



**HAL**  
open science

## Dans un contexte concurrentiel difficile quelles solutions Wizbii peut-elle mettre en place pour pérenniser son activité ?

Émeline Lambreth

### ► To cite this version:

Émeline Lambreth. Dans un contexte concurrentiel difficile quelles solutions Wizbii peut-elle mettre en place pour pérenniser son activité?. Gestion et management. 2014. dumas-01120284

**HAL Id: dumas-01120284**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01120284>**

Submitted on 25 Feb 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Mémoire de stage

Dans un contexte concurrentiel difficile,  
quelles solutions WIZBII peut-elle mettre  
en place pour pérenniser son activité ?



**Présenté par : Emeline LAMBRETH**

**Nom de l'entreprise : WIZBII**

**Tuteur entreprise : Romain GENTIL**

**Tuteur universitaire : Denis DURAND**

**Master DEG 1<sup>ère</sup> année – Formation initiale  
Master Marketing**

**2013 - 2014**



Avertissement :

L'IAE de Grenoble, au sein de l'Université Pierre-Mendès-France, n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les mémoires des candidats aux masters en alternance : ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Tenant compte de la confidentialité des informations ayant trait à telle ou telle entreprise, une éventuelle diffusion relève de la seule responsabilité de l'auteur et ne peut être faite sans son accord.

**Emeline LAMBRETH**

---

**IAE Grenoble**

**Master Marketing – Année 2013-2014**

**Denis DURAND (enseignant tuteur)**

**WIZBII**

**Durée du stage – 05/05/2014 au 05/09/2014**

**Romain GENTIL (tuteur entreprise)**

---



# RESUME DU MEMOIRE

Dans un environnement où les générations se succèdent mais ne se ressemblent pas, où le chômage devient un frein au développement économique et où la concurrence entre les entreprises est de plus en plus rude, il devient difficile pour les jeunes structures de se démarquer pour survivre.

Wizbii, est une start-up spécialisées dans le web et qui se positionne comme étant le premier réseau professionnel pour étudiants et jeunes diplômés. Pour continuer à attirer de nouveaux clients - tant coté étudiants que coté entreprises – et générer des revenus, Wizbii doit faire preuve de réactivité et d'originalité. Pour se faire, il devient indispensable de mettre en place de nouvelles actions et/ou d'améliorer ses services déjà existants. Le but est de se faire une place plus importante sur le marché des réseaux sociaux professionnels.

Cette étude va permettre, dans une première partie, d'analyser le contexte économique et environnemental actuel. Pour cela, nous aborderons trois thèmes principaux : la génération Y, le marché du recrutement, et la concurrence sur le marché. Ensuite, grâce à l'analyse réalisée et aux missions que j'ai pu effectuer durant mon stage, nous pourrons, proposer des solutions à mettre en place pour que Wizbii pérennise son activité.

## **Mots clés**

WIZBII – RESEAU SOCIAL – GENERATION Y – JEUNES – CONCURRENCE

# REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier les trois gérants et co-fondateurs de l'entreprise WIZBII :

- Benjamin DUCOUSSO, avec qui j'ai pu réaliser une partie de mes missions. Il a su me conseiller, m'accompagner et m'accorder sa confiance pour accomplir au mieux mes projets et accroître mes compétences.
- Romain GENTIL, pour son professionnalisme durant ces quatre mois de stage.
- Emeric WASSON, sa bonne humeur quotidienne et son aide accordée sur la partie technique a été nécessaire pour que mes missions aboutissent.



*Emeric WASSON – Benjamin DUCOUSSO –  
Romain GENTIL*

Je souhaite aussi remercier l'équipe WIZBII pour leurs ouvertures d'esprit, leurs convivialités et l'aide qu'ils m'ont apportée durant le stage. Je remercie en particulier Sophie LEBEL grâce à qui j'ai pu acquérir des compétences en communication durant ces quatre mois d'apprentissage.

Je voudrais d'autre part remercier Denis DURAND, mon tuteur enseignant, pour ses conseils. Grâce à cela j'ai pu obtenir les informations nécessaires pour continuer au mieux mon étude.

Enfin, j'aimerais montrer ma reconnaissance envers l'ensemble des professeurs du master IAE Marketing ainsi qu'au personnel administratif, pour cette année académique. Ils ont su transmettre au mieux leurs compétences en marketing et management, ce qui a été bénéfique dans la réalisation de mon mémoire aussi bien que de mon stage.

# SOMMAIRE

REMERCIEMENTS .....	5
AVANT-PROPOS.....	7
INTRODUCTION .....	10
PARTIE 1. <u>La génération Y et la pression du marché : un défi à relever pour WIZBII.</u> .....	12
I. LA GENERATION Y ET LES CHANGEMENTS COMPORTEMENTAUX ASSOCIES.....	13
1. Les caractéristiques de la Génération Y .....	13
2. Les outils du web et les jeunes.....	15
3. Les entreprises face à la génération Y : s’adapter pour survivre. ....	16
II. LE MARCHÉ DU RECRUTEMENT BOULEVERSE PAR LES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS ....	19
1. Le marché du recrutement, un problème pour les jeunes .....	19
2. Le recrutement via les réseaux sociaux professionnels (RSP).....	22
III. WIZBII, UN RESEAU SOCIAL PROFESSIONNEL QUI CHERCHE A SE DEMARQUER.....	26
1. Les concurrents de Wizbii.....	26
2. La spécificité de Wizbii .....	27
PARTIE 2. <u>Le relationnel et l’internationalisation, des concepts clés pour pérenniser l’activité.</u> .....	29
I. LES EVENEMENTS, AMELIORER LE PROCESSUS POUR FAVORISER LE RECRUTEMENT ? .....	30
1. Les trois évènements majeurs lancés par Wizbii .....	30
2. Focus sur le Job Dating de Auch .....	32
3. Les moyens à mettre en œuvre pour améliorer le processus.....	34
II. LE LANCEMENT DE WIZBII A L’INTERNATIONAL, UNE OPPORTUNITE POUR SE DEMARQUER. ....	36
1. Vers une refonte du site web .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2. Les autres outils à développer pour s’étendre à l’international .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
III. RECOMMANDATIONS ET PRECONISATIONS SUR LA STRATEGIE DE COMMUNICATION WIZBII	39
1. Recommandations sur les outils déjà existants .....	39
2. Des nouveaux outils adaptés à la génération Y.....	41
3. Préconisation et risques de cette stratégie sur le long-terme .....	42
CONCLUSION .....	43
ANNEXES.....	44
BIBLIOGRAPHIE.....	44

# AVANT-PROPOS

## Descriptif de l'entreprise.

WIZBII est une jeune entreprise Grenobloise qui a été lancée en 2011 par trois jeunes diplômés issus de l'Ecole de Management de Grenoble.

Le but de ces trois fondateurs était de faire un mixte entre :

- Les réseaux sociaux : Concept incontournable chez les jeunes.
- La recherche d'emploi : Faciliter la relation entre recruteurs/jeunes lorsque ces derniers ont peu d'expériences.
- La dimension entrepreneuriale : Pour aider les porteurs de projets à lancer leurs entreprises.

Ainsi, cette start-up cherche aujourd'hui à être le « premier réseau professionnel pour étudiants et jeunes diplômés »<sup>1</sup>. Elle permet de favoriser l'emploi et l'entrepreneuriat des jeunes en France mais aussi à travers le monde !

WIZBII est un site web dont sa plateforme se divise en deux parties distinctes :

### Partie étudiants & jeunes diplômés

- \* Les jeunes s'inscrivent sur la plateforme et créent leur profil et leur CV (gratuit).
- \* Avec la recherche avancée ils trouvent les stages et emplois qui leurs correspondent et entrent en contact avec les recruteurs.
- \* Ils peuvent donner vie à leurs projets en collaborant avec d'autres jeunes ayant des compétences complémentaires.
- \* Un accès illimité aux actualités, suivis des entreprises, offres, ajouts d'amis pour développer leur réseaux etc.

### Partie entreprises

- \* Les recruteurs s'inscrivent sur le site et réalisent des « chasses » en cherchant les jeunes qui correspondent le mieux au profil souhaité.
- \* Les entreprises déposent leurs annonces pour être contactées et être visibles auprès des jeunes.
- \* Ils peuvent créer une page entreprise et faire de la publicité (payante) pour se démarquer des autres entreprises et être présent sur le fil d'actualité.

**L'annexe 1** donne un exemple du site Wizbii coté étudiant et entreprise

---

<sup>1</sup> Slogan de WIZBII lancé sur son réseau social professionnel

## Chiffres et évolution de WIZBII.

Pour donner une idée de l'évolution de l'entreprise, WIZBII possède aujourd'hui :

- 150 000** Étudiants et jeunes diplômés référencés sur le site en 2014  
(Contre 35 000 en Aout 2012)
- 3 000** Entreprises qui recrutent via la plateforme WIZBII en 2014  
(Contre 820 en Aout 2012)
- 819** Projets qui ont été déposés et qui sont nés par l'intermédiaire de WIZBII  
(376 en Aout 2012)
- 2** Levées de fonds qui ont abouti entre 2011 et 2013 de respectivement 318 000€ et 800 000€ chacune.

Cette start-up a reçu l'aide de plusieurs acteurs majeurs comme les Grenoble Business Angels ou le Crédit Agricole des Alpes - qui ont permis de récolter des fonds d'investissements et accompagner ces trois fondateurs dans la création d'entreprise. Ceci a été primordial pour amorcer les couts commerciaux et de lancement. Mais ces aides ne sont pas éternelles.

Aujourd'hui, WIZBII doit continuellement chercher à augmenter son chiffre d'affaires pour se développer et garder une activité pérenne. Elle utilise plusieurs types d'actions qui permettent de gagner en notoriété et/ou qui génèrent des revenus telles que :

- La monétisation de la plateforme Web auprès des entreprises : utilisation d'un compte premium, diffusion de publicités, inscription payante, page entreprise etc.
- Les levées de fonds auprès des investisseurs. Une troisième levée de fond est prévue en Aout 2014.
- L'organisation de concours jeunes dans toute la France (« Le pire CV Vidéo », « 3000€ j'en ferais quoi ? » etc.). Ils ont pour but d'inciter les jeunes entrepreneurs à réaliser leurs projets et à monter leurs start-up.

Des accompagnements financiers, une couverture médiatique et un mentoring sont par exemple attribués aux gagnants des concours.<sup>2</sup>



- La mise en place d'événements et de cocktails recrutements et entrepreneuriaux (nous y reviendrons dans les prochaines pages).

<sup>2</sup> La Ruhe – Blog WIZBII. Article édité par Sophie Lebel – Edition du 2 avril 2014

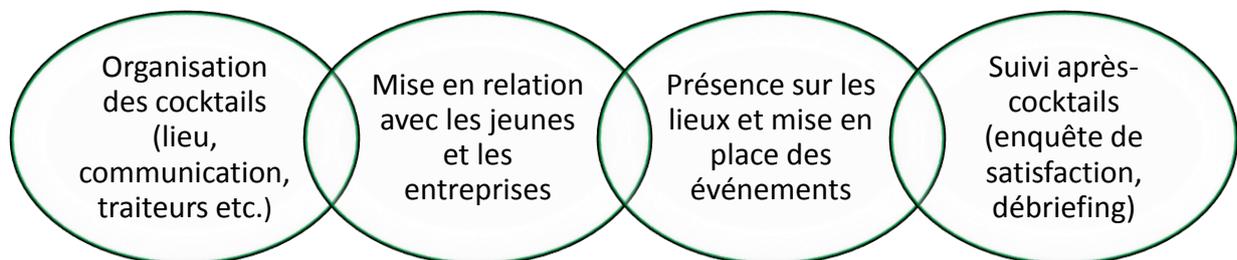
- L'identification de talents pour les entreprises. Wizbii s'engage à aider ses entreprises clientes à trouver les meilleurs candidats en réalisant des pré-entretiens téléphoniques et en sélectionnant les meilleurs profils.
- La recherche constante de partenariats auprès des écoles et d'autres organismes à la fois réputés et en lien avec la cible jeune : Jeunes Pousses, Weroom, Point Etudiant etc.
- La création et rédaction du Blog « La Ruche » qui permet aux jeunes de suivre l'actualité professionnelle des étudiants et jeunes diplômés. Trois rubriques sont présentes : entrepreneuriat, emploi jeune et vie étudiante. Chaque jour des articles sont publiés sur le Blog par la responsable communication, Sophie, ou par des contributeurs du site ce qui permet à Wizbii d'être mieux référencé sur le web.

En 2013, son chiffre d'affaires s'élève à 70 000€.

### **L'équipe et ma mission.**

Aujourd'hui, l'entreprise compte 14 membres au sein de son équipe : des designers, des développeurs, une responsable RH, des commerciaux, une responsable communication etc. Ils sont tous dans une tranche d'âge de 19 à 30 ans.

Durant mon stage, j'ai directement pu être intégrée au sein de l'équipe et j'ai été désignée Chargée de Projets chez WIZBII. Ceci m'a permis de réaliser les missions suivantes :



J'ai aussi eu l'occasion d'aider les autres membres de l'équipe sur une mission qui s'est déroulée de Juillet à Aout : la communication

L'ensemble de ces missions m'ont donc amenées à réaliser l'étude que vous trouverez dans les pages suivantes.

# INTRODUCTION

L'insertion professionnelle des jeunes en France est critiquée : Avec un taux de chômage supérieur à 23% chez les moins de 25 ans<sup>3</sup>, la situation a rarement été aussi difficile que ces deux dernières années. Les crises financières et économiques de 2008 ont pesé sur cette « génération 2010 » : Les diplômés sont dévalués et ceux qui réalisent des études courtes subissent la crise de plein fouet. Selon Alberto Lopez, directeur du CEREQ<sup>4</sup>, « dans le système français, quand la conjoncture est mauvaise, l'ajustement se fait plutôt sur les débutants ». Pas étonnant donc que les jeunes se sentent les premiers concernés par la crise.

Mais qui sont-ils ? Nous parlons aujourd'hui de « génération Y ». Elle concerne les étudiants et jeunes diplômés de 18 à 25 ans, en pleine insertion professionnelle et qui sont sous l'influence des informations digitales. Je fais donc partie de cette génération. D'autre part j'ai effectué mon stage au sein d'une start-up qui a créé puis développé son activité en se concentrant sur cette cible « Y ». D'où mon intérêt pour ce sujet.

