

won

SOLUTIONS DE RECRUTEMENT

POUR CANDIDATS ET ENTREPRISES

1^{ÈRE} PLATEFORME DE VALORISATION
DES PROCESSUS DE RECRUTEMENT

won
whyme?

La réponse est dans la question.



LA START-UP : WHYME,

... qui aide les recruteurs à sélectionner ses candidats autrement

1

Multiplication et automatisation des Jobboards

- Les candidats ne lisent plus les offres d'emploi : tout le monde répond à tout ...
- Tri des CV « spams » : la charge de travail se retrouve côté recruteur.
- Aucune motivation décelée dans les candidatures.
- Le recruteur est aveugle et sourd.

Capter les plus motivés :
Gain de temps.

2

Déshumanisation des parcours candidats

- Process impersonnel, les candidatures se résument à des data (mots-clés...)
- C'est parfois long, fastidieux et ennuyeux, (création de compte, etc.)
- Aucune interaction avec le recruteur ou le manager pour le poste.
- A cette étape aucune expérience Candidat dans le parcours.

Mettre l'humain au début du processus de recrutement :
Marque employeur

3

Le candidat n'est pas qu'un CV

- La personnalité d'un candidat ne se résume pas à une feuille de papier.
- Avec l'IA les candidats sont passés au filtre des algorithmes qui ne valent pas un avis ou un ressenti humain
- Trop peu de retours rapides et concrets malgré toutes ces automatisations...

Offrir une chance supplémentaire aux candidats de s'exprimer au-delà du CV :
Diversité & Inclusion.

« La première plateforme de recrutement qui permet de découvrir l'humain qui se cache derrière le CV »

LE PRINCIPE : DES CAPSULES VIDÉO DE 45 SEC, ...enregistrées en 2 minutes

En 45 secondes
qu'avons-nous
appris sur cette
candidate ?



