



Les réseaux sociaux sont-ils rentables en matière de recrutement ?

Une étude paneuropéenne de StepStone

**Réseaux sociaux et recrutement
Qu'en est-il de leur utilisation et de leur rentabilité ?**

Rapport 2010

Table des matières

A propos de l'étude.....	3
1. Utilisation des réseaux sociaux par les personnes en recherche d'emploi.....	4
2. Adoption et utilisation des réseaux sociaux au sein des entreprises.....	5
3. Utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement.....	8
4. Taux de rendement des réseaux sociaux en matière de recrutement.....	10
5. Les réseaux sociaux resteront-ils un moyen de recrutement ?	12
6. Conclusion	13
Utilisez efficacement les réseaux sociaux pour recruter.....	14
A propos de StepStone	15

C'est incontestable : l'importance d'Internet en tant que plateforme mondiale pour le « réseautage » et la communication a considérablement augmenté ces dernières années tant sur le plan professionnel que privé. Les réseaux sociaux ont joué un rôle primordial dans cette évolution.

Les réseaux sociaux accueillent chaque jour de nouveaux membres qui s'inscrivent pour interagir, partager, trouver et être trouvé. Avec des millions de profils accessibles pour rien ou presque rien, ces bases de données constituent une opportunité en or pour les recruteurs. Mais combien d'entreprises utilisent réellement les réseaux sociaux pour recruter ? Cette approche est-elle efficace ? Les réseaux sociaux sont-ils destinés à perdurer ou s'agit-il uniquement d'une tendance vouée à disparaître ?

Ce rapport fournit quelques éléments de réponses sur l'utilisation de ce moyen de communication au sein du secteur des ressources humaines.

A propos de l'étude

Ce rapport se base sur les résultats d'une étude en ligne menée par StepStone en mars et en avril 2010 dans 8 pays européens : l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, le Danemark, la France, la Norvège, les Pays-Bas et la Suède.

Le but de cette étude était de récolter des données et des statistiques récentes sur l'impact et l'influence des réseaux sociaux dans le recrutement. A cette fin, environ 4 000 réponses ont été collectées de la part de 3 116 candidats et 837 entreprises.

Au sein des entreprises, la plupart des personnes interrogées sont des responsables RH et des recruteurs, mais aussi des cadres généralistes assumant diverses responsabilités, notamment dans les ressources humaines (18 %). Parmi les candidats participants, la grande majorité cherche activement ou passivement un emploi.

Cette étude des réseaux sociaux se focalise sur l'expérience des entreprises et des candidats, avec des questions concernant le taux de pénétration en général et dans le cadre du recrutement, mais aussi l'interaction entre candidats et entreprises, ainsi que l'utilisation future des réseaux sociaux.

3 953

3 116 personnes en recherche d'emploi et 837 entreprises de 8 pays européens ont participé à ce sondage en ligne mené par StepStone.

1. Utilisation des réseaux sociaux par les personnes en recherche d'emploi

Plus un divertissement qu'un outil de recherche d'emploi

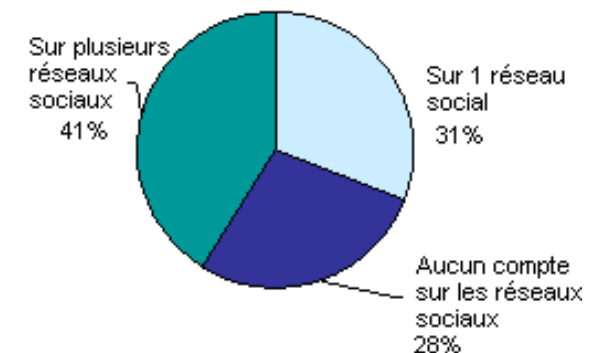
71% des candidats interrogés (essentiellement des utilisateurs de sites d'emploi) ont déclaré disposer au moins d'un compte sur un réseau social.

Cependant, les adeptes des réseaux sociaux n'assurent pas toujours la mise à jour de leur profil :
30% affirment ne pas mettre à jour leur profil dont 15,5 % disent ne plus l'utiliser.

