



HAL
open science

Les réseaux sociaux professionnels : moyen d'optimisation de la performance des cabinets de recrutement ?

Camille Schnoebelen

► To cite this version:

Camille Schnoebelen. Les réseaux sociaux professionnels : moyen d'optimisation de la performance des cabinets de recrutement ?. Gestion et management. 2016. dumas-01449120

HAL Id: dumas-01449120

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01449120>

Submitted on 30 Jan 2017

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Mémoire de stage/ de recherche

Les réseaux sociaux professionnels :
moyen d'optimisation de la
performance des cabinets de
recrutement ?



Neptune RH
Ingénierie en Ressources Humaines

Présenté par : Camille SCHNOEBELEN

Nom de l'entreprise : NEPTUNE RH

Tuteur entreprise : Audrey SOMMARO

Tuteur universitaire : Christine GATIGNOL

Master 1 FI
Master Management
Parcours Ressources Humaines
2015 - 2016

Avertissement :

Grenoble IAE, au sein de l'Université Grenoble Alpes, 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.

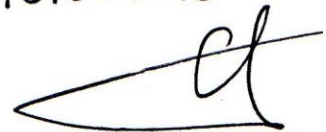
DÉCLARATION ANTI-PLAGIAT

Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.

Je m'engage sur l'honneur à signaler, dans le présent mémoire, et selon les règles habituelles de citation des sources utilisées, les emprunts effectués à la littérature existante et à ne commettre ainsi aucun plagiat.

NOM, PRENOM
SCHNOEBELEN
Camille

DATE, SIGNATURE
18.06.16

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by a smaller 'a' and a horizontal line extending to the right.



Je soussigné(e) Camille SCHNOEBELEN.....

Courriel pérenne : cam.schnoebelen@wanadoo.fr.....

Attention : courriel à signaler si vous souhaitez le diffuser sur DUMAS

N'AUTORISE PAS la diffusion de mon mémoire

AUTORISE la diffusion de mon mémoire en texte intégral sur la base DUMAS
(Diffusion sur le web et accessibilité libre et universelle)

Diffusion immédiate du mémoire

Diffusion différée du mémoire : date de mise en ligne :
(Embargo possible sur l'accès au texte intégral entre 15 jours et 10 ans
Pendant cette période, seule une notice bibliographique est visible)

Je certifie que :

- mon mémoire est exempté d'éléments non libres de droit ou qui pourraient porter atteinte au respect de la vie privée.
- conformément à la loi "Informatique et libertés" du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, je pourrai à tout moment demander modifier l'autorisation de diffusion que j'ai donnée par l'envoi d'une simple lettre ou un courriel au service documentaire de l'IAE.
- je renonce à toute rémunération pour la diffusion effectuée dans les conditions précisées ci-dessus.
- j'agis en l'absence de toute contrainte.

Fait à 18/06/16....., le Grenoble.....

Signature de l'étudiant(e)
Précédée de la mention « bon pour accord »
bon pour accord

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner toute ma gratitude.

Dans un premier temps, je voudrais adresser ma reconnaissance à Nicolas CUYNAT, président du groupe MARE NOSTRUM qui m'a offert la possibilité d'effectuer mon stage dans des conditions idéales au sein du cabinet de recrutement NEPTUNE RH.

Ensuite, je tiens également à remercier mes collaborateurs qui m'ont accompagnée lors de mon stage et qui m'ont parfaitement intégrée au sein de la structure : Marina ESTEOULE, Olivia BULIT, Nicolas CHARLES et Quentin ROBERT.

Je voudrais également adresser toute ma gratitude à la tutrice de ce mémoire, Christine Gatignol pour ses judicieux conseils et sa disponibilité quant à mes différentes interrogations, ce qui a contribué à alimenter ma réflexion.

Je désire enfin remercier ma maitresse de stage, Audrey SOMMARO, qui s'est avérée toujours disponible et d'une véritable pédagogie tout au long de ces semaines. Elle a su me faire confiance sur les différentes missions qui m'étaient confiées au quotidien. J'ai pu, grâce à elle, véritablement évoluer au sein de ma fonction d'assistante recrutement.

Table des matières

DECLARATION ANTI-PLAGIAT	4
AUTORISATION DE DIFFUSION	5
REMERCIEMENTS	6
FICHE D'IDENTITE	5
AVANT-PROPOS.....	6
Introduction	7
I- LES ENJEUX DU CABINET DE RECRUTEMENT	8
A) Le cabinet de recrutement face aux deux premières étapes du processus de recrutement.....	8
1) Le cabinet de recrutement NEPTUNE RH Grenoble	8
2) La définition du besoin client et le sourcing : deux facteurs de succès.....	9
B) Compétitivité, rapidité et image : les nouveaux défis des cabinets de recrutement.....	13
1) Recrudescence de la concurrence : une nécessité de se démarquer par l'image.....	13
2) Nécessité de s'ouvrir à de nouveaux canaux.....	15
II- RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS : UNE SOLUTION AUX PROBLEMATIQUES DU CABINET ?.....	17
A) Présentation des réseaux sociaux professionnels	17
1) Viadeo	17
2) LinkedIn.....	18
B) Avantages des réseaux sociaux dans le processus de recrutement	19
III- LIMITES ET RECOMMANDATIONS.....	24
A) Les risques liés à l'utilisation des réseaux sociaux professionnels	24
1) Oubli de certains profils.....	24
2) Les mêmes problématiques que dans un sourcing classique ?.....	26
B) Recommandations pour une meilleure performance du cabinet NEPTUNE RH	26
1) L'utilisation des réseaux sociaux non professionnels comme Facebook ?.....	27
2) Un consultant recrutement 2.0.....	29
3) L'amélioration continue de l'image NEPTUNE RH.....	30
4) Optimiser les outils déjà présents	31
CONCLUSION	33
BIBLIOGRAPHIE.....	34
SITOGRAFIE.....	36
TABLE DES ANNEXES	37
ANNEXE 1	38
ANNEXE 2	39
ANNEXE 3	40

ANNEXE 4	41
ANNEXE 5	42
ANNEXE 6	44
ANNEXE 7	45
ANNEXE 8	46

FICHE D'IDENTITE

- **Lieu :**

Cabinet NEPTUNE RH

1, rue Alfred Musset 38 000 Grenoble

- **Dates :**

Du 2 mai au 2 septembre 2016

- **Maître de stage :**

Audrey SOMMARO

asommaro@neptunerh.com - 04 76 22 00 50

- **Tutrice IAE :**

Christine GATIGNOL

christine.gatignol@iae-grenoble.fr

- **Missions :**

- Gestion de la base de données candidats
- Gestion des publications d'annonces
- Sourcing de profils différents (du technicien au dirigeant)
- Sélection et évaluation des candidats (présélection de CV et pré-qualification téléphonique)
- Participation aux entretiens physiques



Neptune RH INGÉNIERIE EN RESSOURCES HUMAINES **MARE NOSTRUM®**

Ingénierie en Ressources Humaines

GROUPE



Entreprendre, bâtir et servir.

AVANT-PROPOS

Beaucoup de cabinets de recrutement font aujourd'hui face à une concurrence accrue, ils doivent constamment trouver les meilleurs candidats pour leurs clients alors que beaucoup de secteurs d'activités sont en pénurie. Afin de contrer cette situation, la majorité d'entre eux opte pour l'utilisation des nouvelles technologies. Les plateformes 2.0 offrent des possibilités plus vastes pour ces structures en matière de recrutement et d'image. Cette recherche s'intéresse à l'utilité et aux problématiques des réseaux sociaux professionnels, comme LinkedIn et Viadeo, dans le processus de recrutement. Il y a, en effet aujourd'hui un grand nombre de plateformes d'échanges orientés vers la création d'un réseau professionnels.

Mots Clés : cabinet de recrutement , réseaux sociaux professionnels, performance, sourcing, LinkedIn, Viadeo, Web 2.0, Image

Numerous recruiting agencies are currently facing fierce competition on the market. These organisations have to constantly find new ways of discovering the best candidates. However, the situation is not easy considering the lack of qualification and workers in certain sectors of activity. In order to fight this situation, many agencies choose to use the new technologies as a way to recruit and attract new customers and candidates, as those tools offer many possibilities. This research focuses on what is at stake for this recruiting agencies when they use professional social networks such as LinkedIn or Viadeo in their recruiting process.

Keywords : recruiting agencies, professional social networks, performance, competitiveness, sourcing, LinkedIn, Viadeo, Image

Introduction

Pourquoi choisir un cabinet de recrutement ? Beaucoup d'entreprises décident de nos jours d'avoir recours à ce qu'on appelle « un recrutement externe » c'est-à-dire, qu'elles confient le recrutement de leur personnel à une structure extérieure spécialisée dans ce domaine. Elles sont généralement à la recherche d'une solution rapide et « clé en main », elles confient donc le choix des candidats à un cabinet qui se chargera de toutes les étapes du processus : sourcing, diffusion d'annonces, pré-qualifications téléphoniques, entretiens physiques, ... Certaines structures choisissent les cabinets par manque de maîtrise des outils du processus ou simple méconnaissance de bonnes méthodes à adopter. Enfin, d'autres sont à la recherche de ce qu'on appelle « le mouton à cinq pattes », c'est-à-dire, le candidat idéal qui possède tous les critères voulus.

Peu importe la raison, NEPTUNE RH, cabinet de recrutement grenoblois répond aux besoins de ses clients. Créée en 2002, cette structure offre des prestations en recrutement auprès des entreprises du secteur du BTP, de l'industrie, du commerce ou encore du tertiaire.

Face à une concurrence accrue depuis plusieurs années sur le marché, les cabinets doivent trouver différentes manières de se démarquer. L'arrivée des NTIC a ouvert la porte à de nouvelles possibilités pour ces structures, elles peuvent maintenant se servir de ces nouveaux outils pour recruter. Les réseaux sociaux professionnels en sont la preuve : ces plateformes d'échanges numériques sont, en effet « orientées sur la mise en valeur et les échanges professionnels de ses membres, à la différence des réseaux sociaux grand public comme [Facebook](#). » Les plus connus sont par exemple Viadeo et LinkedIn, ils sont en plein boom depuis une dizaine d'années grâce au principe de construction d'un réseau.

Les cabinets de recrutement comme NEPTUNE RH doivent faire face quotidiennement à des problématiques de performance, ils disposent de nombreux outils pour être complétifs, toutefois dans quelles mesures les réseaux sociaux professionnels sont -ils vecteurs de performance pour ces structures ?

C'est à cette question que ce mémoire tentera de répondre. La première partie analysera, en effet, les problématiques et enjeux quotidiens des cabinets. La seconde réflexion portera sur ce qu'on appelle les réseaux sociaux professionnels afin d'identifier leur utilité dans le processus de recrutement. Enfin, la troisième partie démontrera que ces plateformes imposent aussi de nouvelles problématiques aux cabinets comme NEPTUNE RH qui pourront éventuellement les surmonter grâce à quelques améliorations dans leur fonctionnement.

I- LES ENJEUX DU CABINET DE RECRUTEMENT

A) Le cabinet de recrutement face aux deux premières étapes du processus de recrutement

Les entreprises s'adressent généralement à un cabinet de recrutement pour deux raisons : soit, elles n'ont pas le temps nécessaire, en plus de leurs tâches quotidiennes, pour chercher des profils intéressants et les rencontrer en entretien. Soit, les profils sont trop particuliers et pénuriques pour que les moyens dont elles disposent leur permettent de recruter correctement. Or, le cabinet de recrutement possède les outils pour un bon sourcing et une recherche de profils spécifiques. Il peut donc être une solution pour les entreprises en manque de temps ou de moyens.

Toutefois, le processus de recrutement en cabinet n'exclut pas de nombreux défis. En effet, la définition du besoin client et le sourcing sont deux pierres angulaires de ce succès. Dans le cas du cabinet NEPTUNE RH, les problématiques sont similaires, il s'agira donc dans cette partie de les analyser.

1) Le cabinet de recrutement NEPTUNE RH Grenoble

Le groupe français MARE NOSTRUM

MARE NOSTRUM est un groupe français orienté vers les services ressources humaines aux entreprises. Il a été créé en 2002 et est aujourd'hui situé partout en France à travers 3 pôles de compétences principaux : le recrutement, les services et le travail temporaire. La majorité des activités du groupe est tournée vers l'intérim qui représente, en effet, près de 90% du CA. Le siège social se trouve à Grenoble, il concentre les activités de recrutement et le pôle administratif.

La structure compte à ce jour 17 marques avec plus de 200 salariés (*vous trouvez en annexe 1 une présentation des 17 marques du groupe avec leur implantations*). Cette entité est en pleine croissance, pour exemple leur CA a atteint 94 millions en 2015. Au travers de ses nombreuses marques, le groupe souhaite aller plus loin dans le développement et l'innovation de services ressources humaines.