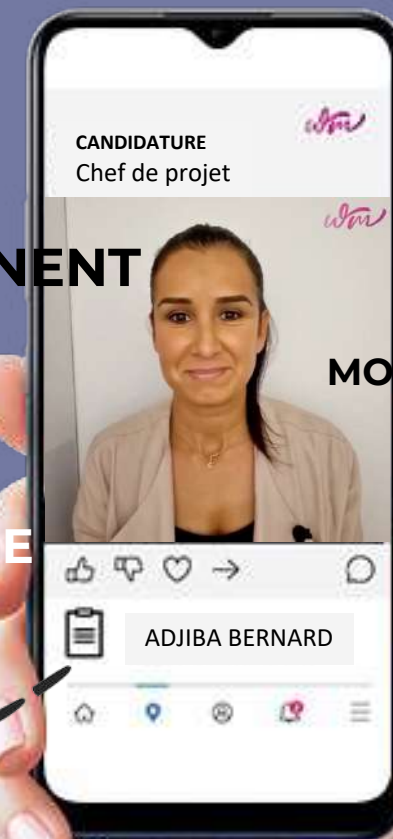
LANGAGE CORPOREL

EMPATHIQUE

PERTINENT

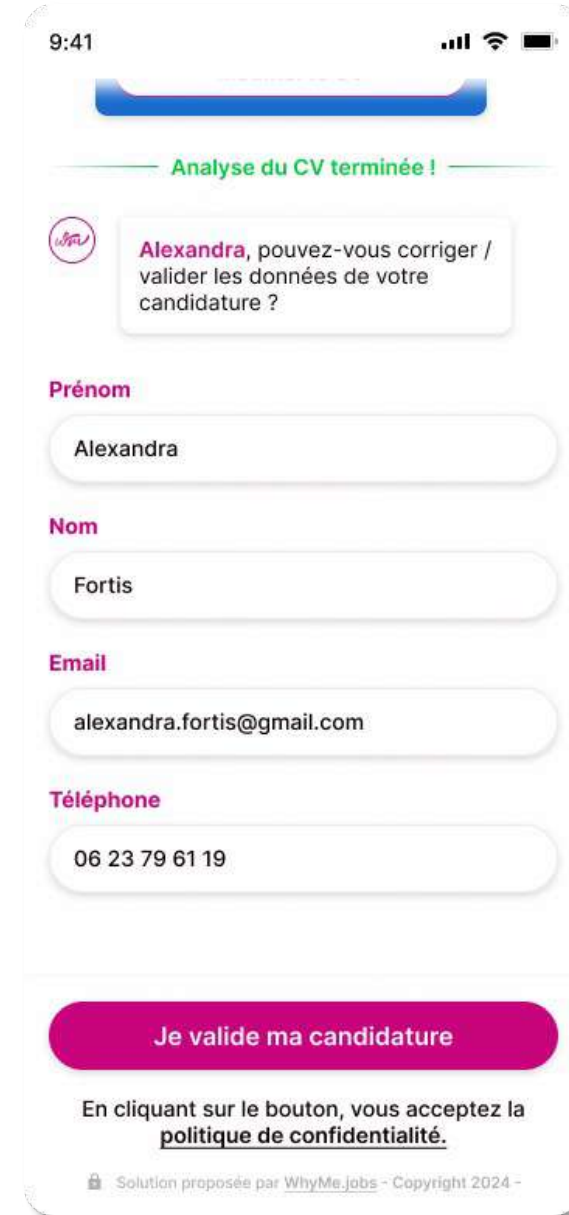
MOTIVÉE

SYMPATHIQUE



