateur)**

On en déduit la construction générale d'une recherche. Sans même avoir besoin d'utiliser des opérateurs booléens. Simplement en l'écrivant en français.



# Convertir le langage humain de recherche en langage de machine

---

## 14h50

Il s'agit dans ce chapitre d'apprendre à converser avec une machine. Contrairement à ce qui se fait souvent (et ce que nous faisons nous-même) nous avons choisi d'aborder le sujet des opérateurs booléens très tardivement dans la journée. Car ils ne sont qu'un langage, un dictionnaire.

Or, il faut d'abord apprendre à bien écrire. Rien ne sert de donner un dictionnaire français-japonais à quelqu'un en lui demandant d'écrire un roman en japonais, sans lui avoir appris au préalable à écrire des romans tout court.

### **A - Les trois opérateurs booléens de base**

Ici on revoit les trois opérateurs qui permettent de dialoguer avec les bases de données.

### **B - Question ouverte : que manque-t-il dans la requête au tableau ?**

Il s'agit ici de proposer une question piège. Pédagogiquement cela permet aux participants de se rappeler à vie de l'intérêt de l'opérateur suivant.

### **C - Le fonctionnement des guillemets**

On va rentrer en détail dans un opérateur qui est souvent utilisé sans être totalement compris.

### **D - Question ouverte : que peut donner cette requête ?**

Là encore la question est très difficile. L'objectif pédagogique est d'ancrer à vie l'intérêt de l'opérateur suivant.

### **E - Le fonctionnement des parenthèses**

On va vraiment explorer cet opérateur. D'expérience c'est celui qui est le moins maîtrisé. On va donc présenter plusieurs requêtes et se demander quand est-ce qu'on doit utiliser des parenthèses et quand est-ce que c'est superflu.



# Pause

---

15h45



# Faisons une recherche à partir d'un besoin

---

16h00

## **A - Exercice : en solo, construisez une recherche à partir de l'offre d'emploi au tableau**

L'idée est de laisser chaque personne expérimenter concrètement ce qu'on vient d'étudier.

## **B - Exercice : en binôme ou trinôme, construisez une recherche à partir de l'offre d'emploi au tableau**

Ici, le groupe permet d'introduire une dose de collaboration mais aussi de compétition. Puisque les groupes sont en concurrent pour fournir le meilleur résultat final.



# Les fondamentaux du brief [optionnel]

---

16h45

Cette chapitre sera sauté si besoin, pour laisser le temps au précédent dans les cas où la salle aurait du mal à tout appréhender.

## **A - Question ouverte : les objectifs du brief**

Un brief mal fait va polluer tout le reste du sourcing. Il est donc crucial de le faire correctement. Avec quoi doit on à tout prix repartir ?

## **B - Un guide de questions à poser**

On propose à la salle un guide de questions avec lequel elle peut repartir. On le présente en direct et on écoute les réactions.



# Débrief final

---

17h10

On conclut puis on appelle chaque personne à donner son feedback en deux étapes :

Comment ai-je vécu cette journée ?

Quelle est l'idée phare que je retiens ? Celle que je peux appliquer dès demain ?



# **Vous avez un doute ?**

---

Nous vous aidons à choisir la bonne formation

**JE VEUX ÊTRE CONSEILLÉ**