Le groupe en quelques chiffres c'est :

- 1000 intérimaires employés par an (en équivalent temps plein)
- Plus de 400 placements en CDI ont été réalisés depuis 2002
- Plus de 300 personnes ont bénéficié d'une formation qualifiante qui a débouché sur une embauche ferme

- Environ 2000 CACES® (certificat d'aptitude à la conduite en sécurité) sont délivrés par an
- Plus de 35 000 heures de formations ont été dispensées par le groupe depuis 2002

Le cabinet de recrutement NEPTUNE RH

NEPTUNE RH est une des 17 marques du groupe : agissant en tant que cabinet de recrutement, elle fournit des services aux entreprises en recherche de profils ETAM, cadres ou pénuriques. C'est en décembre 2002 que les 4 fondateurs se sont lancés dans l'aventure NEPTUNE RH. Nicolas CUYNAT, Antoine BERNARD, Thierry de VIGNEMONT et Didier CUYNAT ont, en effet, décidé de lancer ensemble un projet dédié à la création d'un service global en ressources humaines. La volonté des cabinets de recrutement NEPTUNE RH est de proposer des prestations ressources humaines auprès des entreprises. La marque s'est ensuite étendue dans toute la France pour posséder aujourd'hui plus de 8 agences.

Le cœur de métier du cabinet reste le BTP, même si on note depuis plusieurs années une volonté de s'ouvrir à d'autres domaines tel que l'industrie, les technologies de la communication, le commerce ou l'aéronautique.

(Les différents cabinets de recrutement Neptune RH en France sont à trouver en annexe 2).

Le premier cabinet créé par les 4 fondateurs fut le cabinet grenoblois, qui compte une équipe de 7 personnes dédiées au recrutement pour des clients externes et internes au groupe. Leurs principales cibles sont des entreprises spécialisées dans les secteurs du bâtiment, des travaux publics, de l'industrie, des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication), du commerce, des services et de l'aéronautique.

La distinction entre la spécialité BTP et la spécialité tertiaire est marquée par le choix de deux couleurs pour les représenter. Neptune Rh de couleur noire symbolise les compétences et le recrutement BTP alors que la couleur bleue indique les connaissances et savoir-faire tertiaire du cabinet. La stratégie de différenciation de couleur est un moyen de toucher un public plus large. *(Vous trouverez en annexe 3 les logos bleus et noirs NEPTUNE RH).*

Le cabinet de recrutement NEPTUNE RH, entité fondatrice du groupe MARE NOSTRUM cherche donc à offrir des services en recrutement toujours meilleurs mais quels sont les facteurs de succès d'un bon processus de recrutement ?

2) La définition du besoin client et le sourcing : deux facteurs de succès

Pour parvenir à un bon recrutement, il est primordial de s'intéresser particulièrement aux deux premières étapes du processus, que sont la définition du besoin client et le sourcing. Celles-ci présentent, en effet, des enjeux essentiels au succès du recrutement.

Au sein de toutes les agences, l'un des facteurs clés de succès demeure la bonne définition et compréhension du besoin client. En effet, les entreprises s'adressent à NEPTUNE RH afin de recruter des profils souvent particuliers. Les attentes client doivent être perçues au mieux par l'équipe du cabinet afin que les profils proposés et à plus long terme que le recrutement corresponde au mieux. La définition du besoin client reste donc une des problématiques majeures d'un cabinet de recrutement.

Définition du besoin client

Le processus de définition passe par plusieurs sous-étapes clés. Tout d'abord il s'agit de rencontrer le client, appelé chez NEPTUNE RH, « la découverte collaborative ». L'idée est de comprendre l'entreprise, de s'imprégner de son environnement et ainsi de mettre en place un travail d'équipe entre le client et le cabinet afin de satisfaire au mieux le besoin.

Ensuite, l'échange se concentre sur la description des compétences clés requises par le poste. Dans cette sous-étape, il s'agit d'identifier quelles sont les compétences indispensables c'est-à-dire celles sur lesquelles le client ne dérogera pas et les compétences souhaitées, celles qui ne sont pas primordiales pour le poste mais qui restent intéressantes. Les compétences deviendront par la suite un des critères de tri lors du sourcing des meilleurs profils.

Troisième sous-étape du processus de définition du besoin client, l'analyse du contexte et de l'environnement du poste est également très importante pour sélectionner les candidats qui seront en adéquation avec le fonctionnement et le milieu de l'entreprise. En effet, tout candidat, malgré ses compétences, ne correspond pas forcément à l'entreprise. C'est donc le travail du cabinet de s'assurer de proposer des candidats qui s'intégreront parfaitement à l'entreprise cliente. Enfin, la dernière sous-étape du processus tourne autour de la définition des prérequis, c'est-à-dire de présenter les savoirs-être et qualités nécessaires au poste.

Ainsi pour cette étape de définition du besoin client, le cabinet de recrutement, lors de sa rencontre doit être attentif à tous les détails présentés afin d'être le plus efficace dans la seconde étape de recherche des CV.

Le sourcing

Le sourcing qui « désigne l'ensemble des recherches mises en œuvre pour identifier des profils correspondant au poste à pourvoir » est une étape cruciale dans le processus de recrutement et il représente un des atouts, donc enjeu majeur des cabinets de recrutement. Chez NEPTUNE RH, comme dans tout bon processus de recrutement, cette étape passe d'abord par la détermination d'un plan de recrutement : c'est-à-dire quels canaux et outils vont être utilisés pour proposer le ou les meilleurs candidats au client.

Cette détermination du plan de recrutement se fait plutôt de façon informelle au sein du cabinet grenoblois, puisqu'après la rencontre client les canaux utilisés sont rapidement identifiés. L'agence dispose de différents outils pour mettre en application ce plan.

La rédaction d'annonces est, tout d'abord, le passage obligé pour recevoir un maximum de CV. Cette diffusion d'annonces s'effectue sur les différents sites internet de recrutement, la détermination du jobboards se fait en fonction du profil et du contexte de recrutement. Certains jobboards sont spécialisés dans des secteurs d'activités précis : par exemple, le site BatiActu est spécialisé dans les métiers du bâtiment, l'APEC privilégie les profils de cadres, Pôle Emploi se concentre davantage sur les profils ETAM (Employé, Technicien, Agent de Maîtrise), enfin RegionsJob favorise les profils de type technicien ou du tertiaire. C'est à partir de ces différentes caractéristiques que la décision de passer les annonces se fait. Le cabinet grenoblois diffuse toujours ces annonces sur Pole Emploi et l'APEC pour être sûr de recueillir un minimum de profil.



Source : <http://www.may-partners.com/management.php>

De plus, NEPTUNE RH n'a pas un accès illimité sur les jobboards et le nombre d'annonces est restreint sur certains sites. De manière générale, l'accès est payant. Il y a deux options qui s'offrent au cabinet : soit le payant, qui permet de diffuser un nombre illimité d'annonces, soit un « forfait » du nombre d'annonces à publier est défini. Sur les sites comme RegionsJob, par exemple, NEPTUNE RH Grenoble n'est en mesure de publier que 4 annonces différentes. Pour ajouter une autre annonce, il faut supprimer une existante. Cette contrainte oblige donc l'équipe du cabinet à établir un ordre de priorité parmi les postes. Poster une annonce est donc un enjeu pour le cabinet qui doit faire des choix stratégiques quant à la diffusion et la mise à jour.

De surcroit, un délai du temps de publication des annonces est quelques fois à prendre en compte. Le plus important dans la publication des annonces est l'actualisation régulière et le changement de mots-clés afin de les rendre toujours attractives aux yeux des futurs candidats. Une même annonce pourra, en effet, posséder plusieurs titres de poste au cours du processus de sélection. La problématique ici, n'est donc pas seulement l'actualisation des annonces, il s'agit également de trouver le bon intitulé pour atteindre le plus de candidats potentiellement intéressants.

Pour ce faire, un système de « Web planning » a été mis en place au sein du cabinet. Ce fichier Excel qui est à la disposition de tous les recruteurs Neptune RH, récapitule toutes les missions en cours et leurs dates de diffusion sur les différents jobboards. La mise à jour est donc facilitée et faite de manière plus régulière.

Enfin, le sourcing et la gestion des candidatures est largement facilitée par l'utilisation d'un progiciel de gestion de recrutement. En effet, l'outil de travail des cabinets Neptune RH auquel tous les recruteurs ont accès est la base de données AD-Men (*ci-joint une capture d'écran en Annexe 4*). Cette base de données réunit tous les CV trouvés et enregistrés depuis la création de Neptune RH. Elle répertorie également tous les clients qui font appel aux services de recrutement.

Chaque candidat possède une « fiche candidat » et chaque client une « fiche client ». Au travers de ces fiches, les consultants peuvent trouver des informations sur la mission à laquelle le candidat est rattachée ainsi que les actions opérées telles que l'« envoi mail », le « contact téléphonique », le « premier entretien ». Les fiches permettent donc de visualiser rapidement l'avancée du processus de recrutement.

De plus, tous les documents relatifs au candidat ou au client sont directement rattachés à leur fiche, ce qui est un atout majeur pour lutter contre la perte d'information. Il est ainsi facile pour chaque consultant de visualiser le CV candidat ou la fiche de poste si nécessaire.

Comme le soulignait Yannick Fondeur dans son étude : « Outils informatiques de gestion de recrutement et standardisation des façons de recruter » (2013), les ERP sont devenus des outils indispensables dans la gestion des annonces et dans le sourcing pour les cabinets et les entreprises.

Apparus vers la fin des années 1990, les ERP de gestion de recrutement sont de véritables atouts pour les cabinets et les entreprises. Ils ont permis de standardiser les façons de recruter mais aussi de donner une image plus professionnelle aux cabinets de recrutement. L'image de la structure est, en effet, améliorée lorsque les consultants parlent d'un système de base de données qui répertorie tous les candidats potentiels.

La problématique de la rapidité a trouvé également une forme de solution avec les ERP puisque le traitement des candidatures y est facilité. Ils permettent d'automatiser la gestion des interactions avec les différents candidats grâce à des réponses *e-mail* paramétrables, qui les informent de l'état d'avancement de leur candidature : refus, prise de rendez-vous pour entretien, information sur la candidature, etc. L'idée demeure avant tout de formaliser et d'accélérer le délai de la réponse. Ce système a été adopté chez NEPTUNE RH puisque tous les matins, les consultants traitent les candidatures arrivées sur le boîte mail « candidat@neptunerh.com », le processus consiste à lire le CV du candidat et à le classer selon sa mobilité, son secteur d'activité et sa fonction et d'éventuellement le rattacher à une mission s'il a postulé. Ce travail prend environ 1 heure par jour mais constitue un des enjeux majeurs du cabinet. Il souhaite, en effet, posséder un large vivier de candidats potentiels pour ses clients et rester ainsi concurrentiel.

Ces progiciels permettent, en effet, également de garder toutes les candidatures reçues en amont de la publication d'une offre d'emploi. La recherche sur la base de données par fonction ou ancienne mission est un moyen de retrouver de bons candidats et donc d'économiser une diffusion d'annonces sur jobboards.

Les ERP sont aussi un premier contact avec le candidat. En effet, lorsque ce dernier reçoit son mail de réception de candidature, il note l'intérêt du cabinet pour sa candidature. Nombre de cabinets ne prennent pas le temps de répondre à toutes leurs candidatures, ce système est donc un moyen pour NEPTUNE RH de se démarquer mais aussi d'entretenir sa relation avec le candidat.

Deux aspects participent donc grandement au succès d'un cabinet de recrutement : la définition du besoin et le sourcing sont des étapes clés dans le processus de recrutement pour un cabinet comme NEPTUNE RH. Toutefois, la structure grenobloise, à l'image de nombreux cabinets en France fait face à de nouveaux défis, quels sont-ils ?

B) Compétitivité, rapidité et image : les nouveaux défis des cabinets de recrutement

NEPTUNE RH, comme tous les cabinets français spécialisés en recrutement, rencontre, en effet, plusieurs problématiques majeures que sont la compétitivité, la rapidité mais aussi l'image. Chacune de ces problématiques est un défi quotidien pour ces structures qui font face à une concurrence accrue et qui doivent ainsi constamment innover pour surmonter ces enjeux.

1) Recrudescence de la concurrence : une nécessité de se démarquer par l'image

Les cabinets de recrutement : un marché de plus en plus concurrentiel

Depuis plusieurs années, les services aux entreprises ont fortement augmenté, de fait le nombre de cabinets dédiés au recrutement a lui aussi augmenté. La concurrence pousse donc ces organisations à rester compétitives. Il est devenu nécessaire pour ces cabinets de se démarquer.

En effet, le marché des cabinets de recrutement est devenu en quelques années extrêmement concurrentiel et ce d'autant plus avec les agences d'intérim entrant petit à petit sur le marché du recrutement de profils cadre (par exemple avec Manpower Conseil Recrutement ou Expectra). Ajouté à la concurrence du marché, les enjeux autour du sourcing sont devenus importants sur les métiers dits techniques. Les cabinets ont donc des difficultés à trouver certains profils spécifiques.

Pour surmonter cet obstacle, beaucoup de cabinets se spécialisent dans un secteur d'activité. Ce n'est pas le cas du cabinet grenoblois qui, même s'il possède un cœur de

métier BTP, a choisi de s'élargir vers d'autres domaines comme les services ou le commerce.