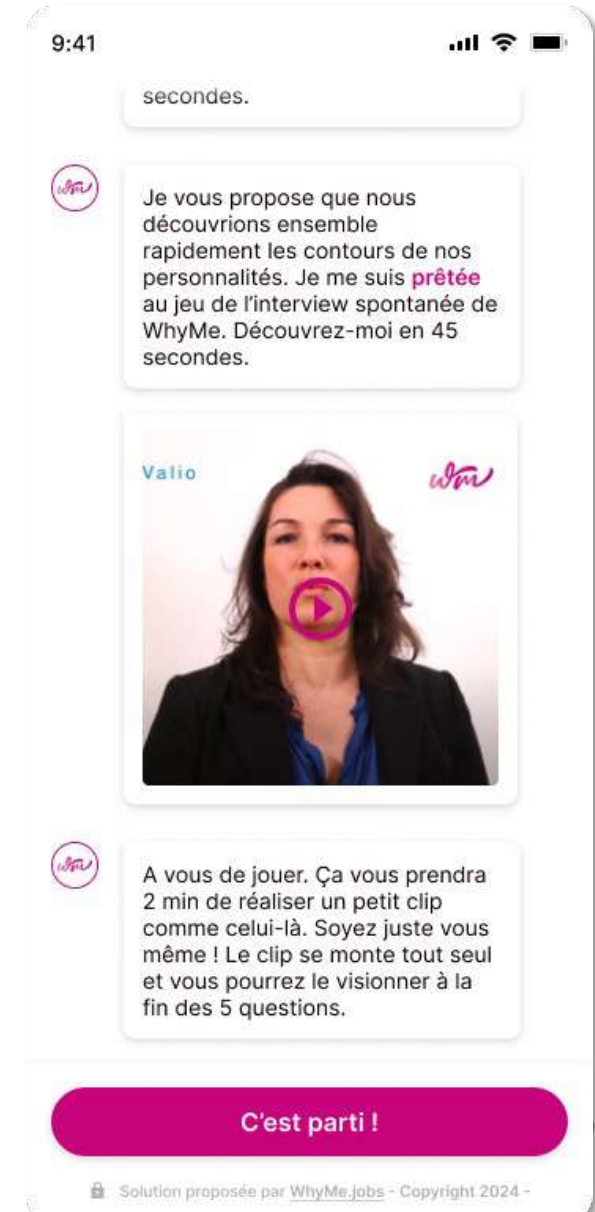
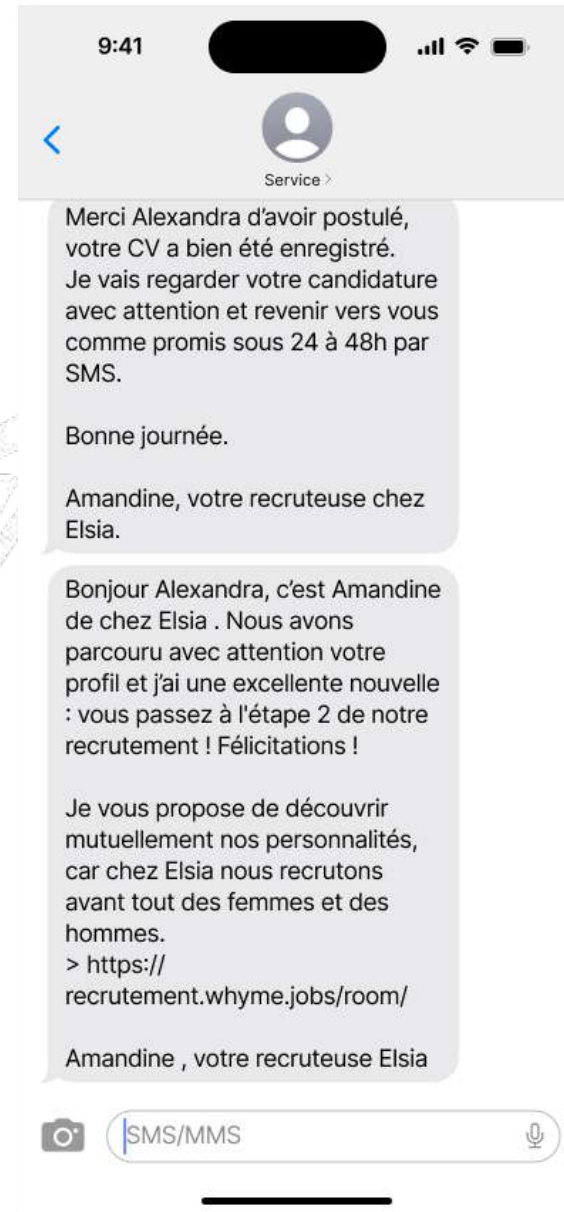
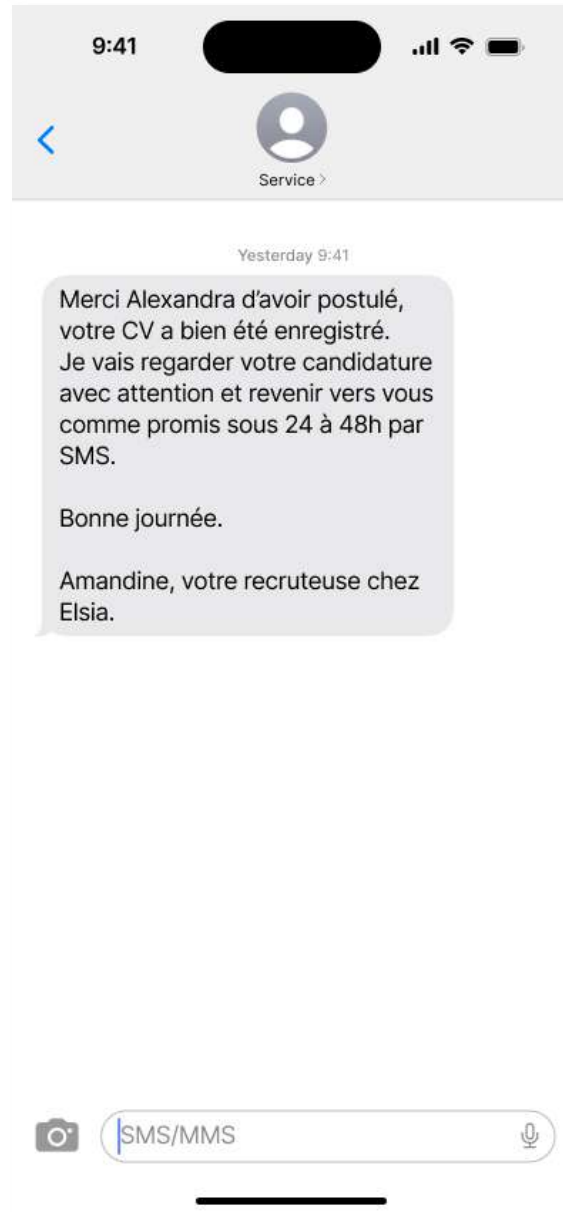
PARCOURS CANDIDATS

