



HAL
open science

Gestion des recrutements d'entreprises au sein d'un cabinet de recrutement

Viviane Querel

► **To cite this version:**

Viviane Querel. Gestion des recrutements d'entreprises au sein d'un cabinet de recrutement. Sciences de l'Homme et Société. 2024. dumas-04918623

HAL Id: dumas-04918623

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04918623v1>

Submitted on 29 Jan 2025

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.



Happy to meet you

HTMY

28 Boulevard du Colombier,
35000 Rennes

<https://www.happytomeetyou.fr/>

**Gestion des recrutements
d'entreprises au sein d'un cabinet de
recrutement**

**QUEREL Viviane
Promotion 2021-2024**

**MEMOIRE INGENIEUR AGROALIMENTAIRE
Septembre 2024**

Sommaire

Remerciements	1
Sommaire	2
Table des figures	3
Table des annexes	3
Glossaire	4
Abréviations	4
Introduction	5
I - Happy to meet you, un cabinet qui a pour volonté de révolutionner le recrutement..	7
1. Une mission : innover.....	7
1.1 Deux activités initiales : le recrutement et la marque employeur.....	7
1.2 Un cabinet révolutionnant le recrutement.....	10
2. Le candidat au coeur des processus et de l'activité du cabinet.....	15
2.1 L'expérience candidat, la priorité du cabinet.....	15
2.2 Une relation allant au-delà du recrutement afin d'accompagner chaque candidat du début à la fin de son projet.....	19
II - Un processus de recrutement défini mais adaptable aux missions confiées.....	24
1. Un processus basé sur un déroulé standardisé.....	24
1.1 Un schéma préconçu.....	24
1.2 Des outils standardisés au service de tous les postes.....	26
2. Une flexibilité au service des clients.....	30
2.1 Un processus imaginé sur mesure pour chaque poste.....	30
2.2 Un fonctionnement flexible pour s'adapter aux contraintes rencontrées sur le poste.....	32
3. Des compétences et une méthode de travail à acquérir au fil des expériences.....	34
3.1 Une formation initiale théorique des nouveaux recruteurs.....	34
3.2 Un accompagnement pratique tout au long de l'apprentissage.....	38
3.3 Une approche qui se personnalise au fur et à mesure de la pratique.....	42
III - Au-delà du recrutement, privilégier une relation client et candidat unique.....	44
1. Une relation client-recruteur privilégiée.....	44
1.1 Des recrutements pour et avec les clients.....	44
1.2 Un cabinet conseillant et accompagnant ses clients vers l'internalisation de leurs recrutements.....	46
1.3 Des ajustements à adapter afin de ne pas compromettre le travail du recruteur.....	47
2. Le candidat, au coeur des processus.....	48
2.1 Un respect des candidats tout au long d'un processus transparent et accessible... 48	
2.2 Une proximité visant à l'instauration d'une relation de confiance entre les candidats et les recruteurs.....	51
Conclusion	53
Bibliographie	55
Annexes	57

Table des figures

Figure 1 : Logo de la marque Honoré Associates du groupe Happy to meet you

Figure 2 : Logo de la marque We Feel Good

Figure 3 : Organigramme des pôles du cabinet Happy to meet you

Figure 4 : Présentation des cercles de réflexion du cabinet Happy to meet you

Figure 5 : Logo d'Happy to meet you avant et après l'adoption de la nouvelle charte graphique

Figure 6 : Principaux encadrés présents sur les annonces publiées sur le site happytomeetyou.fr

Figure 7 : Schéma de la forme d'une annonce sur le site Happy to meet you

Figure 8 : Frise chronologique représentant les différentes étapes du coaching

Figure 9 : Les solutions d'évaluation proposées par Happy to meet you

Figure 10 : Présentation de l'interface de Jarvi

Figure 11 : Structure d'un profil dans Jarvi

Figure 12 : Structuration d'une mission dans Jarvi

Figure 13 : Page d'accueil du site du cabinet

Figure 14 : Exemple de carrousel pouvant être publié sur LinkedIn

Figure 15 : Exemple de planning d'intégration d'un recruteur

Figure 16 : Etapes du processus décrites à la fin d'une annonce

Figure 17 : Exemple de message d'approche directe pouvant être envoyé via LinkedIn

Figure 18 : Exemple de message de relance pouvant être envoyé sur LinkedIn

Table des annexes

Annexe 1 : Organisation globale d'une offre d'emploi sur le site Happy to meet you

Annexe 2 : Schéma général du processus de recrutement

Annexe 3 : Comment réagir en cas d'agression ? Document mis à disposition des salariés

Glossaire

Assessment : Protocole d'évaluation des compétences professionnelles

Chatbox : Boîte de discussion en ligne

Immersion : Échange chez le client ou en visio entre le recruteur et le client visant à déterminer le cahier des charges de la mission.

Jobboard : Sites de diffusion d'annonces accessibles aux candidats

Outplacement : Reclassement externe

Préqualification téléphonique : Échange téléphonique entre un recruteur et un candidat ou une personne sourcée préliminaire à l'intégration de cette personne dans le processus de recrutement.

