

Une personne sur cinq utilise les réseaux sociaux lors de sa recherche d'emploi

Comment Facebook et consorts changent le paysage du recrutement suisse

Zurich, le 30 juin 2011 – Le 3^e Trend Report Online-Recruiting Suisse 2011 analyse les évolutions en matière de ressources humaines sur Internet. Cette étude, qui se base sur un questionnaire auquel ont répondu plus de 2200 personnes, a donné des résultats particulièrement intéressants: Les plateformes en ligne demeurent l'outil préféré des candidats. Les réseaux sociaux sont utilisés de manière croissante. Les entreprises choisissent également de plus en plus de canaux alternatifs pour leur recherche de personnel. Si les réseaux sociaux ont élargi l'éventail des possibilités, ils ont aussi créé de nouveaux enjeux. En effet, l'e-réputation a une importance grandissante pour les candidats et les employeurs.

Internet est devenu quasiment incontournable dans tout processus de recrutement. Les bourses d'emploi en ligne ont été le premier instrument disponible sur Internet et restent, avec 89%, l'instrument préféré de tous les Suisses. En revanche, étonnamment, en Suisse romande, on tend à préférer les annonces dans la presse aux plate-formes en ligne. Au niveau national, la presse occupe la deuxième place suivie par les contacts personnels et les sites Internet des entreprises. Avec l'essor des réseaux sociaux, le paysage du recrutement suisse a amorcé un virage. Tandis que toutes les autres plateformes présentent une tendance à la baisse par rapport à l'année précédente, les réseaux sociaux ont largement progressé.

Forte progression de la recherche d'emploi à travers les réseaux sociaux

Le 3^e Trend Report révèle que les candidats ont de plus en plus recours au Web 2.0 pour chercher un poste. Une personne sur cinq utilise les réseaux sociaux pour trouver un emploi. En Suisse alémanique, Xing a une avance incontestable: 78% des sondés suisses allemands l'utilisent pour leurs recherches. Facebook occupe la deuxième place avec 41% et LinkedIn est utilisé par 27% des sondés. Chez les Suisses romands, c'est un tout autre tableau. Ils préfèrent utiliser Facebook, qui, avec 80%, occupe le premier rang, suivi de LinkedIn avec 42%, seuls 13% utilisant Xing. Ces différences de popularité des réseaux sociaux n'étonnent guère, Xing étant finalement surtout connu dans le monde germanophone, alors que LinkedIn et Facebook sont largement plus répandus à l'international et au-delà des frontières linguistiques. Du côté des employeurs les réseaux sociaux sont également très utilisés. 28% (contre 16% l'année précédente) des entreprises sondées utilisent les réseaux sociaux pour publier leurs offres. Le degré d'utilisation varie cependant encore fortement. Si quelques rares employeurs se servent de manière très professionnelle de l'ensemble de la gamme d'outils, d'autres ne recourent encore que de manière sélective à certains instruments.

Beaucoup de potentiel inexploité sur le Web 2.0

Nous avons régulièrement constaté au cours des dernières années qu'il y avait en Suisse relativement peu d'innovation et de surprise en matière de recrutement. Les offres d'emploi sont ainsi publiées là où on les attend. Les entreprises pourraient pourtant aisément se démarquer grâce à un placement original (par le biais de publicités Facebook, de bannières publicitaires, d'annonces sur des blogs, de spots IPTV, etc.) et toucher ainsi des personnes qui ne recherchent peut-être pas activement un emploi. La situation a toutefois changé depuis l'enquête de l'année passée. Le nombre de personnes qui ont déjà vu une offre d'emploi à un endroit inattendu a doublé depuis l'année dernière en passant de 6 à 12%. Facebook offre un vaste potentiel pour le recrutement. Si ce site est encore largement considéré par les entreprises comme un réseau de divertissement, il semble que les candidats sont quant à eux plus ouverts au fait d'y trouver des offres d'emploi. Les entreprises font preuve de réticence et se refusent encore à publier leurs annonces via cette plateforme.

L'e-réputation est primordiale pour les candidats

À l'ère d'Internet, l'e-réputation personnelle a de plus en plus d'impact. Les utilisateurs d'Internet savent que les contenus en ligne publiés (comme des photos, des vidéos) arrivent en tête des résultats lorsqu'on entre leur nom dans les moteurs de recherche. Les utilisateurs vérifient donc ponctuellement leur e-réputation en entrant leur nom dans Google. Les employeurs prêtent également une attention toute particulière à l'e-réputation des candidats: 72% utilisent des moteurs de recherche pour se renseigner sur un candidat. Un employeur sur quatre a déjà rejeté une candidature en raison de résultats négatifs obtenus lors de la vérification en ligne. Toutefois, très peu d'entreprises se préoccupent de leur propre réputation en ligne. Près d'une entreprise sur deux ne s'y intéresse pas du tout. Cette insouciance peut s'expliquer par la sous-estimation de l'impact des informations publiées par des sources externes. Beaucoup d'entreprises considèrent les informations qu'ils publient eux-mêmes comme bien plus importantes que celles publiées par des sources externes. Cette question a une fois encore mis en lumière de nettes différences entre les participants de Suisse romande et ceux de Suisse alémanique. Tandis que les seconds considèrent les informations qu'ils publient eux-mêmes comme bien plus importantes que celles publiées par des sources externes, les premiers les jugent équivalentes.

Le recrutement mobile est-il la prochaine tendance ?

Le recrutement mobile pourrait devenir la prochaine tendance lourde dans les ressources humaines. Du point de vue technique, rien ne fait obstacle au recrutement par le biais des téléphones portables. Au contraire: la diffusion de plus en plus importante des smartphones joue en faveur d'une utilisation grandissante du recrutement par ce biais. L'intérêt des entreprises pour ce sujet va grandissant. 6% des sondés en ont déjà fait l'expérience et 17% des entreprises (année précédente:13%) se penchent sur les nouvelles possibilités et peuvent s'imaginer communiquer par ce média à l'avenir.

Vous pouvez commander l'étude intégrale, incluant tous les résultats et les graphiques correspondants pour 85 CHF TTC, frais de port inclus, en version PDF ou papier en adressant un courriel à info@prospective.ch.

Pour plus d'informations :

Christina Wettstein
Service médias
Prospective Media Services AG
Tél.: 043 499 50 00
E-mail: christina.wettstein@richterich-partner.ch

À propos de Prospective Media Services

Prospective Media Services AG est une société expérimentée spécialisée dans l'insertion d'annonces, le marketing des ressources humaines et les solutions d'e-recrutement. En tant qu'unique agence indépendante suisse se concentrant sur le management de l'insertion d'annonces, le conseil et ayant développé son propre outil d'insertion, Prospective est l'interlocuteur neutre pour vos insertions d'annonce dans les médias. Avec plus de 1 000 titres de presse et 320 plateformes en ligne, Prospective dispose d'une des plus grandes banques de données média du marché. Les entreprises qui font confiance à son savoir-faire profitent de son expérience reconnue en marketing RH. Prospective accompagne ses clients dans la conception et la mise en place de stratégies de marketing RH, de recrutement médias sociaux et d'employer branding. Prospective dispose de ses propres outils d'e-recrutement comme Jobcenter et d'interfaces sur des systèmes de recrutement, ce qui facilite la transparence et l'indépendance du management de l'insertion d'annonces. Xing, Facebook ou son site Careersite peuvent être gérés depuis Jobcenter. Prospective emploie aujourd'hui 31 personnes et compte certaines des entreprises suisses et internationales les plus renommées parmi ses clients. Plus d'informations sur www.prospective.ch et www.blog.prospective.ch.