De surcroît, avec l'arrivée des nouvelles technologies, les entreprises utilisent davantage ces canaux pour chercher des profils atypiques et ne font donc plus appel aux cabinets de recrutement. Il devient donc plus difficile pour certains cabinets de se démarquer. En effet, l'étude de l'APEC Sourcing 2015 montre que les entreprises utilisent à hauteur de 28% les réseaux sociaux professionnels pour leur recrutement.

Ce changement dans le comportement des entreprises va pousser les cabinets de recrutement et les chasseurs de tête à modifier aussi leurs pratiques de recherche : 90% utilisent donc aujourd'hui les réseaux sociaux professionnels.

Marque Employeur et Image

De plus, avec l'avènement de la marque employeur, les entreprises et les cabinets se soucient davantage de l'image qu'ils véhiculent auprès des candidats et des clients. On appelle marque employeur, selon le site internet definitions-marketing.com, « l'ensemble des problématiques d'image d'une marque à l'égard de la cible des employés ou salariés potentiels. » : c'est-à-dire la représentation que la société se fait d'une entreprise ou d'une marque en tant qu'employeur, au vue de ses actions en termes de rémunération, conditions de travail, ...

Il est primordial pour un cabinet de connaître l'image qu'il véhicule auprès de candidats, des clients et de ses salariés. Le groupe MARE NOSTRUM, auquel appartient NEPTUNE RH, projette une image positive auprès du public, tournée vers des valeurs humaines. L'organisation s'assure que cette vision est tous les jours respectée au sein de ces différentes structures, mais elle veille aussi à ce que le cabinet NEPTUNE RH transmette cette image positive à ses futurs clients.

La complexité d'un cabinet de recrutement comme NEPTUNE RH, dans ce cas, est de s'assurer que l'image véhiculée est bonne, à la fois pour les clients internes et externes du cabinet mais aussi les candidats potentiels pour les missions clients.

Posséder une bonne image permettra au cabinet NEPTUNE RH d'être attractif auprès de tous les candidats potentiels.

On peut mesurer cette attractivité de différentes manières : Tout d'abord le nombre de candidatures spontanées reçues est un bon indicateur quantitatif de l'image positive véhiculée par NEPTUNE RH. Si beaucoup de candidats s'adressent au cabinet pour une candidature, c'est une preuve de confiance dans les pratiques et valeurs de la structure. Ensuite, on peut relever le nombre de candidatures répondant aux annonces. En effet, si NEPTUNE RH est assez visible sur les différents jobboards et apprécié pour la qualité de son travail, les personnes en recherche d'emploi vont plus facilement postuler à leurs offres. De plus, d'un point de vue qualitatif, c'est grâce à des entretiens physiques avec les candidats qu'on peut analyser leur perception de la culture, de l'image et des valeurs du cabinet. C'est en général ce que fait chaque consultant lors des entretiens en

face à face, ils demandent si les candidats ont connaissance de la marque NEPTUNE RH et de la vision qu'ils s'en font. Par ce biais, les consultants peuvent collecter plusieurs perceptions différentes et pourront ensuite savoir quelles modifications apportées en termes d'image véhiculée.

Benjamin Chaminade, consultant en innovation, lors de ces différents articles et conférences sur la marque employeur mesure la représentation globale d'une société à partir de plusieurs critères : « le niveau de rémunération, les possibilités de promotion, la gestion des carrières, l'image d'innovation, l'image de dynamisme, la réputation des dirigeants, la réputation des managers et les résultats économiques. »¹, il s'agira donc pour le cabinet NEPTUNE RH d'améliorer tous ces critères afin d'obtenir la meilleure marque employeur possible.

Enfin toujours dans cette idée d'améliorer son image, la mise en place d'un site web par le cabinet de recrutement NEPTUNE RH et d'autres est une manière de rester visible sur internet auprès des clients et futurs candidats. Les candidats peuvent postuler aux offres mais aussi mieux découvrir l'univers du cabinet, ses valeurs et ses services. C'est un moyen simple d'augmenter sa visibilité. Le site internet doit toutefois être innovant si le cabinet veut se démarquer de la concurrence.

Les cabinets doivent donc faire face à une concurrence accrue sur le marché tout en pensant à améliorer constamment leur image. S'ajoute ensuite à ces défis quotidiens, une obligation pour NEPTUNE RH de s'adapter au marché d'emploi et aux évolutions technologiques.

2) Nécessité de s'ouvrir à de nouveaux canaux

L'explosion d'Internet et des plateformes d'échanges

Internet est de nos jours considéré comme incontournable en matière de recrutement et les entreprises et cabinets qui ne sont pas visibles sur cette plateforme manquent de grandes opportunités. Le cabinet NEPTUNE RH l'a bien compris et doit donc s'adapter rapidement à ces nouvelles méthodes s'il veut rester compétitif sur le marché.

Le nombre d'internaut est en constante augmentation, les nouveaux moyens de communication aussi : les cabinets doivent donc s'adapter à ce nouvel environnement. Le principe du e-recrutement s'est mis en place pour remplacer la publication d'annonces dans les journaux. Il est maintenant possible de contacter un candidat instantanément. La notion d'e-recrutement désigne, selon le site TalentSoft : « la forme dématérialisée du recrutement, qui va de l'envoi d'une candidature par e-mail à la gestion par l'employeur des process de recrutement avec un logiciel de SIRH. »² Le recrutement ne fait aujourd'hui

¹ <http://www.benjaminchaminade.com/employeur-de-reference>

² <http://www.talentsoft.fr/faq/e-recrutement>

plus que sur internet ou par cooptation, il devient donc primordial pour NEPTUNE RH d'être innovant dans ce domaine s'il souhaite être performant.

La situation du marché de l'emploi

Sur le marché de l'emploi les entreprises et cabinets font face à de réels défis en matière de recrutement. En effet, ils doivent trouver des profils très divers et souvent rares. La problématique de disponibilité des candidats se pose sur 3 aspects : la pénurie de compétences, la pénurie de main d'œuvre et la rareté de la compétence.

Tout d'abord, la pénurie de compétences se traduit par le manque de candidat possédant toutes les compétences indispensables pour le poste. Il s'agit souvent de profils ingénieurs ou informatiques qui ont des connaissances spécifiques et des compétences uniques qui sont compliquées à acquérir. Bien sûr ces profils sont les plus convoités, ils sont donc de réels enjeux pour les cabinets de recrutement. Par exemple, des profils d'ingénieur en étanchéité sont très rares, puisqu'il existe un petit nombre grandes entreprises dans le domaine de l'étanchéité qui permettent d'acquérir un haut niveau de compétences.

Ensuite, quelques entreprises cherchent un grand nombre d'employés, qui ne possèdent pas nécessairement des compétences élevées mais davantage de la main d'œuvre sans spécialisations professionnelles. Ces profils sont de réels défis pour les cabinets qui doivent à la fois trouver des candidats en nombre mais aussi identifier des individus avec des parcours généraux.

Enfin, le dernier aspect de la problématique disponibilité auquel doit faire face les cabinets est la rareté de compétences, c'est-à-dire trouver une personne avec un haut niveau de compétences spécifiques (ingénieurs informatiques, ...) qui possède plusieurs années d'expérience dans le domaine. C'est de manière générale, ces profils qui sont confiés aux cabinets puisque ceux-ci possèdent le temps et les outils nécessaires pour répondre à cette demande. Cette recherche doit se faire le plus rapidement possible pour éviter de manquer un bon candidat mais reste paradoxalement la plus fastidieuse pour le cabinet.

II- RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS : UNE SOLUTION AUX PROBLEMATIQUES DU CABINET ?

Face à ces nouveaux défis, les cabinets doivent trouver de nouveaux moyens de répondre à la satisfaction des clients, les nouvelles technologies peuvent offrir un large éventail de solutions.

Grâce à l'évolution des NTIC et l'arrivée de nouvelles plateformes interactives, les entreprises et cabinets peuvent, en effet, tirer profit de ces avancées pour leur performance.

Toutes ces modifications numériques changent, de fait, les pratiques de recrutement des entreprises, grâce à leurs fonctionnalités basées sur l'interaction et l'échange.

Un réseau social professionnel est "un réseau social à usage exclusivement professionnel, orienté sur la mise en valeur et les échanges professionnels de ses membres" (Wikipédia)

Comme l'indiquait le blog le Simple Entrepreneur³ : "Les réseaux sociaux constituent un très bon moyen d'accroître sa visibilité sur Internet. Ils jouent donc un rôle important lorsque l'on souhaite gérer et améliorer son identité numérique. Et c'est un fait, beaucoup de recruteurs utilisent certains de ces sites (ceux axés sur les relations professionnelles) pour faciliter leurs recherches et trouver la bonne personne. De nombreuses sociétés emploient également ces réseaux pour essayer de développer leur activité, trouver de nouveaux partenaires ou simplement se faire des contacts. »

Il s'agira dans cette partie de se concentrer seulement sur les réseaux sociaux professionnels (le français Viadeo et l'américain LinkedIn) qui sont devenus, en quelques années, des outils de recrutement et de communication très avantageux. NEPTUNE RH, comme beaucoup de cabinet et d'entreprises aujourd'hui, ont sûrement compris la nécessité d'être sur ces réseaux qui présentent de nombreux avantages pour leur performance mais qui, de fait, sont de nouveaux défis.

A) Présentation des réseaux sociaux professionnels

1) Viadeo

Depuis une dizaine d'années le nombre d'utilisateurs de cette plateforme a explosé.

³ <http://dokuweb.blogspot.fr/2010/12/les-enjeux-des-reseaux-sociaux.html>

Dans le domaine du recrutement, le canal très souvent utilisé demeure les relations professionnelles, en effet, bon nombre d'individus trouvent une opportunité professionnelle grâce à leurs réseaux, comme nous l'indique une enquête réalisée en 2010 par le site Regions Job⁴ qui met en avant l'utilisation du réseau personnel dans la recherche d'un emploi pour 44% des individus interrogés.

L'emploi des réseaux et des connaissances pour trouver un poste ou bien un candidat est donc réel. Toutefois, cette démarche est fastidieuse et requiert de la persévérance pour faire grandir son réseau.

Avec les réseaux sociaux professionnels, ces obstacles sont plus facilement franchissables et la constitution du réseau se fait nettement plus rapidement. Il est, en effet, plus facile, grâce à ces plateformes de rentrer en contact avec des centaines de milliers de personnes. NEPTUNE RH y voit un atout majeur dans le développement de son réseau de clients et de futurs candidats. L'une des problématiques du cabinet reste de trouver un grand nombre de candidats et de profils différents susceptibles de correspondre à un poste, les réseaux sociaux professionnels offrent une solution.

Les principaux réseaux sociaux professionnels utilisés aujourd'hui en France sont Viadeo et LinkedIn. Il y a, en effet, 6 millions d'utilisateurs sur LinkedIn et 3,5 millions sur Viadeo en France aujourd'hui. Il est donc impératif, pour NEPTUNE RH, d'être sur ces réseaux afin de capitaliser sur un maximum de candidats. *(Ci-joint en annexe 5, l'utilisation des réseaux sociaux en France et dans le monde).*

Viadeo est le premier réseau social français qui est très utilisé au sein du cabinet NEPTUNE RH pour la recherche de profils spécifiques. Il possède, en effet, de nombreuses fonctionnalités qui facilitent la recherche des consultants mais qui augmentent aussi la visibilité du cabinet. Avec Viadeo, on peut organiser ses recherches en « projet » et donc cibler et retrouver avec plus de facilité les bons profils. Il est également possible pour les futurs candidats de poster des contenus à caractère professionnels, c'est-à-dire avertir son réseau d'un changement de poste. La visibilité est donc instantanée pour le candidat.

Le réseau social professionnel est surtout très utile pour être visible des recruteurs et c'est la raison pour laquelle NEPTUNE RH a intégré ce réseau. L'idée est de pouvoir interagir avec les futurs candidats mais aussi voir quelles sont les tendances en termes de candidats et d'emploi. Viadeo fournit au cabinet une mine d'informations exploitables pour être plus performant. De plus avec la fonctionnalité « messagerie », le cabinet peut contacter rapidement les bons profils pour un échange et un entretien potentiel.

3) LinkedIn

⁴ RegionsJob, « Question RH la grande Enquête, Episode 4 : Etat des lieux du recrutement sur les réseaux sociaux », 2013

Le second réseau social professionnel utilisé par le cabinet grenoblois est le site LinkedIn. Il a été créé en 2003 à en Californie, il compte aujourd'hui près de 400 millions de membres issus de 170 secteurs d'activités. Il est donc un bon moyen pour NEPTUNE RH d'atteindre un grand nombre de profils variés.

LinkedIn marche sur le principe de la connexion, c'est-à-dire que pour rentrer en contact avec quelqu'un, il faut soit le connaître auparavant, soit qu'une de nos connexions intervienne. Ce site est l'exemple parfait du fonctionnement en réseau. Il y a, sur le réseau social, 3 degrés de connexions : le premier degré correspond à nos contacts directs, le second aux contacts de nos contacts et enfin le dernier aux contacts de nos contacts de deuxième degré.

LinkedIn est utile pour ce qui est relatif à la vie professionnelle : développer son réseau, trouver un emploi, ... Il présente donc de nombreux atouts pour le cabinet NEPTUNE RH.