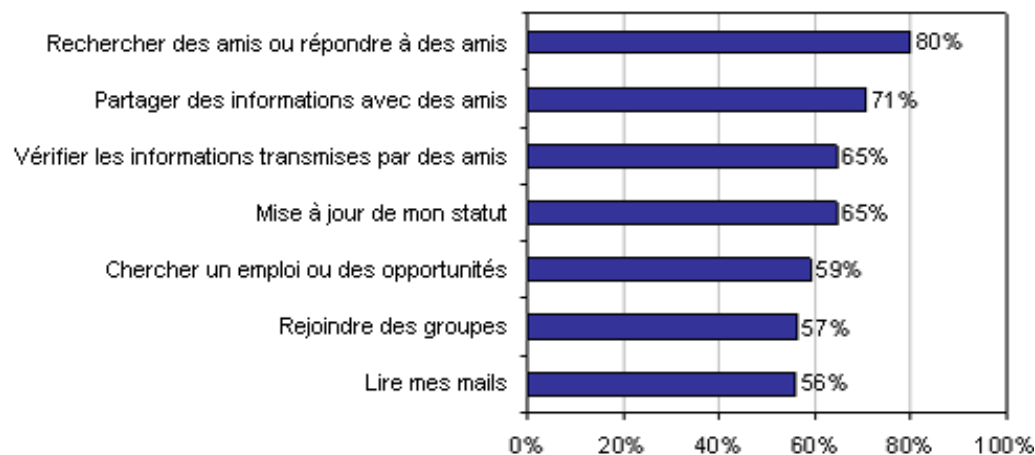
91% des utilisateurs sont présents sur les réseaux sociaux à des fins personnelles, par exemple pour communiquer et renouer des liens avec des amis ou partager des informations avec eux.

59 % des chercheurs d'emploi les utilisent à des fins professionnelles, notamment pour chercher un emploi.

Possédez-vous un compte sur un ou plusieurs réseaux sociaux ?



Principales utilisations privées des réseaux sociaux



Principales utilisations professionnelles des réseaux sociaux



2. Adoption et utilisation des réseaux sociaux au sein des entreprises

▪ Les réseaux sociaux ont la côte auprès des entreprises travaillant dans les RH

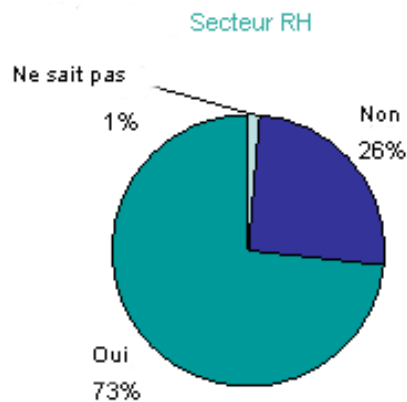
Environ la moitié (46,6 %) des entreprises participantes, tous secteurs confondus, sont présentes sur les réseaux sociaux.

Si l'on regarde d'un peu plus près, l'adhésion des réseaux sociaux par les entreprises du secteur RH est supérieure aux autres entreprises en général : plus de 73 % des entreprises travaillant dans les RH utilisent les réseaux sociaux.

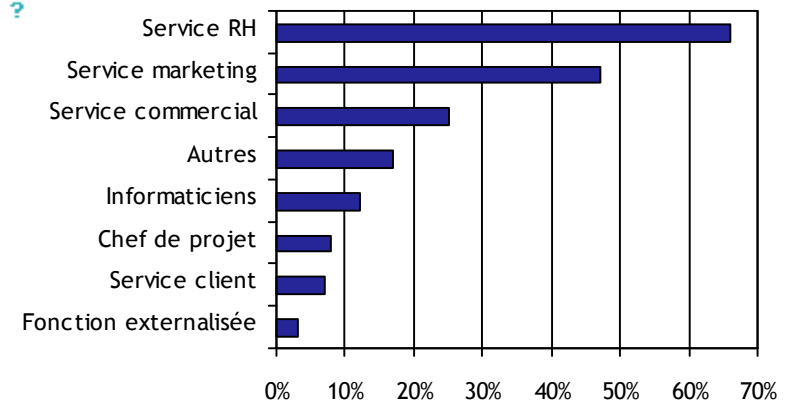
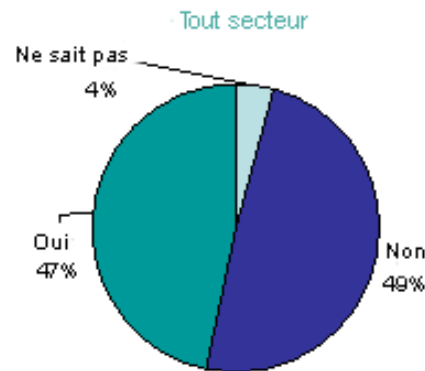
Les responsables de projet utilisant les réseaux sociaux travaillent essentiellement dans les RH ; viennent ensuite les services marketing et commercial.