Cette étude a été réalisée à l'occasion de mon Master 1 en Marketing à l'IAE de Grenoble. Mes dernières années académiques ont eu pour but de développer mes connaissances dans le domaine du marketing et du management. Les cours de communication ou encore de comportement du consommateur ont été utiles pour mener à bien mon étude.

Par ailleurs, ce stage de quatre mois en tant que chef de projet événementiel a été particulièrement formateur puisque j'ai directement pu entrer en relation avec les entreprises et les jeunes. Je me suis rendu compte que les deux parties cherchent à évoluer dans un contexte économique et social où la concurrence est au cœur des préoccupations. Pour l'un comme pour l'autre, il est difficile de trouver des offres qui correspondent à leurs besoins.

WIZBII doit les aider à résoudre ce problème mais il faut pour cela se démarquer des autres entreprises qui aident-elles aussi - à l'embauche.

Certaines de ces sociétés sont implantées sur le marché français depuis bien des années. Elles constituent de redoutables adversaires. Comment WIZBII, jeune start-up grenobloise, peut-elle se démarquer?

---

<sup>3</sup> Les Echos Data (2014), Taux de chômage des moins de 25 ans

<sup>4</sup> CEREQ : Centre d'étude et de recherche sur les qualifications

Face aux difficultés abordées dans les lignes ci-dessus, il convient donc d'étudier le problème suivant :  
Dans un contexte concurrentiel difficile, quelles solutions WIZBII peut-elle mettre en place pour pérenniser son activité ?

Dans un premier temps, nous tenterons de comprendre et analyser la génération Y et le marché du recrutement. Qui est-elle vraiment? Quelles sont ses spécificités ? Et quelles sont les principales caractéristiques du marché du recrutement ? Ceci permettra d'étudier et de mieux comprendre la stratégie adoptée par WIZBII ces quatre dernières années.

Dans un second temps, nous présenterons des solutions puis des préconisations à mettre en place pour que cette start-up élargisse et pérennise son activité. Les actions que nous proposerons ont un point commun : elles permettent de développer les relations et la communication entre les jeunes et les recruteurs. Nous aborderons plusieurs thèmes tels que les cocktails, l'internationalisation ou encore les médias sociaux. J'ai choisi de proposer ces solutions car elles sont en accord avec les missions que j'ai pu réaliser durant mon stage. De plus, elles mettent en pratique mes connaissances acquises au cours de mes formations académiques dans le domaine du marketing ainsi que mon intérêt porté pour la dimension internationale.

## **PARTIE 1.**

# **La génération Y et la pression du marché : un défi à relever pour WIZBII.**

### **I.**

**La génération Y et les changements comportementaux associés**

### **II.**

**Le marché du recrutement bouleversé par les réseaux sociaux**

### **III.**

**WIZBII, un réseau social professionnel qui cherche à se démarquer**

## I. LA GENERATION Y ET LES CHANGEMENTS COMPORTEMENTAUX ASSOCIES.

---

WIZBII a été fondée dans l'objectif d'aider les jeunes à s'insérer sur le marché du travail. La cible principale de cette start-up est ce que nous appelons aujourd'hui, la « génération Y ».

Cette première partie consiste à étudier ces nouveaux jeunes pour comprendre ce qui les différencie des générations précédentes.

Nous analyserons leurs caractéristiques puis leur attrait pour les nouvelles technologies et outils du web. Ensuite nous verrons pourquoi certaines entreprises ont des difficultés à atteindre cette génération Y.

### 1. Les caractéristiques de la Génération Y

Le terme Génération Y a été initié en France par Benjamin Chaminade. Ce sujet est aujourd'hui très controversé par les médias et des sociologues mais sa définition en reste flou. Dans cette étude nous considérerons que la Génération Y existe. Elle est ici basée sur des généralités.

Elle désigne l'ensemble des individus qui sont nés entre 1975 et 1995 et qui ont grandi dans l'ère du numérique, des nouvelles technologies et de l'Internet.

Aussi appelé « Digitale Natives » (les Natifs du numérique) par les Américains ou encore « Enfants du Millénaires » par d'autres, en raison du passage aux années 2000, cette génération fait parler d'elle ! Elle représente en France 21% de la population soit 13 millions d'individus ce qui engendrera près de 40% de jeunes actifs d'ici 2015<sup>5</sup>. Il paraît donc normal que cette large proportion d'individus représente une cible pour certaines entreprises.

#### **Zoom sur les générations précédentes**

Pour mieux comprendre ce terme, il faut notamment savoir que nous distinguons déjà trois générations « plus anciennes » dont:

- Les Baby-boomers : Ils sont nés après 1945 donc juste après la seconde guerre mondiale. C'est une période de forte natalité.

Leur vie est très centrée sur le travail et ils font face à une forte insertion professionnelle. Ils aiment la hiérarchie et l'autorité en entreprise mais sont aussi très attachés à la liberté.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Revue – La génération Y a-t-elle des valeurs spécifiques ? - IGPDE n°17

<sup>6</sup> Psycho-ressources.com – D'une génération à l'autre.

- La génération X : Nés après 1960, ce sont les parents de la génération Y. Ils recherchent la diversité et ont vécu une période où la stabilité de l'emploi était difficile. Ils aiment apprendre et relever des défis mais sont assez pessimistes<sup>7</sup>.

Les « Y » ont des caractéristiques et une culture différente des générations précédentes.

#### **Les 4 « i » qui caractérisent ces jeunes**

Julien Pouget auteur du blog « La Génération Y » et du livre « *intégrer et manager la génération Y* » (2013) a essayé de définir la génération Y selon quatre caractéristiques principales:

**IMPATIENT** : Les jeunes veulent des résultats rapidement et ont besoin de se sentir utile.

**INTERACTIVITE** : Ils aiment s'investir dans les projets qu'on leur confie et sont tournée vers l'innovation.

**INDIVIDUALISME** : Ils privilégient leur vie sociale à leur vie professionnelle. Il faut donc que le travail en entreprise ait du sens pour eux. Il doit leur permettre de « faire des choses intéressantes sans pour autant sacrifier leurs vie personnelles » (Olivier Galland, sociologue CNRS)

**INTERCONNEXION** : Le point le plus important. Ces jeunes vivent à travers les réseaux sociaux et les nouvelles technologies. Ils sont connectés entre eux en permanence via leurs smartphones, leurs ordinateurs et internet.

#### **Les cinquième « i » qui fait surface**

J'ajouterais à cela un cinquième « i » qui selon moi caractérise la génération Y : L'**Internationalisation**. En effet, les Y ont, ce qu'on appelle « la bougeotte ». Ils ont une forte tendance à partir étudier ou vivre à l'étranger. Selon le ministère des Affaires Etrangères, le taux des jeunes de 18-25 ans partant vivre dans un autre pays a augmenté de 14%<sup>8</sup> en 3 ans! De même selon une autre étude menée par Universum en 2013, à la question « si l'on vous proposait un emploi intéressant à l'étranger, seriez-vous prêt à partir ? », 75% des étudiants issus d'une d'école supérieure ont répondu favorable. Les pays les plus convoités par les jeunes sont le Canada, les Etats Unis mais aussi le Royaume Uni et l'Australie.

Par ailleurs, au fur et à mesure de mes lectures sur différentes revues et articles web, d'autres adjectifs ont aussi fait surface. Ces jeunes sont perçus comme : sociables, agiles, émotifs, respectueux mais aussi peu confiant envers l'Etat, instables, irresponsables, etc.

De nombreux termes qui montrent que nous ne pouvons pas limiter la définition de cette génération à cinq caractéristiques.

<sup>7</sup> Psycho-ressources.com – D'une génération à l'autre.

<sup>8</sup> Etudiant le Figaro - 2013 – Les jeunes de plus en plus tentés par l'appel du grand large.

En définitive, les Y ont des valeurs communes avec les générations précédentes mais ils vivent sous l'influence des nouvelles technologies du web et des médias sociaux qui influent sur leurs cultures et donc leurs vies personnelles et professionnelles. Quels sont ces outils et à quelle fréquence sont-ils utilisés par les Y ?

## 2. Les outils du web et les jeunes

L'apparition des NTIC (nouvelles techniques de l'information et de la communication) ne cesse d'attirer les jeunes.

Près de 90% des jeunes ont internet chez eux et parmi les 94% des moins de 25 ans qui possèdent un téléphone portable, 60% ont accès à internet via leurs smartphone. Les  $\frac{3}{4}$  veulent une smartphone pour se connecter sur les réseaux sociaux et 56% l'utilisent pour consulter des articles d'actualité<sup>9</sup>.

Outre l'utilisation des téléphones, de la télévision ou encore des tablettes numériques la génération Y se démarque surtout par son attachement envers les médias sociaux. Ils deviennent des outils incontournables pour s'informer et pour se sociabiliser.

### **Les médias sociaux, indispensables pour les jeunes**

Selon, Andréas Kaplan et Michael Haenlein<sup>10</sup>, les médias sociaux sont « un groupe d'applications en ligne qui se fondent sur l'idéologie et la technologie du Web 2.0<sup>11</sup> et permettent la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs».

Nous nous concentrerons par la suite sur une partie de ces médias sociaux : les **réseaux sociaux** à savoir les sites de mise en relation tel que les blogs, les forums etc.

Les incontournables sont bien entendu Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube ou plus récemment Instagram et SnapChat qui font fureur chez les jeunes. Au total, 42% de français utilisent les réseaux sociaux et y passent en moyenne 1h30 par jour.

On peut diviser les réseaux sociaux (RS) en différentes catégories. Si dessous, un tableau qui récapitule rapidement les différents réseaux et leurs chiffres clés.

---

<sup>9</sup> Etude Mediamétrie 2012.

<sup>10</sup> Auteurs de « Users of the world, unite ! The challenge and opportunities of social media » - 2010

<sup>11</sup> Définition-marketing : Ensemble des fonctionnalités communautaires et collaboratives (blogs, avis consommateurs, flux RSS, plateformes d'échanges vidéo, etc.) qui se sont fortement développées sur Internet à partir de l'année 2005.

Les plus connus sont :

 <b>RS généralistes</b> <i>Discuter et échanger sur ses centres d'intérêts</i> <b>FACEBOOK</b> *1,32 milliards d'utilisateurs/ mois <b>TWITTER</b> *241 millions d'utilisateurs/ mois *croissance accrue	 <b>RS de partages</b> <i>Partager des photos, vidéos amatrices ou professionnelles.</i> <b>YOUTUBE</b> *4 milliards de vidéos regardées/jour ! <b>INSTAGRAM, PINTEREST, SNAPCHAT</b> * croissance accrue * +566% pour Instagram	 <b>RS professionnels</b> <i>Partager son CV, élargir son réseau professionnel</i> <b>Nous les aborderons plus tard</b>	 <b>RS de rencontres</b> <i>Faires des rencontres grâce à un trie par critères</i> <b>MEETIC</b> <b>TINDER</b> * application mobiles dédiées aux jeunes
--	--	---	---

Ces outils sont bien différents des moyens de communication utilisés par les générations précédentes. Or, les dirigeants actuels des entreprises françaises sont essentiellement des Baby-boomers et/ou des personnes de la génération X. Cela nous amène vraisemblablement vers des questions : « Pourquoi les entreprises ont du mal à manager cette nouvelle génération ? Quels moyens peuvent-elles utiliser pour réduire ce fossé culturel ? »

### 3. Les entreprises face à la génération Y : s'adapter pour survivre.

Avec l'arrivée des Y sur le marché du travail et le départ en retraite de la génération Baby-boomers, les entreprises doivent se réorganiser et modifier leurs règles de management.

Pour la plupart des dirigeants, cette nouvelle génération constitue une valeur ajoutée pour l'entreprise. Selon une étude réalisée auprès des patrons d'entreprises, par Ipsos<sup>12</sup>, ces jeunes sont « plus ambitieux (33%), plus enthousiastes (30%) ou encore plus polyvalents.»

C'est plutôt les autres salariés qui ont parfois du mal à s'adapter à cette génération interconnectée qui bouleverse certains codes habituels:

<sup>12</sup> Etude Ipsos – 2012 – Génération Y en quête de reconnaissance dans l'entreprise

## **Une génération « Why » qui pose (trop) de question**

C'est une génération qui s'interroge en permanence. Mais elle pose surtout des questions que les anciennes générations considéraient avant comme « tabou ». Par exemple, un Y posera plus ouvertement des questions sur les salaires ou les RTT ce qui peut déranger des responsables ou des recruteurs.

Ceci vient du fait que ces jeunes, étant individualistes, sont plus exigeants concernant l'emploi et les salaires. Ils cherchent LE travail qui leur permettra de s'épanouir à la fois sur le plan personnel et professionnel.

Pour Armelle Carminati-Rabasse, chargée de ressources humaines chez Accenture, « ces jeunes ne travaillent que s'ils comprennent pourquoi. » C'est une génération curieuse qui s'impliquera dans le travail confié que si l'entreprise répond à toutes ses questions et écoute le point de vue donné par ce jeune.

Cette génération est ainsi beaucoup plus axée sur la reconnaissance, le contact et le discours avec ses supérieurs.

## **Des jeunes qui veulent une hiérarchie horizontale et non plus verticale.**

Les Y ont un point de vue différent en ce qui concerne la hiérarchie en entreprise. En effet, ils sont constamment à la recherche de reconnaissance et n'acceptent pas forcément la hiérarchie traditionnelle instaurée. Ceci peut déstabiliser des managers qui ont l'habitude d'utiliser leurs « supériorité hiérarchique » pour diriger.

Pour Julien Pouget, les jeunes « ne vont pas vous respecter pour votre titre, mais pour vos compétences ». En effet selon une étude, 62% des jeunes qui travaillent, considèrent que le manque de reconnaissance sur les compétences constitue la principale difficulté en entreprise. Le deuxième problème est le manque de reconnaissance sur leurs niveaux de qualification qui influe sur les salaires d'embauche.

On assiste donc à une modification des codes hiérarchiques en entreprise. Les compétences priment sur l'ancienneté et l'autorité des dirigeants. Les Y recherchent l'égalité ainsi que la collaboration. Cette différence de point de vue entre les générations peut provoquer des conflits au sein de certaines structures qui ne prennent pas forcément le temps de s'adapter à cette différence intergénérationnelle.

« La relation entre le recruteur et le candidat doit être conçue de façon plus interactive, étroite, et collaborative. » Apec (2009)



## **Des jeunes plus difficiles à garder en entreprise**

Pour beaucoup de dirigeants, cette génération est un « plus » pour les entreprises puisqu'elle est en avance sur les technologies et elle est plus réactive.