... attractifs et engageants



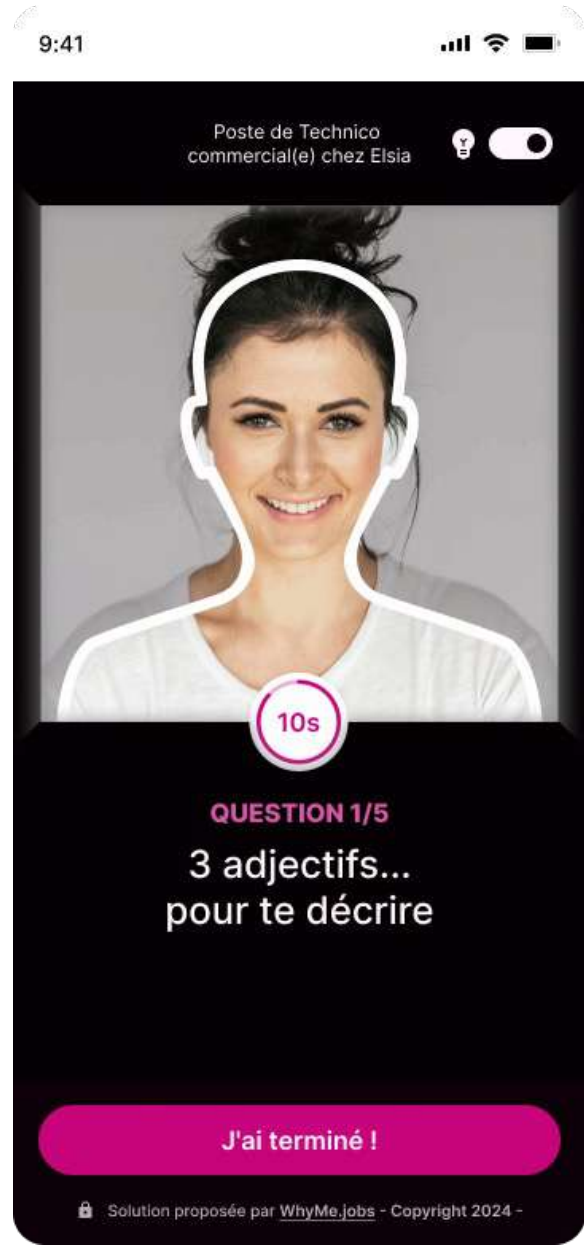
PARCOURS CANDIDATS

... attractifs et engageants



PARCOURS CANDIDATS

... attractifs et engageants



NOUS AVONS OBTENU LA CONFIANCE,

... des candidats et de nos clients



-  **Adriana Laguna** • 2e
Strategic & Innovation Manager | Conseil en innovation, organisation ...
Belle expérience, à la fois fun et ludique. Une idée très originale qui pourra faire la différence sur le CV. Hâte de découvrir ma vidéo 😊
-  **Elisabeth KAZI-TANI** • 1er
Responsable commerciale Immobilier VEFA -Prescription
A découvrir ! Expérience Incroyable!
-  **Marie Guimard** • 1er
Belle rencontre avec la jobbox. Longue vie à elle!

* Etude réalisée en Mai 2024 auprès de 100 candidats



Chammas & Marcheteau



havaianas

HAVAS Media



LA JOBBOX, UNE DÉCLINAISON DU CONCEPT

pour les salons & autres événements



WHY ME ?

win

La réponse est
dans la question

Découvrez une expérience unique et ludique qui replace l'humain au début du processus de recrutement.

Chacun doit avoir la chance de dévoiler, s'il le souhaite, l'humain qui se cache derrière un CV.

En 45 secondes, accordez une chance supplémentaire à vos candidats qui le désirent. Faites votre 1^{ère} sélection avec HARD & SOFT SKILLS



L'INTERVIEW SPONTANÉE WHYME

Le sticker « Découvrez-moi... en vidéo »



ALEXANDRA FORTIS 06 24 47 77 76
Directrice Marketing / Communication / Marque
BtoB / BtoC

PARCOURS PROFESSIONNEL

2022 - ad. **Ophycore** | Start-up compléments alimentaire | 1 M€ - [8 000+ clients] - Montpellier
Directeur Marketing Communication & e-Commerce
E-Commerce Refonte du funnel de commande, Pricing, Management des équipes digitales
Growth & Retail Plan d'action commerciale, Targeting (prospects), Techniques Direct Marketing
Stratégie de Marque Construction de la Plateforme de Marque - Refonte du Positionnement
Social Media Management - Création Plateforme narrative / Planning Editorial, Management des Équipes Social Media

2020 - ad. **WHYme.jobs** | Service au Recrutement
Fondateur
Création d'entreprises Branding, Développement Produit, Communication, Réseaux sociaux