Qui utilise les réseaux sociaux dans l'entreprise ?

Votre société utilise-t-elle les réseaux sociaux ?



Votre société utilise-t-elle les réseaux sociaux ?



2. Adoption et utilisation des réseaux sociaux au sein des entreprises

▪ Les réseaux sociaux entraînent des divergences d'opinion

Parmi les utilisateurs des réseaux sociaux en entreprise, **64,1 % indiquent qu'ils y sont présents parce qu'il s'agit d'une méthode de communication à la mode.**

Le faible coût représente une autre raison d'employer les réseaux sociaux : 63,6 % des répondants utilisent un réseau social parce qu'il s'agit d'un moyen de communication peu coûteux. 23% ne font que tester les réseaux sociaux.

Plus de la moitié des entreprises participantes ne sont pas représentées sur les réseaux sociaux. Parmi elles, 58 % affirment ne pas les utiliser parce que cela ne fait pas partie de leur stratégie de communication.

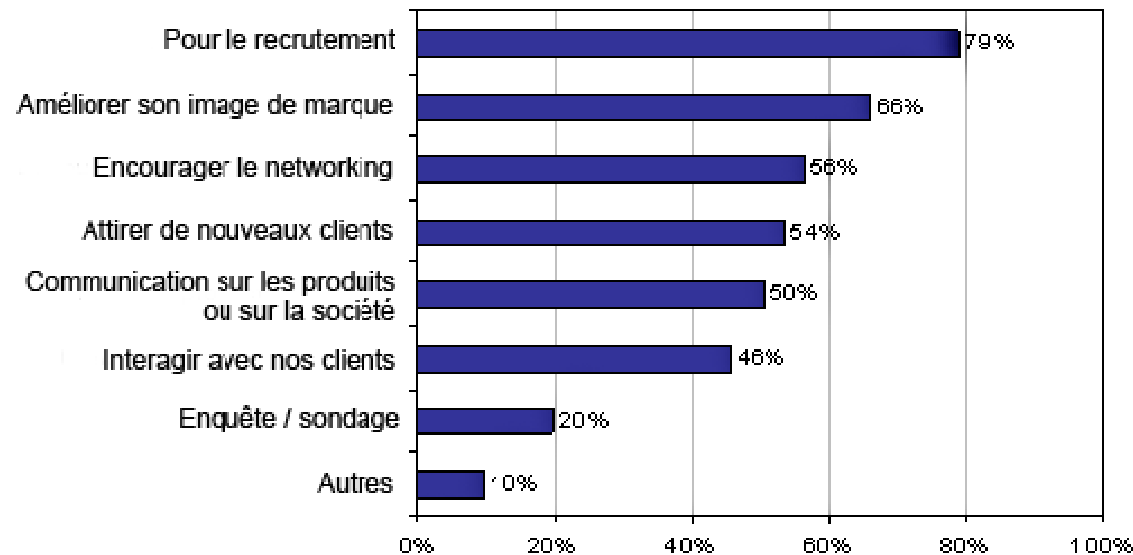
Les autres raisons citées sont : le manque de connaissances et d'expérience (52 %) et la crainte que ces sites soient trop publics et trop difficiles à contrôler (44 %). 28% trouvent que cela prend trop de temps, alors que 5 % des participants ont testé les réseaux sociaux avant d'interrompre le projet.

2. Adoption et utilisation des réseaux sociaux au sein des entreprises

- **Les réseaux sociaux sont utilisés pour recruter**

Lorsqu'on leur demande les principales raisons pour lesquelles elles utilisent les réseaux sociaux, la plupart des entreprises participantes mentionnent le recrutement (79 %). L'amélioration de la notoriété de la marque (66 %) et l'encouragement du réseautage (56 %) figurent également dans la liste des motivations importantes. Viennent ensuite l'attrait des nouveaux clients (54 %) et la diffusion d'actualités sur les nouveaux produits et l'entreprise (50 %).