SharePoint : Logiciel collaboratif, ici Microsoft SharePoint

Sourcing : Action consistant à chercher et à approcher des profils par l'intermédiaire de CVthèques ou de réseaux professionnels

Abréviations

ATS : Applicant Tracking System

CDD : Contrat à Durée Déterminée

CDI : Contrat à Durée Indéterminée

CPF : Compte Personnel de Formation

DRH : Directeur/Directrice des Ressources Humaines

ESN : Entreprise de Services Numériques

HTMY : Happy To Meet You

IAA : Industrie(s) Agro-Alimentaire(s)

IT : Informatique

RH : Ressources Humaines

RPO : Recruitment Process Outsourcing

RSE : Responsabilité Sociétale Entreprise

Introduction

L'industrie agroalimentaire (IAA) a connu une forte croissance de ses emplois salariés entre les années 1990 et 2000. Cependant, depuis 2003, cette dynamique a été fortement ralentie et un vieillissement grandissant des salariés au sein de ces industries est mesuré. Cette proportion salariale concerne notamment des employés déjà présents dans les IAA depuis les années 1990. En effet, aujourd'hui, les employés de moins de 25 ans sont pour 25 à 33% des intérimaires qui ne s'engagent pas sur des contrats de salariés au sein de l'industrie par la suite. La difficulté des IAA réside donc désormais dans le recrutement de jeunes salariés. (INSEE Pays de la Loire, 2019) Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette problématique, notamment la demande de qualifications précises, des méconnaissances des perspectives salariales ainsi que des contraintes humaines fortes. Ces éléments s'ajoutent au fait que malgré son omniprésence dans notre quotidien à travers les produits alimentaires que nous consommons, le secteur des IAA reste très discret dans son aspect industriel et donc peu connu des personnes qui y sont externes. (COHEN, 2020 ; INSEE Pays de la Loire, 2019 ; LE BRIS et al., 2013)

L'enjeu des IAA est alors de trouver comment attirer de nouveaux salariés. A cette fin, de nombreuses stratégies, comme la tournée du Sodebus de Sodebo durant l'été 2024, l'organisation de visites et de portes ouvertes au sein des usines et la promotion de nouveaux outils ergonomiques, sont actuellement mises en place pour améliorer l'image de ces industries auprès du grand public, et passe notamment par le développement de leur marque employeur. Le but est ainsi de se rendre plus accessible et de mettre en avant les avantages à les rejoindre en tant que salariés (Sodebo, 2024 ; AgroMousquetaires, 2024). Cependant, le seul travail sur la marque employeur n'est pas suffisant et il est donc essentiel de réaliser un travail sur la visibilité des offres et des emplois de ces entreprises. Dans ce cadre, les industries agroalimentaires peuvent s'appuyer sur deux solutions : soit elles développent des équipes en interne qui sont formées au recrutement, soit elles font appel à des prestataires extérieurs. Parmi ces prestataires, nous retrouvons les cabinets et agences de recrutement, les Entreprises de Services Numériques (ESN), les sociétés de freelance, celles de portage salarial ainsi que les consultants indépendants. Sachant que 68% des entreprises considèrent les cabinets comme des solutions face à leurs difficultés de recrutement, nous allons nous intéresser plus particulièrement à ces prestataires dans le cadre de ce mémoire (Pôle emploi, 2019). Ces cabinets sont des établissements d'experts intervenant auprès des entreprises et

organisations afin de les aider dans l'externalisation de leurs recrutements. Ils possèdent ainsi des compétences et outils auxquels nous allons nous intéresser afin d'identifier les leviers qui pourraient soutenir les entreprises agroalimentaires dans leur défi.

Afin de comprendre comment les cabinets de recrutement peuvent venir en aide aux IAA dans leurs problématiques de recrutement, nous allons nous pencher sur le cas du cabinet Happy To Meet You. Ce cabinet est basé à Rennes et exerce principalement son activité sur le territoire breton. Après une présentation de son histoire, de sa structure et de ses missions, nous aborderons les processus de recrutement mis en œuvre et les particularités de fonctionnement au sein du cabinet qui illustrent les forces de ce type de structure.

I - Happy to meet you, un cabinet qui a pour volonté de révolutionner le recrutement

Le cabinet Happy To Meet You (HTMY) est un cabinet de recrutement et d'accompagnement RH 360. Il a été fondé en 2016 par François Gougeon et Florent Letourneur, deux anciens directeurs des ressources humaines (DRH) ayant constaté un changement fort dans le monde des Ressources Humaines (RH) et du recrutement et souhaitant apporter un souffle nouveau dans ces secteurs. Les activités du cabinet sont basées en France avec une forte activité sur le Grand Ouest due à sa présence physique à Rennes, son siège, Brest, Nantes et Paris. Aujourd'hui, le cabinet comporte une quarantaine de salariés dont environ 35 recruteurs.