Chez NEPTUNE RH, chaque consultant possède un profil Viadeo et LinkedIn, il est en charge de sa page et de sa mise à jour. La visibilité de chaque consultant est essentielle pour repérer les bons profils mais aussi pour être vu par les candidats potentiels. Certains consultant ont un accès premium aux sites avec un accès recruteur.

Cet accès Viadeo Recruter, par exemple, est très utile pour la recherche de profils par mots clés mais aussi la bonne gestion de toutes les missions en cours.

LinkedIn et Viadeo sont ainsi deux réseaux sociaux professionnels utilisés par le cabinet grenoblois, mais quels avantages apportent-ils réellement ?

B) Avantages des réseaux sociaux dans le processus de recrutement

La littérature comme les consultants énumèrent de nombreux avantages à l'utilisation des réseaux sociaux professionnels, cette partie se concentrera donc à étudier le caractère véridique de ces affirmations.

Les réseaux sociaux posent, en effet, plusieurs problématiques aux cabinets comme NEPTUNE RH. Tout d'abord la question du coût : certains affirment que le recrutement est onéreux mais les avantages des réseaux ne compensent-ils pas ces sommes investis ? Ensuite il y a la problématique de la qualité des candidatures : les réseaux sociaux proposent-ils un réel vivier de candidats et si oui de quelle qualité ?⁵

Ce segment analysera donc les différents avantages qu'offrent l'utilisation des réseaux sociaux professionnels dans le processus de recrutement pour les cabinets de

⁵ Yannick Fondev, France Lhermitte, « Réseaux sociaux numériques et marché du travail », *La Revue de l'Ires* 2006/3 (n° 52), p. 106

recrutement comme NEPTUNE RH tout en mettant en lumière les nouvelles problématiques qui en découlent.

Des profils variés

L'un des principaux atouts des réseaux professionnels reste la quantité de profils variés disponibles. En effet, les réseaux étant utilisés par un grand nombre d'individu, ce site représente un large vivier de candidats potentiels pour le cabinet NEPTUNE RH. La problématique reste bien évidemment de capitaliser sur cet accès.

Un des premiers objectifs de ces réseaux est, pour les candidats, de mettre le plus en avant possible leur profil professionnel et, de fait, les atouts qu'ils possèdent. Viadeo et LinkedIn sont des CVthèques à grande échelle pour NEPTUNE RH qui les utilise quotidiennement dans sa recherche de candidats. Une enquête menée par Viadeo en juin 2010 va dans ce sens, puisque « 40% des utilisateurs français du service avaient décroché un entretien d'embauche grâce au réseau social professionnel. Et dans un cas sur deux, cela s'est terminé par une embauche »⁶. Le nombre d'utilisateurs de ces sites ne faisant qu'augmenter il est facile d'imaginer que le nombre de profils intéressants pour les cabinets de recrutement et NEPTUNE RH va également grossir.

La création d'un réseau

Ensuite, les réseaux sociaux professionnels comme Viadeo et LinkedIn offrent la possibilité de créer un large réseau entre candidats et recruteurs. Au-delà de la présence en ligne, les sites sont pro-actifs et poussent les utilisateurs à faire grandir et vivre leur réseau. C'est ce que fait tous les jours NEPTUNE RH en contactant régulièrement des profils intéressants et en ajoutant dans ses réseaux des connaissances et futurs clients. Cet atout « réseau » doit être pleinement utilisé par les cabinets s'ils veulent augmenter leur performance mais surtout leur chance de dénicher les meilleurs profils.

NEPTUNE RH a adopté une stratégie de masse lorsqu'il s'agit de l'utilisation de Viadeo. L'idée est de toucher un maximum de profils qui sont plus ou moins en accord parfait avec le poste proposé. Pour ce faire le consultant sélectionne les profils qui correspondent en termes de compétences, d'entreprise ou d'expérience, une trentaine de profils sont en général contactés par ce moyen. Seulement une dizaine de profils vont en réalité répondre au message laissé par le consultant (*vous trouverez en annexe 6 un exemple de message type laissé pour un poste d'ingénieur travaux VRD*). Cette méthode s'avère assez efficace sur deux aspects : il permet au cabinet d'être visible auprès des utilisateurs mais permet également de trouver de bons candidats pour les postes recherchés. La volonté du cabinet NEPTUNE RH est d'être visible sur l'ensemble du réseau pour espérer atteindre des profils rares. Le système de messagerie Viadeo est un réel gain

⁶ <http://exclusiverh.com/articles/reseaux-sociaux-rh/enquete-viadeo-les-reseaux-sociaux-plus-efficaces-que-les-jobboards.htm>

de temps pour le cabinet qui cible beaucoup de bons profils en peu de temps, chose plus difficile à réaliser avec les jobboards « classiques ».

Un outil de veille

De plus, les réseaux sociaux professionnels servent aussi au cabinet comme outil de veille. En effet, si le réseau du cabinet est développé, il représente un atout de veille incroyable sur les différents secteurs d'activités et les profils disponibles. Un cabinet qui utilise pleinement son réseau et les capacités de Viadeo ou LinkedIn va pouvoir entrer plus facilement en contact avec les profils à forte valeur ajoutée mais aussi avoir accès aux informations les plus utiles. Le cabinet NEPTUNE RH connaît le potentiel de ces réseaux et commence à capitaliser dessus. La dernière partie sera consacrée aux améliorations que peuvent suivre le cabinet pour être davantage performant.

Une meilleure visibilité

Enfin, la présence sur les réseaux sociaux professionnels permet aux candidats et aux cabinets d'être davantage visibles. Pour le candidat, sa présence sur Viadeo, par exemple, a plus d'impact qu'un dépôt de CV sur un jobboard. En effet, l'entrée sur ces réseaux sociaux professionnels impose à l'utilisateur d'inscrire son nom, qui va pouvoir être trouvé sur Google. Ceux-ci favorisent donc la visibilité du candidat. Pour NEPTUNE RH, cet outil est fortement avantageux puisqu'il permet de retrouver des profils et CV intéressants sans trop d'effort.

Des profils ciblés

L'utilisation des réseaux sociaux professionnels permet avant tout de viser des profils spécifiques qui possèdent des compétences rares. Grâce la recherche avec mots-clés, NEPTUNE RH parvient à cibler des profils pénuriques. Ce travail par mots-clés se fait chez NEPTUNE RH par tous les consultants qui apportent leurs connaissances et idées afin d'adopter le processus de recherche par mots clés. Les mots-clés peuvent être des entreprises reconnues, puisqu'elles sont souvent sources de bons profils et appréciées pour leurs compétences. Ils peuvent aussi être des compétences spécifiques ou des compétences proches du secteur d'activité. Peu importe la méthode adoptée, Viadeo permet de cibler les profils précis dans ses recherches.

Grâce à ces réseaux sociaux professionnels, il est aussi possible de retrouver un profil par son nom. Cet outil de recherche est utile lorsque des consultants expérimentés conseillent tel ou tel candidat pour le poste. Il est ainsi facile de vérifier si ses compétences et expériences sont en adéquation avec la mission client.

Avec ce qu'on appelle les candidats passifs, NEPTUNE RH, grâce aux réseaux sociaux comme LinkedIn et Viadeo, va pouvoir les contacter et leur proposer des postes. En effet, certaines personnes possèdent des compétences et connaissances très prisées. Ces individus sont en général déjà en poste dans une organisation et ne sont donc pas en recherche active. Ils ne consultent donc majoritairement pas les sites internet dédiés à la recherche d'emploi ou encore les sites d'annonces.

Le cabinet NEPTUNE RH a donc dû repenser son approche pour ses profils passifs comme l'indique Dubois Didier et Pelletier Emilie dans leur article « Savoir utiliser les médias sociaux pour recruter le personnel » : « De nos jours, lorsqu'une organisation propose un poste, elle doit être consciente qu'il lui faudra trouver des façons de démontrer que cet emploi est supérieur à celui actuellement occupé par le candidat qu'elle veut séduire. Lorsqu'on s'adresse à un candidat passif, on ne vient plus lui « sauver la vie » en lui offrant un emploi qui lui permettra de subvenir à ses besoins. On doit courtiser les candidats, mais également faire ressortir la valeur ajoutée de l'emploi proposé, et ce, sur les divers plans du positionnement de l'organisation, des atouts de celle-ci et des caractéristiques du poste. Étant donné qu'ils s'estiment d'égal à égal avec les organisations, ils ne souhaitent plus être traités comme des candidats parmi tant d'autres. Les stratégies et outils de communication utilisés doivent être davantage personnalisés pour témoigner au candidat l'intérêt particulier qu'on a pour lui, ses compétences et sa contribution potentielle à l'organisation. C'est pourquoi il importe d'adapter le recrutement à différents profils de candidats, ce que permettent les réseaux sociaux. »

C'est également cette approche qu'a choisi d'adopter NEPTUNE RH, ils savent, en effet trouver les profils passifs et par une approche commerciale les convaincre d'étudier la proposition faite. Les réseaux sociaux professionnels offre de larges possibilités dans les moyens d'action vers les candidats à fort potentiel mais aussi passifs.

Génération Y

Le marché de l'emploi est actuellement composé de personnes provenant de quatre groupes générationnels distincts qui ont de fait des pratiques quotidiennes et des habitudes face aux médias qui diffèrent. Il est impossible de recruter chacun de ces groupes de la même façon, les cabinets doivent donc cibler les groupes auxquels ils s'adressent et modifier ses outils en fonction des profils. Les réseaux sociaux permettent aux cabinets de s'adresser davantage à la génération Y qui adopte des pratiques quotidiennes tournées vers les nouvelles technologies.⁷

Une plateforme d'échange

Sur des sites comme Viadeo ou LinkedIn, il y a la possibilité pour les recruteurs de communiquer avec les candidats potentiels. Cet aspect est un avantage certains pour les cabinets qui souhaitent communiquer sur leur image mais aussi trouver toujours plus de candidats.

Grâce aux fonctionnalités de messagerie sur Viadeo ou de partage de contenu sur LinkedIn, les cabinets sont en mesure de proposer une valeur ajoutée face à leurs concurrents et donc de trouver plus rapidement le candidat idéal.

⁷ Didier Dubois, Emilie Pelletier, « Savoir utiliser les médias sociaux pour recruter le personnel », *Gestion* 2011/3 (Vol. 36), p. 5-15.

Sur LinkedIn ou Viadeo, la page du recruteur ou du cabinet offre de grandes possibilités. Il est possible de partager sur les opportunités qu'offre le cabinet, d'échanger avec les candidats, c'est-à-dire de montrer la meilleure image possible pour être toujours plus attractif.

Ensuite la diffusion des postes à pourvoir grâce au partage de contenu disponible sur LinkedIn est un outil idéal pour, à la fois, montrer son dynamisme sur le marché mais aussi dénicher de bons profils. Ces deux réseaux sociaux professionnels offrent de larges possibilités de contact avec un grand nombre d'utilisateurs, le but reste avant tout de capitaliser sur ce réseau.

Sans ce système de réseaux sociaux professionnels, la visibilité du cabinet NEPTUNE RH serait plus compliquée. Même si la structure est reconnue pour son cœur de métier BTP et compte de nombreux clients fidèles, le développement de l'agence grenobloise ne peut se faire que par une augmentation de sa visibilité sur les réseaux.

Les réseaux sociaux professionnels sont donc de réels atouts pour les cabinets de recrutement comme NEPTUNE RH. Ils participent au développement de l'image du cabinet mais sont surtout un large vivier de candidats potentiels qu'il faut maintenant attirer. NEPTUNE RH ne peut donc plus se passer de ces réseaux sans une perte considérable d'opportunités et de candidats.⁸

Des candidats internationaux

Enfin, ces plateformes permettent aussi de toucher un public plus éloigné. En effet, des candidats au profil international sont plus facilement atteignable grâce à LinkedIn, qui est le premier réseau social professionnel dans le monde. Le site est, en effet, présent dans plus de 200 pays. Cet aspect peut être intéressant pour des cabinets à envergure internationale mais également pour des cabinets comme NEPTUNE RH, qui cherchent des profils mobiles dans l'ingénierie par exemple.

Les réseaux sociaux professionnels sont donc de réels atouts pour les cabinets de recrutement comme NEPTUNE RH. Ils participent au développement de l'image du cabinet mais sont surtout un large vivier de candidats potentiels qu'il faut maintenant attirer. NEPTUNE RH ne peut donc pas se passer aujourd'hui de ces réseaux sans une perte considérable d'opportunités et de candidats.