Dans quel but les entreprises utilisent-elles les réseaux sociaux ?



3. Utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement

▪ Les entreprises recherchent et examinent les candidats

La plupart des recruteurs utilisent les réseaux sociaux pour la recherche de nouveaux employés (73 %) et pour effectuer des contrôles sur les profils des candidats (71 %).

La publication d'un profil d'entreprise sur les réseaux sociaux est une étape basique. Pourtant, seulement 61 % des sociétés le font. Poster des offres d'emploi arrive en 5ème position, derrière les échanges avec les candidats.

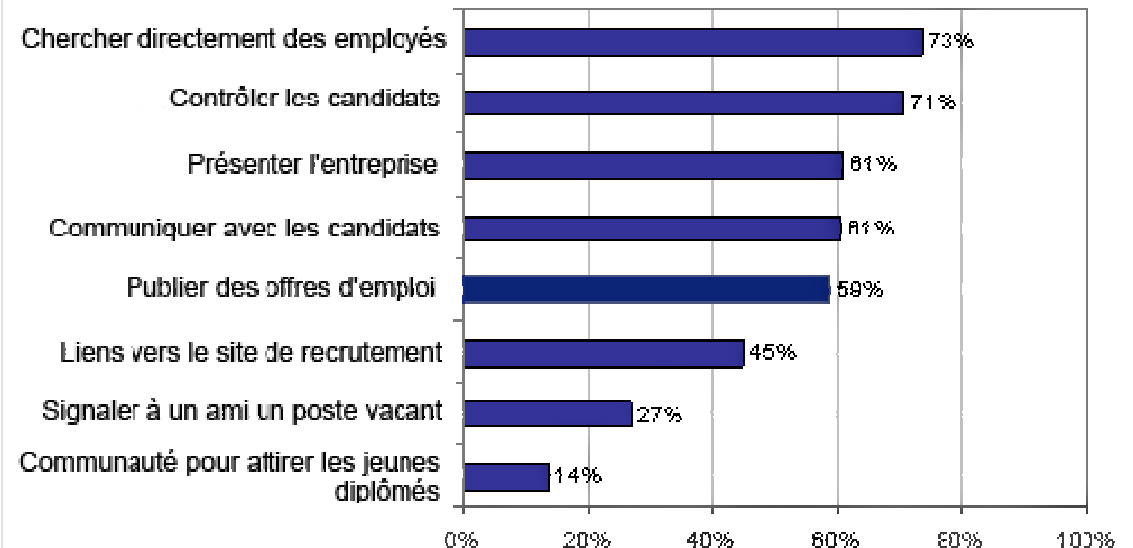
Bien que 73 % des entreprises effectuent des recherches directement sur les réseaux sociaux, seulement 54 % des chercheurs d'emploi sont convaincus que les recruteurs consultent leur profil.

60% des personnes en recherche d'emploi ne se réjouissent pas à l'idée que les recruteurs puissent les épier via Internet, surtout lorsque les données sont privées.

31% des candidats modifieraient leur profil s'ils se doutaient qu'il allait être consulté.

59% des sociétés utilisent les réseaux sociaux pour poster des offres d'emploi alors qu'uniquement 22 % des chercheurs d'emploi répondent aux offres d'emploi postées sur un réseau social.

Comment votre entreprise utilise-t-elle les réseaux sociaux pour le recrutement ?



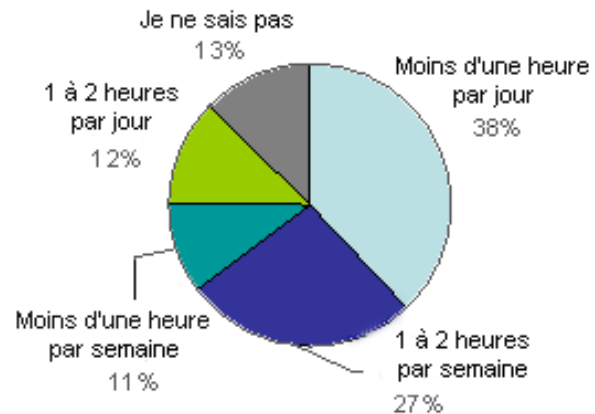
3. Utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement

- Le secteur des RH est plus impliqué

L'utilisation des réseaux sociaux par le secteur RH diffère des autres secteurs. Les entreprises actives dans les RH utilisent les réseaux sociaux quotidiennement ou au moins une fois par semaine, alors que l'utilisation est bien inférieure dans les autres entreprises.