1. Une mission : innover

Afin de répondre à ce besoin d'innovation dans les RH, les deux fondateurs se sont appuyés, dans un premier temps, sur deux activités principales : le recrutement et la marque employeur.

1.1 Deux activités initiales : le recrutement et la marque employeur

Depuis 2016, Happy to meet you porte le recrutement au cœur de son activité. Pour cela, une équipe entièrement dédiée au recrutement a été mise en place. Cette équipe est composée de différents membres tels qu'un manager, des consultants en recrutement et des chargés de recrutement. Le manager est chargé du management de son équipe de consultants, de la bonne répartition des missions dont ils sont en charge et de leur bon déroulement. C'est aussi lui qui gère une grande partie de la relation avec les clients en étant leur premier interlocuteur et en négociant les contrats. Les consultants en recrutement quant à eux, sont chargés de plusieurs missions de recrutement avec plusieurs clients différents. Enfin, les rôles de chargés de recrutement sont en général réservés aux stagiaires et alternants présents dans l'entreprise. Ils sont chargés d'assister les consultants sur leurs missions en gérant la visibilité des offres sur les différents jobboards utilisés par le cabinet. Les jobboards désignent les sites

de diffusion d'annonces accessibles aux candidats. Les chargés de recrutement réalisent aussi des opérations de sourcing et de préqualifications téléphoniques pour les missions auxquelles ils sont spécifiquement associés. Ils peuvent également être amenés à participer aux rendez-vous avec les clients et aux entretiens puis à rédiger des comptes-rendus de ces différentes rencontres. Par ailleurs, ils participent pleinement à l'image du cabinet en se partageant notamment la gestion des candidatures spontanées reçues sur le site internet d'Happy to meet you, ainsi que la gestion de la boîte mail générale du cabinet et de la boîte de discussion en ligne du site (chatbox).

En juin 2020, la fusion du cabinet Happy to meet you et du cabinet Quiblier Conseil donne naissance au groupe Happy to meet you qui devient le premier cabinet de recrutement indépendant du Grand Ouest. Le groupe intègre ainsi de nouvelles activités dont l'outplacement (ou reclassement externe), la transition professionnelle, l'évaluation, le coaching et le conseil RH que nous décrivons plus tard dans ce mémoire. Cette fusion permet également d'agrandir les effectifs de recruteurs du cabinet et de créer, en 2021, la branche Honoré Associates du groupe (figure 1).



Figure 1 : Logo de la marque Honoré Associates du groupe Happy to meet you (Honoré Associates, 2024)

Cette nouvelle branche permet ainsi au groupe de développer une activité de recrutement plus traditionnelle destinée à des clients n'adhérant pas à la dynamique novatrice des recruteurs initiaux du cabinet.

La deuxième activité historique du cabinet porte sur la marque employeur. Cette activité consiste à accompagner les entreprises en les aidant à mettre en place des outils dans le but d'améliorer leur image en interne et vers l'extérieur. Le processus peut alors se réaliser en trois étapes clés : le développement de la stratégie de marque employeur du client, la mobilisation des équipes du client dans le projet et la création de contenus au service de la marque employeur.

Le développement de la stratégie de marque employeur est l'étape de préparation. Le but est de cerner précisément les besoins de l'entreprise et sa situation actuelle afin d'adopter une stratégie sur mesure. Les solutions se modélisent alors sous la forme de différents audits et études sur différents axes de l'entreprise comme sa culture, sa réputation, son parcours candidat, sa communication interne, ses valeurs, et plusieurs autres domaines. Ces évaluations permettent ensuite d'aboutir à des plans, des accompagnements et des stratégies sur ces différents points. Par exemple, une étude du parcours des candidats avant, pendant et après le processus de recrutement va permettre ensuite au consultant de proposer un accompagnement afin d'améliorer ce même processus pour le rendre le plus efficace possible ou alors une externalisation de ce processus en passant par le pôle recrutement du cabinet.

L'étape suivante consiste à générer l'adhésion des équipes. Le principe est ici de faire adopter les nouvelles idées à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. Cette étape mobilise donc les collaborateurs dans des temps forts afin de leur permettre d'exprimer leurs idées et leurs points de vue afin que les solutions adoptées reflètent la réalité de la vie d'entreprise. Ces temps forts peuvent se modéliser sous la forme d'ateliers interactifs, de formations, de moments d'échange, de séminaires, de conférences ou encore à travers la création de programmes ambassadeurs. Les collaborateurs sont ainsi impliqués et investis dans la vie de l'entreprise et dans la prise de décision.

Enfin, la dernière étape est de créer du contenu au service de la marque employeur. La marque employeur est expliquée sous forme de contenus afin d'être diffusée et mise en valeur à différentes échelles. Le cabinet propose alors des productions audiovisuelles et rédactionnelles ainsi que des solutions sous d'autres formes comme l'organisation d'événements tels que des séminaires ou encore des job datings. Les consultants accompagnent également l'entreprise dans la mise en place de sa communication en interne et en externe ainsi que dans la prise en main et l'animation de ses plateformes sociales afin de lui garantir un community management efficace et qualitatif.