⁸ Aurelie Girard et al. "L'apparition des médias sociaux dans l'e-GRH: gestion de la marque employeur et e-recrutement. », 2011. p.2

III- LIMITES ET RECOMMANDATIONS

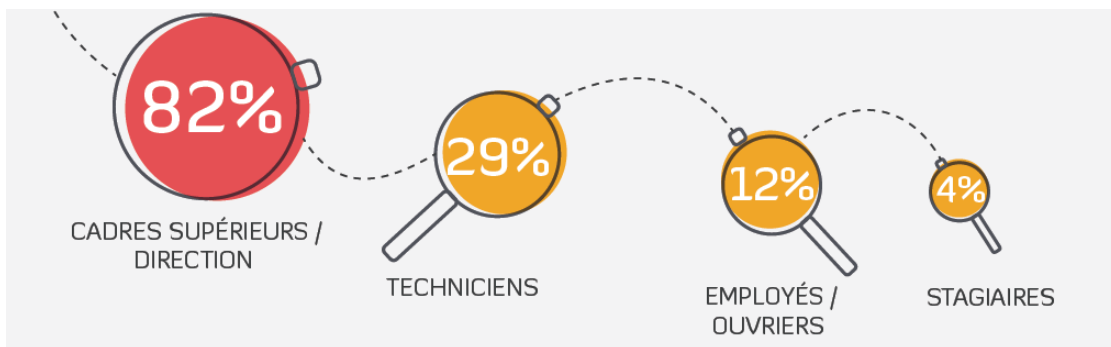
A) Les risques liés à l'utilisation des réseaux sociaux professionnels

Restant essentiel au bon sourcing de profils spécifiques, les réseaux sociaux professionnels présentent néanmoins des limites pour les cabinets de recrutement. Cette dernière partie se concentrera sur les obstacles que peuvent présenter des sites comme LinkedIn ou Viadeo ainsi que sur les recommandations de fonctionnement du cabinet NEPTUNE RH.

1) Oubli de certains profils

Les réseaux sociaux professionnels touchent des profils bien particuliers. En effet, selon une étude réalisée par Marc Low en 2011 intitulée « L'impact des nouvelles technologies dans les processus mis en œuvre par la profession de conseil en recrutement. De la congruence à la dyssynchronie d'un système", il considère que 62% des inscrits sur Viadeo ont un BAC+5 ou plus, contre 41% avec un Bac+3 et en dessous.

Les profils ouvriers et techniciens sont ceux qui sont le moins recrutés sur ces réseaux sociaux :



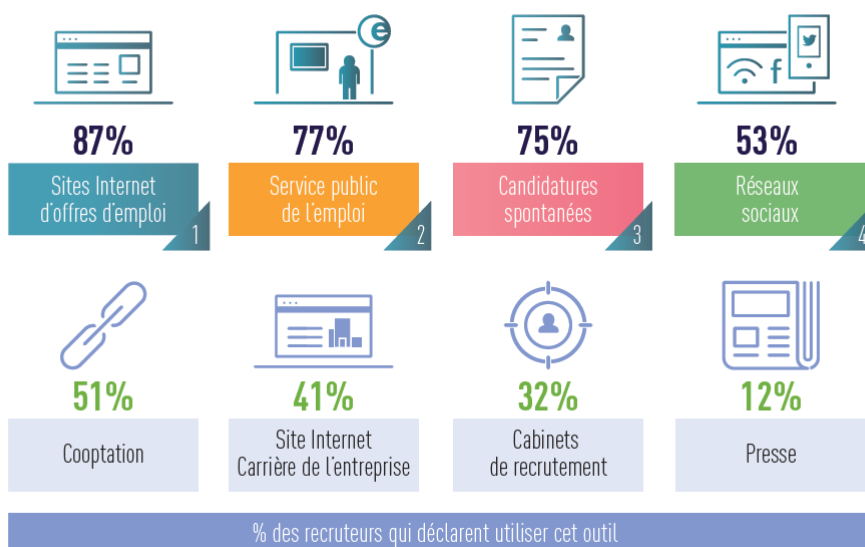
Source : Etude RegionsJob 2015

Le cabinet NEPTUNE RH recrute des profils cadres mais aussi techniciens et ouvriers, s'il veut toucher tous les candidats, il est primordial que les recruteurs restent sur tous les jobboards qui restent une source de CV.

La diffusion sur les différents jobboards comme Monster, l'Apec ou Region demeure, en effet, l'outil de prédilection dans le sourcing. Il est facile sur ces sites internet, de publier des annonces mais aussi de chercher des CV. Les candidats postent régulièrement leur CV sur ces différentes CV thèques, le cabinet grenoblois continue donc logiquement de se servir de ces plateformes.

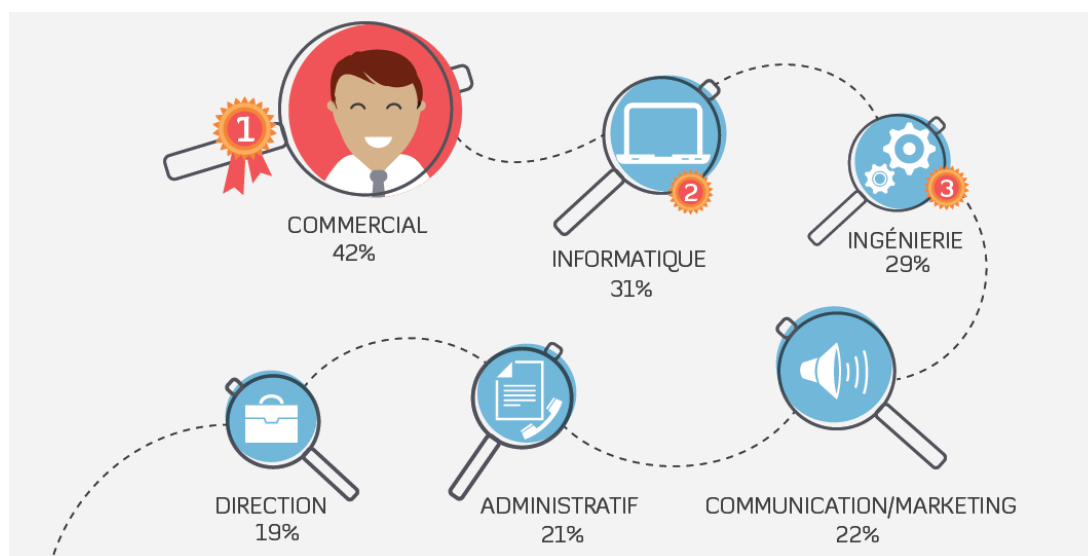
L'étude RegionsJob de 2015 montre que les supports privilégiés par les recruteurs demeurent les jobboards. L'important est d'adapter ces supports aux profils visés. Voici un comparatif des supports utilisés par les recruteurs :

→ Quels supports utilisez-vous pour recruter ?



Source : Etude RegionsJob 2015

De plus, certains profils métiers ne se trouvent pas sur les réseaux sociaux professionnels, et certaines fonctions privilégient donc le recrutement sur ces réseaux. En effet, les postes privilégiés dans le recrutement sur Viadeo ou LinkedIn sont des commerciaux, des techniciens informatiques ou des ingénieurs, comme le montre l'étude RegionsJob :



Source : Etude RegionsJob 2015

De surcroît, le cabinet NEPTUNE RH étant implanté depuis près de 10 ans sur le bassin grenoblois, il fonctionne également beaucoup par réseau et cooptation. En effet, les

connaissances et relations de tous les membres du cabinet se révèlent très utiles pour trouver des profils rares. Dans l'identification des candidats ayant une connaissance pratique de la région Rhône-Alpes, les réseaux sociaux professionnels ne sont pas toujours efficaces. En effet, les profils sur ces réseaux sociaux viennent de toute la France et il est plus fastidieux pour les consultants de trouver le profil connaissant parfaitement la région. Il est donc parfois préférable d'activer ses relations pour dénicher des personnes dont on est certain des compétences et connaissances. Puisque la cooptation fonctionne sur la confiance, la personne qui recommande le candidat ne souhaite pas se tromper, il propose donc de manière générale, le meilleur profil qu'il connaît.

2) Les mêmes problématiques que dans un sourcing classique ?

Dans une approche de sourcing, l'élément essentiel demeure l'utilisation des bons mots-clés. Pour trouver les meilleurs CV, l'enjeu est de choisir les bons mots-clés pour la recherche. Les réseaux sociaux professionnels n'excluent pas cette problématique. Le sourcing sur les CV thèques ou sur Viadeo et LinkedIn reste donc un travail long et fastidieux pour tous les recruteurs. Ce temps est précieux pour le cabinet qui évolue dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

(Vous trouverez en annexe 7, un exemple de tableau récapitulatif des mots-clés pouvant être utilisés pour une recherche de profils électricité, réseaux humides, ...)

De surcroît, le sourcing sur ces réseaux ne se révèle pas moins onéreux si le cabinet veut un sourcing efficace à 100%. En effet, les accès recruteurs sur Viadeo ou premium sur LinkedIn sont payants. Cela représente donc un investissement pour un cabinet comme NEPTUNE RH à la différence des jobboards « de base », comme Pôle Emploi et l'APEC qui sont gratuits et une source sûre de candidatures nombreuses. Afin que ces plateformes deviennent rentables, il faut donc y investir un certain nombre d'heures comme le souligne Véronique Saint-Onge dans son étude sur « l'utilisation du Web 2.0 lors du recrutement de personnel » : « En effet, selon StepStone (2010), si une organisation ne compte pas « investir régulièrement le temps nécessaire [à l'usage des médias sociaux à des fins de recrutement], il est inutile de commencer » (StepStone, 2010 : 14). Dubois et Pelletier (2010) spécifient que le temps passé à discuter sur les plateformes Web 2.0 est le plus important paramètre du budget relatif à cet usage. »

Ainsi, même si les réseaux sociaux professionnels ont de réels avantages pour NEPTUNE RH, il ne faut pas pour autant négliger les outils traditionnels de sourcing qui demeurent très efficaces pour certains profils. De plus, Viadeo et LinkedIn n'exclut en aucun cas les problématiques classiques des cabinets.

B) Recommandations pour une meilleure performance du cabinet NEPTUNE RH

Cette sous-partie offre des conseils afin que le cabinet NEPTUNE RH soit plus performant. Cette réussite passe par plusieurs propositions : Premièrement l'utilisation des réseaux sociaux « originels », qui n'ont pas comme objectif de départ la création d'un réseau professionnel. Deuxièmement, l'embauche d'un consultant spécialisé dans le domaine du numérique et enfin l'amélioration continue de l'image NEPTUNE RH Grenoble. Chacune de ces suggestions pourraient être un moyen de booster les résultats du cabinet afin que celui-ci reste innovant.

1) L'utilisation des réseaux sociaux non professionnels comme Facebook ?

Les réseaux sociaux tels que Facebook, qui compte plus 30 millions d'utilisateurs en France, peuvent également être des plateformes utiles pour un recrutement. Ce type de plateforme n'a pas pour but de créer des liens professionnels mais plutôt des liens sociaux entre amis ou famille. La stratégie de recrutement à adopter doit ainsi être totalement différente de celle sur Viadeo ou LinkedIn.

Au départ, Facebook, permet aux personnes d'avoir un profil, aux différentes entreprises d'avoir une page où ils pourront partager leur contenu, aux personnes ayant des centres d'intérêt communs de créer un groupe. A la différence de LinkedIn, les individus ne créent pas de profil Facebook pour être contactés par les entreprises, ce qui risquerait d'être mal perçu par les utilisateurs. En revanche, ils peuvent consulter les pages des entreprises pour y trouver toutes les informations nécessaires à une future embauche.

Une stratégie doit donc être mise en place autour de la page Facebook de l'entreprise pour que les personnes, qui s'associent à la page, fassent en sorte qu'elle devienne un lieu de passage obligé pour les individus en recherche d'emploi. Afin de créer du trafic sur sa page entreprise, le cabinet doit être capable de fidéliser des utilisateurs, qui eux partageront les contenus de la page.

Comment attirer les utilisateurs sur sa page et quel contenu proposer pour assurer un succès à la page ?

Une stratégie Facebook efficace doit s'appuyer sur trois piliers : la constitution d'une base de fans, l'élaboration d'un contenu à valeur ajoutée et une stratégie d'incitation de dépôt des candidatures.⁹

Créer une base de « fans » suffisante

Afin de créer une base de « fans », le cabinet NEPTUNE RH doit impérativement se faire connaître sur le réseau social. Construire cette base sera le moment le plus fastidieux pour le cabinet, il pourra utiliser les différents outils Web mais aussi ses consultants pour

⁹ LOW, Marc. *L'impact des nouvelles technologies dans les processus mis en œuvre par la profession de conseil en recrutement. De la congruence à la dyssynchronie d'un système.*

accroître le nombre de fans. Par exemple, NEPTUNE RH peut intégrer à son site internet des fiches de postes des missions proposées ou encore une mention « Joignez-nous » avec le logo Facebook. Il serait éventuellement possible de le mettre à la fin des mails automatiques envoyés à tous les postulants de candidature. Néanmoins, il faut bien sûr s'assurer que l'adhésion à cette page procure aussi à l'utilisateur un avantage.

Un contenu à valeur ajoutée

Pour stimuler l'intérêt des futurs candidats, le cabinet doit s'assurer qu'il offre un contenu qui leur plaira.