Mais certaines sociétés rencontrent des difficultés à garder ces jeunes salariés qui cherchent avant tout à s'épanouir au niveau personnel et n'hésitent pas à partir à l'étranger si besoin.

De même pour certains chercheurs, ces jeunes sont impatientes et préfèrent travailler à domicile, en freelance ou en horaires flexibles. Ceci ne correspond pas toujours aux habitudes des entreprises.

Pour tenter de fidéliser ces jeunes, plusieurs solutions peuvent être mises en place au sein de l'entreprise :

- ✓ Les entreprises peuvent réorganiser le temps de travail en proposant des horaires plus flexibles ou des périodes de travail à domicile comme le fait déjà Microsoft France.
- ✓ Un système de « mentoring » peut se développer. Ceci correspond à un tutorat inversé. Les jeunes partagent leurs connaissances technologiques et transmettent leurs compétences aux autres générations.

---

Pour conclure, les jeunes d'aujourd'hui se distinguent principalement par leurs compétences envers les outils du web et leur inter connectivité. Entrant sur le marché du travail, ils constituent une vraie valeur ajoutée pour les entreprises puisqu'ils ont de nombreuses compétences en technologies et sont à la fois réactifs et créatifs.

C'est donc aux entreprises de s'adapter. Elles doivent modifier leurs règles managériales et adapter leurs outils de recrutements pour attirer les jeunes. Un système de management intergénérationnel peut être mis en place dans les entreprises pour que les générations puissent combiner leurs compétences et permettre leur succès de l'entreprise.

Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises ont déjà su faire face à ce changement. La plupart utilisent le web 2.0 pour recruter les jeunes diplômés et essayent de favoriser le relationnel mais est-ce suffisant ? Quelle est la place des réseaux sociaux sur le marché du recrutement ? Et comment s'évalue ce dernier ?

## II. LE MARCHÉ DU RECRUTEMENT BOULEVERSE PAR LES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

---

Pour mieux comprendre le contexte concurrentiel dans lequel évolue WIZBII, nous allons analyser le marché du recrutement en France mais aussi à l'étranger.

Par la suite nous verrons en quoi les réseaux sociaux professionnels, concurrents de WIZBII ont bouleversé ce marché. Comment évoluent-ils ? Comment sont-ils perçus par les jeunes ? Permettent-ils vraiment de trouver un emploi plus facilement ?

### 1. Le marché du recrutement, un problème pour les jeunes

#### Analyse en France

Selon l'analyse PESTEL réalisée sur le marché du recrutement en France (**Annexe 2 – PESTEL**), la situation des jeunes est assez difficile.

En effet, le nombre d'étudiants inscrits dans les universités et les écoles ne cesse d'augmenter. On en compte 2,39 millions en France pour l'année 2012. Et, selon le ministère de l'Enseignement supérieur une hausse de 8% est prévue pour 2022<sup>13</sup>.

Plus d'étudiants inscrits, mais aussi plus de jeunes diplômés qui cherchent à être recrutés une fois leurs diplômes obtenus ! Selon l'étude Stepsone de 2013<sup>14</sup> 70% des entreprises clientes interrogées ont déjà recruté des jeunes issus de la génération Y. Cependant avec 25% de jeunes au chômage en 2013 (diplômés et non diplômés) contre 14% en 2004, la situation a rarement été aussi compliquée.

La liste des points critiques chez l'emploi des jeunes en France peut être longue. J'ai noté les trois points les plus importants et en rapport avec mon étude:

- Avec la crise économique, les entreprises ont du mal à trouver des candidats qui correspondent aux profils vacants. Par ailleurs de plus en plus de jeunes sont surqualifiés et réalisent un emploi qui ne correspond pas à leur niveau de diplôme obtenu.<sup>15</sup>

On peut donc penser que le niveau d'insatisfaction augmente chez les recruteurs comme chez les recrutés. Il faut essayer de résoudre ce conflit rapidement pour favoriser l'emploi.

---

<sup>13</sup> Site Web – Etudiant le Figaro – Article publié le 31/10/2013

<sup>14</sup> Enquête sur les tendances de recrutement et de recherche d'emploi – Tendances 2009/2013 - Stepsone

<sup>15</sup> Etude CEREQ

- La proportion de jeunes diplômés toujours à la recherche d'un emploi à la sortie de leurs études croit. L'étude Ifop en a noté 49% en janvier 2014 contre 45% en janvier 2013<sup>16</sup>. En fait, en moyenne, les étudiants envoient 27 CV aux entreprises avant d'être recrutés (par adresse postale mais surtout par mail). C'est un processus qui prend du temps et qui peut en décourager plus d'un.

« La durée de recrutement s'est allongée de façon assez dramatique. Elle est passée de cinq ou six semaines à deux ou trois mois » Cabinet Robert Walters

ROBERT WALTERS

Le recrutement sur Internet est un bon moyen de contrer ces deux problèmes puisqu'il permet une meilleure visibilité des offres et facilite l'envoi des candidatures, d'où l'importance des réseaux sociaux professionnels que nous étudierons plus tard.

- Les jeunes dénoncent aussi un manque d'opportunités d'innovation en France. Seulement 6% de jeunes envisagent de créer leur propre entreprise contre 11% en 2013<sup>17</sup>. Cependant l'Etat veut aujourd'hui développer la création de start-up et privilégier les jeunes entrepreneurs. En février 2014, François Hollande en déplacement dans le Silicon Valley avait montré son dévouement pour les start-up françaises. Il avait annoncé la mise en place de mesures qui aideraient les start-up à se développer (exemple via un financement participatif plus poussé).

Ce dispositif pourrait réconcilier les Y avec le marché de l'entrepreneuriat. Ils seraient amenés à entreprendre dans des secteurs en essor et qui leurs correspondent comme par exemple : le numérique.

La France doit reconnaître le dynamisme de ses entrepreneurs » et favoriser « l'esprit d'initiative ». *François Hollande – French Tech Hub*



Malgré une image plutôt obscure du marché du recrutement chez les jeunes en France, la situation dans les années à venir pourrait s'annoncer plus encourageante grâce notamment à l'e-recrutement<sup>18</sup> et à l'aide de l'Etat. Mais avec la crise de l'emploi ces jeunes ont aussi tendance à vouloir partir travailler à l'étranger. Quels sont les opportunités de recrutement à l'international ?

<sup>16</sup> Etude Ifop (2014) – Baromètre de l'humeur des jeunes diplômés – 3eme édition

<sup>17</sup> La tribune – Publié le 30.01.2014 – Près de la moitié des jeunes diplômés cherchent un emploi

<sup>18</sup> E-recrutement : recrutement via internet

## Partir travailler à l'international : la nouvelle tendance des jeunes français

Une enquête réalisée par Universum en 2013 sur 34 000 étudiants déclare que « 47% des étudiants en écoles de commerce et 40% des élèves en école d'ingénieurs souhaitent commencer leur carrière à l'étranger ». Ceci vient du fait que pour de nombreux jeunes, les entreprises françaises ne leurs accordent pas assez de confiance et un manque d'opportunité se fait sentir.

On compte d'autre part 27% de jeunes diplômés qui veulent travailler à l'étranger durant toute leur vie et 44% pour une durée allant de 1 à 5 ans<sup>19</sup>, ce qui commence à inquiéter les recruteurs français qui « craignent une fuites des cerveaux ». Ainsi selon le ministère, déjà 155 000 diplômés (issus de toutes les filières) de 18 à 25 ans sont partis vivre à l'étranger.

En règle général, on peut penser que les français ont moins de mal à trouver un travail à l'international car les critères de recrutements sont quelque peu différents :

France	• 80% sur l'expérience et 20% sur la personnalité
Etranger	• 50% sur l'expérience et 50% sur la personnalité

La formation n'est donc pas le premier critère de recrutement. La personnalité et l'ouverture d'esprit jouent un rôle primordial. Ainsi, 58% des candidats français veulent partir pour « travailler dans un univers culturel différent »<sup>20</sup> et plus accueillant que la France.

Un autre point important à noter et l'aide proposée par l'Etat pour permettre aux jeunes de partir étudier ou travailler à l'étranger via les bourses comme Erasmus par exemple. De même, des entreprises multinationales s'impliquent pour offrir aux jeunes des possibilités de s'expatrier et de partir volontairement à l'étranger. On trouve par exemple BNP Paribas ou GDF Suez en tête de liste qui peuvent proposer des stages, des alternances mais aussi des VIE (Volontariat International en Entreprise).

Enfin, outre la France, d'autres pays manquent de talents et cherchent des demandeurs d'emploi. Pour n'en citer que quelques un : L'Irlande, les Etat Unis, le Canada ou encore l'Espagne recherchent de profils compétents qui pourraient répondre à leurs offre d'emplois<sup>21</sup>. Les français ont toute leur chance de pouvoir travailler dans ces pays.

Ces pays sont différents de la France, tant pour l'environnement que pour la culture ce qui offre à la fois des opportunités aux jeunes de travailler à l'international et leur permet aussi d'évoluer dans un pays qui correspond le mieux à leur personnalité.

<sup>19</sup> Etude cabinet Deloitte (Janvier 2014)

<sup>20</sup> Enquête Ifop (2014) - Baromètre sur l'humeur des jeunes en entreprise

<sup>21</sup> Alistair Cox – Directeur général – Hays Groupe spécialiste du recrutement à l'international

Ainsi pour faire face à la conjoncture économique, la génération Y tente sa chance ailleurs. Cependant malgré une situation critique, ces jeunes caractérisés par ce qu'on appelle « l'Interconnexion » sont les premiers à se connecter sur Internet et à profiter des réseaux. Nous allons donc voir quelle est la place des réseaux sociaux sur le marché du recrutement.

## 2. Le recrutement via les réseaux sociaux professionnels (RSP)

Désormais rechercher une offre d'emploi sur Internet est devenu coutumier avec une majorité de candidatures envoyées par mails. On parle d'e-recrutement. Pour la plupart des recruteurs, rechercher un candidat sur internet est plus efficace et aussi moins cher.

Parmi les supports les plus utilisés par les candidats pour trouver un travail, on a :

- Les sites d'emplois aussi appelés Jobboard<sup>22</sup> tels que Pôle Emploi ou l'Apec.
- Les sites internet d'entreprises qui ont un espace carrière.
- Les moteurs de recherche.

Mais avec l'arrivée de la génération Y et la situation économique actuelle, il a fallu que les entreprises s'adaptent, favorisent les relations recruteurs/candidats et développent leurs marques employeurs. Entrent en jeu les réseaux sociaux professionnels. Comment ont-ils bouleversés le marché du recrutement ? Pourquoi deviennent t'ils indispensables ? C'est ce que nous allons étudier.

### **L'avantages concurrentiel des RSP sur le marché du recrutement**

Les RSP sont un phénomène récent et en forte expansion depuis 2005. Selon la définition de Pôle Emploi, les RSP « sont des sites Internet destinés à développer son réseau de relations, échanger des informations sur les entreprises, les secteurs d'activité, les métiers, et éventuellement sur les postes vacants ».

Un outil qui a première vue, vient donc uniquement compléter les sites d'emplois. Mais ils sont de plus en plus utilisés autant par les recruteurs que par les chercheurs d'emplois pour trouver un candidat ou répondre à une offre.

Parmi les réseaux sociaux professionnels, Viadeo et LinkedIn sont cités en notoriété spontanée. A titre d'exemple, plus de 60 millions de profils et CV sont aujourd'hui déposés sur LinkedIn ! Pour en savoir plus sur ces RSP, vous pouvez consulter les chiffres en **Annexe 3**.

Pour mieux comprendre l'avantage concurrentiel de ces réseaux par rapport aux sites d'emplois, j'ai récapitulé leurs principaux points positifs et négatifs dans le tableau présent sur la page suivante.

---

<sup>22</sup> Jobboard : « site portail d'emploi et de recrutement, support de diffusion d'offres d'emploi » (Jointree)

Utilisation des RSP pour les entreprises	Utilisation des RSP pour chercheurs d'emploi
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer sa marque employeur</li> <li>✓ Améliorer sa communication</li> <li>✓ Faire connaître ses valeurs</li> <li>✓ Mettre en avant les annonces</li> <li>✓ Détecter des candidats plus facilement</li> <li>✓ Rentabilité financière</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Construire son identité numérique (photos, mots clés, compétences)</li> <li>✓ Construire un réseau de professionnel</li> <li>✓ Suivre l'actualité professionnelle (forums, groupes, pages entreprises)</li> <li>✓ Mettre en avant ses compétences</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Avoir plus de visibilité (être mieux référencé sur le web grâce aux RSP)</li> <li>✓ Prise de contact entre recruteurs et candidats et plus facile</li> <li>✓ Se démarque des concurrents</li> <li>✓ Dialoguer plus facilement grâce aux discussions instantanées</li> <li>✓ Fiabilité des informations</li> <li>✓ Présence à l'internationale</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Nécessite du savoir-faire en Web 2.0</li> <li>✗ Nécessite souvent une personne supplémentaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Prend du temps à construire son réseau</li> <li>✗ Oser aborder des entreprises</li> </ul>

Ainsi, grâce aux RSP les candidats et les entreprises peuvent se démarquer car chacun a un profil différent et varié qui informe sur les compétences et les personnalités de chacun. De plus, diffuser une annonce via ces RSP est totalement différent des sites d'emplois, car il y a un vrai échange et une collaboration qui s'instaure entre candidats et entreprises, c'est ce qui constitue leur principal avantage concurrentiel.

Ces réseaux sont donc sans aucun doutes puissants et adaptés à la génération Y. De plus en plus de jeunes utilisent ces sites pour chercher un emploi. Mais y a-t-il vraiment un « retour sur investissement ? »

## Le recrutement via les RSP mythes ou réalité ?

Aujourd'hui, les trois réseaux les plus utilisés par les recruteurs et les candidats pour trouver un emploi sont: Facebook, LinkedIn et Viadeo.

Côté recruteurs : Ils utilisent à 98% les sites d'emploi<sup>23</sup> mais les RSP se trouvent désormais en troisième position puisque 27,9% des recruteurs les utilisent pour chercher des candidats<sup>24</sup> ! On peut voir dans le schéma ci-contre, que les entreprises souhaitent continuer à utiliser les réseaux sociaux dans les prochaines années.