En 2023, Happy to meet you et MV Group se rapprochent et créent ensemble la marque We Feel Good (figure 2) qui reprend l'activité de marque employeur du cabinet. Le but est ainsi de développer cette activité et de la rendre plus impactante possible grâce à l'expertise digitale développée par MV Group.



Figure 2 : Logo de la marque We Feel Good (We feel good, 2024)

Aujourd'hui, l'activité du cabinet Happy to meet you se divise donc en trois domaines différents :

- La marque employeur, sous la marque We Feel Good qui accompagne les entreprises dans la création et le maintien de leur marque employeur.
- Le conseil RH, apporté en 2020 grâce à la fusion entre les cabinets Quiblier et Happy to meet you. Cette activité permet d'accompagner les entreprises dans leur structuration, leur croissance et leur prise de décision afin de garantir la réussite en interne de leur stratégie. Cette activité s'est aussi développée en intégrant une activité de conseil et d'accompagnement aux personnes afin de les accompagner tout au long de leur parcours professionnel : licenciement, placement dans le monde du travail, reconversion.... grâce à l'intervention de consultants en conseil, de psychologues du travail et de coaches certifiés.
- Le recrutement, représenté par deux marques : Happy to meet you et Honoré Associates afin de couvrir un recrutement moderne, dynamique et sortant du cadre tout en préservant une méthode plus traditionnelle afin de convenir au maximum de typologies de clients possibles.

1.2 Un cabinet révolutionnant le recrutement

Comme évoqué précédemment, l'ambition des fondateurs du cabinet était de révolutionner le monde des ressources humaines et ce, notamment à travers le recrutement.

Afin de discerner plus facilement l'organisation du cabinet, la figure 3 montre l'organigramme de celui-ci.

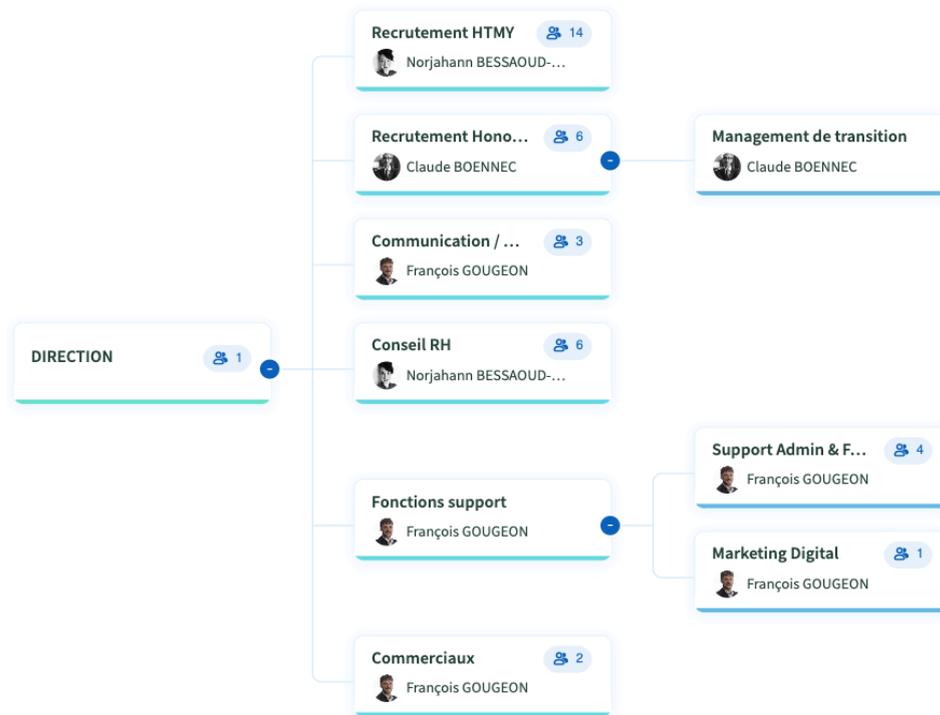


Figure 3 : Organigramme des pôles du cabinet Happy to meet you (Happy to meet you, 2024)

Comme on peut le remarquer, les relations hiérarchiques sont verticales mais très réduites. En effet, il n'y a que deux personnes dans la hiérarchie entre le dirigeant et la personne détenant le moins de responsabilité : son maître de stage ou d'alternance et son manager d'équipe. Par ailleurs, les membres de chaque équipe sont souvent amenés à travailler avec d'autres personnes que celles composant son équipe originelle au cours de missions liées à l'activité du cabinet. Il arrive que l'un des consultants en recrutement anime l'une des formations organisées par l'équipe conseil RH par exemple. Ces moments de mixité sont également favorisés par des groupes de travail parallèles formés autour de buts précis : les cercles. Il existe cinq cercles au sein du cabinet qui sont représentés sur la figure 4.



