

## CÔTÉ SÉLECTION

### *Numérique, IA, etc., la technologie au service d'un recrutement plus personnalisé*

#### ‡ Les sites d'offres d'emploi (Jobboards), toujours d'actualité

Si certains DRH affirment encore aujourd'hui étudier les candidatures spontanées, utiliser les réseaux sociaux, apprécier la cooptation, **plus de 90% d'entre eux** considèrent encore « importants » voire « très importants » **les sites d'offres d'emplois**.

Parmi les outils les plus utilisés par les recruteurs en 2017, on retrouve par ordre d'importance, tout d'abord les **sites internet dédiés à l'emploi**, généralistes ou spécialisés, puis les **sites publics du Pôle Emploi et de l'Apec**, les candidatures spontanées, la cooptation et le réseau personnel et enfin, les réseaux sociaux.

#### **Côté candidats, idem.**

Ces derniers se concentrent principalement sur les sites d'offres d'emplois traditionnels tels qu'Indeed, Monster, Meteojob, Cadremploi et l'APEC (pour les cadres) ou encore Leboncoin.fr.

#### **Cooptation ou utilisation des réseaux sociaux venant en complément...**

A suivre également, l'arrivée sur le marché de Google Careers ou des pages Facebook dédiées au recrutement qui, certes aujourd'hui, « ne font pas encore le poids », mais quid de demain... ?

#### ‡ Les moteurs de recherche et une e-réputation à ne pas négliger

Que l'on passe par **Recruitem, Profilr, Google CSE sur LinkedIn ou encore Google CSE sur Viadeo, Pôle emploi, l'Apec...**ou même tout simplement le **moteur de recherche Google**, l'objectif du recruteur reste le même : utiliser l'outil informatique (base de données) et Internet pour trouver de nouveaux profils (par recherche booléenne de mots-clés), se renseigner sur les candidats, etc.

A noter qu'en 2017, **plus de 90% des candidatures** sont soumises **en ligne**, **plus d'un recruteur sur deux fait appel à la « Google-isation »** systématique du profil d'un candidat en ligne et **66% d'entre eux ont déjà écarté des candidatures suite à des éléments négatifs trouvés sur Internet**.

**L'importance de l'identité numérique** prend donc tout son sens :

**Pour le candidat**, avec la mise en valeur de son parcours professionnel, de son expertise, de son profil (au sens large) sur la toile qui devient indispensable, mais également **pour les entreprises/organisations** qui doivent gérer leur image virtuelle et entretenir leur marque, afin de séduire les candidats potentiels.

#### ‡ **Le recrutement via les réseaux sociaux, un filon intéressant mais à double tranchant**

Les réseaux sociaux sont de **formidables canaux de diffusion d'informations et d'interactions** instantanés, que l'on soit candidat ou recruteur ; ceux dédiés aux monde professionnel, plus particulièrement.

Sur ces réseaux se croisent ainsi, des utilisateurs à l'affût de nouveautés sur un marché particulier, des dernières innovations technologiques ou encore d'informations sur une entreprise donnée, des recruteurs à la recherche DU candidat ou encore des entreprises diffusant sur leur politique de recrutement, au top des publications concernant leur marque employeur et à la pointe de *l'inbound-recruiting\**, etc.

**ATTENTION donc à soigner, pour l'un comme pour l'autre son identité sur la toile...**

## \* *Inbound-recruiting*

*Inspiré du marketing, la technique consiste à attirer le candidat potentiel via des actions de communication (blogs, événements, publications, etc.) notamment sur les réseaux sociaux.*

*Susciter l'intérêt chez le candidat qui, en se développant, va nécessairement amener ce dernier à suivre l'entreprise et éventuellement à postuler spontanément, ou par voie de candidature dans le cadre d'une offre.*

## ‡ Le recrutement via mobile, le décalage entre candidats et entreprise

Dans une autre mesure, alors que 2/3 des personnes en recherche d'emploi utilisent leur smartphone pour candidater, seulement 40% des entreprises françaises proposent une version mobile de leurs sites carrières ou corporate. Ainsi, il existe un réel décalage entre la tendance observée chez les candidats et la posture encore adoptée par la majorité des entreprises en 2017 !

## ‡ Le recrutement prédictif ou « matching affinitaire »

Sur le même principe qu'un site de rencontres, le profil du/de la candidat.e est sélectionné.e (via tests et/ou questionnaires essentiellement) en fonction de sa probabilité de performance, d'engagement et d'intégration futurs, dans l'entreprise ; de sa « compatibilité » actuelle et à venir, avec cette dernière, et tout ce que cela impliquerait d'y travailler.

