



Recruter dans un monde numérique

Vos futurs collaborateurs,
c'est en ligne que vous les trouverez

Construisons l'avenir.

Editeur responsable : Katty Scheerlinck | General Manager Unique | Frankrijklei 101 | 2000
Anvers
Mise en page : Karen Vandereycken
Auteur : Lieven Van Nieuwenhuyze | General Manager USG Marketing, Communication & Sales

Merci à Ellen De Ceuster dans le cadre de son mémoire de fin d'études en SEA – gestion
d'entreprise

Promoteur et Professeur : Dr Erik Henderickx
Copyright © 2014.

Toute reproduction ou publication de la présente édition est interdite sans l'autorisation
écrite préalable de l'éditeur, que ce soit par voie électronique ou autre, ou via des systèmes
d'information automatiques, à l'exception de courts extraits utilisés en guise de citation.
Numéros d'agrément : VL VG. 566/BUO | BRU 00218-406-20121108 - 00218-405-20121108 | WAL
W.INT.031 W.RS.31 W.SO.31



Introduction

Contrairement à ce que bon nombre de personnes pensent, recruter n'est pas devenu plus facile suite à l'émergence des médias numériques. Bien au contraire. Publier une annonce dans un journal et attendre que des personnes posent leur candidature est commun et très simple. Apprendre à travailler, notamment, avec LinkedIn, Twitter et des plateformes de référence sociale demande plus de temps, de suivi et de connaissances. Mais si vous abordez votre stratégie en ligne comme il se doit, elle rapporte bien plus. Bref, l'effort supplémentaire en vaut la peine.



« *Trouvez et soyez trouvé* »

Quelques statistiques

Les principes de la communication en matière de recrutement numérique sont tout à fait identiques aux traditionnels et se fondent sur la règle de base « **Trouvez et soyez trouvé** ».

Si, en tant qu'employeur, vous trouvez les « demandeurs d'emploi latents » adéquats et que les « demandeurs d'emploi actifs » appropriés vous trouvent, votre problème de recrutement est alors en grande partie résolu.

Ces deux principaux groupes cibles sont donc toujours aussi pertinents qu'autrefois, mais la manière dont vous pouvez les approcher a radicalement changé en très peu de temps.

Pour savoir à quel point votre offre d'emploi est facile à trouver dans ce fatras numérique, vous devez d'abord savoir comment votre groupe cible recherche des jobs. Il existe différentes possibilités et, selon le profil recherché, une telle tactique donnera de meilleurs résultats que telle autre tactique. Différentes découvertes intéressantes ont été révélées par une étude d'USG Marketing Professionals réalisée en collaboration avec l'Université d'Anvers (UA) :

- *« Pour les personnes nées à partir de 1988, Google est de loin la première ressource consultée lorsqu'elles recherchent un emploi. Les demandeurs d'emploi plus âgés surfent souvent délibérément sur le site d'une entreprise ou un site d'offres d'emploi commercial. »*

Veillez donc à ce que vos offres d'emploi soient bien positionnées dans la liste des résultats de Google. Investir dans le marketing sur les moteurs de recherche (SEO) est payant et l'intérêt de celui-ci ne fera qu'augmenter au cours des prochaines années.

- *« Sur les 578 répondants valables (statistiquement significatifs), seuls 8 % ne sont pas présents sur un réseau social. Sur facebook, il y a, au moment de la publication*

(avril 2014), environ 5.400.000 comptes belges actifs. Sur LinkedIn, on en recense plus de 1.600.000. »

Aucune ressource classique n'a une portée avoisinant celle de facebook. En vérité, chaque catégorie professionnelle et chaque partie de la population belge active y est représentée. Il est donc illusoire de croire que facebook n'est utile que pour atteindre des profils moins qualifiés.