Figure 4 : Présentation des cercles de réflexion du cabinet Happy to meet you

Le cercle RSE (Responsabilité Sociétale Entreprise) a pour mission d'assurer la bonne démarche RSE de l'entreprise. Il travaille sur différentes missions à court terme mais également sur des objectifs durables. Parmi ces objectifs, on retrouve la mise en place d'indicateurs afin de pouvoir certifier la démarche RSE de l'entreprise tout comme la mise en place du tri dans les locaux et l'implication associative auprès d'organismes dont les missions se rapprochent de l'activité du cabinet. Les missions à court terme quant à elles sont plus variées. Au cours de notre présence dans ce cercle, nous avons ainsi pu organiser un clean-up challenge d'une heure dans la ville de Rennes qui a regroupé 12 salariés répartis en 3 équipes sur 3 secteurs différents. Cet événement a ainsi permis d'empêcher 32.4kg de déchets de se dégrader dans la nature. Une autre action a été de sensibiliser les salariés du cabinet au compostage et à la bonne gestion de leurs applications de travail par le biais d'affichages dans les locaux et de notes informatives sur le canal de communication de l'entreprise.

Ensuite, le cercle Happy'ness a pour but de rapprocher les membres du cabinet en créant des événements dans leur quotidien de travail. Nous avons ainsi pu assister à une chasse aux œufs au sein des locaux pour Pâques et à des afterworks organisés par les membres de ce cercle.

Le cercle Communication réfléchit quant à lui à la stratégie de communication de la société. Ses membres ont également organisé le Palmarès des Entreprises où il fait bon postuler en Bretagne, initié en Mars. En plus de mettre en lumière les 50 entreprises sélectionnées, cet

événement permet de mettre en valeur le cabinet et de le faire connaître d'entreprises n'appartenant pas à son portefeuille de clients.

Le cercle Innovation réalise une veille sur les innovations mises en place dans le secteur du recrutement. Il permet ainsi au cabinet de faire évoluer ses pratiques en testant les nouvelles technologies pour en informer les autres collaborateurs et les former sur le sujet. Nous avons ainsi pu être formés sur les intelligences artificielles et sur leur utilisation afin d'aider notre recherche de profils pertinents pour nos missions de recrutement.

Enfin, le cercle Relation Clients pérennise et relance les relations du cabinet avec ses clients. Pour cela, ses membres contactent les clients avec lesquels le cabinet n'a plus ou presque plus d'échanges. Ils mettent également en place des "decks" ou dossiers regroupant l'ensemble des offres du cabinet afin que les consultants puissent les partager aux clients actuels, précédents et futurs. Un autre de leurs objectifs consiste à pérenniser les relations avec les clients actuels du cabinet en maintenant le contact avec eux mais également en remerciant ceux qui travaillent régulièrement avec les équipes d'Happy to meet you en leur envoyant notamment des cadeaux de fin d'année.

Ce système de cercle offre ainsi aux salariés du cabinet la possibilité de réaliser des objectifs à court et moyen termes afin de permettre au cabinet de répondre à des enjeux sortant du cadre traditionnel des missions de chacun. Ces groupes de réflexion et de travail sont également une occasion donnée aux personnes de pôles et d'équipes différents de travailler ensemble et de se rapprocher.

Deux équipes sont ainsi chargées du recrutement : l'équipe Honoré Associates et l'équipe Happy to meet you.

L'équipe Happy to meet you reflète la volonté des fondateurs du cabinet en opérant un recrutement innovant. Malgré une structure de l'équipe qui reste classique avec un manager supervisant une équipe de consultants assistée par un chargé de recrutement, les consultants et chargés de recrutement ne sont pas, comme dans beaucoup de cabinets, tenus à un nombre minimal de prise de contact avec de potentiels candidats par semaine et adaptent leur stratégie d'approche selon la typologie du poste sur lequel ils travaillent. Par ailleurs, malgré l'aspect normalement très solitaire du métier, il n'est pas rare pour les consultants de cette équipe de travailler à plusieurs sur un même poste afin de bénéficier de l'expertise et des méthodes de chacun.

Le recrutement chez HTMY est également novateur de part les nouveaux outils que le cabinet utilise. Le format des annonces d'emploi est structuré et simplifié au maximum afin de

permettre aux candidats d'accéder aux informations des postes de façon rapide et claire. De plus, le cabinet fait appel à des freelances pour réaliser de courtes vidéos explicatives en interviewant deux ou trois membres de l'entreprise cliente sur le fonctionnement de l'entreprise, l'environnement du poste et ses missions. Ces vidéos permettent ainsi de mettre des visages sur un poste et d'assurer une meilleure compréhension de celui-ci aux candidats. Ces outils sont d'ailleurs régulièrement réévalués afin d'être les plus optimisés possibles comme, par exemple, la structure des annonces qui a évolué au cours du temps avec l'ajout de la géolocalisation de l'entreprise cliente, du processus détaillé de recrutement et d'une photo du recruteur principal accompagnée de ses coordonnées. Le logo HTMY a également été adapté à la nouvelle charte graphique qui elle-même est en perpétuelle évolution afin de se moderniser constamment (figure 5).