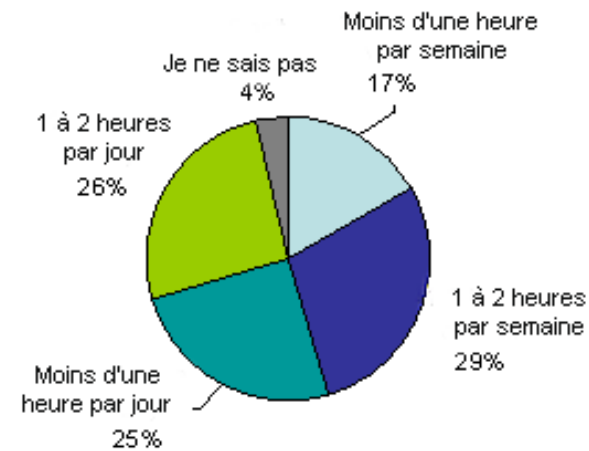
Temps consacré aux réseaux sociaux

Hors sociétés spécialisées dans les RH



Temps consacré aux réseaux sociaux

Sociétés spécialisées dans les RH



4. Taux de rendement des réseaux sociaux en matière de recrutement

▪ Evaluation globale du retour sur investissement

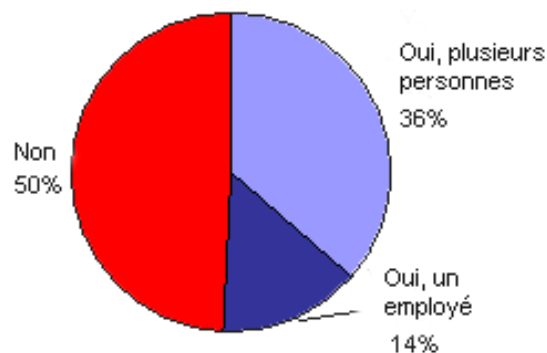
Une opinion partagée : la moitié des entreprises ayant utilisé les réseaux sociaux pour le recrutement affirme avoir trouvé leurs employés par ce biais alors que l'autre moitié n'a pu trouver personne.

Un investissement en termes de temps et de suivi est nécessaire pour obtenir des résultats, conformément à la règle « on a rien sans rien ».

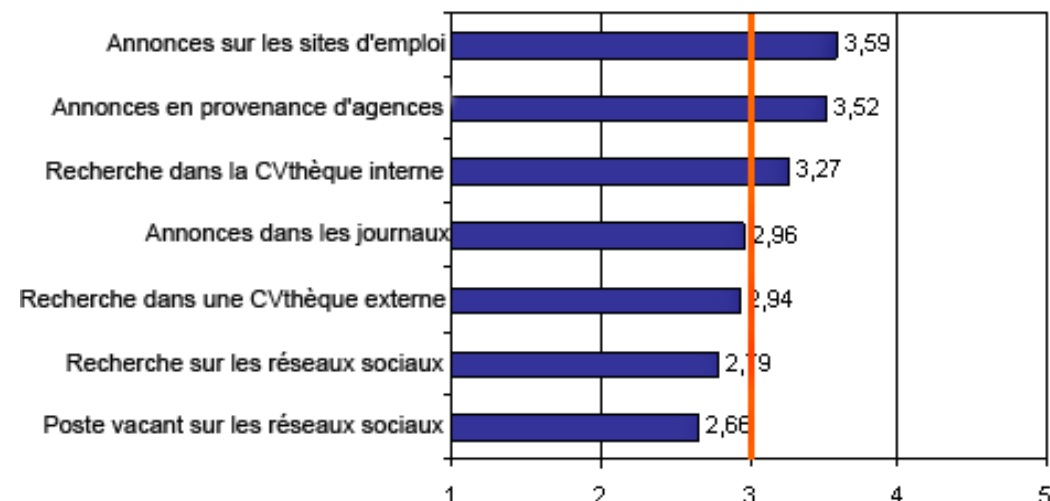
Les utilisateurs journaliers ont un taux de réussite 50 % supérieur par rapport aux recruteurs utilisant les réseaux sociaux une fois par semaine uniquement. 17% des utilisateurs des réseaux sociaux en entreprise en font usage une à deux heures par jour.

