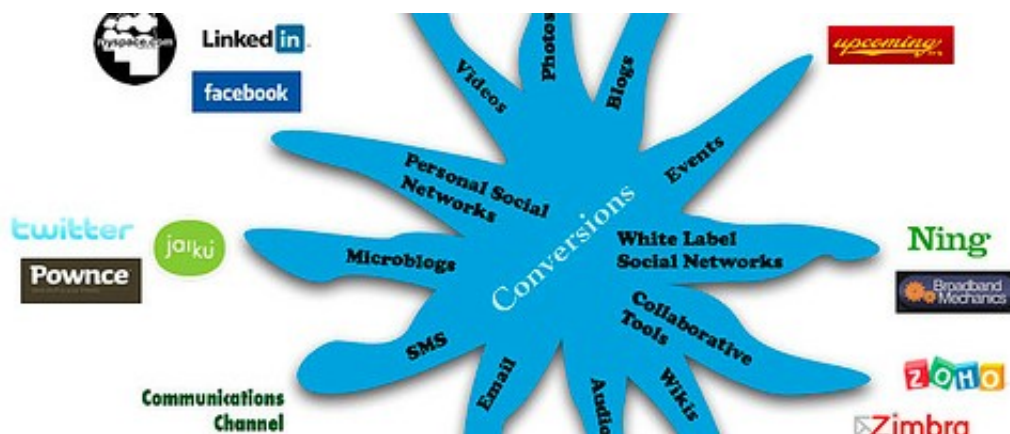


Les réseaux sociaux, des canaux de recrutement pertinents ?

Author : christophe-ramain



« MySpace, c'est le bar, Facebook, c'est le barbecue au fond du jardin, et LinkedIn, c'est le bureau. »

Reid Hoffman, fondateur du réseau LinkedIn.

Les réseaux sociaux sont multiples et sont devenus des outils incontournables de mise en relation entre les individus et entre les entreprises et les individus. Nombreuses sont les entreprises à avoir un compte Twitter ou une fan page sur Facebook, mais ces outils sont encore peu exploités à des fins de recrutement.

Les entreprises françaises considèrent peu à peu les médias sociaux comme des outils pouvant être intégrés à une stratégie globale de communication mais la notion de marque employeur reste relativement sous estimée, notamment par les PME. La conférence sur le recrutement par les médias sociaux qui s'est tenue le 24 novembre dernier met en lumière la prééminence canaux de recrutement traditionnels (job-boards et CVthèque) dans la stratégie de recrutement des entreprises au détriment des média sociaux. Viadeo, LinkedIn, Twitter ou Facebook représentent pourtant une source inépuisable et bon marché de contacts potentiels pour un recruteur mais les outils à disposition de ces professionnels restent relativement peu exploités.

Viadeo, LinkedIn et consorts mettent depuis peu en place des API qui permettent aux logiciels de recrutement d'exploiter ce formidable vivier. Des moteurs de recherche permettant de cibler

des candidats potentiels en fonction de leur expérience ou leur formation sont intégrés aux solutions de gestion des candidatures. Ces outils sont reliés en temps réel aux bases de données des sites de networking.

On peut donc légitimement se demander quels sont les freins à l'utilisation de ces médias dans la stratégie de recrutement des cabinets et des entreprises ?

La versatilité et la pertinence de l'information restent sans aucun doute un des obstacles à l'utilisation de ces médias comme source principale de recrutement. Il ressort de la conférence de novembre que les CVthèques restent la source de recrutement favorite des recruteurs, les réseaux sociaux viennent en complément d'enquête ou pour vérifier la réputation des candidats. Cette conclusion met en avant l'importance de l'e-réputation et du personal branding pour les personnes en veille professionnelle ou en recherche d'emploi.



Certains cabinets lancent donc eux même leur propre site de réseau professionnel afin de recueillir et conserver les informations qui leur semblent pertinentes sur les profils des utilisateurs plutôt qu'aller les chercher sur les plateformes existantes.

Le cabinet de recrutement Piana RH a récemment mis en ligne la plateforme PianéoJobs en lien avec son outil de gestion des candidatures pour la gestion de la CV thèque.

Va-t-on vers le développement de réseaux sociaux professionnels multiples ? L'engouement des entreprises à l'égard des réseaux sociaux va-t-il se développer ou au contraire péricliter ? Selon une étude menée par RégionJob en 2011, 36% des candidats interrogés utilisent les réseaux sociaux dans leur recherche d'emploi et 57% considèrent qu'ils vont prendre de plus en plus de place dans le développement de leur carrière. Les entreprises semblent donc avoir tout intérêt à développer leur stratégie de recrutement digitale afin détecter les talents dont elle ne saurait se passer pour les années à venir.

Sources :

MyRHline, Région Job.

Crédit image :

<http://blogs.ecoles-idrac.com/>