Figure 5 : Logo Happy to meet you avant et après l'adoption de la nouvelle charte graphique
(Happy to meet you 2024)

Enfin, le contact avec les clients et les candidats se veut le plus détendu possible tout en restant efficace et respectueux, ce qui permet de faciliter les échanges et de réagir plus vite face aux difficultés que le recruteur peut rencontrer. De même, la relation entre les candidats et le recruteur se veut la plus avenante possible afin que les candidats se sentent à l'aise et n'aient pas de tabou sur leurs attentes pour les postes qu'ils souhaitent rejoindre. Dans ce sens, les processus de recrutement sont également réduits au minimum d'étapes possibles et adaptés aux postes en question afin de réduire au maximum le stress qu'un processus trop long peut engendrer chez les candidats.

De plus, même si la marque Honoré Associates représente un recrutement plus traditionnel de par la structure du processus de recrutement, la dualité du cabinet Happy to meet you à travers ses deux entités de recrutement représente une innovation de taille et un avantage considérable. En effet, elles lui permettent de toucher à la fois les entreprises ouvertes à casser les codes dans leur recrutement comme les entreprises attachées à un recrutement et à des relations client-prestataire plus traditionnels.

2. Le candidat au coeur des processus et de l'activité du cabinet

Comme nous l'avons évoqué précédemment, les innovations que le cabinet Happy to meet you apporte au secteur du recrutement ont notamment pour objectif de faciliter le processus de recrutement du point de vue du candidat.

2.1 L'expérience candidat, la priorité du cabinet

Tout au long de ce processus, les candidats représentent le centre d'attention des consultants et chargés de recrutement. Pour cela, de nombreux moyens sont mis en place. Tout d'abord, les informations concernant le poste à pourvoir sont mises en forme de façon à être les plus compréhensibles possibles. Pour cela, chaque annonce est divisée en six parties. L'introduction comporte des questions d'accroche ainsi qu'une phrase permettant de voir facilement l'intitulé du poste ainsi que le nom de l'entreprise qui recrute. La section qui suit est la zone "A propos" qui présente rapidement le contexte du poste puis les missions principales de celui-ci. Ensuite, la section "Et vous ?" indique aux candidats les compétences, le niveau d'expérience et les prérequis pour le poste. Cette section permet aux candidats d'identifier, au moyen d'une liste, si son profil correspond à la personne recherchée par l'entreprise. "Rejoignez-les !" permet d'exposer rapidement le domaine d'activité de l'entreprise recruteuse et indique ses valeurs afin que le candidat puisse s'assurer que celles-ci concordent avec ses priorités. La sous-section "De bonnes raisons de les rejoindre ?" met en lumière les points forts de l'entreprise et du poste. La section "Modalités" permet au candidat de prendre connaissance rapidement des informations administratives et utiles concernant le poste. On retrouve dans cette liste la localisation précise du poste avec, si

nécessaires, les moyens possibles d'accéder au lieu, le statut du poste ainsi que le type de contrat (CDI, CDD, Stage, Alternance). Si c'est le cas, le nom de la convention suivie par l'entreprise dans sa gestion salariale, les avantages, les modalités de télétravail, la durée de la période d'essai ainsi que la fourchette de rémunération prévue pour le poste. Enfin, la section "Processus de recrutement" informe le candidat sur les étapes qui seront suivies lors du recrutement. Dans ce processus, les recruteurs indiquent le nom des personnes qui seront en lien avec le candidat lors des préqualifications et des entretiens ainsi que l'éventuelle nécessité de réaliser des tests et évaluations (tests de personnalité et évaluation de compétences).

Cette mise en forme standardisée est complétée, sur le site du cabinet et sur certains jobboards utilisés par les recruteurs, par des encadrés contenant les informations administratives principales du poste. Nous y retrouvons souvent le type de contrat, la durée de travail, la ville, les modalités de télétravail et la rémunération. De plus, le recruteur responsable de la mission est également renseigné avec toutes ses coordonnées et sa photo afin que les candidats puissent le contacter aisément. (figure 6).