Dans l'ensemble, les sites d'emploi arrivent en tête pour le recrutement, suivis par les cabinets de recrutement, et en troisième position les CVthèques.

Avez-vous déjà recruté à l'aide d'un réseaux social ?



Evaluation en termes de résultats du recrutement



4. Taux de rendement des réseaux sociaux en matière de recrutement

■ Quantité et qualité des candidats

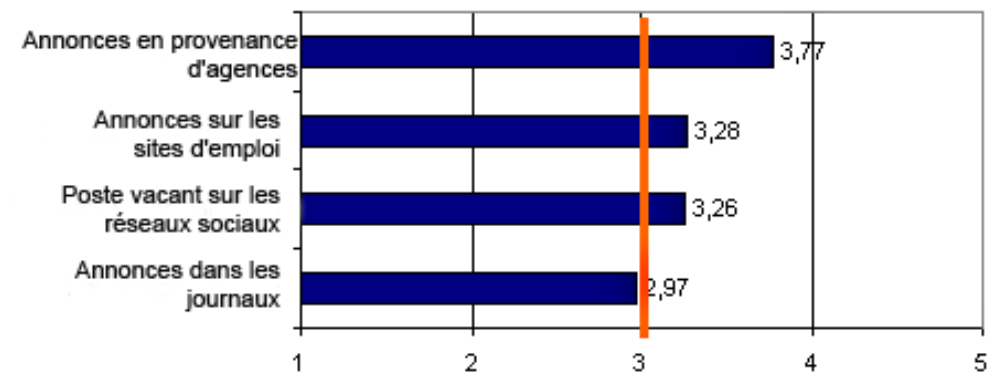
La quantité et la qualité sont 2 critères pour mesurer l'efficacité d'un canal en termes de recrutement. **Les réseaux sociaux se placent derrière les cabinets et les sites d'emploi.** Cependant, ils se placent devant les annonces publiées dans les journaux.

En termes de qualité des candidats, les cabinets de recrutement occupent la tête de liste. Ce n'est pas une surprise puisque leur méthode consiste à fournir une sélection de candidats. Les sites d'emploi occupent la deuxième place. Ils sont suivis par les réseaux sociaux. Les journaux arrivent en dernier.

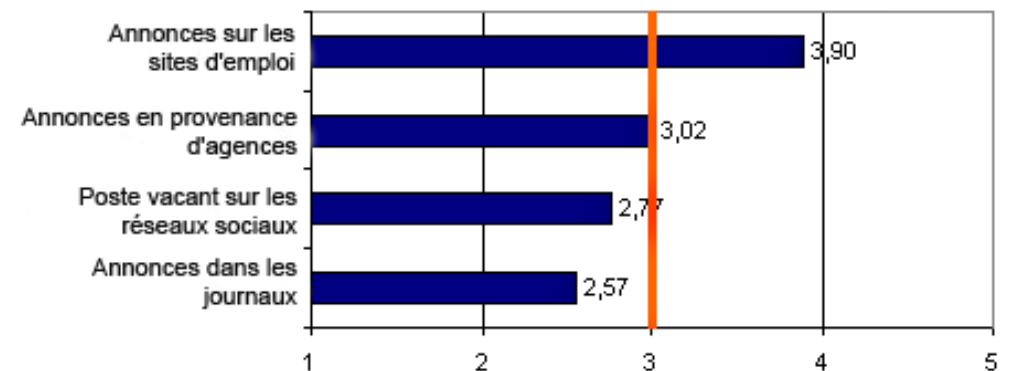
Le sondage n'a pas tenu compte des filtres disponibles sur les sites d'emploi, qui permettent pourtant d'éliminer des candidats inadaptés dès les premières étapes de la sélection et de produire de meilleurs résultats en termes de qualité des candidats.

