

## Indeed - Marketing | Indeed Client Story: Air Canada

---

[MUSIQUE]

Donc la mission d'Air Canada est assez simple, c'est : « Nous relient le Canada et le monde avec nos gens et la technologie. » Donc, juste pour vous donner une petite idée, on a environ 27 000 employés chez Air Canada.

Donc, on a un personnel qui est syndiqué, qui correspond environ à 92 % de notre main d'œuvre.

Donc, cela équivaut environ à 2 000 postes par année pour lesquels on doit recruter.

Chez Air Canada, on a vraiment une diversité de postes.

On a plus de 500 corps de métier.

On cherche des gens....

Ça peut aller des gens qui transportent les bagages, qui vont faire le service à la clientèle à l'aéroport, secrétaires juridiques, on a des gens en management dans tous les domaines, que ce soit en finances, technologies de l'information ou ressources humaines.

Donc on cherche des profils vraiment diversifiés.

Généralement, ce qu'on cherche, ce sont des gens qui sont dynamiques, et qui sont bilingues.

Donc oui, on recherche beaucoup de gens en service à la clientèle du côté syndiqué.

Et sinon, on cherche des gens en management pour tout ce qui touche les postes au siège social ou dans nos différents « hubs » qu'on a à Vancouver, à Toronto et à Calgary.

C'est là qu'on a peut-être plus un grand défi, un grand « challenge », à attirer des gens francophones.

Donc on a différentes stratégies avec différents organismes, aussi avec Indeed pour vraiment « focuser » sur ce type de populations-là dans ces villes-là.

Par exemple, si je cherche des gens bilingues à Calgary, qui parlent français et anglais, j'ai simplement à contacter mon gestionnaire de compte, qui lui de son côté va pousser vers ça.

Et tout de suite, de notre côté, on va voir dans nos bases de données, on va recevoir beaucoup plus de candidats de Calgary parlant français et anglais.

En fait, au niveau des méthodes, ce qu'on regarde c'est vraiment par la localisation, aussi.

Donc j'ai la chance de voir le nombre de candidats qui rentrent par localisation et pour quel type de poste.

Ça me permet de faire des campagnes un peu plus poussées à des endroits où ça fonctionne moins bien, par exemple.

En fait le rapport me permet de voir les mots-clés qui fonctionnent.

On voit quels mots les gens vont taper sur les moteurs de recherches pour nous retrouver.

Indeed, pourquoi c'est efficace pour moi?

C'est vraiment du côté du taux de conversion du candidat qui va aller voir le poste sur le site et qui va finalement appliquer.

Indeed nous rapporte environs 40 % de candidats dans notre base de données.

Sinon, au niveau des 40 %, il y a 13 % d'embauches qui viennent d'Indeed directement en 2014 chez nous.

À la base, ça fait trois ans qu'on a commencé notre stratégie d'attraction chez Air Canada.

Indeed est un fournisseur avec lesquels on a fait affaire dès le début.

On avait commencé avec un budget qui était assez modeste et très vite on s'est aperçu qu'il y avait un grand achalandage.

Donc tout de suite on a augmenté notre budget et c'est ce qui nous permet maintenant d'attirer 40 % de nos candidats.

[MUSIQUE]