

Etude Avenir du Recrutement

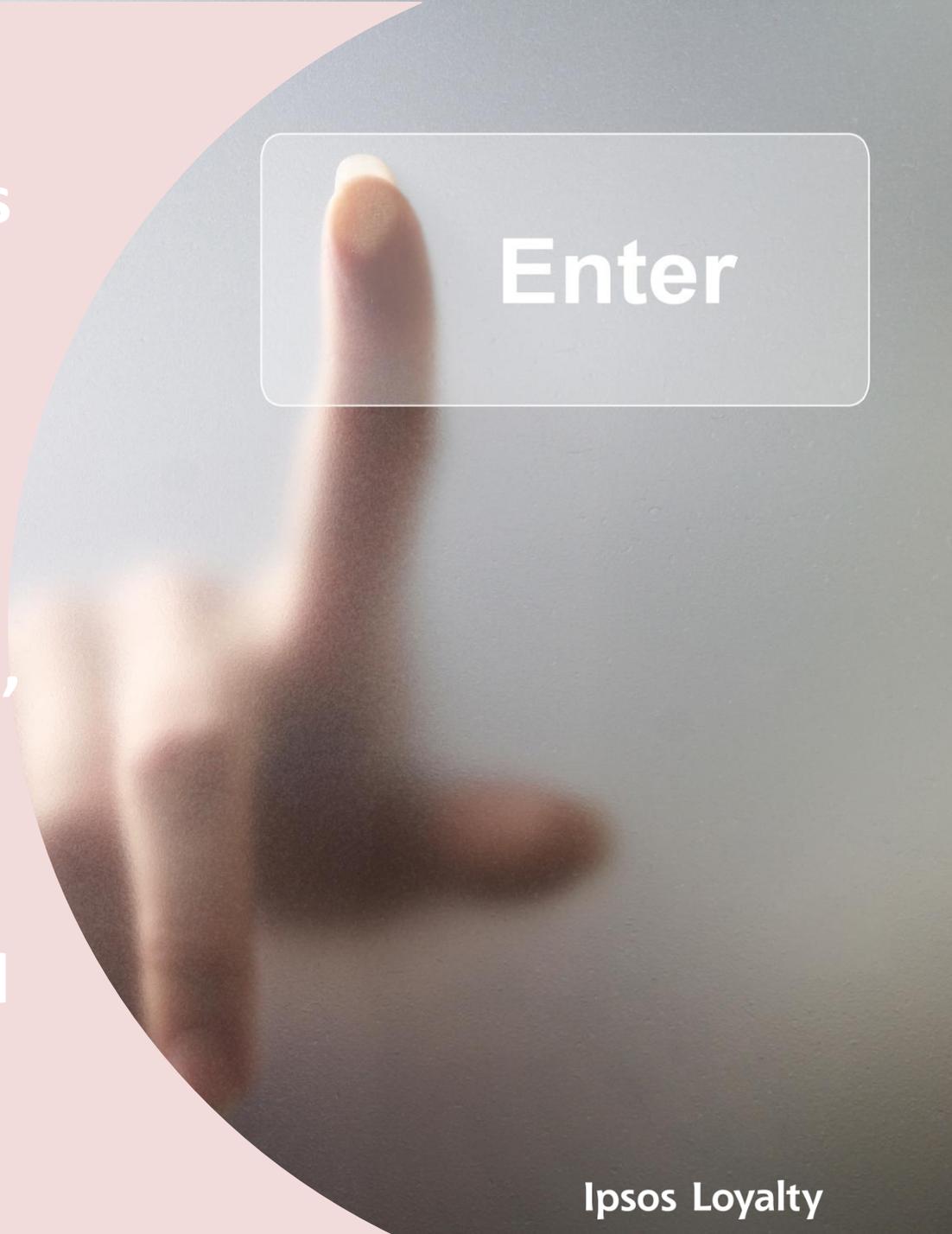
Octobre 2012



390 DRH et spécialistes du recrutement

représentant les secteurs suivants:

Grande distribution,
agro-alimentaire,
hôtellerie-restauration,
banque-assurance,
transports, énergie,
BTP, informatique,
industrie, santé, travail
temporaire, secteur
public et associatif



Enter

4% sans difficulté en matière de recrutement

Principales difficultés rencontrées:

- **N°1 = pénurie de candidats qualifiés (59%)**
- **N°2 = contraintes budgétaires (53%)**
- **N°3 = lenteur du process (25%)**

... puis déficit d'image et d'attractivité (localisation, secteur)

Note moyenne attribuée...