Les sites d'emploi sont loin devant d'un point de vue quantitatif. Les cabinets enregistrent un meilleur score par rapport aux réseaux sociaux alors que les annonces publiées dans les journaux arrivent en dernière position.

Qualité du candidat



Volume de candidats



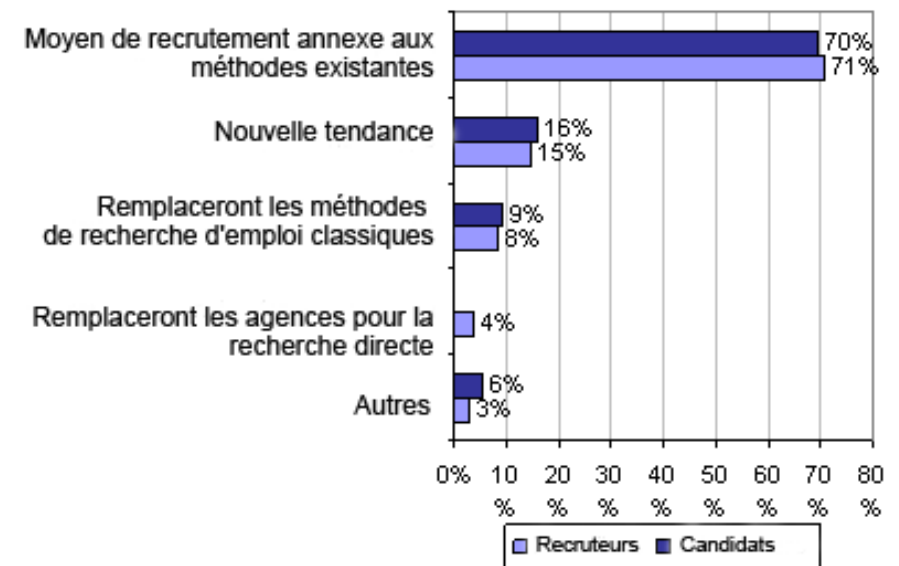
5. Les réseaux sociaux resteront-ils un moyen de recrutement ?

- **Un complément plus qu'un remplacement**

Si l'on évoque l'avenir des réseaux sociaux en termes de recrutement, le sondage montre que les recruteurs et les chercheurs d'emploi sont du même avis : les réseaux sociaux complètent les stratégies déjà existantes, sans pour autant les remplacer.

Environ deux tiers des entreprises et des candidats partagent cet avis, alors qu'au moins 15 % d'entre eux trouvent que les réseaux sociaux ne sont qu'un engouement. Quelques participants (moins de 10 %) pensent que les réseaux sociaux remplaceront les techniques classiques de recherche d'emploi.

Rôle futur des réseaux sociaux dans le recrutement



6. Conclusion

Globalement, les réseaux sociaux semblent être considérés comme un moyen de recrutement complémentaire, avec ses forces et ses faiblesses. En comparaison aux mondes virtuels tels que Second Life, les réseaux sociaux offrent davantage de valeur et de substance.

Cependant, les réseaux sociaux n'occupent pas la tête du classement lorsqu'il s'agit de fournir des candidats. Dans le classement général des méthodes de recrutement, les sites d'emploi ont la côte puisqu'ils offrent le meilleur rapport qualité/prix.

Les candidats expriment certaines objections quant à l'utilisation des réseaux sociaux lors du recrutement, notamment le manque de contrôle et l'absence de frontière entre vie privée et vie professionnelle.

Ils semblent considérer les réseaux sociaux essentiellement comme une plateforme destinée à la communication privée. Les recruteurs doivent donc être proactifs s'ils comptent atteindre leurs cibles via les réseaux sociaux.

La stratégie de votre entreprise inclue-t-elle les réseaux sociaux ?

Pour définir votre approche, vous devrez établir où se situe votre cible et comment l'atteindre efficacement. Lorsque vous optimisez votre budget recrutement, il est important de savoir que les coûts propres à l'utilisation des réseaux sociaux ne se limitent pas à des dépenses : vous devrez aussi tenir compte du temps que vous devrez y consacrer.

