

## Management

### Recrutement : les entreprises, en retard sur les réseaux sociaux

Par **Julie Le Bolzer**, journaliste | 17/12/2013

**Adoptés par 62 % des candidats, les réseaux sociaux professionnels (RSP) doivent encore être "apprivoisés" par les recruteurs. Le recrutement 3.0 place la relation de recrutement sur un mode plus transparent et collaboratif.**



Crédits photo : Shutterstock

Même si l'histoire des réseaux sociaux professionnels (RSP) ne fait que débiter, les candidats se sont déjà largement appropriés cet outil, tant pour prospecter, que pour candidater. Une étude réalisée pour Viadeo et le syndicat professionnel des agences-conseils en communication pour l'emploi (ACCE) montre que les recruteurs ont effectivement pris de conscience de l'importance et de l'**efficacité des RSP pour chasser, sourcer, se constituer un vivier...** Néanmoins, leur utilisation n'est pas encore totalement entrée dans les mœurs. L'heure est à la réflexion : les organisations réfléchissent à la façon la plus efficiente d'utiliser ces nouveaux canaux.

### Les entreprises accusent un retard

« Les résultats de cette étude sont la démonstration du retard pris par les entreprises en terme de virage digital sur le plan RH, au moment où les citoyens font des réseaux sociaux un levier de démocratie directe, estime [Didier Pitelet, président de l'ACCE\\*\\*](#), et Olivier Fécherolle, Directeur Général Stratégie et Développement chez Viadeo. *Les réseaux sociaux sonnent le glas de la gestion des ressources humaines traditionnelle au profit d'un **management de la relation et de la réputation**. Mais ils posent comme postulat que l'entreprise développe en son sein une vraie culture digitale fondée sur le collaboratif et la transparence.* »

### Le partage d'expériences prime

Selon eux, « *communiquer à travers la valeur ajoutée humaine devient une priorité pour l'entreprise. Au même titre que le recrutement va devoir dépasser la simple lecture des compétences au profit de la personnalité des candidats* ». Les deux hommes poursuivent : « *Le défi pour l'employeur 3.0 n'est pas de mettre en ligne des offres d'emploi sur les réseaux*

*sociaux, mais bien de **partager des expériences professionnelles avec les internautes**, cela à partir d'un contenu maîtrisé et cohérent avec la stratégie Marque Employeur. »*

## **Qui cherche quoi ?**

Une majorité d'actifs se dit en quête d'un emploi. Les entreprises sont deux fois moins nombreuses à chercher des profils.

**Actifs\*\*\*** : 62 % des répondants se disent en recherche active d'un emploi ou en veille.

**Recruteurs** : 31 % des entreprises interrogées déclarent avoir des recrutements en cours ou à venir.

## **Qui utilise quoi ?**

On observe la même proportion d'actifs et de recruteurs qui sont inscrits sur les réseaux sociaux professionnels. Mais qui dit « inscrits », ne signifie pas forcément « utilisateurs »...

**Actifs** : 25 % des personnes sondées sont inscrits les réseaux sociaux professionnels (RSP).

**Recruteurs** : 26 % sont inscrits sur les RSP ; 21 % les utilisent, ; 8 % recrutent.

## **Qui utilise comment ?**

Par rapport aux recruteurs, les actifs sont des utilisateurs plus assidus des réseaux sociaux professionnels. En revanche, les deux populations utilisent les RSP dans le même but : se renseigner sur les organisations et/ou sur les profils.

**Actifs** : 59 % d'entre eux acceptent ou envoient des demandes de contacts ; 57 % consultent et/ou mettent à jour leur profil ; 51 % se renseignent sur des personnes (recruteurs, managers, confrères...).

**Recruteurs** : 45 % d'entre eux se renseignent sur de potentiels candidats ; 26 % mettent à jour leur propre profil ou la page de l'entreprise ; 24 % entrent en contact avec des membres.