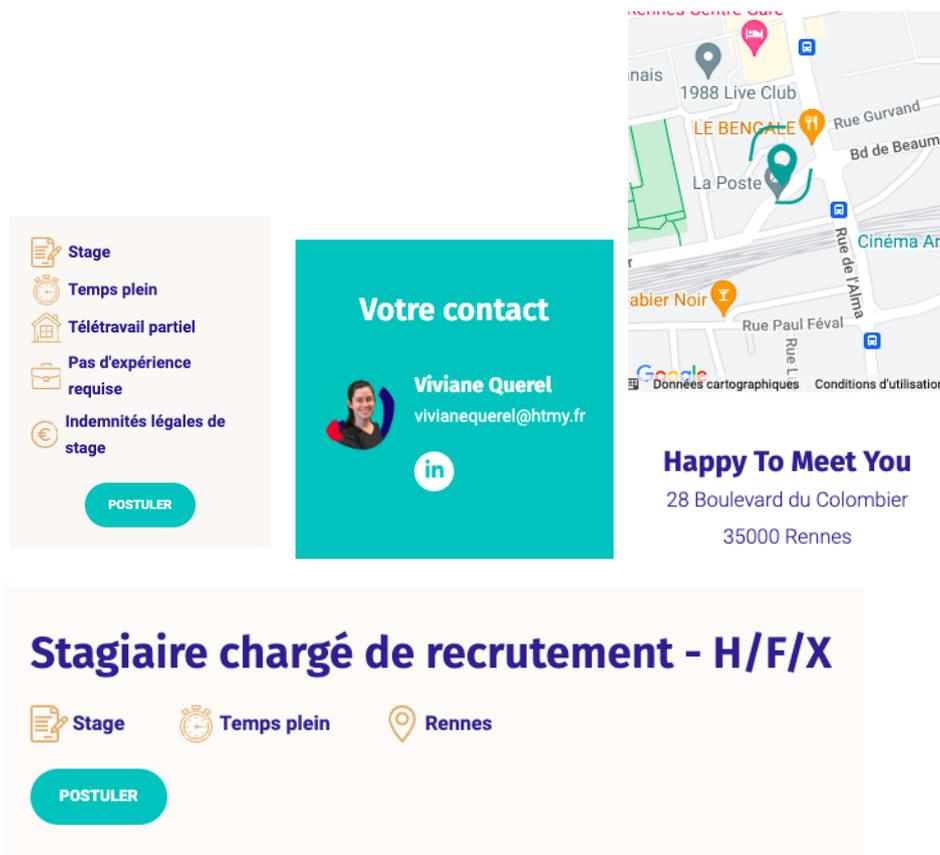


Figure 6 : Principaux encadrés présents sur les annonces publiées sur le site happytomeetyou.fr (Happy to meet you 2024)

L'offre publiée a ainsi la forme globale représentée en figure 7 et en annexe 1.

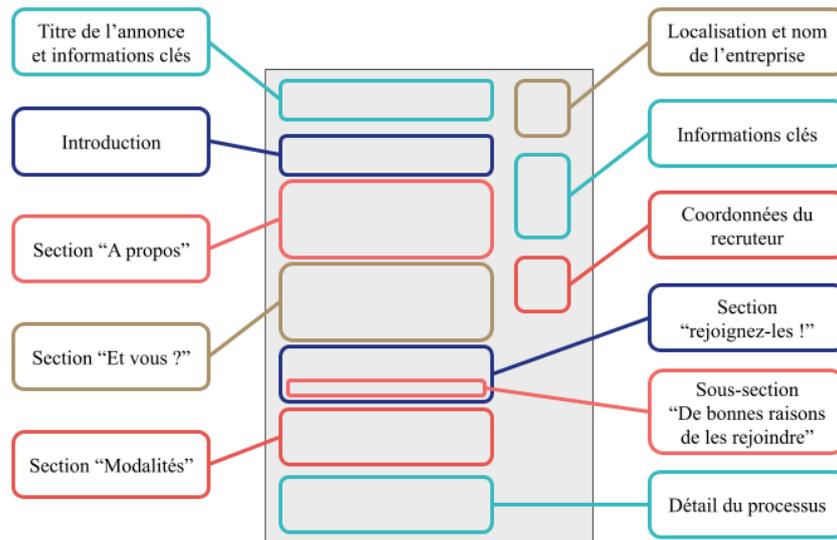


Figure 7 : Schéma de la forme d'une annonce sur le site Happy to meet you

La disposition des différents encadrés est réfléchi de manière à attirer le regard du candidat. Les informations indiquées sur le côté restent statiques lors du défilement de la page web afin d'être toujours visibles pour le candidat lorsqu'il lit les différentes sections du corps de l'annonce. De plus, les sections sont organisées dans un ordre logique. L'introduction comporte des questions simples telles que "Vous souhaitez découvrir le monde du recrutement ?" ou "Le contact humain vous anime ?" afin d'indiquer rapidement, en trois ou quatre lignes, les qualités principales nécessaires pour le poste en question (ici l'exemple est pris pour un poste de chargé de recrutement stagiaire). Ces questions sont suivies d'une phrase dynamique indiquant le nom du poste et de l'entreprise "Vous avez répondu oui à toutes ces questions ? Alors rejoignez Happy to meet you en tant que chargé de recrutement !". Ensuite, les missions du poste sont décrites et sont suivies des qualités et compétences attendues chez le candidat. Avec ces deux premières sections, le candidat peut vite identifier s'il est qualifié pour le poste en question. Si oui, il peut poursuivre sa lecture afin d'apprendre à connaître rapidement l'entreprise qui recrute et d'identifier si les valeurs de celle-ci concordent avec les siennes. Si c'est le cas, il retrouvera ensuite les modalités du poste qui lui permettent d'identifier rapidement si le poste à pourvoir pourrait correspondre à ses attentes d'un point de vue salarial et organisationnel. Enfin, s'il souhaite s'engager dans le processus de recrutement après la lecture de la fiche de poste, il peut en prendre connaissance à la fin de l'annonce.