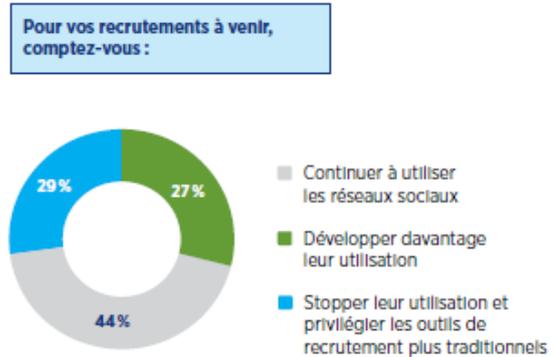


Schéma p16 – Etude HAYS – Etude de rémunération nationale

Grâce aux RSP, le recruteur peut trouver des étudiants ou jeunes diplômés qui ont des profils actifs, spécifiques au métier voulu et une personnalité qui correspond aux valeurs de l'entreprise.

Cependant, la limite des RSP est que ce n'est pas forcément adapté à tous les profils. En effet, dans une interview que nous avons réalisée le 30 juillet avec Magali Aimé, la Responsable recrutement du Club Med, celle-ci déclare que «recruter des jeunes diplômés au siège représente un volume plus petit (ndlr. Métiers du marketing, de responsable etc.). Nous sommes donc davantage sur LinkedIn pour chercher des candidats ». Ainsi, les RSP sont surtout utilisés par des recruteurs qui cherchent des ingénieurs, des commerciaux ou encore des candidats qui sont sur un marché spécialisé et rare (aéronautique, agroalimentaire etc.). Ils sont aussi parfois utilisés par des entreprises pour trouver des personnes en fin de contrat et qui pourrait intégrer l'entreprise dans les prochains mois.

Côté candidats : Selon une étude menée par CSA pour Havas et publiée en avril 2014, 56% des jeunes sont inscrits sur un RSP et « 52% des jeunes professionnels français pensent (...) qu'il est aujourd'hui indispensable d'être inscrit sur un réseau social dans l'intérêt de leur avenir professionnel ». De plus, selon la même enquête, plus de la moitié de ces jeunes (57%) utilisent les RSP pour être remarqués à l'échelle internationale.

Ainsi, en 2013, presque la moitié avait déjà utilisé les RSP pour chercher un travail. Cependant, le schéma ci-contre, montre que seule une minorité en a trouvé un. On peut donc penser, que ces jeunes restent assez passifs sur les réseaux et que beaucoup sont inscrits pour être contacté par des recruteurs et non pas pour chercher activement un travail. Mais les tendances changent.



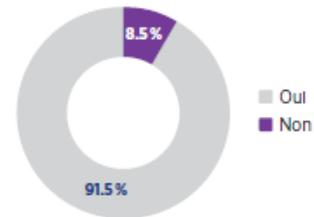
<sup>23</sup> Etude stepstone – 2011-2013

<sup>24</sup> Etude Hays (2013) – Tendances générales du recrutement et des rémunérations en 2013

Dans les prochaines années, une majorité de jeunes souhaitent utiliser les RSP pour chercher un travail (schéma n°2 ci-contre)

Pour cela, je pense qu'ils doivent être présent sur les RSP sur le long-terme (avoir un profil actif, suivre l'actualité de façon quotidienne, être dans des groupes d'entreprise etc.) afin de construire un vrai réseau de professionnels, se démarquer, être repéré par un recruteur et être apte à les aborder de manière spontanée.

A l'avenir, pensez-vous avoir recours aux réseaux sociaux pour une éventuelle recherche d'emploi ?



Schémas p12 – Etude HAYS –  
Etude de rémunération nationale

---

Les RSP ont bouleversé le marché du recrutement grâce à leur avantage concurrentiel qui est l'échange relationnel entre candidats et recruteurs. Ce point est indispensable pour attirer les nouveaux actifs de la génération Y.

De plus, ils permettent de faire face au contexte économique actuel et de favoriser la dimension internationale qui, rappelons-le, est l'une des principales caractéristiques de ces jeunes actifs.

Cependant pour le moment, les RSP sont plutôt utilisés en complément des sites d'emplois, mais c'est un marché encore nouveau et puissant, est en forte croissance. Candidats comme recruteurs souhaitent à l'avenir, continuer à utiliser ces réseaux.

Qui dit nouveau marché dit aussi, augmentation de la concurrence. Wizbii est présente sur ce marché depuis maintenant 4 ans. Nous allons donc voir comment Wizbii arrive à se démarquer : quels sont ses avantages, ses concurrents et les actions qu'elle mène pour se développer.

### III. WIZBII, UN RESEAU SOCIAL PROFESSIONNEL QUI CHERCHE A SE DEMARQUER.

Wizbii a lancé son activité il y a maintenant 4 ans. Nous allons voir dans un premier temps quels sont ses concurrents et surtout ses concurrents directs puis ce qui la différencie de ces entreprises.

#### 1. Les concurrents de Wizbii

En dix ans, de nombreux RSP ont vu le jour et se sont développés sur le marché. Mais tous ne sont pas en concurrence directe avec Wizbii. Pour mieux comprendre le positionnement de « notre » start-up, j'ai réalisé le mapping concurrentiel ci-contre.

Il reprend les réseaux qui sont selon moi les plus importants sur le marché des RSP.

On en tire les analyses suivantes :

- ✓ Même si LinkedIn et Viadeo (et Xing en Europe) sont leaders sur ce marché, ils ne sont pas des concurrents directs de Wizbii car ils sont peu fréquentés par les jeunes. A titre d'exemple, les inscrits sur LinkedIn sont des membres qui ont en moyenne 44



ans ! Ce sont surtout des personnes qui sont déjà actives sur le marché, qui ont un emploi et qui veulent améliorer leur réseau de professionnel.

- ✓ Les autres réseaux tels que Bitwiin ou Salezeo ont réussi à faire leur place sur ce marché mais ils sont adaptés à des secteurs spécifiques : seniors, commerciaux etc.
- ✓ Seekube est une jeune plateforme web fondée en 2012. Elle s'adresse aux jeunes mais elle est plutôt spécialisée dans la création d'évènements digitales pour aider les jeunes et entreprises à se rencontrer (événements virtuels). C'est un concurrent à surveiller !
- ✓ Yupeek est les plus gros concurrents directs de Wizbii sur les RSP « jeunes ».

**Yupeek** : Entreprise fondée en 2010, elle se définit comme «le réseau social professionnel des étudiants et jeunes diplômés pour l'emploi». Une définition qui ressemble beaucoup à celle de Wizbii. Mais Yupeek se dit plus axé sur les jeunes qui n'ont pas d'expérience.

- ✓ Enfin, un point important que je note, est l'absence de gros réseau social professionnel « jeunes » (18-25 ans) sur le marché mondial ! Bien entendu Wizbii et Yupeek ont quelques offres à l'international mais ceci reste limité. C'est donc un point qu'il faut impérativement prendre en compte!

Pour approfondir cette étude concurrentielle, j'ai réalisé l'outil PORTER présent en **annexe 4**. Ceci a permis d'étudier le marché plus spécifique des RSP « jeunes » :

- ✓ Pour le moment, Wizbii n'est pas menacé par les concurrents directs qui sont encore restreints sur ce marché de niche.
- ✓ Les concurrents indirects sont nombreux. Ils peuvent être un frein au développement de la start-up en raison de leur notoriété et de leur réputation qui pousse les jeunes à s'inscrire sur ces réseaux mieux connus et bien réputés.
- ✓ La menace des nouveaux entrants sur ce marché est relativement élevée (faible coût d'entrée, barrières légales peu importantes etc.) Ceci n'est pas favorable à Wizbii car de nouveaux concurrents peuvent arriver sur le marché dans les prochaines années.
- ✓ Concernant les produits de substitution, ils ne constituent pas forcément une grosse menace car il n'y en a pas qui sont spécifiques au marché des RSP « jeunes ». En revanche les autres sites de recrutement en ligne ou papier sont des substituts des RSP généralistes.
- ✓ Le pouvoir de négociation des clients est lui aussi important : Les clients de Wizbii sont les internautes qui s'inscrivent sur le site mais aussi les entreprises qui payent pour se démarquer sur le site et profitent des services proposés par Wizbii. La start-up doit les satisfaire au maximum car elles sont une des principales sources de revenus. Elles peuvent imposer des prix et exiger une meilleure qualité du produit. Il y a presque une dépendance.

Ainsi il y a une forte intensité concurrentielle sur ce marché : Malgré une concurrence directe encore faible il est important que Wizbii anticipe l'arrivée éventuelle de nouveaux entrants. De plus elle doit continuellement redoubler d'efforts pour garder ses clients et en attirer de nouveaux.

Pour comprendre comment Wizbii a fait face à cette concurrence nous allons étudier la spécificité qu'elle a mise en place pour se démarquer.

## 2. La spécificité de Wizbii

A la différence de son concurrent principal Yupeek, Wizbii a initialement été créée pour favoriser l'entrepreneuriat des jeunes et les aider dans leur création d'entreprise. C'est son avantage concurrentiel. Elle a en parallèle, développé sa plateforme pour aider les jeunes et les recruteurs dans la recherche d'emploi/de candidats.

Selon le Ministère du redressement productif, « 84% des jeunes chefs d'entreprises se déclarent satisfaits d'avoir pris le chemin de la création », mais pour une grande majorité des moins de 25 ans, les principaux freins à la création d'entreprise sont le manque d'information, l'investissement financier et le manque de compétences pour se lancer sur le marché.

Il est vrai que de nombreux acteurs doivent entrer un jeu et c'est une procédure longue et parfois compliquée qui pousse de nombreux jeunes à abandonner avant la fin. En 2010, seulement 8% des moins de 25 ans étaient entrepreneurs<sup>25</sup>. C'est un marché en « vogue » et qui mérite d'être exploité pour aider ces futurs entrepreneurs à construire leurs avenir professionnels.

Ces trois étudiants avaient relevé ce problème et ont donc voulu se lancer sur ce marché de niche pour que la génération Y, avide de nouveaux challenges et motivée pour entreprendre, puisse aller au bout de ses projets.

*« L'entrepreneuriat est aujourd'hui sexy, il a la cote et le terme start-up s'est accompagné d'une vague de jeunes qui s'y sont retrouvés, alors qu'ils boudaient le terme PME » Benjamin Ducouso – President Wizbii (2012)*



---

Ainsi en prenant en compte les difficultés du marché français, à savoir - une crise économique, une nouvelle génération sur le marché, une taux de chômage anormalement élevé chez les jeunes et un contexte concurrentiel difficile – Wizbii a su en faire une force et se démarquer de ses concurrents directs et indirects en se positionnant sur un marché qui n'existait pas: les RSP jeunes et entrepreneurs.

Mais cet avantage ne permet pas à lui seul de pérenniser l'activité de l'entreprise. Avec l'arrivée permanente de nouveaux concurrents, Wizbii a dû développer d'autres moyens pour se différencier tout en favorisant la relation recruteurs-jeunes.

Nous allons dans la seconde partie, étudier une de ces actions et préconiser des solutions qui permettraient à Wizbii d'être plus attractive et donc de pérenniser son activité.

---

<sup>25</sup> APEC (2011) – Les jeunes et l'intention entrepreneuriale

## PARTIE 2.

# Le relationnel et l'internationalisation, des concepts clés pour pérenniser l'activité.

### I.

Les événements Wizbii, comment améliorer le processus pour favoriser le recrutement ?

### II.

Le lancement de Wizbii à l'international, une opportunité pour se démarquer

### III.

La stratégie de Wizbii sur le long-terme : recommandations et préconisations

## I. LES EVENEMENTS, AMELIORER LE PROCESSUS POUR FAVORISER LE RECRUTEMENT ?

---

Dans cette seconde partie d'étude, nous allons étudier un secteur d'activité sur lequel Wizbii s'est lancée pour se différencier et pérenniser son activité : l'événementiel. Ayant été chargée de projet événementiel, j'ai beaucoup appris sur ce service mais j'ai aussi pu noter certains points à améliorer.

### 1. Les trois évènements majeurs lancés par Wizbii

Dès sa fondation, Wizbii a décidé de mettre en place des actions marketing pour rester attractive et pour générer du revenu sur le long-terme (cf. avant-propos p8-9). Parmi ces actions, la start-up s'est lancée dans la création d'évènements jeunes et originaux pour favoriser la relation entre les jeunes et les recruteurs/investisseurs de la région. On distingue trois types d'évènements majeurs qui sont réalisés dans plusieurs coins de la France :

#### **Les cocktails entrepreneuriaux**

Wizbii est sollicitée par ses clients bancaires (crédit mutuelle agricole, banque populaire des alpes etc.) pour organiser cet événement privé. Il permet aux jeunes porteurs de projets ou aux jeunes créateurs d'entreprises de rencontrer des banques et des futurs investisseurs.

Constat: Les jeunes ne savent pas toujours vers quels acteurs financiers se tourner pour mettre vie à leurs projets. Grâce à ce cocktail, ils peuvent rencontrer des banquiers et prendre rendez-vous avec les conseillers.

Avantage du cocktail : Jeunes et banquiers se rencontrent dans un endroit convivial et informel autour d'une collation ce qui permet à chacun d'entamer des échanges détendus. Les banques peuvent mieux cerner la personnalité des jeunes entrepreneurs et les jeunes découvrent quant à eux « un meilleur visage de la banque ». Ils peuvent choisir la banque qui leur correspond et qui les épaulera dans leur création d'entreprise. Aujourd'hui 40% des jeunes start-up sont devenus clients de la banque à l'issue de ce cocktail.<sup>26</sup>

Exemple cocktail du 19 mars 2014: Ce cocktail a eu lieu à Bordeaux. Le client de Wizbii était le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne. Il a été réalisé dans un bar à vin privatisé pour l'occasion et 19 jeunes porteurs de projets/start-up étaient présents pour rencontrer la banque.

---

<sup>26</sup> Document interne – cocktail entrepreneurial plaquette

## Les Wizbii Pro Tours

Cet événement a eu lieu en 2012 et 2013 dans les grandes villes de France au cœur de six grandes écoles et universités (GEM Grenoble, HEC Paris, INSEEC etc.).

Durant trois jours les étudiants participent de façon décomplexée à des jeux professionnels proposés par les entreprises partenaires de Wizbii. Ces défis permettent aux jeunes de prouver leurs motivations, d'être stratégiques ou encore de mettre à profit leurs compétences pour ainsi gagner des cadeaux. Au-delà de ces lots, cet événement a surtout pour vocation de permettre aux jeunes et aux entreprises de se rencontrer dans un contexte original où règne la bonne humeur. Ceci peut par la suite déboucher à des offres d'emplois, de stages ou d'alternance.