La valeur ajoutée que peut offrir la page doit logiquement tourner autour de l'emploi puisque toutes ces informations paraîtront pertinentes à un candidat potentiel. Le cabinet peut ainsi proposer des offres d'emplois attractives avec un descriptif du poste attaché. Il faudrait rendre le poste original pour se différencier des contenus généraux que l'on peut trouver sur les sites d'emploi. L'un des points forts du cabinet NEPTUNE RH est son cœur de métier : le BTP. Il semblerait donc logique de créer une page dédiée au secteur d'activité BTP. Celle-ci posterait régulièrement des offres d'emplois du secteur mais partagerait aussi des articles sur les problématiques BTP actuels. L'idée est de former une communauté de candidats potentiels et de professionnels qui puissent échanger sur leurs connaissances et compétences, mais aussi d'aider les personnes en recherche d'emplois. Cette page serait un moyen de faire grandir l'image de marque du cabinet d'attirer toujours plus de candidats et clients.

Afin d'intégrer davantage les candidats passifs, la page pourrait offrir des articles davantage centrés sur le développement professionnel (rédaction de CV, formation proposée par la marque formation du groupe, Platinium CQFT). Afin d'augmenter sa communauté autour de l'emploi, la page pourrait s'appuyer sur les différentes marques du groupe, que sont par exemple, les agences d'intérim, Platinium CQFT, ...

Il est nécessaire d'apporter une touche d'originalité au contenu pour pouvoir se démarquer : le cabinet pourrait opter pour des contenus parfois amusants ou insolites qui attireront les plus curieux. La finalité de cette stratégie est de faire parler de la page du cabinet pour en faire le lieu incontournable en matière de recherche d'emploi.

Il faudra aussi miser sur la dimension virale de Facebook pour maximiser la propagation des messages et s'assurer que la page rencontre du succès. Cette méthode passe par la diffusion des messages sur la page du cabinet mais aussi sur les pages des fans, si ces derniers pensent que le contenu est intéressant, ils pourront eux aussi ensuite le partager. Les consultants pourront eux aussi participer à la dynamique de la page s'ils souhaitent partager et surtout proposer des contenus. Le but est de se retrouver rapidement à 2000 fans pour être visible sur la toile, ce qui passera nécessairement par un partage entre chacune des membres de la page.

Déposer des candidatures

Il est donc nécessaire que le cabinet construise sa base de fans mais surtout qu'il l'entretienne, c'est pourquoi des nouveaux contenus doivent être régulièrement postés tout en créant une interactivité avec les utilisateurs. Toutefois, il faut garder en tête l'objectif principal qui est de générer un grand nombre de candidature de qualité. En effet, la page doit, grâce à toutes ces informations et contenus, créer du trafic mais également inciter les visiteurs à candidater aux différentes offres d'emploi.

Il doit y avoir un procédé clair qui guidera le candidat et le poussera à poster sa candidature. Voici quelques idées qui inciterait les utilisateurs à soumettre leur candidature :

Premièrement, si le contenu posté est un article sur les métiers du bâtiment et les possibilités d'embauche, le cabinet peut proposer deux offres d'emploi avec un lien direct vers leur site internet.

Deuxièmement, si le contenu est une vidéo de présentation des problématiques ingénieurs ou des possibilités écoles, un message du type « rejoignez-nous et retrouvez nos offres d'emploi » pourrait être ajouté à la fin de la vidéo. Le but est de partager des contenus différents qui correspondent à des profils différents.

Les médias sociaux sont des outils très adaptés au contexte actuel puisque cette plateforme permet d'atteindre les candidats passifs qui ont un emploi. Cette méthode ne permet en aucun cas de pallier au manque de main d'œuvre ou de compétences mais peut être un bon moyen d'atteindre de nouveaux candidats potentiels. Il faut considérer ce réseau social comme un outil additionnel de recrutement aux outils existants. Les cabinets font face à de nombreuses difficultés et Facebook avec la création d'une page pour le cabinet peut être un moyen de compenser un recrutement difficile.

L'utilisation des réseaux sociaux comme Facebook peut donc être un moyen efficace pour NEPTUNE RH d'accroître le nombre de ses candidats, le cabinet pourrait également envisager l'embauche d'un spécialiste du numérique.

Néanmoins, l'emploi d'une telle plateforme peut être difficile à gérer pour une structure comme NEPTUNE RH. Aucun individu n'a aujourd'hui le temps et la capacité pour gérer constamment une page Facebook, le travail serait fastidieux et demanderait un réel investissement de la part de toutes les équipes NEPTUNE RH. De plus, la maîtrise de l'information sur cette page est plus difficile que sur les réseaux sociaux professionnels. L'image du cabinet, si mal régulée, pourrait être entachée. Il faudra donc étudier attentivement cette suggestion qui peut redynamiser l'image du groupe même si elle présente de nombreux risques.

2) Un consultant recrutement 2.0

Une des approches à considérer par le cabinet grenoblois est l'embauche d'un consultant recrutement 2.0, c'est-à-dire quelqu'un de spécialisé dans le domaine des réseaux sociaux et du numérique. Sur le marché actuel et pour être compétitif, il est

primordial d'être toujours plus innovateur dans ses pratiques de recrutement. Quelqu'un de spécialisé dans ce domaine pourrait apporter une nouvelle dynamique au cabinet et ainsi dénicher des candidats avec des profils plus numériques à forte valeur ajoutée.

Un consultant dédié à cette problématique permettrait aux autres collaborateurs de se concentrer seulement sur le cœur de leur métier qu'est le recrutement plus classique. Le quotidien d'un recruteur étant très chargé, une personne qui serait seulement concentrée sur l'image numérique du cabinet pourra être un bon moyen d'être plus compétitif. L'investissement dans ce type de collaborateur spécialisé dans le recrutement et la gestion des réseaux sociaux professionnels semble être un choix opportun pour NEPTUNE RH.

Cette approche tournée vers le numérique ne devra pas seulement être portée par le consultant 2.0 mais devra également être intégrée à la dynamique générale du cabinet. NEPTUNE RH Grenoble possède déjà deux côtés à son recrutement : un cœur BTP, représenté par un logo noir et une ouverture vers le numérique et les services représentés en bleu. Le consultant 2.0 pourra être davantage présent sur la partie « bleue » du cabinet. Cette orientation ajoutée à la tradition du BTP pourra être un atout indéniable sur le marché toujours plus concurrentiel des cabinets de recrutement.

Toutefois, il faut bien sûr prendre en compte le coût d'une telle embauche pour un cabinet comme NEPTUNE RH. La structure grenobloise, en charge du recrutement interne, pourrait accueillir ce nouveau collaborateur pour continuer au mieux son développement. La stratégie du groupe étant l'expansion et l'ouverture à de nouvelles opportunités, il semble que cet investissement soit judicieux sur le long terme même si coûteux. Une solution pourrait être d'embaucher un alternant, qui apportera en parallèle de son apprentissage du recrutement, une vision nouvelle et dynamique des nouvelles technologies et des réseaux sociaux.

La présence sur les réseaux sociaux est donc une obligation pour NEPTUNE RH qui doit devenir pionnier dans son approche du recrutement et de l'image. L'objectif doit bien sûr rester la performance mais tout en innovant constamment.

3) L'amélioration continue de l'image NEPTUNE RH

Le cabinet grenoblois ne doit en aucun cas perdre son essence BTP et ce qui fait la renommée de cette structure. Il est important de constamment entretenir de bonnes relations avec les candidats. L'image est, en effet, essentielle à la longévité de NEPTUNE RH.

Cette démarche d'amélioration d'image a déjà débuté avec la refonte du site internet du groupe et du cabinet. En effet, la direction a décidé de changer complètement le site internet avec un design plus moderne et haut de gamme afin d'atteindre un maximum de personnes. L'ancien site n'était pas assez en adéquation avec la volonté de développement du groupe. Il faut être toujours plus innovant et un site internet plus design est une des

solutions trouvées pour redynamiser l'image. (*ci-joint en annexe 8, le site internet NEPTUNE RH*)

Le cabinet pourrait aller plus loin en intégrant, par exemple, un blog à son site internet. Grâce à cette plateforme, le site aurait davantage de chance d'être trouvé par les internautes puisqu'il est un accès facile. Ce blog pourrait être animé par des articles postés toutes les semaines par tous les consultants NEPTUNE RH. Les sujets pourraient être similaires à ceux proposés sur la page Facebook du site. Le cabinet aurait aussi la possibilité de mettre en place un forum entre candidats, consultants et même clients. Les forums et les blogs sont des bons outils de référencement pour les sites internet et permettraient donc une meilleure visibilité sur la toile. Or, aujourd'hui, il est essentiel pour toute entreprise d'être présente sur internet si celle-ci souhaite toucher un large public.

Une omniprésence sur les plateformes numériques est la clé pour véhiculer son image et transmettre ses valeurs au plus grand nombre. Pour améliorer sa performance le cabinet doit également optimiser les outils dont il dispose déjà.

4) Optimiser les outils déjà présents

La structure grenobloise dispose déjà de nombreux outils qui participent grandement à sa performance. Il est essentiel que leur utilisation soit optimisée par tous les collaborateurs.

Tout d'abord, l'utilisation du progiciel doit impérativement être maximisée par l'ensemble des membres NEPTUNE RH. Dans le processus de tri des CV, tous les consultants doivent faire au mieux pour donner toutes les informations qui seront ensuite utiles pour une recherche de candidats. En effet, le but de cet ERP est aussi de former une base de données utilisable à tout moment par la totalité des consultants. Si chacun des collaborateurs fournit le plus de détails possibles pour renseigner la fiche candidat, les futures recherches de profils seront alors facilitées.

L'optimisation des outils passe aussi par une meilleure transmission de l'information parmi les différents centres de profit. Le principe de relai d'informations doit être institutionnalisé au sein de tous les cabinets. En effet, dans le processus du sourcing, toutes les informations peuvent être utiles. Ce principe de rebond d'informations a été commencé au sein du groupe Mare Nostrum avec la mise en place des MMB (Mare Mêlées Business). Ces réunions mensuelles (tous les troisièmes jeudis du mois) sont organisées pour permettre un échange d'informations entre tous les centres de profits. L'idée est que chaque consultant de cette réunion apporte une information qui sera utile à l'ensemble du groupe.

Cette démarche doit donc être idéalement généralisée au sein du groupe et devenir une habitude pour tous les collaborateurs. En dehors de ces réunions, tous les membres

NEPTUNE RH doivent s'assurer de partager toutes les informations susceptibles d'être bénéfiques à d'autres.

Ainsi, l'optimisation des outils existants est également un levier de performance du cabinet et ne doit pas être négligée.

La structure grenobloise comme la marque NEPTUNE RH possèdent, donc, encore des axes d'amélioration s'il souhaite être davantage performant. L'éventualité de la création d'une page Facebook, de l'embauche d'un consultant 2.0 ainsi que l'optimisation des outils existants sont des suggestions à envisager.

CONCLUSION

Les cabinets de recrutement font donc face au quotidien à de nombreux défis. Pour être performants, ils ont à leur disposition de nombreux outils. Qu'ils s'agissent de leur base de données, de jobboards ou de leur réseau. Les structures utilisent ces instruments dans leur processus de recrutement.

Il y a, de fait, des étapes cruciales pour les recruteurs : la définition du besoin client mais également le sourcing. Toutefois, ces structures doivent aujourd'hui relever de nouveaux défis avec un marché toujours plus concurrentiel et l'univers 2.0 qui prend de l'ampleur.

Les réseaux sociaux professionnels semblent donc offrir beaucoup de solutions à ces cabinets. Pour l'étape du sourcing ou pour améliorer son image, Viadeo ou encore LinkedIn sont des plateformes intéressantes qui offrent de réelles opportunités de développement. Toutefois, même si ces plateformes possèdent de réels avantages, elles sont porteuses de nouvelles problématiques. Il est essentiel que les cabinets continuent d'utiliser leurs anciens outils de sourcing pour rester les plus présents possible sur tous les réseaux. Le but des cabinets de recrutement comme NEPTUNE RH reste avant tout de toucher un large public de candidats potentiels. Ces réseaux nécessitent d'être constamment contrôlés et alimentés pour être réellement efficaces.

NEPTUNE RH serait d'autant plus performant, s'il utilisait pleinement les outils à sa disposition. Il pourrait également envisager d'autres options pour stimuler sa compétitivité : la création d'une page Facebook ou encore l'embauche d'un consultant 2.0 seraient des moyens pour éventuellement améliorer l'image du cabinet et donc sa performance.

Néanmoins, si on se concentre plus précisément sur l'étape de sélection des candidats lors des entretiens, les cabinets utilisent parfois des tests de personnalité comme moyens de sélection. Il existe depuis plusieurs années, un réel engouement pour ces pratiques, il serait donc intéressant d'analyser l'intérêt de ces pratiques.

BIBLIOGRAPHIE

Mémoires et thèses :

SCHÄFER Nathalie et SIMON Bérengère. *Entreprise et réputation : quelle importance doivent attribuer les ressources humaines aux réseaux sociaux dans leur stratégie de recrutement ?* Master 2. Paris : Réseaux des Grandes Ecoles Spécialisées, 2011. 68p

DUROUSSEAU, Stéphanie. *Chasseurs de Tête et Cabinets de Recrutement : Analyse du recrutement externe.* Master 1. Paris Descartes, 2010. 119p.