Cette recherche du/de la parfait.e futur.e « partenaire » (collaborateur.trice) se base ainsi sur l'analyse (sémantique et/ou algorithmique) de différents niveaux de « compatibilité » des candidat.e.s, en termes :

- De poste et de mission/savoir-faire et aspirations et motivations ;
- De compétences autres que techniques recherchées/détenues.
- De personnalité /à la personnalité des futur.e.s collègues, managers, etc.
- De géolocalisation du domicile/lieu de travail .
- Etc.

Ceci, à partir d'un référentiel établi en fonction des informations collectées auprès des collaborateurs déjà en poste, d'éléments de la fiche de poste, etc.

Plus le pourcentage de « compatibilité » obtenu est élevé pour un.e candidat.e et plus celui.celle-ci a alors de chances d'accéder au « niveau supérieur » prévu dans le processus de recrutement.

**ATTENTION :** cet outil qui prend plutôt en compte les « *soft-skills* » ne peut se suffire à lui-même, notamment dans le cadre du recrutement de profils très « techniques » (plus orientés « *hard-skills* »), à un plus haut niveau et/ou nécessitant des compétences « métiers » très spécifiques.

Pour ce type de profils, CV et expérience seront donc encore bien utiles pour, si ce n'est marquer, accentuer la différence.

## ‡ Gagner du temps en automatisant les process

Afin de gagner en temps et donc efficacité, certains recruteurs décident d'investir un minimum sur les phases du processus de recrutement dites « à faible valeur ajoutée ».

Il s'agit dès lors de **réduire au maximum le vivier de candidats potentiels, dès les premières phases de sélection (pré-sélection) voire de sourcing.**

A l'issue de ce « 1er tri », les candidatures potentielles restantes sont ainsi étudiées et ce, avec plus d'intérêt, car arrivées à un niveau du processus où le recruteur, là, apporte une « réelle valeur ajoutée ».

Cette première sélection peut se faire via un outil de matching, un test (PAPI, MBTI...), un logiciel de recrutement, au travers d'un simple questionnaire, d'un court entretien vidéo, d'une étude de cas, voire d'un simple chatbot ou même d'un challenge en ligne (le must du moment !), etc.

## ‡ Quand l'entretien sort des sentiers battus...

Alors que l'entretien « classique » reste une pratique appréciée et reconnue par la majorité (malgré quelques nuances dans le format : téléphone ou face à face, individuel ou à plusieurs, via questions structurées ou non...), celui-ci présente de plus en plus de lacunes.

Manque de fiabilité quant à l'évaluation des compétences interpersonnelles, à l'identification de points faibles éventuels du candidat, à une appréciation qui peut être biaisée du fait des personnes menant l'entretien, à la longueur des processus, aux questions à poser pour une sélection pertinente, etc.

Pour pallier ces lacunes, de nouveaux formats d'entretiens sont ainsi apparus : cocktails, meet-up, escape games, job-dating, entretiens par vidéo (direct ou diffusé), entretiens « VR », auditions (incluant ou pas des mises en situation, des études de cas...), entretiens à 360°, hackathon (pour les passionnés de code), etc.

En complément d'autres outils tels que les tests de personnalité, logiciels de recrutement, etc.<sup>1</sup>

## ‡ L'elevator pitch ou comment « Pitcher » pour gagner

« to pitch » est un terme anglophone, francisé, signifiant au départ, selon le contexte : lancer (particulièrement au baseball), jeter, poser, ajuster (fixer), donner le ton, dire, établir, mettre à portée de... (source : [Larousse](#)).

Utilisé dans le milieu du cinéma, par les scénaristes, puis repris dans le monde du marketing, des start-ups, etc., le pitch fait aujourd'hui également partie du jargon du recrutement.

L'idée principale : comment « se vendre », susciter l'intérêt chez son interlocuteur et aboutir à une collaboration en moins de 2 min !

## Sources

- Enquête RégionsJob : « Comment recrute-t-on en 2017 ? » – Sept. 2017
- Sud-Ouest Eco - Art. « Emploi : ces nouvelles méthodes de recrutement qui bouleversent le marché » - Juin 2017
- Capital Management – Art. « Tests in situ, savoir-être...voici les tendances du recrutement en 2018 »
- Enquête LinkedIn Talent Solutions « Tendances mondiales du recrutement 2018 – Réinventer l'entretien »
- Journal du Net – Art. « Le recrutement par challenge évite les erreurs de casting »

### Sites :

<https://www.linkhumans.fr>

<http://www.focusrh.com>

<https://www.latribune.fr>

<https://www.rmstouch.fr/>

<https://www.journaldunet.com>

<https://www.myrhline.com/>

<https://www.glassdoor.fr/Entretien/index.htm>

Article rédigé par le S.O.I.E (Emilie)

---

<sup>1</sup> Enquête 2018 - « 27ème édition du BAROMÈTRE EDHEC – CADREMPLOI » - « Concernant leurs outils de recrutement, 45% des entreprises déclarent utiliser un cas pratique et 39% un test de personnalité dans leur procédures de recrutement de jeunes diplômés.