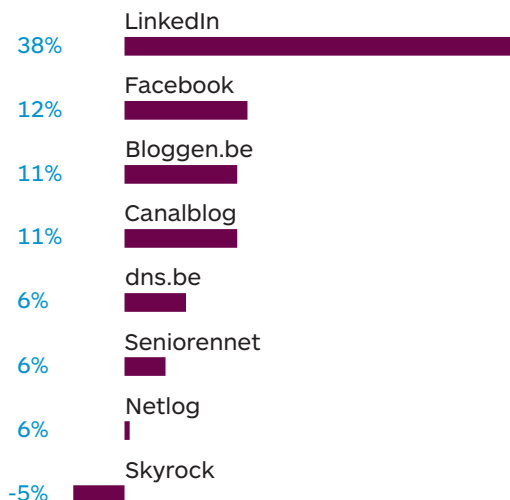
- *« Quasi personne n'utilise facebook pour rechercher activement un emploi. Mais s'ils recevaient une offre d'emploi pertinente via facebook, plus de 80 % envisageraient de postuler à celle-ci. Et ceux qui n'y répondraient pas agiraient de la sorte parce qu'ils considèrent cette annonce comme une violation de leur vie privée, mais non pas parce qu'ils doutent de la véracité de celle-ci. »*

Utilisez les réseaux sociaux mais utilisez-les efficacement. Si personne ne consulte facebook pour rechercher un emploi, investir dans un outil qui fonctionne en tant que moteur de recherche d'emploi n'a pas de sens. Mais si 80 % des utilisateurs de facebook poseraient leur candidature lorsqu'ils voient un emploi qui les intéresse, vous devez alors trouver le moyen d'être présent sur cette plateforme. Et concevez votre communication et vos campagnes de manière suffisamment professionnelle, de sorte qu'on ne puisse pas douter de votre authenticité.

- *« A peine 5 % des répondants partent du principe que les meilleurs jobs sont publiés dans un journal. La plupart des répondants pensent qu'il n'y a pas de différence de qualité entre les offres d'emploi des journaux et celles publiées en ligne. ».*

Si votre département de recrutement dispose d'un budget important, vous pouvez envisager des offres imprimées ou recourir à un mélange de divers médias, dont les médias numériques. Si toutefois votre budget est limité, vous pouvez également obtenir de bonnes réactions grâce aux médias numériques.

Belgian Social Media Monitor Evolution 04/2013 - 03/2014



Le graphique ci-dessus illustre l'évolution de quelques plateformes de réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois, d'avril 2013 à avril 2014. (Source : bvlg.be)

- « 90 % transmettraient des offres d'emploi intéressantes à des amis, s'ils recevaient en échange une compensation et que ce n'était pas trop difficile. »

Les personnes sont intrinsèquement serviables, mais aussi intrinsèquement paresseuses. Elles vont se transmettre des offres d'emploi avec plaisir si elles en retirent une satisfaction mutuelle ; à condition que cela ne leur demande pas trop d'effort. Et une compensation peut justement donner ce coup de pouce supplémentaire.

Si vous êtes intéressé par l'intégralité de l'étude, veuillez nous contacter via les coordonnées mentionnées à la fin de cette publication.

« La plupart des répondants pensent qu'il n'y a pas de différence de qualité entre les offres d'emploi des journaux et celles publiées en ligne. »

Concrètement

Sur la base des résultats qui précèdent, Unique a élaboré une stratégie de recrutement qui nous permet de recruter vos collaborateurs de manière encore plus rapide et plus efficace. Et ce qui fonctionne pour nous, fonctionne sans aucun doute pour vous aussi.

- 1. Votre propre site Internet :** Veillez à ce que vos offres d'emploi soient rédigées de telle sorte que Google puisse facilement les recueillir et les interpréter. Une formation de base en copywriting tenant compte du SEO (marketing sur les moteurs de recherche) pour les RH peut faire des merveilles. Faites aussi en sorte, en tant que responsable RH, d'être impliqué dans le développement du volet emploi du site Internet de la société.
- 2. Sites d'offres d'emploi commerciaux :** Ne vous contentez pas des sites d'offres d'emploi traditionnels. Ceux-ci ne sont pas toujours bon marché. Vous pouvez également envisager les agrégateurs d'offres d'emploi. Indeed.com, Careerjet, SimplyHired... gagnent du terrain en ce moment. Ils fonctionnent selon le système du « pay per click ». Pas de résultat, pas de facture. Ces sites recueillent automatiquement les offres d'emploi sur le site Internet de votre entreprise et les optimisent pour Google. Ils veillent donc à ce que vos offres d'emploi soient trouvées par Google et que les demandeurs d'emploi arrivent directement sur votre site par le biais de ces plateformes. Cela vous coûte environ 0,10 € par clic..