SAINT ONGE, Véronique. *L'utilisation du Web 2.0 lors du recrutement de personnel.* Maîtrise ès Sciences. HEC Montréal, 2012. 288p

LOW, Marc. *L'impact des nouvelles technologies dans les processus mis en œuvre par la profession de conseil en recrutement. De la congruence à la dyssynchronie d'un système.* Doctorat. Université Paris 8, 2011. 365p

Revue et articles :

CUCCHI, Alain, "Revue de thèse : L'intégration des médias sociaux dans les stratégies d'e-GRH : le cas du recrutement (par Aurélie Girard)," *Systèmes d'Information et Management* : 2013. Vol. 18 : Iss. 2, Article 7.

BENRAÏSS-NOAILLES Laïla et VIOT Catherine. « Les médias sociaux dans les stratégies de recrutement. Quelle compatibilité avec la vie privée ? », *Revue française de gestion* 2012/5 (N° 224), p. 125-138.

FONDEUR Yannick et LHERMITTE France, « Réseaux sociaux numériques et marché du travail », *La Revue de l'Ires* 2006/3 (n° 52), p. 101-131

DUBOIS Didier et PELLETIER Emilie, « Savoir utiliser les médias sociaux pour recruter le personnel », *Gestion* 2011/3 (Vol. 36), p. 5-15.

BESSY Christian et MARCHAL Emmanuelle, « L'usage des canaux de recrutement par les entreprises », *Centre d'études de l'emploi*, N° 89 juillet 2007, 48p

LESSARD Steven, « Communiquer la marque employeur sur les médias sociaux », *Gestion* 2015/1 - (Vol. 40), p. 100-103

MESENGEAU Julien et POVEDA Arnaud, « Analyser l'adoption des réseaux socionumériques professionnels : entre approche pragmatiste et étude de la dimension symbolique des usages », *Études de communication*, 2013. p.182- p.193

GIRARD Aurélie et al. « L'apparition des médias sociaux dans l'e-GRH : gestion de la marque employeur et e-recrutement ». 16ème Congrès de l'AIM, 2011, St Denis de La Réunion, France. pp.1-18, 2011.

CHAREST Francine et al. « Appropriation et stratégies d'intégration des médias sociaux par les professionnels de la communication », *Communication et organisation*, 2013. 10p

FONDEUR Yannick et LHERMITE France, « Outils informatiques de gestion de recrutement et standardisation des façons de recruter ». *Document de travail* n°165, 2013.

MERZEAU Louise, « Traces numériques et recrutement : du symptôme au cheminement » CNRS Edition. *Traces numériques : de la production à l'interprétation*, 2013. p.35-53

Etudes :

RegionsJob et Blog Modérateur, « Recrutement innovant : #2 Marque employeur & Réseaux sociaux », 2013

RegionsJob, « Question RH la grande Enquête, Episode 4 : Etat des lieux du recrutement sur les réseaux sociaux », 2013

RegionsJob, « Méthodes de recrutement la grande enquête », Février 2015

SITOGRAPHIE

CORIN Ellen et al. « Entre les services professionnels et les réseaux sociaux : les stratégies d'existence des personnes âgées », *Sociologie et sociétés*, vol. 16, n° 2, 1984, p. 89-104, [consulté le 1 juin 2016] Disponible sur : <http://id.erudit.org/iderudit/001146ar>

Wikipédia. Page : « Les Réseaux Sociaux Professionnels ». [En ligne]. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9seau_social_professionnel (consulté le 13 mai 2016)

Le Monde. Article : « Recrutement : Les réseaux sociaux concurrencent les sites d'emplois. » Camille THOMINE, 2015. [En ligne]. Disponible sur : http://www.lemonde.fr/emploi/article/2015/05/05/recrutement-les-reseaux-concurrencent-les-sites-d-emploi_4628226_1698637.html (consulté le 1 mai 216)

Monster. *Page Conseil et Carrières* [En ligne]. Disponible sur : <http://www.monster.fr/conseil-carriere/article/recrutement-et-reseaux-sociaux> (consulté le 13 juin 2016)

Viadeo. *Page d'accueil du site internet* [En ligne]. Disponible sur : <http://www.viadeo.com/> (consulté le 5 mai 2016)

LinkedIn. *Page d'accueil du site internet* [En ligne]. Disponible sur : <https://www.linkedin.com/> (consulté le 5 mai 2016)

Blog du Modérateur. *Recrutement et Réseaux Sociaux : où en sommes-nous ?* [En ligne]. Disponible sur : <http://www.blogdumoderateur.com/enquete-recrutement-reseaux-sociaux/> (consulté le 17 juin 2016)

Exclusive RH. *L'actualité du e-recrutement, des SIRH, du e-learning depuis 2008 (Recruter sur les réseaux sociaux)* [En ligne]. Disponible sur : <http://exclusiverh.com/articles/recruter-reseaux-sociaux.htm> (consulté le 14 mai 2016)

TABLE DES ANNEXES

- ANNEXE 1 : Implantations des 17 marques du groupe MARE NOSTRUM
- ANNEXE 2 : Les différents cabinets NEPTUNE RH
- ANNEXE 3 : Les logos NEPTUNE RH
- ANNEXE 4 : La base de données Ad-Men
- ANNEXE 5 : Les réseaux sociaux professionnels
- ANNEXE 6 : Un message type Viadeo
- ANNEXE 7 : Fichier Excel des mots-clés
- ANNEXE 8 : Le site internet NEPTUNE RH

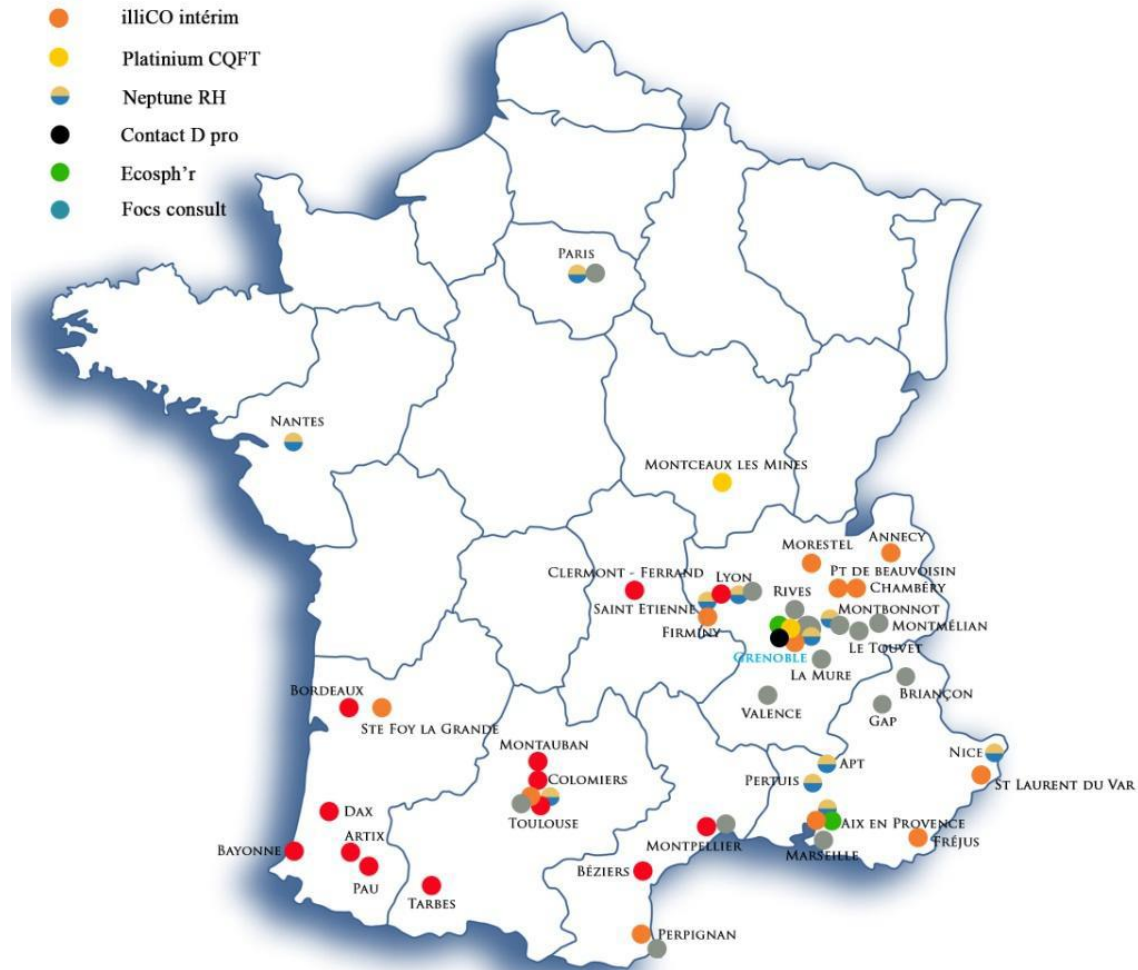


ANNEXE 1

Implantations des 17 marques du groupe MARE NOSTRUM

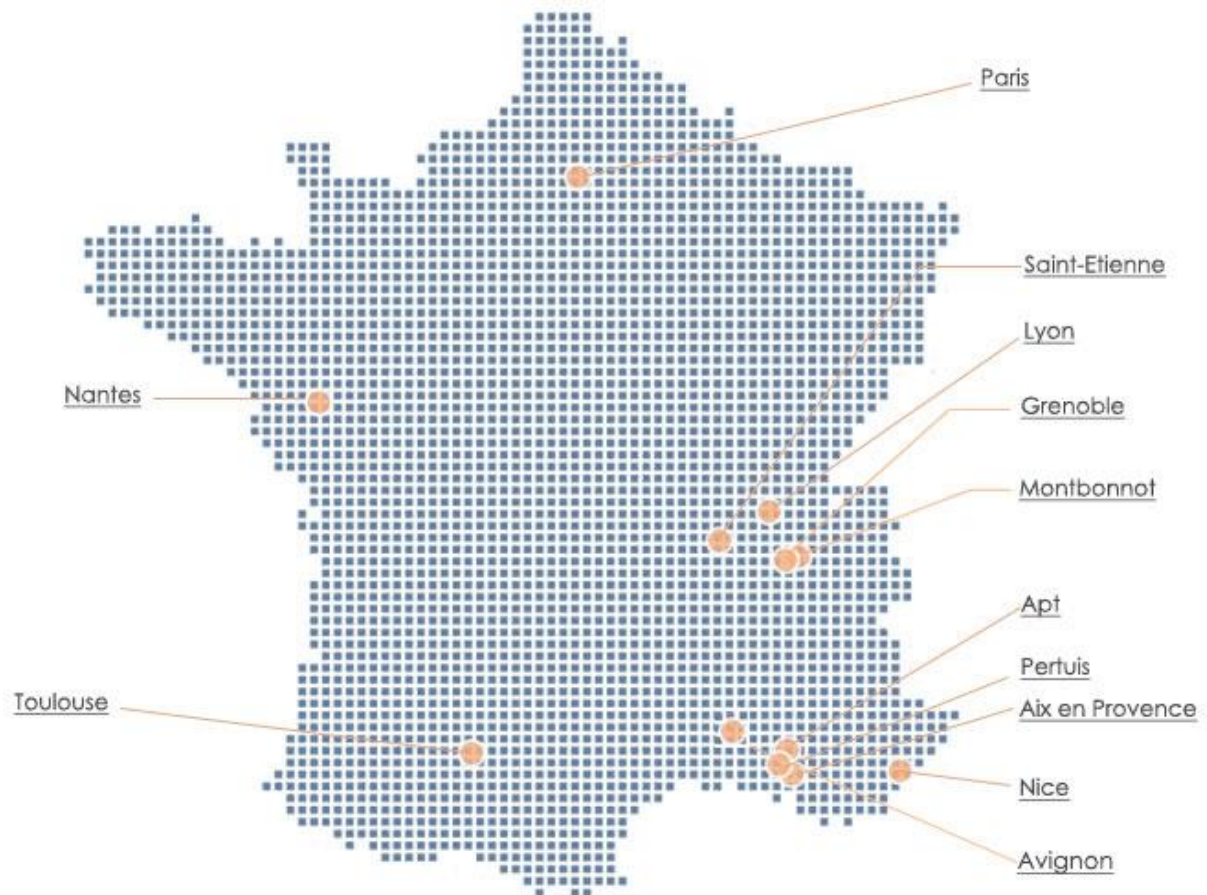
GRENOBLE Grenoble : siège social Groupe Mare Nostrum

- Tridentt
- AletCo
- illiCO intérim
- Platinum CQFT
- Neptune RH
- Contact D pro
- Ecosph'r
- Focs consult



ANNEXE 2

Les différents cabinets NEPTUNE RH



ANNEXE 3

Les logos NEPTUNE RH



Neptune RH

Ingénierie en Ressources Humaines



Neptune RH

Ingénierie en ressources humaines

ANNEXE 4

La base de données Ad-Men

The screenshot shows the Ad-Men software interface. The main window displays a list of candidates for a mission. The table has the following columns: V, Nom, Prénom, Société, Poste, Action, Resultat, Date, and a series of checkboxes for various criteria (Ann, Sel, Ets, Gra, 1er, 2em, 3em, 4em, 5em, 6em, 7em, 8em, 9em, 10em, 11em, 12em, 13em, 14em, 15em, 16em, 17em, 18em, 19em, 20em, 21em, 22em, 23em, 24em, 25em, 26em, 27em, 28em, 29em, 30em, 31em, 32em, 33em, 34em, 35em, 36em, 37em, 38em, 39em, 40em, 41em, 42em, 43em, 44em, 45em, 46em, 47em, 48em, 49em, 50em). The table contains 26 candidates, with the first one being ALFONSO Jorge from SABCON DEVIE, Project Mana... CAN-Contact Telem... with a date of 03/06/2016.