2004 - 2022 **Schindler France** | Leader mondial Ascenseurs | 450 M€ - 2 800 salariés - [35 000 clients]
2014 - 2022
Directeur Marketing Communication & Accélération Digitale
Management & Pilotage Définition des axes stratégiques (Plan d'actions Market Com / Déploiement destinations)
Budget 4 M€ - Équipe de 5 personnes - 110 agences internes + 50 partenaires
E-Business Dvt + 8 M€ de CA par l'accroissement du panier moyen depuis le lancement de l'offre digitale
Médiation et Communication de crise Structuration, Création et Gestion des processus internes et externes
Relation Client Net Promoter Score de 8 > 51 en 3 ans. Actions de fidélisation et création de Services
E-Reputation & Stratégie d'Influence LinkedIn | 0 > 11 200 abonnés / Engagement rate 2021 | 13,5 %
Brand Awareness & Leadgen 13 Leads initiaux / 12 te events. Optimisation du Parcours Digital Client
(SEO, SEM, Performance de Data, structuration (dashboards...) et outils de reporting, optimisation de la Conversion funnel)
Innovation Services Rétrospéculation contrat : + 8% CA par la vente de services addtionnels digitaux (création)

2008 - 2014 **Responsible Marketing France & RSE**
Stratégie CRM Value-ajouté +12%, Management du Portefeuille : Segmentation / Welcome process / Programme de Fidélité / optimisation du Churn
Sales Management Création d'outils de vente, Augmentation du % de conversion et PDM : De #3 à #1
Stratégie des prix + 3% de valeur ajoutée avec augmentation des PDM. Benchmark Concurrence
Strat. Événementielle + 15 % de leads / ROI 200%+ - Tournée événementielle (RoadShow) / 8000+ clients
Négo Media & Partenariat Recherche des Market Place. Création de dashboard. Optimisation du ROI
Politique RSE Identification des Cibles / Mise en place du dashboard et du CRM - Obtention de prix & labels

2004 - 2008 **Chef de Produit / Marché**
Etude de Marché Création du Panel Marché Ascenseurs - Objectif atteint + 16 % de part de Marché en 3 ans
Marketing de l'Offre Benchmark / Argumentaires Produit / Sales toolbox / plateforme de gestion des résultats
Lancement de produit Plan d'action 360 / Ciblage / déploiement des opérations Marketing et Com France

1996 - 2004 **Publicis France** | Agence de Communication | 50 M€ - 250 salariés - [1 500 clients]
2003 - 2004
Directeur Clientèle Publicis Dialog
Communication 360 On & Offline Clients : Zebank, British Airways, AMD, Air France, Société Générale, Schindler, HDOS...
1996 - 2003
Chef de Projet / Directeur de clientèle Sales Story Groupe Publicis
Communication 360 On & Offline Secteur : Banque, IT, Aérien, Industriel, Construction...

AUTRES EXPERIENCES MANAGEMENT DE TRANSITION

Branding & Content Planing Stratégique et Identité de Marque PHYCOSOFTECH, RIOT, ALTRAN, Groupe ESSIA, ONET, MINI ROVER ...	Stratégie Réseaux Sociaux Conseil en Brand content, plateformes narratives, planning éditorial MEDENE, BC2M consulting ...	Modélisation d'Offres Marketing de l'offre & Stratégie Go to Market ONET, GI SMARTWARE ...
--	---	---

Bagnaux (92) | fabricefortis@gmail.com | www.linkedin.com/in/fabricefortis

VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

Quelques exemples de sujets que nous pouvons aborder...

**CELA FONCTIONNE
AVEC TOUS LES TYPES
DE CANDIDATS ?**

**COMBIEN ?
ÇA COÛTE ?**

ON PEUT S'EN SERVIR POUR DES
PROFILS « PÉNURIQUES » ?
OU POUR DE LA « CHASSE » ?

**SUIS-JE OBLIGÉ DE L'UTILISER
AU DÉBUT DE MON PARCOURS
CANDIDATS ?**

**COMMENT CELA
FONCTIONNE
AVEC MON ATS ?**

**NE RISQUE-T-ON PAS
UN REFUS DES
CANDIDATS ?**

**LE CANDIDAT PEUT-IL
RECUPERER
SA VIDEO ?**

C'EST UNE SOLUTION
RGPD ?

**ET LES BIAIS
COGNITIFS ?**