- 3. Les réseaux sociaux :** Consacrez sans hésiter une partie de votre budget aux réseaux sociaux. Il s'agit en effet d'un bon investissement qui porte ses fruits à long terme. Assurez-vous d'avoir une bonne page d'entreprise sur Facebook et utilisez Facebook ads pour générer des « j'aime ». Intégrez un formulaire de candidature sur la page de votre entreprise (« Work for us ») et « poussez » vos offres de manière ciblée vers les fans de votre page. En clair : dès qu'une personne aime la page de votre entreprise, vous décidez vous-même à quel moment vous lui montrez une offre d'emploi. Ils ne doivent donc jamais revenir sur votre page, car vous placez le job automatiquement dans leur fil d'actualité. Il s'agit d'un énorme avantage par rapport à un site classique. Vous choisissez qui peut voir votre offre et à quel moment, sans que la personne en question n'ait besoin de penser à vous. LinkedIn est très utile pour rechercher des personnes hautement qualifiées. Vous pouvez également tout simplement y publier des offres d'emploi, des annonces ciblées, envoyer des « push mailings », etc.
- 4. Référence sociale :** Vos propres collaborateurs sont les meilleurs ambassadeurs lorsque vous souhaitez promouvoir des offres d'emploi. Les actions « Bring a friend » apportent les candidats les plus intéressants lorsque vos collaborateurs se sentent concernés par ces campagnes. Mais il est plutôt rare qu'ils le fassent. Dans les grandes entreprises, il y a suffisamment de collaborateurs pour créer une assise, mais l'implication est souvent moindre. Dans les PME, l'implication est plus grande mais le nombre de membres du personnel est trop restreint pour générer un afflux suffisant. Les plateformes de référence sociale représentent par conséquent la solution idéale. Vous mettez vos offres d'emploi sur celles-ci et tout le monde – à commencer par vos propres collaborateurs, mais parfois aussi des externes – peut ensuite facilement diffuser ces offres d'emploi via les réseaux sociaux. Le système peut vérifier qui a donné l'impulsion lorsqu'une personne pose sa candidature. Vous pouvez alors mettre en place un incitant afin de récompenser ce collaborateur ou une personne tierce. Tout se fait de manière entièrement automatisée, sans que le département RH ne doive trop sans soucier. Quelques exemples de telles plateformes de référence sont BeKnown, Referral Recruitment ou SocialReferral.

Epilogue



Cher Professionnel RH,

Vous avez peut-être fait vos premiers pas dans le monde du recrutement numérique, à moins que le recrutement en ligne n'ait déjà plus de secret pour vous ?

Ce nouveau monde génère de nombreuses questions, n'est-ce pas ? Faut-il en tant qu'entreprise également surfer sur cette vague du digital ?

L'évolution des outils en ligne et des réseaux sociaux est irréversible et présente autant de défis que d'opportunités.

En tant que 'Partenaire RH de confiance' et via cette publication succincte, nous souhaitons vous tenir au courant **des dernières tendances et vous dévoiler ce qu'il faut faire et ne pas faire** en matière de communication pour trouver des talents. Parce que le recrutement – « trouver et être trouvé » - c'est notre spécialité.

Je vous invite volontiers à participer à l'un de nos ateliers afin de pouvoir mettre la théorie en pratique.

A bientôt,

Katty Scheerlinck
General Manager Unique

Participez à notre workshop

Vous souhaitez approfondir ce domaine des RH ? Dans ce cas, suivez l'un de nos ateliers consacrés au **recrutement via les réseaux sociaux** et organisés gratuitement par Unique au mois de juin 2014.

- **Le mardi 3 juin**, au Cercle de Wallonie à **Namur** (français)
- **Le jeudi 5 juin**, à la Vlerick Business School à **Gand** (néerlandais)
- **Le mardi 10 juin**, au siège d'USG Professionals à **Anvers** (néerlandais)
- **Le mardi 17 juin**, au Business Faculty à **Bruxelles** (néerlandais/français)

Consultez notre site web pour en savoir plus et pour vous inscrire : **www.unique.be**

Lieven Van Nieuwenhuyze

General Manager

USG Marketing, Communication & Sales NV

lievenvn@usgpeople.be