Exemple Wizbii Pro Tour à GEM en 2013 : Cet événement a eu lieu du 18 au 20 novembre. Plus de 200 étudiants étaient présents pour relever les défis. Côté entreprise, la Banque Populaire, GTL ou encore SFR ont fait le déplacement et les étudiants ont dû relever quatre défis mis en place par Wizbii et leurs partenaires. Ils sont détaillés en **annexe 5**.



Je n'ai pas eu l'opportunité de participer à cet événement. Je pense que c'est un très bon moyen pour Wizbii d'accroître sa notoriété auprès des étudiants et des entreprises. Néanmoins c'est un projet qui demande un investissement humain de la part de l'équipe : Il requiert beaucoup d'organisations, génère du stress car il y a beaucoup de participants et de fatigue d'autant plus si l'événement n'a pas lieu à Grenoble. Il faut faire attention à bien le mener du début à la fin pour avoir un bon retour sur investissement (augmentation des jeunes qui s'inscrivent sur Wizbii, satisfaction des entreprises partenaires etc.). Un second Wizbii Pro Tour sera organisé très prochainement.

## Les Job Dating

C'est le troisième événement majeur que réalise Wizbii. La start-up organise pour le compte de ses clients, ces cocktails qui permettent aux étudiants et jeunes diplômés de rencontrer des recruteurs de la région et de discuter avec eux durant quelques minutes dans un endroit convivial autour d'un apéritif dinatoire. Ceci peut aboutir à des emplois, des alternances mais aussi des stages.

Constat: Les jeunes ont de plus en plus de mal à trouver un emploi. Les entreprises, quant à elles, ne trouvent pas toujours des candidats qui correspondent au profil recherché. Enfin, la relation et l'échange sont des éléments indispensables dans le processus de recrutement.

Durant les premiers mois de mon stage, j'ai eu l'occasion de réaliser de A à Z un Job Dating qui a eu lieu le 18 Juin 2014 à Auch (32000). Nous allons donc prendre cet événement comme base d'exemple afin d'étudier son déroulement, les difficultés rencontrées et les points à améliorer.

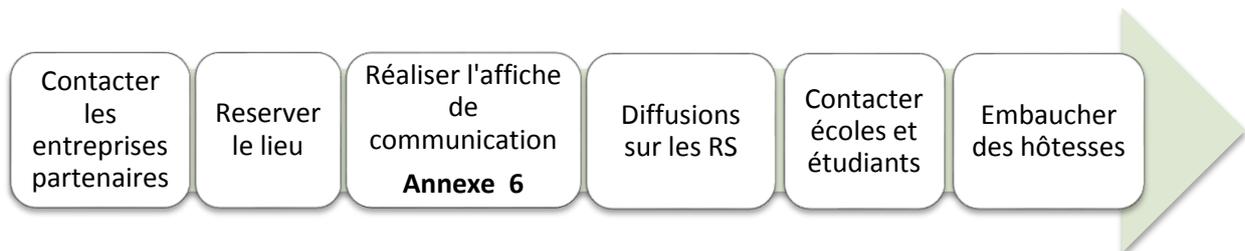
## 2. Focus sur le Job Dating de Auch

L'événementiel est un secteur rempli d'imprévus. C'est un milieu dans lequel on ne s'ennuie pas mais qui génère aussi du stress. Ayant été désignée chef de projet, j'ai pu réaliser les missions suivantes et en faire plusieurs constats.

### Préparation du Job Dating

L'organisation commence un mois et demi avant la date du cocktail. C'est un processus long qui demande de l'organisation et un sens du relationnel.

Les étapes de la préparation devaient se dérouler comme suit :



Il a fallu entrer en contact avec plusieurs acteurs et cibler leurs besoins :

- Le client pour qui nous organisons l'événement : Le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne. Il paye la prestation et en échange nous lui garantissons des cocktails de qualités, une campagne de communication efficace et une rencontre en ligne via le site web. Pour le CAMPG, le but de ce cocktail est de « positionner la banque comme acteur majeur de l'emploi des jeunes sur le territoire »<sup>27</sup>. Un moyen donc efficace d'améliorer sa marque employeur auprès des jeunes.
- Les entreprises partenaires du CAMPG : Ce sont des entreprises clientes du Crédit Agricole qui souhaitent participer au Job Dating pour rencontrer des jeunes. Treize entreprises devaient être présentes. C'est le CAMPG qui se charge de les trouver puis c'est ensuite à Wizbii de les contacter pour connaître leurs besoins en matière de candidats.
- Les écoles : Il a fallu démarcher auprès de plus de 25 écoles de la région des Pyrénées Gascogne et du Gers pour qu'elles diffusent l'information auprès de leurs étudiants.
- Les candidats : Une fois que les jeunes se sont inscrits via la plateforme Wizbii je devais les contacter pour confirmer leur présence au Job Dating et obtenir plus d'informations: secteur recherché, type de contrat etc.
- Le responsable du restaurant dans lequel nous organisons l'événement. La Cant'Auch a été choisie, un endroit chaleureux et assez grand. Il fallait que je décide de l'organisation du lieu, du matériel et du choix du buffet pour rendre le lieu encore plus convivial.



<sup>27</sup> Document interne – Proposition Wizbii, brief client

Durant l'organisation j'ai été confrontée à plusieurs difficultés, notamment :

1. Certains DRH des entreprises partenaires n'étaient pas forcément au courant du Job Dating et des désistements ont eu lieu.
2. Il a fallu modifier plusieurs fois l'affiche de communication entraînant des retards dans la diffusion de l'information.
3. La communication a été insatisfaisante. Le CAMPG en a très peu fait.
4. Ces entreprises sont majoritairement dans des secteurs d'activités spécifiques (aéronautique, agroalimentaire). Elles cherchent des candidats qui sont peu présents sur les réseaux (BTP, technicien de maintenance).
5. Le cocktail ayant lieu dans une ville « éloignée », peu d'école dans les alentours correspondaient aux secteurs recherchés.
6. Contacter les écoles demande du temps car il a fallu être redirigé vers la bonne personne, relancer, confirmer la diffusion de l'affiche de communication etc.
7. Les candidats qui s'inscrivaient ne correspondaient pas toujours au profil voulu, vivaient loin etc. des désistements ont donc eu lieu.

### **Pendant l'événement**

Ainsi lors du Jour-J, 7 entreprises étaient prévus et 40 candidats avaient confirmé leur présence. Mais certains désistements ont eu lieu de la part des différents acteurs.

Le nombre de personnes qui ont été réellement présentes au Job Dating de Auch :

- 6 entreprises qui recrutaient dont le Crédit Agricole.
- 25 candidats seulement qui ont fait le déplacement. Beaucoup de désistements ont eu lieu le jour même, pour des raisons diverses.
- 1 hôtesse au lieu de 2 (désistement de dernière minute).

Néanmoins, le cocktail s'est déroulé durant 2 heures 30 et ayant pu parler avec les différents acteurs durant le cocktail j'ai pu voir que chacun a été satisfait du déplacement. De nombreuses discussions informelles et décomplexées ont eu lieu entre les candidats et les recruteurs. Des échanges de CV se sont faits et chacun a pris le temps de déguster des produits du terroir.

Mais c'est en réalisant un suivi post-événement que j'ai pu obtenir des résultats plus formels sur ce Job Dating et en ressortir les points positifs et ceux à améliorer.

## Le suivi post-événement

Le CAMPG, a mis en place une enquête de satisfaction sous Sphinx. Une adaptée aux entreprises et une autre aux candidats. J'étais chargée de contacter les étudiants présents au Job Dating afin qu'ils remplissent le sondage. Sur les 25 présents, 15 ont pris le temps de répondre. L'enquête de satisfaction est présente en **Annexe 7**.

Ceci m'a permis d'en ressortir les résultats présents en **Annexe 8** que j'ai résumé ici :

- ✓ Plutôt bien satisfait du Job Dating (7.19/10)
- ✓ Majoritairement ils souhaitent participer au prochain Job Dating
- ✓ Les JD : permettent de se faire connaître et d'avoir des échanges informels
- ✓ L'organisation leur a plus et ils sont très satisfaits par le rôle joué par la banque en tant que cliente organisatrice de l'événement.
- ✗ Les entreprises ne correspondent pas forcément au secteur recherché
- ✗ Une minorité de candidats a été recrutée par l'intermédiaire des JD
- ✗ Le nombre d'entreprise rencontré est moyennement suffisant (5.48/10)

Par ailleurs, ayant eu accès aux résultats des entreprises présentes au Job Dating, j'ai pu noter les points suivants. Il faut noter que sur les 6 recruteurs présents, seuls 3 ont donné leur point de vue dont le Crédit Agricole :

- ✓ Le JD est utile pour se différencier des concurrents
- ✓ Ils sont bien satisfaits de l'organisation mise en place
- ✗ Le JD ne permet pas forcément de gagner du temps dans la recherche de candidats
- ✗ Moyennement satisfait du Job Dating (5,5/10)
- ✗ Ils auraient souhaité rencontrer plus de candidats en rapport avec les postes proposés

De ces résultats, nous pouvons noter plusieurs points « défailants » (les croix rouges) qui nécessitent d'être revus et améliorés. Nous allons donc proposer quelques solutions.

### 3. Les moyens à mettre en œuvre pour améliorer le processus

Selon moi, Wizbii peut développer plusieurs éléments:

**Diversifier ses moyens de communication** : Les entreprises clients peuvent diffuser l'information auprès de leurs réseaux. De son côté Wizbii devrait directement se rendre sur les lieux pour diffuser l'information dans les écoles et pour interpeler les jeunes (surtout si ceux-ci sont dans des secteurs spécifiques). La présence humaine est importante. Il faut continuer à être davantage présent sur le Web via le site Wizbii, les sites d'écoles, les réseaux etc. et le faire le PLUS TÔT POSSIBLE.

**Développer des partenariats avec les écoles et universités** : L'objectif ici serait de faire venir des promotions entières d'étudiants en rapport avec les secteurs d'activités recherchés par les entreprises. Ceci augmenterait le nombre de candidats et permettrait aux entreprises de rencontrer davantage d'étudiants.

**Mieux définir le contrat (date et lieu) avec le client** : Il faut que le contrat corresponde à la fois à Wizbii et au client. Selon moi, il est important de proposer des lieux et des dates plus attractives que celle d'Auch. En effet c'est une ville loin de toute grandes villes urbaines. Même si le but de la banque est de développer le territoire, il faut que ceci reste « faisable ». Par ailleurs, les Job Dating doivent avoir lieu entre Février et Mai, dates à laquelle les étudiants cherchent leurs futurs contrats professionnels et ne sont pas en période d'examen !

**Proposer des stands « recrutement » attractifs** : Un peu dans le même principe que le Wizbii Pro Tour mais le but ici serait de proposer quelques petits stands pour rendre l'événement plus attractif et éviter que les jeunes ne partent trop tôt du Job Dating.

L'idée serait par exemple de mettre à disposition, des espaces pour favoriser le recrutement, et les aider dans leur recherche d'emploi Les jeunes et les professionnels (recruteurs, clients) pourront tisser plus de liens à travers des jeux, des tests ou des discussions et ainsi découvrir si les personnalités des candidats correspondent à l'entreprise. Par exemple Wizbii pourrait mettre en place des stands de « création de CV » ou « quels professionnel es-tu ? ».

---

Bien entendu ce ne sont que des hypothèses. Je pense néanmoins que si Wizbii revoit ces points, ceci permettrait d'avoir un niveau de satisfaction plus élevé de la part des candidats mais surtout des recruteurs. De plus ce serait forcément avantageux pour Wizbii qui améliorera davantage sa réputation et aura plus de facilité pour attirer les jeunes et de nouvelles entreprises sur son site web. Enfin, il est important de prendre en compte ces points car Wizbii organise cet événement pour son client qui paye pour avoir un bon retour sur investissement et qui est donc exigeant. D'autant plus, que comme vu précédemment, Wizbii dépend fortement de ses clients. Avoir une bonne relation est primordial.

Les événements sont donc de bons moyens pour que Wizbii se démarque. Améliorer son processus permettra à la start-up d'être plus attractive sur ce secteur.

Un autre point important à étudier est la dimension internationale. Il est temps que « notre » start-up envisage de s'étendre à l'échelle internationale pour garder un avantage sur ses concurrents.

## II. LE LANCEMENT DE WIZBII A L'INTERNATIONAL, UNE OPPORTUNITE POUR SE DEMARQUER.

---

On a vu précédemment, que les jeunes sont de plus en plus tournés vers l'international et qu'il n'y a encore pas (ou très peu) de concurrents directs de Wizbii présents à cette échelle. D'autres parts, une des phrases principales de Wizbii est qu'il faut « favoriser l'emploi et l'entrepreneuriat des jeunes autour du monde ». Or aujourd'hui, le site ne s'adresse qu'à une cible jeune française. Il est donc temps que Wizbii étende son site dans d'autres pays pour pérenniser son activité.

### 1. La phase amont pour se développer à l'international

Il est important que Wizbii s'adapte aux jeunes et au contexte actuel qui favorise les échanges dans le monde. Quelques procédures doivent donc être mises en place, pour se lancer correctement sur ce nouveau marché, notamment :

#### **Etudier le logo « Wizbii » à travers le monde.**

Tout d'abord, pour éviter tout malentendu dans les autres pays, il faudrait étudier la marque Wizbii afin de savoir si ce nom peut être mal traduit à l'étranger et éviter une mauvaise publicité.

« Wizbii » ne semble pas être un mot utilisé dans d'autres langues étrangères et ne présente donc pas de risque de mauvaise interprétation dans les autres pays. C'est un mot spécifique. Il faudra bien entendu faire attention à l'adaptation du slogan Wizbii « le réseau social pour étudiants et jeunes diplômés » mais ceci ne devrait pas poser de difficultés.

#### **Cibler les pays à toucher en priorité**

Il faut d'autre part que Wizbii, cible les pays dans lesquels elle souhaite communiquer en premier. Dans les prochaines années, la start-up devrait se concentrer sur les pays francophones et anglophones. Ceci constituera une très large proportion d'individu puisqu'on compte :

- 29 pays qui ont le français en langue officielle ou « co-officielle »: Belgique, Canada, Suisse etc.<sup>28</sup>
- 54 pays qui ont l'anglais en langue officielle ou « co-officielle »: Etats-Unis, Angleterre, Australie, Nouvelle Zélande etc.<sup>29</sup>

En se concentrant sur ces pays dans les prochaines années, cela permettra forcément à Wizbii de gagner en notoriété et de s'étendre plus rapidement à l'échelle internationale d'autant plus que les pays francophones et anglophones ont une culture assez proche de la France.

