

ENTREPRISES

Comment recruter à l'heure du digital

Le recrutement est un moment important dans la vie d'une entreprise : il est un des facteurs de prospérité économique. En soi processus bien défini, il prend, à l'heure du digital, de nouvelles formes.

Si les offres d'emploi classiques restent plébiscitées, une mutation s'est dessinée ces quinze dernières années en matière de recrutement notamment pour ce qui est des cadres. Et ce de par plusieurs facteurs.

D'abord la démarche des **recruteurs qui tendent à aller chercher leur futur collaborateur là où il se trouve** et non plus attendre des candidatures.

Puis les nouvelles habitudes des personnes à la recherche d'emploi (85% ont moins de 25 ans) qui utilisent une multiplicité de canaux digitaux d'information, y inscrivent leur démarche de recherche d'emploi et ce dans un contexte d'interactivité, d'immédiateté et de personnalisation. S'appuyant sur les réseaux sociaux, **ils s'attachent à se renseigner sur l'entreprise qu'ils ciblent ou qui les sollicite**, n'hésitant pas à entrer en contact avec les collaborateurs en poste (100% des salariés en poste

de moins de 25 ans sont sur Facebook).

Transparence des entreprises aussi !

« *L'impact de tout cela pour l'entreprise est important. Elle doit afficher la transparence la plus totale, communiquer sur ce qui la valorise, mettre en avant ses collaborateurs et surtout communiquer de la même manière et avec les mêmes outils* » devait expliquer Didier Tichewitch, consultant Relations Entreprises à l'Association Pour l'Emploi des Cadres lors de la conférence « Recruter de nouveaux talents à l'heure du digital, et grâce au dispositif ARDAN » organisée conjointement par cette association, l'Eurodev Center et le Cnam Grand Est.

C'est ainsi que s'est mis en place **un nouveau marketing en matière de ressources humaines fondé sur une stratégie de communication** par laquelle l'em-



De gauche à droite Guy Keckhut, Laurent Damiani, directeur d'Eurodev Center, Didier Tichewitch et Thierry Rouchon, responsable Apec pour la Région.

ployeur s'attache à attirer le candidat et une démarche de recrutement s'appuyant sur la segmentation (quel candidat avec quel profil pour quelles compétences ?) et le ciblage (où aller le chercher et comment le convaincre). Pour cela les sites carrières sont réinventés intégrant tous les possibles du digital (vidéos, 3D, médias sociaux...) : on met de la conversation dans les offres d'emploi sous forme de chat, d'interviews, on met en avant des collaborateurs de l'entreprise qui deviennent les ambassadeurs avec photo, CV... que l'on invite à contacter. On présente le process de recrute-

ment, les évolutions de carrière, on « coache » les candidats... Des recruteurs pratiquent la « gamification » en incluant dans leurs annonces des tests de personnalité ou de mise en situation sous forme de jeux qui vont leur permettre de déceler des compétences attendues. **Des applications spécifiques pour smartphone permettent des mises en relation directe entre recruteur et demandeurs d'emploi** (BOB Emploi, Kudoz...). Vision futuriste avec « data analyst » : on recrutera bientôt les talents en suivant toutes les activités en ligne de personnes ciblées. +

Jean-Marc LOUIS

EN MARGE

► Si la génération Z devrait connaître une douzaine d'emplois successifs dans son parcours professionnel, une autre forme de carrière professionnelle se dessine : celle qui conduit à exercer plusieurs métiers en même temps. Aux Etats-Unis déjà 46% des emplois sont assurés par des non salariés qui cumulent plusieurs activités. Compte tenu de l'évolution de l'activité économique et des techniques de production et de commercialisation l'expertise des compétences d'un cadre deviendra obsolète tous les deux ans. Les critères d'évaluation des compétences d'un cadre ne se situent plus exclusivement au niveau du diplôme mais aussi d'aptitudes intellectuelles (capacités



d'apprendre, de s'adapter, de résoudre des problèmes...), d'autres liées à la personnalité (affirmation et estime de soi, esprit d'ouverture, aptitude au travail en équipe. Critère fondamental : l'envie de s'impliquer et de s'engager dans une démarche exigeante.

Recruter avec le dispositif Ardan

En introduction à la conférence, Guy Keckhut, Directeur des Relations institutionnelles et des Territoires au Cnam, a redessiné les contours et les objectifs du dispositif Ardan porté par cette institution et la Région et renoué du fait la redéfinition territoriale. « Produit lorrain né de la crise économique et du chômage des cadres, le dispositif Ardan est une aide aux petites et moyennes entreprises pour formaliser un projet et mettre en parallèle un recrutement en vue de sa réalisation » devait expliquer le Directeur avant de détailler le dispositif. La personne recrutée, appelée « pilote de projet », suit durant six mois une formation professionnelle sur le terrain de l'entreprise assorti d'un crédit de formation personnelle. Contact : Laurent Damiani (Tél : 03 87 84 23 92) promoteur local du dispositif.