- aux pratiques de recrutement = **6,7/10**
- à l'image employeur = **6,3/10**
- à l'innovation dans le recrutement = **5,5/10**

Les points de consensus et paradoxes

autour des réseaux sociaux



Emergence des réseaux sociaux:

77% pensent que l'importance des **réseaux sociaux pro.** va augmenter dans les 5 prochaines années ; **54%** pour les **autres médias sociaux** (Facebook et Twitter)

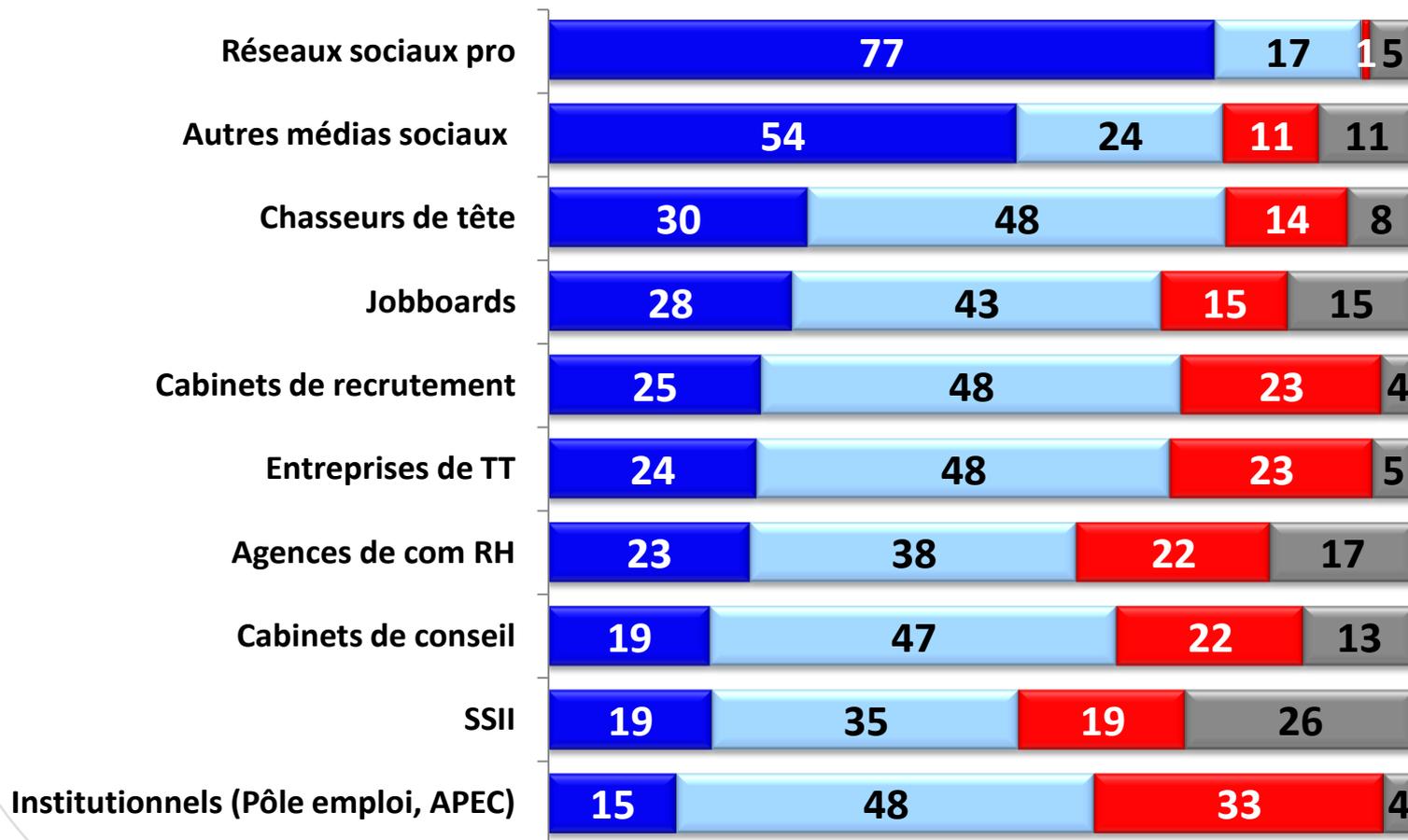
Mais anticipation d'une grande stabilité pour la plupart des acteurs du recrutement:

Env. 50% pensent que l'importance des cabinets de recrutement, des entreprises de travail temporaire, des jobboards, des chasseurs de têtes, des cabinets de conseil restera identique

Le détail des résultats

Comment va évoluer l'importance des acteurs du recrutement suivants dans les 5 prochaines années (%)

■ Augmenter ■ Rester stable ■ Diminuer ■ Ne sait pas



La question à

1 MILLION €

« Que feriez-vous si vous aviez ce budget à votre disposition ? »

Des réponses dominées par le offline

55% investiraient le million d'euros pour fidéliser leurs collaborateurs

49% développeraient des actions en direction des écoles et universités

36% réaliseraient une campagne de communication RH (Presse, TV, Radio)

Quid des réseaux sociaux?

27% animeraient des communautés sur tous les médias sociaux et **19%** recruteraient une équipe de community managers RH

Le détail des résultats

Que feriez-vous si vous aviez 1 million d'euros de budget
recrutement à votre disposition ? (3 réponses possibles, %)



Les points de consensus et paradoxes

autour des « collaborateurs
-ambassadeurs »



Importance croissante et impératif de transparence:

75% estiment que l'importance des salariés « en tant qu'ambassadeurs » va augmenter ou rester stable

96% sont partisans d'une transparence absolue sur la vie de l'entreprise pour attirer des candidats parfaitement en phase avec sa culture (*40% tout à fait d'accord*)

Mais très faible mise en pratique:

22% s'appuient sur l'intervention de collaborateurs sur les médias sociaux et **5%** sur les blogs de salariés pour développer leur visibilité online (loin derrière les sites carrière)

8% partagent en priorité des témoignages de collaborateurs avec les candidats potentiels (très loin derrière les valeurs)

L'avenir du recrutement

Quels mots décrivent le
mieux le recrutement
du futur ?



Adjectifs les plus cités:

1 répondant sur 2 choisit « multi-canal » dans la liste proposée

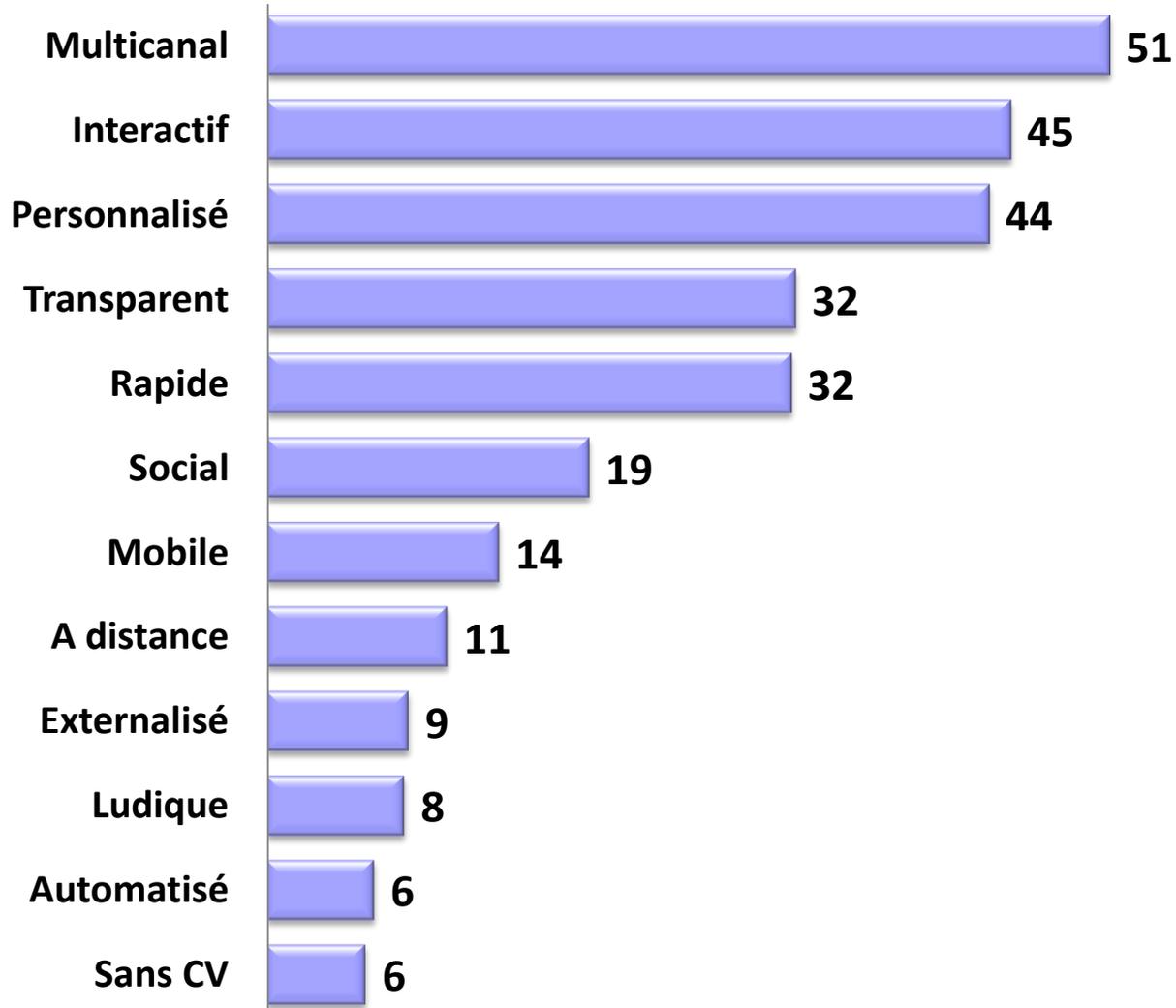
« Interactif » et « personnalisé » recueillent également plus de **40%** des citations

A contrario...

Les mots « sans CV », « automatisé », « ludique » et « externalisé » sont choisis par moins de **10%**

Le détail des résultats

Dans la liste suivante, quels mots décrivent le mieux le recrutement du futur ?
(3 réponses possibles, %)



Les meilleures pratiques

Utilisation du multi-canal:

Les recruteurs les plus satisfaits de leur image employeur (et de leurs pratiques) s'appuient **plus que la moyenne** sur les salons et actions campus (+7 pts), sur le online (+6 pts) et sur les médias traditionnels (+5 pts)

Pratiques spécifiques:

Ces recruteurs communiquent un peu plus sur les valeurs, les perspectives d'évolution et la vie quotidienne de l'entreprise

L'utilisation d'aucun outil ne se détache véritablement (pages carrières Facebook, chats, blogs, chaîne YouTube, compte Twitter, appli mobile...)

Focus sur le Rol

Le retour sur investissement du online

Niveau de satisfaction:

48% se déclarent « plutôt satisfaits » du retour sur investissement de leurs initiatives online, **4%** en sont « très satisfaits » (soit **1 répondant sur 2** au total)

17% n'ont pas d'indicateur de mesure du RoI, **9%** ne se prononcent pas sur cette question

Corrélations:

Avec la taille de l'entreprise: les **PME** sont les plus satisfaites (+12 pts / moyenne)

Avec le nombre d'années d'utilisation: le taux de satisfaction monte à **65%** pour ceux qui recrutent via les médias sociaux depuis plusieurs années (dont 10% très satisfaits)

En conclusion

La montée en puissance des réseaux sociaux professionnels et le rôle « d'ambassadeurs » des salariés se confirment...

... sans toutefois bouleverser à ce stade le paysage français du recrutement.