Ceci limiterait les risques d'échec.

---

<sup>28</sup> [http://www.axl.cefano.ulaval.ca/Langues/2vital\\_inter\\_francaisTABLO.htm](http://www.axl.cefano.ulaval.ca/Langues/2vital_inter_francaisTABLO.htm)

<sup>29</sup> [http://www.axl.cefano.ulaval.ca/Langues/2vital\\_inter\\_anglaisTABLO.htm](http://www.axl.cefano.ulaval.ca/Langues/2vital_inter_anglaisTABLO.htm)

A titre d'exemple, s'il fallait s'adapter à des pays plus Asiatiques, une étude de marché très approfondie devra être établie car les cultures et les comportements diffèrent davantage : Les codes et les signes ne sont pas les mêmes, tout comme les méthodes de management en entreprise - les asiatiques sont très portés sur les procédures et les hiérarchies<sup>30</sup>. Dans ce cas, Wizbii serait alors obligée de modifier entièrement l'ergonomie du site (disposition, couleur, pictogrammes etc.) ainsi que sa communication, ce qui demande beaucoup de temps et un investissement financier et humain plus important.

Ainsi, selon moi, Wizbii devrait se concentrer sur deux pays francophones : la **Suisse** et la **Belgique** ainsi que les pays anglophones relativement proches de la France tel que le **Royaume Uni** et les **Pays Bas**.

Procéder par étape est important. Ceci aura pour but de mesurer l'impact de Wizbii dans ces pays et savoir si à l'avenir elle pourra s'exporter dans des pays plus lointains.



## 2. Vers une refonte multilingue du site web

Une fois les pays ciblés, il est essentiel de développer une nouvelle interface du site en version française et anglaise. De plus, la langue internationale étant l'anglais, il est indispensable que le site dispose de cette fonctionnalité pour que par la suite, il s'étende plus rapidement dans d'autres pays.

Proposer une version bilingue (dans un premier temps, puis multilingue sur le long terme) servira :

- Aux recruteurs français et étrangers : Ils pourront utiliser le site pour identifier des candidats étrangers qui correspondent à l'entreprise et ainsi les recruter via Wizbii.
- Aux candidats français et étrangers : Ils se serviront de la plateforme pour trouver un stage, un emploi ou une alternance en France et dans les pays étrangers.
- Les jeunes pourront aussi se renseigner directement sur les entreprises étrangères, suivre leurs actualités et surtout se construire un réseau de professionnel à travers le monde.

Grâce à cette nouvelle version, Wizbii pourrait donc attirer les jeunes qui cherchent un réseau social professionnel international. De même, les étudiants et jeunes diplômés déjà présents sur des sites multilingues mais plus âgés comme Viadeo ou LinkedIn, pourront se tourner vers Wizbii, qui sera plus adapté à leurs recherches.

---

<sup>30</sup> Marketing Professionnel (2009) – Le management asiatique, un management hautement autoritaire !

## Les outils à développer en parallèle

Pour que le nouveau site « bilingue » de Wizbii soit le plus professionnel possible la start-up doit aussi faire attention à plusieurs éléments :

- Un responsable commercial international Wizbii doit bien entendu être présent au sein de l'équipe : Romain, co-gérant de l'entreprise, maîtrise très bien l'anglais et grâce à sa formation en école de management à Grenoble, il a pu acquérir des compétences dans le domaine international.
- Il faut embaucher un employé bilingue, voir multilingue afin qu'il développe correctement le site web. Ceci doit se faire le plus tôt possible.
- Dans les prochains mois, Wizbii devra commencer à communiquer sur cette nouvelle action en utilisant différents moyens de communication. Ils doivent être simple mais efficace comme le bouche à oreille, la presse ou le site Wizbii. Ceci permettrait de préparer les étudiants et les entreprises déjà clients à cette dimension internationale et ainsi leur donner davantage envie de s'investir dans le site. Il faut cependant faire attention à ne pas communiquer trop tôt pour ne pas être devancé par les concurrents.

Attention: Pour le moment, Wizbii ne dispose pas d'assez de fonds financiers pour implanter des locaux à l'étranger. Tout serait donc géré de la France. A l'avenir, si le processus d'internationalisation fonctionne, Wizbii devra penser à ce problème. En effet, instaurer une relation fiable et stable avec les entreprises françaises clientes, nécessite déjà beaucoup de déplacements dans les grandes villes. Romain passe en moyenne plus de 10 jours par mois à Paris pour rencontrer des entreprises. Le problème sera le même pour les entreprises étrangères qui auront besoin d'instaurer une relation de confiance avec Wizbii.

---

Ainsi s'étendre à l'international devient primordial, mais deux éléments s'opposent :

- Si Wizbii souhaite continuer à se démarquer de ses concurrents et attirer les jeunes, elle doit rapidement se développer dans d'autres pays voisins.
- D'un autre côté, Wizbii est encore jeune et manque de « maturité » dans certains domaines : financiers pour implanter des locaux à l'étrangers, web pour la refonte du site ou encore de notoriété car l'entreprise n'est pas encore connu dans toute la France.

Son développement dans des pays étrangers peut donc être un très bon point pour pérenniser son activité mais peut s'avérer dangereux si cela n'est pas réalisé au bon moment et avec les bons moyens.

Pour aider Wizbii à gagner en notoriété, l'entreprise peut user de moyens de communications originaux ou améliorer les outils déjà existants.

### III. RECOMMANDATIONS ET PRECONISATIONS SUR LA STRATEGIE DE COMMUNICATION WIZBII

---

Ayant aussi eu l'occasion de travailler en tant qu'assistante community manager pour Wizbii, j'ai pu développer mes compétences dans le domaine de la communication et du Web 2.0. Voici certains points qui selon moi, devraient être améliorés pour que Wizbii se démarque encore de la concurrence.

#### 1. Recommandations sur les outils déjà existants

Dans un premier temps, Wizbii doit redynamiser certains de ces outils web qui constituent l'interface directe entre la start-up et ses clients (entreprises et étudiants). Ils sont responsables de l'image de l'entreprise.

##### **Page Facebook Wizbii**

La page Facebook est importante pour que Wizbii reste visible, attractive et proche de la génération Y. Voici son contexte actuel :

5653 mentions « j'aime »	4 à 5 articles publiés par semaine	Moyenne : 6 « j'aime » par publication	200 personnes voient la page/ jour
--------------------------	------------------------------------	--	------------------------------------

La page Facebook de Wizbii est actuellement dans une situation assez difficile car le nombre de personnes qui adhèrent à la page stagne. D'autres part malgré des efforts pour essayer de rendre la page attractive, peu d'internautes commentent ou « aiment » les articles publiés sur la page Wizbii. La difficulté majeure est que sur les 5653 adhérents à la page, seuls 200 voient les articles publiés par Wizbii, dans leur fil d'actualité. C'est ce qui rend la situation difficile.

Les solutions envisageables : Pour redynamiser la page Facebook il faudrait que Wizbii :

- **Publie des contenus plus « participatifs »** : Les pages Facebook de grandes marques comme Innocent ou Coca Cola, sont utilisées pour parler des nouveautés de la marque et pour améliorer la relation avec les internautes. Il faut donc les faire participer sur notre page en posant des questions, des quizz, des jeux (mots fléchés etc.).
- **Proposer des jeux concours adaptés aux jeunes** : Il faut trouver des solutions plus innovantes et tendances qui amènent les jeunes à visiter notre page comme « poster une photo de soi avec écrit Wizbii ». La photo la plus originale pourrait gagner un petit cadeau. Ce n'est qu'un exemple. Mais un community manager avec de l'expérience pourrait s'avérer efficace pour améliorer le flux sur Facebook.

## Le Blog La Ruche Wizbii

Le Blog est visité par presque 40 000 personnes par mois. C'est un site qui permet à Wizbii d'être mieux référencé sur le Web et donc de gagner en notoriété. Voici son contexte actuel :

503 articles publiés	644 commentaires	60 contributeurs qui écrivent sur le blog	6 articles publiés par semaine en moyenne
----------------------	------------------	---	---

Le blog La Ruche est bien dynamique et plutôt bien lu par la cible jeune. De plus les articles sont bien diversifiés. On trouve des informations sur les bon plan étudiants, l'entrepreneuriat, les emplois, des témoignages etc. Cependant sur les 60 contributeurs inscrits pour écrire sur le blog, à peine 7% sont actifs. De ce fait, Sophie, la responsable communication de Wizbii commence à avoir du mal à gérer le blog toute seule. De plus le site est très bien référencé lorsqu'on clique les mots clé suivants : « blog actualité professionnelle étudiant/jeune » mais selon moi, ce n'est encore pas suffisant et Wizbii pourrait améliorer davantage son référencement naturel.

Les solutions envisageables : Pour être plus attractif sur le Web, il faudrait:

- **Chercher de nouveaux contributeurs** : J'ai déjà commencé cette démarche mais c'est un processus long et qui prend du temps. Je viens actuellement d'en trouver 6 nouveaux. Il faut savoir que les contributeurs ne sont pas rémunérés. Cependant, avec la croissance de Wizbii et sa nouvelle levée de fond, Wizbii peut proposer des solutions pour attirer les contributeurs comme des cadeaux, des participations aux événements, un prix pour le contributeur le plus dynamique sur le site etc. Il faudrait aussi créer une base de données pour suivre ces contributeurs et leur proposer des idées d'articles lorsqu'ils sont inactifs.
- **Lancer des partenariats avec d'autres sites web** : Le but est de devenir partenaire avec des sites qui attirent les jeunes. Ainsi ils seraient redirigés directement vers le site La Ruche ce qui améliorera le référencement de Wizbii. Il faut que Wizbii propose des partenariats à des sites complémentaires comme des sites de e-learning par exemple.

Outre ces deux outils de communication qu'il convient d'améliorer rapidement, d'autres outils, n'ont pas encore été mis en place et peuvent permettre à Wizbii d'être plus attractif.

## 2. Des nouveaux outils adaptés à la génération Y

Le développement permanent des NTIC et des outils du Web, offrent des opportunités aux entreprises de se diversifier des concurrents et d'être plus visible sur la toile. Certains, peuvent être utiles à Wizbii :

### **Le crowdfunding**

Aussi appelé financement participatif, c'est un phénomène en plein essor. Il permet, aux porteurs de projets, de trouver des capitaux propres grâce à des acteurs externes et de lancer leurs projets/start-up. Cet outil se développe en raison du contexte économique actuel qui pousse les jeunes à se méfier des banques et à manquer de fond d'investissement.

Dans sa partie « entrepreneuriat » Wizbii pourrait mettre en place un système de crowdfunding afin d'aider les jeunes à se lancer. Ceci insisterait les jeunes à s'inscrire sur le site ce qui le rendrait plus attractif.

Il faudrait dans ce cas mettre en place un « dossier » d'inscription pour les projets qui souhaitent récolter des fonds. Wizbii pourrait ainsi évaluer les projets les plus pertinents.

Bien entendu c'est une idée à étudier plus en profondeur car il faut bien choisir le type de crowdfunding à lancer et proposer des partenariats plus élaborés auprès d'investisseurs privés ou des banques. Les jeunes inscrits sur le site, peuvent participer mais ce n'est pas la cible idéale car leur ressource financière est souvent limitée.

### **Une application mobile**

Créer une application mobile Wizbii permettrait à l'entreprise d'être plus proche de sa cible « accro » aux smartphones. En effet en moyenne les 25-44 ans utilisent 29 applications par mois et les 18-24 ans y passent plus de 37 heures dessus par mois<sup>31</sup> ! Il devient indispensable de développer cet outil dans les prochains mois à venir d'autant plus que les concurrents directs de Wizbii ne disposent pas encore d'application mobile.

Le but serait de permettre aux jeunes d'accéder gratuitement à cette application pour avoir accès aux offres des entreprises en temps réel et postuler le plus rapidement possible aux offres d'emploi. D'autres fonctionnalités pourraient bien entendus se développer.

L'application mobile pourrait aussi s'appliquer pour le blog La ruche afin de suivre l'actualité professionnelle des jeunes en temps réel.

---

<sup>31</sup> Etude Nielson (07.01.2014) – « Smartphone so muny apps so much » Nielson.com

## Les snapchat

Application mobile gratuite encore nouvelle mais en pleine essor, elle permet de prendre des photos et des vidéos et de les partager avec sa communauté pour une durée limitée entre 1 et 20 secondes. Grâce à cet outil, Wizbii pourra communiquer sur l'équipe, l'ambiance en entreprise, les nouveautés qui arrivent sur la toile etc. Ceci lui permettra de se rapprocher de ses utilisateurs et d'améliorer sa marque employeur en diffusant une image « jeune », « moderne » et « sympathique » de l'entreprise.

Ces trois outils devraient être mis en place par Wizbii dans les prochains mois à venir. Bien entendu se sont pour le moment des idées préliminaires qui selon moi aideraient Wizbii à pérenniser son activité en se démarquant des concurrents.

Il convient de prendre en compte certaines préconisations pour que toutes ces nouvelles actions (événement, communication, internationalisation) soient rendu possibles.

### 3. Préconisation et risques de cette stratégie sur le long-terme

Bien entendu, dans un premier temps, il est primordial que Wizbii réalise une étude marketing et financière plus poussée sur ces nouveaux outils et sur son internationalisation.

De plus, pour que cette nouvelle stratégie soit rendu possible il faut que l'entreprise mette en œuvre plusieurs éléments, notamment :

- **Rechercher davantage de partenariats** avec les banques et les écoles en France et à travers le monde car Wizbii n'est encore pas assez connu à l'échelle nationale.
  - **Se concentrer sur des profils plus techniques** et spécialisés (agroalimentaire, aéronautique) et les attirer sur le site Wizbii. Beaucoup d'entreprises ont du mal à atteindre ces profils peut présents sur le Web.
  - **Recruter de nouveaux talents :**
    - Des commerciaux plus « seniors » pour accroître son activité en France et dans le monde
    - Des développeurs Web pour améliorer le site et créer une application mobile
    - Un assistant communication pour aider à développer les actions de communication citées précédemment.
- Le recrutement vient de commencer en Aout 2014.
- **Mettre en place une campagne de communication** virale et efficace pour faire connaître les nouveaux outils (application mobile, snapchat, internationalisation etc.) :
    - Newsletter, relation de presse, article de presse, phoning auprès des entreprises
    - Vidéo « buzz » sur Youtube, Dailymotion et les réseaux sociaux
    - Flyers dans les métropoles.
    - Bouche à oreille etc.
  - **Refaire le site internet version 3.0.** La version précédente a des dysfonctionnements. Il faut un site plus fonctionnel, plus moderne et plus ergonomique pour satisfaire les entreprises, les jeunes et surtout pour s'étendre efficacement à l'international!