Liste des candidats sur une mission

The screenshot shows the Ad-Men software interface displaying a mission announcement. The mission is titled "Annonce 68/3012 - Ingénieur Travaux VMD - 1325". The client is "Ingénieur Travaux VMD". The mission description is as follows:

Notre client est une entreprise de Travaux Publics composée d'une centaine de collaborateurs. Dans le cadre d'un développement d'activité, notre client recherche un Ingénieur de travaux VMD VRF. Le poste est basé dans la région lyonnaise.

Missions:

- Rattaché au responsable d'exploitation, vous intervenez sur la conduite de travaux de grands chantiers varies (budget entre 1 et 3 millions d'euros) sur le Grand Lyon, marchés publics et privés:
- Gestion des contrats pièces administratives et procédure marchés
- Suivi de chantier jusqu'au parfait achèvement
- Réaliser un planning global du déroulement du chantier ainsi que du budget et proposer des améliorations et contre études.
- Gestion administrative et financière des chantiers qui vous seront confiés
- management des équipes terrain.

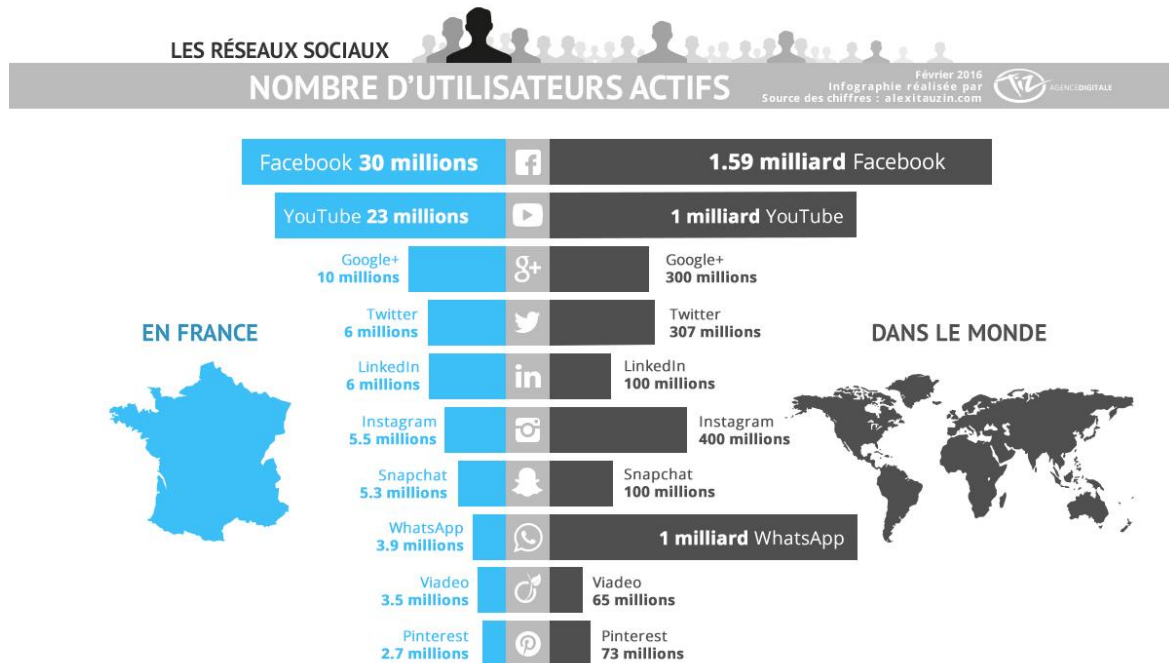
Profil:

- De formation ingénieur en Travaux Publics, vous justifiez d'une expérience en conduite de travaux d'au minimum 5 ans et maîtrisez la technicité liée aux chaoussées et VMD.
- Vous êtes impérativement autonome sur la gestion financière et administrative de vos chantiers, pièces contractuelles et suivi de travaux.

Fiche mission : annonce publiée sur les différents jobboards

ANNEXE 5

L'utilisation des réseaux sociaux



Source : alexitauzin.com

Un article posté par un consultant NEPTUNE RH sur LinkedIn

NEPTUNE RH Montbonnot recrute un(e) gestionnaire RH en cabinet comptable CDI
Lauriane SCARINGELLA

J'ai confiance en l'avenir de l'Europe
De l'alchimie entre la pensée et le geste...
Quels facteurs clés de succès pour nos universités dans la compétition mondiale ?
L'économie de fonctionnalité : une opportunité aussi pour les entreprises traditionnelles ?
Entreprises, c'est votre tour de partager !

NEPTUNE RH Montbonnot recrute un(e) gestionnaire RH en cabinet comptable CDI
17 juin 2016 | 16 vues | 1 j'aime | 0 commentaire

NEPTUNE RH Montbonnot, Cabinet de Recrutement spécialisé métiers du Tertiaire, recherche un(e) gestionnaire RH en cabinet comptable en CDI dans le cadre d'une création de poste.

Retrouvez plus de détail sur le poste à : http://www.neptunerh.com/detail-offres?Gestionnaire-RH-en-cabinet-comptable-H/F&id_plus=1383

Expérience significative de 5 ans exigée. Idéalement, vous avez une expérience en cabinet comptable sur un poste similaire.

Salaire attractif.

Prise de poste fin août. Clôture des candidatures au 30/07/2016.

Un profil recruteur LinkedIn

The screenshot shows the LinkedIn profile of Marina ESTEOULE. The header features the LinkedIn logo and a search bar. The main navigation bar includes 'Accueil', 'Profil', 'Mon réseau', 'Carrières', 'Centres d'intérêt', 'Solutions professionnelles', and 'Essayez Premium gratuitement'. The profile banner reads 'Ingénierie en Ressources Humaines'. The profile picture is on the left, and the name 'Marina ESTEOULE' is prominently displayed. Below the name, it states 'Recruteuse de Talents chez Neptune RH groupe Mare Nostrum' and 'Région de Grenoble, France | Ressources humaines'. The 'Actual' section lists 'Neptune RH groupe Mare Nostrum' and 'Centre Hospitalier Rhumatologique d'Uriage, Auto Dauphiné, Laboratoire Oriade'. The 'Précédent' section lists 'Inseec Alpes Savoie'. A blue button 'Envoyer un message' is visible, along with '315 relations'. The URL 'https://fr.linkedin.com/in/marina-esteoule-227b3461' and 'Coordonnées' are also shown. The 'Posts' section shows a post titled 'Recherche Chargé de recrutement (h/f)' from 3 juin 2016. On the right, there are sections for 'Des publicités qui pourraient vous intéresser' (listing 'Anglais et Recrutement' and 'Quel statut choisir ?') and 'Autres pages consultées' (listing 'Lauriane SCARINGELLA' and 'Nicolas Cuynat').

Un profil Viadeo d'un consultant NEPTUNE RH

The screenshot shows the Viadeo profile of Audrey SOMMARO. The header includes the Viadeo logo, a search bar, and navigation links: 'Actualités', 'Profil', 'Contacts', 'Jobs & Formations', 'Entreprises', 'Participer', 'Accès recruteur', and 'Viadeo Recruteur'. The profile picture is on the left, and the name 'Audrey SOMMARO' is prominently displayed. Below the name, it states 'Chargée de recrutement, NEPTUNE RH' and 'Recrutement BTP'. A red button 'Aperçu de mon profil' and a blue link 'Retourner sur l'ancien profil' are visible. The main content area is divided into sections: 'En résumé', 'Parcours (3)', 'Compétences (7)', 'Activité sur Viadeo', and 'Profils également visités' (listing 'Alty - Alitude Facilities'). A central box shows 'En poste chez Neptune RH' with 'Précédents : AILE MEDICALE, MEDIAPOST' and '1 000+' contacts. Another box shows 'Être visible des recruteurs' with a toggle switch and a button 'Ajouter vos préférences'. The bottom section is titled 'En résumé'.

ANNEXE 6

Message type à un Ingénieur Travaux VRD (Voirie, Réseaux Divers) sur Viadeo :

« Bonjour,

Je me permets de vous contacter après avoir pris connaissance de votre profil Viadeo.

Je travaille au sein du cabinet de recrutement NEPTUNE RH. Nous sommes spécialisés dans le recrutement du BTP. Nous proposons des postes allant de chef de chantier à la direction d'agence, en passant par les études de prix et la conduite de travaux.

Votre profil a attiré mon attention.

Je propose pour l'un de mes clients un poste de développeur commercial sur Gap pour notre agence de travail temporaire.

Le poste est à pourvoir en CDI dans les mois à venir.

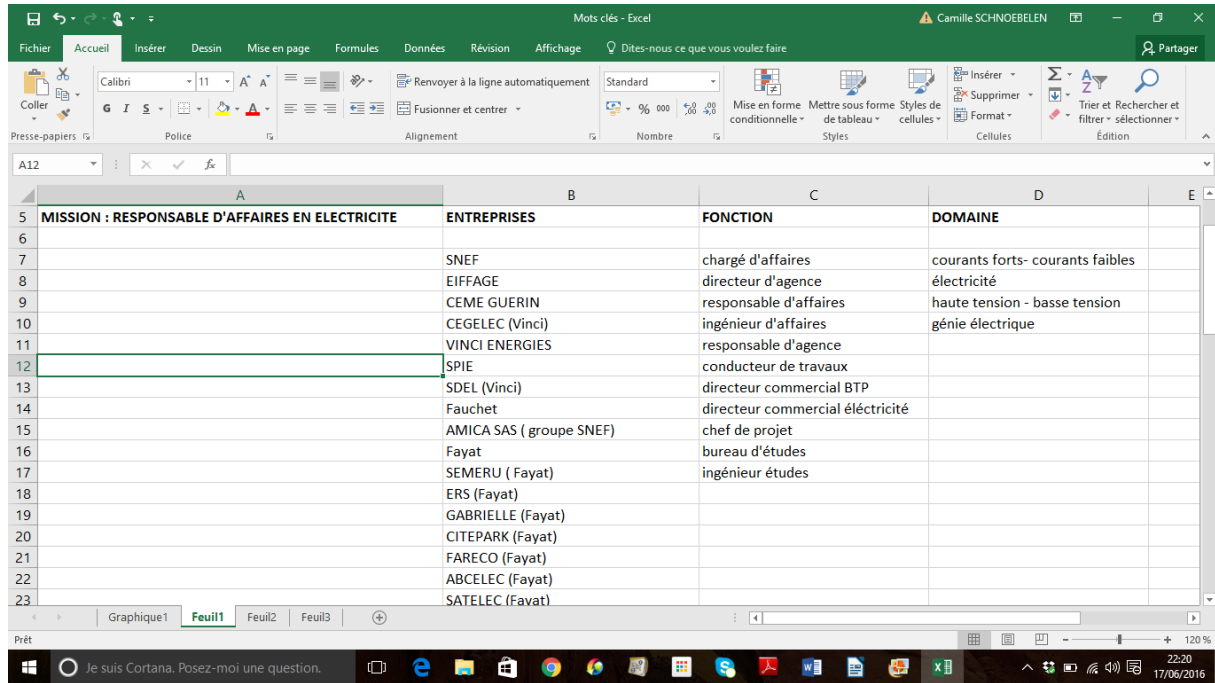
Je me tiens à votre disposition si vous souhaitez échanger sur cette opportunité.

Cordialement

Camille SCHNOEBELEN
NEPTUNE RH
04 76 22 00 50
cschnoebelen@neptunerh.com »

ANNEXE 7

Fichier Excel des mots-clés



The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E
5	MISSION : RESPONSABLE D'AFFAIRES EN ELECTRICITE	ENTREPRISES	FONCTION	DOMAINE	
6					
7		SNEF	chargé d'affaires	courants forts- courants faibles	
8		EIFFAGE	directeur d'agence	électricité	
9		CEME GUERIN	responsable d'affaires	haute tension - basse tension	
10		CEGELEC (Vinci)	ingénieur d'affaires	génie électrique	
11		VINCI ENERGIES	responsable d'agence		
12		SPIE	conducteur de travaux		
13		SDEL (Vinci)	directeur commercial BTP		
14		Fauchet	directeur commercial électricité		
15		AMICA SAS (groupe SNEF)	chef de projet		
16		Fayat	bureau d'études		
17		SEMERU (Fayat)	ingénieur études		
18		ERS (Fayat)			
19		GABRIELLE (Fayat)			
20		CITEPARK (Fayat)			
21		FARECO (Fayat)			
22		ABCELEC (Fayat)			
23		SATELEC (Favat)			

ANNEXE 8

Le site internet NEPTUNE RH :