- **Commencez par envisager le résultat escompté.** Ne vous contentez pas de suivre la tendance : définissez des objectifs clairs. Sans une stratégie et des objectifs bien définis, l'entreprise ne pourra pas évaluer les résultats propres à sa présence sur les réseaux sociaux. Rappelez-vous, d'après notre sondage, 50 % des entreprises utilisant les réseaux sociaux n'ont pas trouvé un seul candidat par ce mode.
- **Mesurez le ROI.** Les résultats en matière de recrutement tels que la quantité et la qualité sont des paramètres quantifiables qui doivent être pris en compte. Sachez que les réseaux sociaux exigent beaucoup de temps en termes de recherche et de maintenance.
- **Ecoutez et apprenez.** Ne vous précipitez pas : prenez le temps de découvrir les plateformes qui vous intéressent. Commencez par exemple par vous inscrire sur un ou deux comptes personnels ou consultez les livres blancs. Observez comment les utilisateurs interagissent. Les réseaux sociaux visent à établir des rapports de qualité et rester à l'écoute.
- **Allez là où se trouve votre cible.** Passez du temps là où vous êtes susceptibles de trouver des gens qui s'intéressent à votre entreprise. Visez les sites et les groupes de réseaux sociaux adaptés.
- **Obtenez des résultats.** Votre objectif principal est de faire en sorte que votre entreprise engage le meilleur personnel. Faites des coûts et de l'efficacité vos priorités. Veillez à vous concentrer sur les méthodes de recrutement qui vous procurent les meilleurs candidats et le meilleur taux de rendement sur l'investissement.
- **Respectez la confidentialité des chercheurs d'emploi.** Veillez à respecter les normes légales en matière de recherches sur les candidats potentiels. Même si les sources sont gratuites et disponibles, cela ne veut pas forcément dire que vous pouvez les utiliser comme critères de recrutement.
- **Consacrez-y du temps.** Vous devez faire preuve de rigueur pour exploiter les réseaux sociaux. Le temps représente une dépense cachée qui est souvent négligée dans les projets propres aux réseaux sociaux. Si vous ne comptez pas investir régulièrement le temps nécessaire, il est inutile de commencer.
- **Différentes règles de communication sont à appliquer.** La stratégie de push marketing ne fonctionne pas sur les réseaux sociaux puisque son but consiste à engager des conversations réelles.

Veillez à respecter l'étiquette propre aux échanges sur les réseaux sociaux et définissez vos propres lignes de conduite, et votre propre politique afin d'éviter les erreurs. Une mauvaise approche dans ce domaine peut être lourde de conséquences. Evitez de submerger les utilisateurs de courriels. Respectez vos rapports et soyez vrais.



A propos de StepStone

Fondé en 1996, StepStone est l'un des leaders européens du recrutement en ligne. Ses sites d'emploi, présents dans plusieurs pays, génèrent 9 millions de visites et proposent plus de 70 000 offres d'emploi par mois. Ils ont pour objectif de trouver les candidats les plus adaptés aux attentes des entreprises et inversement. StepStone emploie environ 400 personnes dans 11 pays, qui s'attachent à fournir la meilleure qualité de service à une clientèle mondiale. Plus de 16 000 entreprises de renom, telles que PSA Peugeot Citroën, KFC, Carrefour, Siemens et Deloitte lui font confiance pour le recrutement d'employés et de cadres qualifiés, dans 11 pays d'Europe.

En France, StepStone compte 7 sites d'emploi (admincompta.fr, jobingenieur.com, jobtech.fr, marketvente.fr, sourcea.fr, stepstone.fr et technicien.com), et représente un volume de plus de 17 000 offres d'emploi. Un réseau social dédié aux ingénieurs (reseau-ingenieurs.com), et un service de micro-blogging emploi permettant aux recruteurs de partager leurs annonces sur Twitter (TwitEmploi.fr), complètent cette offre.

Depuis novembre 2009, StepStone est une filiale en propriété exclusive de la société berlinoise Axel Springer AG.
Pour plus d'informations : <http://www.stepstone.fr>

Nathalie MAIZEROI
Chargée de communication

StepStone France
6, Passage Lathuille
75 018 Paris

T : +33 (0)1 77 45 75 14
F : +33 (0)1 44 70 06 86

nathalie.maizeroi@stepstone.fr