# CONCLUSION

Cette étude a eu pour but de proposer à Wizbii des actions qui lui permettraient de pérenniser son activité.

Pour se faire, il était primordial, dans une première partie d'étudier le marché actuel.

- L'étude de la génération Y a permis de mettre en évidence les caractéristiques de ces nouveaux jeunes actifs qui arrivent sur le marché du recrutement. Ainsi, nous avons pu nous renseigner davantage sur la cible principale de Wizbii qui est aussi la cible principale des entreprises cliente de Wizbii.
- Dans un second temps, il était bien entendu primordial d'étudier le marché du recrutement et plus précisément celui du marché des réseaux sociaux professionnels. Ceci a mis en évidence la difficulté que rencontrent les jeunes dans l'accès à l'emploi mais aussi la difficulté qu'ont les recruteurs à trouver des profils adaptés à l'entreprise. Les réseaux sociaux professionnels constituent une alternative pour aider au recrutement. C'est un secteur en expansion mais qui doit être bien maîtrisé par les différents acteurs.
- Enfin étudier le contexte concurrentiel des RSP « jeunes » et le positionnement de Wizbii, s'est avéré utile pour connaître les risques mais aussi les opportunités du marché.

Avec ces données et les différentes missions réalisées lors de mon stage j'ai pu en ressortir les « points faibles » de Wizbii et proposer dans une seconde partie, des solutions à mettre en place : la dimension internationale, les outils de communications et l'évènementiel constituent pour moi les éléments clés pour que Wizbii continue à pérenniser son activité.

Cependant il convient de prendre en compte le fait que ce n'est qu'une étude préliminaire, les idées proposées doivent faire l'objet d'une analyse marketing et financière plus approfondie. D'autre part si Wizbii souhaite développer ces actions, il faut avant tout qu'elle recrute de nouveaux employés au sein de la start-up pour ainsi redynamiser son site internet et gagner en notoriété auprès des étudiants et des entreprises françaises. C'est un long processus qui commence à peine à se mettre en place.

Un dernier élément entre en jeu : une nouvelles génération, dite Z, entrera sur le marché de l'emploi dans les prochaines années. Ce sont les jeunes nés après les années 1995 et qui risquent d'avoir des attentes différentes de la génération Y. La problématique qui se pose maintenant est de savoir si les techniques utilisées par les « anciennes » générations pourront s'adapter à cette nouvelle génération.

# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrages

Besson L. et Digout J. (2012), *E-recrutement à l'ère du Web 2.0 et des réseaux sociaux*, Paris, Magnard Vuibert.

Pouget J. (2013), *Intégrer et manager la génération Y*, 2<sup>nd</sup> édition, Paris, Vuibert

Quentin coulon ouvrage génération Y

## Revue et études

Cabine Deloitte (2014), *Baromètre de l'humeur des jeunes diplômés*, 3eme édition, Ifop.

Cabinet Stepstone (2013), *Enquête sur les tendances de recrutement et de recherche d'emploi*, Tendances 2009-2013, p3-9.

Hays (2013), *Tendances générales du recrutement et des rémunérations 2013*, Etude de rémunération nationale, p5-18.

Helme-Guizon A., Ottman M. (2010), *Génération Y et marketing évolution ou révolution ?*, Décision marketing, Revue n°59 Juillet Septembre 2010.

IGPDE (2008 à 2011), *La génération Y a-t-elle des valeurs spécifiques*, Gestion Publique, Revue n°17 partie 2, p5-9.

Opinion-Way pour APCE, Les jeunes et l'intention entrepreneuriale, APCE.

Opinion-Way pour APCE et Salon de l'entrepreneur (2013), *Image de l'entrepreneuriat auprès des lycéens professionnels et étudiants*, Etude Moovje

## Site Internet

Blog du modérateur (2014), *Chiffres réseaux sociaux 2014*, consulté le 2 août 2014 :

[<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>]

Bolzer J. (2013), *Les 8 avantages du recrutement sur les réseaux sociaux professionnels*, Les Echos Business, consulté le 25 juillet 2014 : [<http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/les-8-avantages-du-recrutement-sur-les-reseaux-sociaux-professionnels-8105.php> ]

Bordas W. (2014), *Ces étudiants qui aiment entreprendre*, E-orientations, consulté le 20 juillet 2014 : [<http://www.e-orientations.com/emploi-jeunes-dip/monter-son-projet-professionnel/ces-etudiants-aiment-entreprendre>]

Digischool.fr (2014), *Avec la crise les jeunes sont davantage au chômage*, consulté le 20 juillet 2014 : [<http://www.digischool.fr/actualites/crise-jeunes-chomage-2014-onpes-22695.php> ]

Entreprise Environnement.org, *RH comment appréhender (et recruter) la génération Y ?*, consulté le 10 juillet 2014 : [<http://entreprise-environnement.org/recrutement-generation-y/> ]

La Tribune (2014), *Près de la moitié des jeunes diplômés cherchent un emploi*, Site web la tribune, consulté le 20 juillet 2014 :

[<http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20140130trib000812833/pres-de-la-moitie-des-jeunes-diplomes-cherchent-toujours-un-emploi.html>]

Marketing Professionnel (2009), *Le management asiatique : un management hautement autoritaire*, consulté le 5 août 2014 : [<http://www.marketing-professionnel.fr/secteur/management-asiatique-autoritaire.html>]

Ministère du redressement productif (2012), *les jeunes et l'entrepreneuriat*, consulté le 20 juillet 2014 : [<http://www.redressement-productif.gouv.fr/assises-entrepreneuriat/jeunes-et-lentrepreneuriat> ]

Morley C. et Figueredo M. (2013), *Génération Y en entreprise entre préjugés et réalité*, Les Echos Business, consulté le 10 juillet 2014 : [<http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/generation-y-en-entreprise-entre-prejuges-et-realite-8181.php> ]

PRWeb (2011), *Wizbii, le premier réseau social professionnel qui favorise l'emploi des jeunes*, consulté le 30 juillet 2014 : [<http://fr.prweb.com/communiques/2011/9/prweb8820815.htm>]

Selexens (2013), *RH et recrutement : évoluer grâce à la génération Y*, consulté le 10 juillet 2014 : [<http://www.selexens.com/rh-evoluer-grace-generation-y/> ]

Torre M (2013), *75% : la part d'étudiants français prêts à partir à l'étranger*, La Tribune, consulté le 20 juillet 2014 : [<http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20140130trib000812833/pres-de-la-moitie-des-jeunes-diplomes-cherchent-toujours-un-emploi.html>]

Unef (2011), *les jeunes face à l'emploi en France : un constat alarmant*, consulté le 20 juillet 2014 : [<http://unef.fr/2012/01/17/les-jeunes-face-a-l%E2%80%99emploi-en-france-un-constat-alarmant-2/>]

## **Documents internes**

Gentil R. (2013), *Cocktail entrepreneurial devenez la banque de référence des jeunes créateurs d'entreprise*, Wizbii

Gentil R (2013), *Cocktail recrutement devenez l'entreprise préférée des jeunes talents*, Wizbii

# ANNEXES

Annexe 1. PAGE WIZBII - Etudiante et entreprise Wizbii

Annexe 2. PESTEL sur le marché du recrutement en France

Annexe 3. CHIFFRES CLES sur le marché des RSP

Annexe 4. PORTER – Analyse concurrentielle sur le marché des RSP jeunes

Annexe 5. WIZBII PRO TOUR, les 4 défis organisés à GEM Grenoble

Annexe 6. AFFICHE DE COMMUNICATION Job Dating – 18/06/2014

Annexe 7. QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION – Etudiants/Jeunes Diplômés

Annexe 8. RESULTATS ENQUETE DE SATISFACTION – Etudiants

Annexe 1. PAGE WIZBII - étudiante et entreprise Wizbii

Exemple Page Etudiante

**Wizbii** PROJETS Créer et participer à des projets JOBS Trouver un stage ou un job RÉSEAU Développer son réseau pro Rechercher 0 Emeline

ACTUALITÉ PROFIL (0) (0) ⚙️

## Emeline Lambreth

Chargée de projets chez Wizbii - 22 ans - Gières (38610)

Modifier mon profil 13

### Activité

Emeline Lambreth suit maintenant l'activité de l'entreprise

**Banque Populaire des Alpes**  
Vous avez du talent... nous vous offrons l'expérience !  
8 annonces d'emploi  
402 abonnés  
LA BANQUE QUI DONNE ENVIE D'AGIR

Découvrir toutes les entreprises qui recrutent - Supprimer - il y a 4 heures

Emeline Lambreth suit maintenant l'activité de l'entreprise

**SFR**  
Travailler chez SFR, c'est bénéficier d'un accélérateur d'expériences  
16 annonces d'emploi  
519 abonnés

### Mon parcours

2014 En cours

**Expérience professionnelle**  
**Chargée de projets événementiels - Stage**  
Wizbii  
Événementiel  
Mai 2014 à Maintenant  
- Organisation d'événements de type Job Dating (sourcing, lieu, communication, mise en relation, phoning etc.) - Présence sur les lieux (mise en place, contacts) - Suivi post-événements (enquête Voir plus

2013 En cours

**Expérience extra-professionnelle**  
**Présidente de l'association**  
MHIGE (Mission Humanitaire Inter Grandes Ecoles)

Ton profil est rempli à 90%  
Remplir mon profil

ILS ONT VISITÉ TON PROFIL

**Thomas Bertrand**  
Etudiant en BTS SIO au lycée Aristide Berges de Seyssinet-Pariset.  
1 contact en commun  
Ajouter

**Clément Muglia**  
Cofondateur et Responsable Partenariats U'Share  
3 contacts en commun

**Brice Chollot**  
1 contact en commun

Voir tous (11)

LES CONNAIS-TU ?

**Carine Moulia**  
Chargée de communication et d'animation  
1 contact en commun  
Ajouter

**Dominique Delouvrier**  
Chargé de développement WIZBII  
1 contact en commun  
Ajouter

Retrouver des contacts

Exemple Page Entreprise



**SFR**  
Travailler chez SFR, c'est bénéficier d'un accélérateur d'expériences

517 abonnés  
[Ne plus suivre](#)

Accueil    Recrutement **16**



ACCÉLÉRATEUR  
D'EXPÉRIENCES

RETROUVE-NOUS AUSSI SUR

-  Carrières
-  LinkedIn
-  Viadeo

JOB À POURVOIR

- Alternance** [Chargé\(e\) d'organisation logistique -SFR](#)  
Seine Saint Denis
- Alternance** [Chef de projet & pilotage commercial-SFR](#)  
Seine Saint Denis
- Alternance** [Assist. communication digital MusiqueSFR](#)  
Seine Saint Denis
- Alternance** [Chef de produit marketing - SFR](#)

[Voir tous](#)

Actualités



**SFR**  
Le numérique s'invente ici, les métiers de demain aussi. Il est encore temps de trouver votre prochain stage. Nous recrutons.

[Nos offres et métiers | SFR](#)  
groupe.sfr.fr

J'aime - Il y a 66 jours



**SFR**  
Vous êtes un jeune start-upper de moins de 30 ans ? Vous avez mis au point un produit ou service numérique innovant, s'adressant à une clientèle jeune et ultra-connectée ? RED de sfr.fr vous offre une opportunité unique de faire connaître votre solution.  
Vous avez jusqu'au 15 juin pour déposer votre candidature ! Ne tardez pas, et maximisez vos chances, les votes démarrent le 5 juin !

[RED Jeunes Talents Startup](#)  
www.upwzstart.com

Vous êtes un fondateur de - de 30 ans ? Vous avez mis au point un produit /service numérique innovant, s'adressant à une clientèle jeune et ultra-connectée ? Participez au concours RED Jeunes Talents Startup.



J'aime - Il y a 68 jours

[Voir plus](#)

Description

Site web : <http://groupe.sfr.fr/carrieres>    Secteur : Informatique - Telecom - Telephonie

**En 2 mots**  
Travailler chez SFR, c'est l'opportunité pour chacun de se construire un parcours professionnel riche et diversifié au cœur des métiers du numérique.

**Notre Entreprise**  
La Société Française du Radiotéléphone, plus connue sous son signe SFR, est un opérateur de télécommunications français. Créée par la Compagnie générale des eaux

ILS ONT TRAVAILLÉ ICI

- Johan Bosson**   
Conseiller Commercial chez SFR  
1 contact en commun  
[Ajouter](#)
- Cheick Coulibaly**   
Apprenti Chef de projet chez SFR Business Team  
[Ajouter](#)
- Rokhaya Thiandoum**   
Assistante Administrative Des ventes chez SFR Business Team  
[Ajouter](#)
- Alais Chabrand**   
Support au développement commercial chez SFR Business Team  
[Ajouter](#)
- Pauline Guibert**   
Assistante commerciale Grands Comptes chez SFR Business Team  
[Ajouter](#)
- Tony Bourguet**   
Ingénieur commercial chez Radiance-com / SFR BUSINESS TEAM

Page 48 | 56

## Annexe 2. PESTEL sur le marché du recrutement en France

<i>Politique</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etat encourage la création de start-up et veut développer le Made In France</li> <li>• Développement de l'alternance et contrats de professionnalisation</li> <li>• Augmentation des indemnités pour le stage à partir de 2015</li> </ul>
<i>Economique</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de 8% du nombre d'étudiants inscrits dans les écoles et universités entre 2012 et 2022</li> <li>• Crise de 2008 qui impacte les emplois et les salaires</li> <li>• Augmentation du chômage dont 25% de chômage chez les jeunes en 2013</li> <li>• Etude CEDEQ 2013: 1 jeune sur 5 toujours à la recherche d'un travail 3 ans après la fin de ses études.</li> <li>• Les non diplômés sont 3 fois plus au chômage que les diplômés avec un taux de chômage proche des 50%.</li> <li>• 82,6% des moins de 30 ans travaillent en CDD</li> <li>• Environ 500 000 postes vacants en France</li> <li>• En 2012, on observe une baisse des salaires.</li> <li>• Marché en expansion : Luxe, banques et les services</li> <li>• Nouveau marché : Le numérique avait prévu 40 000 embauchent en 2012</li> <li>• Secteurs les plus touchés par la crise : BTP, automobile et distribution</li> <li>• Concurrence accrue dans les secteurs et les entreprises</li> </ul>
<i>Sociale</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeunes diplômés en Bac+5 ont des difficultés à trouver des emplois qui correspondent à leurs niveaux d'étude</li> <li>• 200 millions de blog sur internet (médiaventilo.com – social media 2012)</li> <li>• Un internaute français est en moyenne membre de 2,8 Réseaux sociaux</li> <li>• Les réseaux sociaux développent le capital social</li> <li>• Réseaux sociaux loisir (facebook) majoritairement utilisés par les moins de 25 ans</li> <li>• Sentiments de communauté de plus en plus forte auprès des jeunes</li> <li>• Etude Stepsone : 1/3 des entreprises interrogées ont remarqué des difficultés entre les générations et 70% ont déjà recrutés des jeunes</li> <li>• Recruteurs regardent avant tout les expériences puis la personnalité du candidat.</li> </ul>
<i>Technologiques</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Croissance rapide des nouvelles technologies et des outils du web qui se multiplient</li> <li>• Le développement des outils du web 2.0 impacte le fonctionnement des entreprises</li> <li>• E-recrutement en croissance, la recherche d'emploi se fait majoritairement sur internet. C'est plus rentable pour les entreprises</li> </ul>
<i>Environnemental</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etude Ifop : 49% des jeunes diplômés depuis moins de 3 ans cherchent encore un emploi en 2014</li> <li>• Manque d'opportunité d'innovation en France</li> <li>• Développement durable et respect de l'environnement impact les emplois (préférence pour les CV mails, secteurs de l'environnement qui évolue etc.)</li> </ul>
<i>Légal</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loi Lyon Caen et article Code du Travail (L-1132-1) : Interdiction aux discriminations de discrimination dans les entreprises (handicapés, nationalité etc.)</li> <li>• Loi Sauvadet (12 mars 2012) : aide l'amélioration des conditions d'emplois et des contrats.</li> </ul>

### Annexe 3. CHIFFRES CLES sur le marché des RSP

*/!\ Chiffres et données trouvées sur le Blog du modérateur « chiffres des réseaux sociaux 2014 »*

#### **Marché des réseaux sociaux dans le monde :**

- Environ 1 900 milliards d'internautes inscrits sur un réseau social ou 26% de la population mondiale

#### **Marché des réseaux sociaux en France**

- 68% des français sont présents sur au moins un réseau social
- Temps passer sur un réseau : 1h30 par jour

#### **LinkedIn** – une puissance internationale

- Réseau lancé en 2003
- Nombre de membres inscrits : 277 millions
- Nombre de membres actifs mensuels : 187 millions
- 35% des membres utilisent LinkedIn de façon quotidienne
- Moyenne d'âge des membres : 44 ans et 79% ont plus de 34 ans
- 34% des membres proviennent des Etats Unis
- Croissance du site : augmentation de 33% en 2012 !

#### **viadeo** – un site français qui se fait une place à l'échelle mondiale

- Réseau lancé en 2004 sous le nom de Viaduc (devient Viadeo en 2007)
- Nombre de membres inscrits : 60 millions dont 20 millions en Chine
- Nombre de membres actifs mensuels : 55 millions
- 9 millions de français utilisent Viadeo
- Moyenne d'âge des membres : 47 ans et 60% d'hommes
- Croissance du site : augmentation de 12% en 2012

#### **XING** – Le leader Européen

- Réseau lancé en ... et disponible en 16 langues
- Nombre de membres inscrits : 9 millions dans le monde
- Peu utilisé en France
- Le point positif : ouvert à l'international
- Le point négatif : il faut disposer d'un compte premium pour avoir accès aux fonctions et au réseau.

## Annexe 4. PORTER – Analyse concurrentielle sur le marché des RSP jeunes

### Menace des nouveaux entrants (4,5/5)

- Coûts faibles à l'entrée
- Pas de réelles difficultés pour se lancer sur le marché : création d'un site web
- Nécessite des capacités commerciales pour attirer les entreprises
- Faible réglementation sur le marché des RSP
- Marché du recrutement très large !

### Pouvoir de négociation des clients (4,5/5)

- Entreprises clientes peuvent exiger que les prix baissent
- Peut exiger une meilleure qualité du service
- Nécessite d'avoir un bon niveau de satisfaction
- Besoin d'attirer en permanence de nouveaux clients et de fidéliser les anciens

### Intensité de la concurrence (4,5/5)

- La concurrence est de plus en plus importante car menace des nouveaux entrants et menace des clients élevées.
- Le secteur des RSP croît rapidement et de plus en plus de sites ciblent la génération Y
- Publicité intensive via internet, les blogs, les autres réseaux etc.
- Concurrence directe : le seul gros concurrent est Yupeek. Seekube est à surveiller mais ne constitue pas aujourd'hui un gros concurrent
- Concurrence indirecte : les autres RSP présents sur le marché en France et à l'International et majoritairement LinkedIn et Viadeo.

### Produits de substitutions (2,5/5)

Faible pour le marché principal des RSP jeunes :

- Facebook

Pour le marché général des RSP sont :

- Les emplois carrières, les jobboards
- Les recrutements via la presse écrite spécialisée.
- Les réseaux sociaux de loisirs etc.

Ils sont nombreux mais tendent à diminuer au profit des RSP

### Pouvoir de négociation des fournisseurs (0,5/5)

Pas ou peu de fournisseurs connus.

Eventuellement les écoles qui ont permis d'augmenter le nombre d'étudiants inscrits sur Wizbii

## Annexe 5. WIZBII PRO TOUR, les 4 défis organisés à GEM Grenoble

### **CAFE PITCH by Banque Populaire des Alpes**



« *Face caméra, et près du distributeur, vous aurez le temps d'un café(1mn) pour nous faire rêver en pitchant votre projet de start-up.*

Le CaféPitch est un défi qui se déroule individuellement. Le participant entre dans le studio sur le village, et se présente face à la caméra. En 1min00, le temps d'un café, il devra nous faire rêver et nous persuader que son projet de start-up est bien la grande entreprise de demain. »

**Prix décernés** - Prix du Jury : 1er Prix - 500 euros offert au pitch qui aura séduit le jury.  
Prix du Public : 1er Prix – Un weekend détente pour 2

### **LIGNE AERIENNE by GTL Worldwide**



« *En équipe de 3, organisez-vous pour la conception d'avions en papier. En 5 mn, faites voler un maximum d'avions et planifiez votre production.*

En équipe de 3, les participants s'organisent pour concevoir des avions en papier. Pour gagner, l'équipe la plus performante construira le plus grand nombre d'avions et les expédiera le plus loin possible.

Les gagnants seront déterminés par la somme des distances parcourues, et l'écart entre les prévisions de production et la réalisation. Un défi taylorisé ! »

**Prix décerné** - 1er Prix : 3 weekends insolites pour 2 personnes

### **SFR CAMPUS BOX by SFR**



« *Fermez le rideau, ajustez votre tabouret et présentez-vous face à la caméra. Vous avez 20s pour convaincre SFR de vous sélectionner pour participer au plus grand challenge étudiant de l'année : le SFR campus Tour.*

Dans ce défi, le participant est seul face à une mini-caméra. Il entre dans le vidéomaton dans lequel il a tout juste 20 secondes pour être mémorable. Le maître mot : aller à l'essentiel ! Faire preuve d'originalité, de créativité, avec une seule question en tête : que faire pour que SFR me rappelle ? »

**Prix décernés** - Prix du Jury : 2 places pour un festival de musique  
Prix du Public : 2 places pour un match de l'équipe de France de football

### **CV MATON by Wizbii**



« *Fermez le rideau, ajustez votre tabouret et présentez-vous face à la caméra. Vous avez 20s pour qu'un recruteur se souvienne de vous.*

Dans le CVmaton, le participant est seul face à une mini-caméra. Il entre dans un photomaton revisité dans lequel il a tout juste 20 secondes pour que le recruteur se souvienne de lui. Le maître mot : aller à l'essentiel ! Faire preuve d'originalité, de créativité, avec une seule question en tête : que faire pour qu'il me rappelle ? »

**Prix décernés** - Prix du Jury : Tablette tactile

Pour plus d'informations : <http://www.wizbiiprotour.com/>

Annexe 6. AFFICHE DE COMMUNICATION Job Dating – 18/06/2014

**EN QUÊTE D'UN STAGE,  
ALTERNANCE OU EMPLOI ?**

**2<sup>ème</sup>  
Édition**  
18 Juin 2014  
18h à 21h

# JOB DATING

by *Crédit Agricole Pyrénées Gascogne*

Les recruteurs de la région vous attendent à Cant'Auch,  
au 19 rue Victor Hugo, 32000 Auch

**pour une rencontre networking autour  
d'un apéritif dinatoire convivial**

Retrouvez les secteurs du Commerce, Banque, Bâtiment, Mécanique etc.  
**Ils seront présents :**

**HUESO**

**COUSSO**  
mécanique

**EQUIP'AERO  
SERVICES**

**NATAIS**

**CALI/PAGE**

**MARINE  
NATIONALE**

> **INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS** (places limitées) : [emeline.lambreth@wizbii.com](mailto:emeline.lambreth@wizbii.com)  
tél : 07.81.59.25.50 - date limite d'inscription : 17 Juin inclus

**wizbii** **CA  
PYRÉNÉES  
GASCOGNE**

Annexe 7. QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION – Etudiants/Jeunes Diplômés

Quel est votre niveau de satisfaction concernant le "Job Dating" du 18 juin 2014 (1 = Pas du tout Satisfait -->10 = Totalement Satisfait)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

Quel est le nom des deux partenaires qui ont organisé le Job Dating ?

Vous estimez que des événements comme ce Job Dating du 18 juin (1 = Pas du tout d'accord -> 10 = Totalement d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vous apporte un plus dans votre recherche d'emploi	<input type="radio"/>									
Vous permet de vous différencier	<input type="radio"/>									
Vous permet de gagner du temps dans cette recherche	<input type="radio"/>									
Vous permet de vous faire connaître	<input type="radio"/>									
Vous permet des échanges plus informels avec les Entreprises	<input type="radio"/>									
Vous encourage à participer à d'autres Job Dating	<input type="radio"/>									

En ce qui concerne vos entretiens de recrutement (1 = Pas du tout d'accord --> 10 = Totalement d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vous estimez suffisant le nombre d'entreprises rencontrées	<input type="radio"/>									
Vous avez eu le temps suffisant pour vous faire une idée sur les entreprises	<input type="radio"/>									
Les entreprises rencontrées correspondent globalement à votre recherche	<input type="radio"/>									
Vous avez entamé avec réussite au moins un processus de recrutement	<input type="radio"/>									
Ces entretiens vous ont permis de découvrir des métiers que vous ne connaissiez pas	<input type="radio"/>									

En ce qui concerne l'organisation elle-même de cette soirée

	OUI	NON
Vous aviez vu les messages publicitaires journaux au sujet de cet événement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vous aviez vu les messages publicitaires Web au sujet de cet événement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vous êtes satisfait de l'organisation mise en place	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pouvez-vous nous donner votre opinion sur ces affirmations concernant le Crédit Agricole Mutuel Pyrénées Gascogne (1 = pas du tout Satisfait ou d'accord --> 10 = Tout à fait Satisfait ou d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NC
Vous avez été surpris que le Crédit Agricole organise ce Job Dating	<input type="radio"/>										
Quelle est votre satisfaction sur ce nouveau rôle initié par cette banque	<input type="radio"/>										
Si nous faisons connaître ce nouveau rôle au plus grand nombre vous seriez	<input type="radio"/>										
Si vous êtes client quel est votre niveau de satisfaction de notre banque (réponse NC pour les Non Client...ou vous pouvez devenir client..)	<input type="radio"/>										
Vous recommanderiez la participation à ces événements à d'autres personnes	<input type="radio"/>										

Annexe 8. RESULTATS ENQUETE DE SATISFACTION – Etudiants

satisfaction		
Moyenne = 7,19 Ecart-type = 2,22		
1	1	2,3%
2	1	2,3%
3	1	2,3%
4	2	4,7%
5	3	7,0%
6	4	9,3%
7	13	30,2%
8	5	11,6%
9	5	11,6%
10	8	18,6%

Le job dating	
	Moyenne
Vous apporte un plus dans votre recherche d'emploi	7,82
Vous permet de vous différencier	7,39
Vous permet de gagner du temps dans cette recherche	7,27
Vous permet de vous faire connaître	7,77
Vous permet des échanges plus informels avec les Entreprises	8,30
Vous encourage à participer à d'autres Job Dating	8,43

le recrutement	
	Moyenne
Vous estimez suffisant le nombre d'entreprises rencontrées	5,48
Vous avez eu le temps suffisant pour vous faire une idée sur les entreprises	7,80
Les entreprises rencontrées correspondent globalement à votre recherche	5,75
Vous avez entamé avec réussite au moins un processus de recrutement	4,70
Ces entretiens vous ont permis de découvrir des métiers que vous ne connaissiez pas	5,70

pub_journaux, pub_web, Organisation1		
	OUI	NON
pub journaux	3	41
pub web	35	9
Organisation1	41	3

campg	
	Moyenne
Vous avez été surpris que le Crédit Agricole organise ce Job Dating	6,89
Quelle est votre satisfaction sur ce nouveau rôle initié par cette banque	8,07
Si nous faisons connaître ce nouveau rôle au plus grand nombre vous seriez	7,84
Si vous êtes client quel est votre niveau de satisfaction de notre banque (réponse NC pour les Non Client...ou vous pouvez devenir client.)	3,93
Vous recommanderiez la participation à ces événements à d'autres personnes	0,00

Je soussignée Emeline Lambreth, autorise la diffusion du mémoire « dans un contexte concurrentiel difficile, quelles solutions Wizbii peut-elle mettre en place pour pérenniser son activité ? » réalisé lors de mon stage de M1 Marketing à l'IAE de Grenoble et effectué au sein de l'entreprise WIZBII.

Fait le 20.08.2014 à Grenoble

Emeline Lambreth