L'offre d'emploi est visible sur différents jobboards selon leur pertinence pour le poste proposé. Parmi ces canaux de diffusion, trois sont privilégiés par les consultants d'Happy to meet you : Hellowork, l'Apec et LinkedIn. D'autres canaux de diffusion peuvent être exploités selon le besoin comme le site de France Travail, les jobteasers de certaines écoles et les plateformes dédiées à certaines typologies de métier comme, par exemple, le Village de la Justice.

Ensuite, le candidat est suivi et accompagné tout au long du processus de recrutement. Lorsqu'il postule à un poste, il reçoit un retour dans la semaine qui suit de la part du consultant ou du chargé de recrutement. Si sa candidature n'est pas retenue, il en est informé par téléphone ou par mail quelle que soit l'étape du processus à laquelle il était rendu à ce moment. A l'inverse, tant qu'il reste dans le processus de recrutement, il est régulièrement tenu informé de l'avancée du processus afin de lui garantir une transparence totale. De plus, lorsqu'un candidat passe un entretien avec des membres de l'entreprise cliente, le recruteur s'assure d'obtenir le retour de ces membres sur l'entrevue et d'échanger avec le candidat afin de s'assurer du bon déroulé du processus externe à HTMY. Les moments d'échanges entre le recruteur et le candidat permettent également de guider le candidat dans le processus en lui apportant toutes les informations nécessaires à sa prise de décision et en le guidant sur les aspects pratiques et administratifs (en vérifiant qu'il est bien mobile sur la région du poste ou encore en le guidant sur les exigences salariales qu'il peut avoir).

De plus, au cours du processus, les candidats sont amenés à réaliser un test de personnalité puis à en débriefer avec le recruteur afin de comprendre comment ils évoluent dans le milieu professionnel et de cerner au plus près leurs besoins managériaux. Ces informations servent à guider le futur manager du candidat afin que son intégration au sein de l'entreprise se déroule au mieux.

Enfin, le candidat recruté bénéficie d'un accompagnement personnalisé avec le recruteur tout au long de sa période d'essai afin d'obtenir son ressenti sur le poste, le management et l'équipe qu'il a intégré. Ce suivi permet au recruteur de conseiller le manager afin de le guider dans l'intégration du nouveau membre de son équipe et ainsi de pérenniser sa prise de poste.

2.2 Une relation allant au-delà du recrutement afin d'accompagner chaque candidat du début à la fin de son projet

L'importance que porte Happy to meet you aux candidats ne se reflète pas uniquement à travers le recrutement.

En effet, la fusion avec le cabinet Quiblier a permis d'intégrer une nouvelle activité d'accompagnement RH au cabinet. Cet accompagnement peut se faire aussi bien pour les entreprises via une offre de conseil RH que pour les candidats et salariés. Ces offres sont variées afin de répondre de façon "sur mesure" aux besoins du bénéficiaire et ceci, tout au long de son parcours professionnel.

Le bilan de compétences permet aux personnes souhaitant réfléchir sur leur carrière professionnelle, d'analyser leurs compétences personnelles et professionnelles ainsi que leurs qualités et motivations.

Cet accompagnement comprend trois étapes clés dans son déroulé :

- Une phase préliminaire qui permet au bénéficiaire de présenter la raison de sa démarche avant de souscrire à l'une des différentes offres de bilan de compétences du cabinet.
- L'étape suivante est la phase d'investigation. Cette étape correspond au bilan de compétences lui-même. Il dure 24 heures réparties en 12 ou 16 heures de face à face avec un consultant selon la formule choisie. Ces "face à face", répartis en plusieurs séances de 2 heures chacune, permettent au bénéficiaire d'analyser et d'être conseillé sur son projet avec un consultant. Le bilan de compétences est également complété par différents tests et analyses via des outils spécifiques aux bilans de compétences qui permettent d'orienter les séances de face à face.
- La dernière étape est la phase de conclusion qui permet de valider le projet et les étapes réfléchies avec le consultant. Elle permet également, si besoin, d'élaborer un plan de formation avec le consultant et se clôture par un rendez-vous de suivi programmé six mois après la fin du bilan. Ce dernier rendez-vous a pour objectif de faire un point sur l'avancement du projet que le bénéficiaire souhaitait mettre en œuvre.

Le bilan de compétences est, ainsi, un accompagnement personnalisé mis à disposition des particuliers et des entreprises afin d'aider un bénéficiaire à orienter son projet professionnel.

L'outplacement individuel est proposé aux personnes partant de leur entreprise dans le cadre d'une rupture conventionnelle, d'une procédure de licenciement individuel ou économique ou d'un plan de sauvegarde de l'emploi. L'objectif est d'aider le bénéficiaire dans sa transition professionnelle afin qu'il puisse retrouver un emploi tout en respectant son projet de vie et son épanouissement professionnel. Pour cet accompagnement également, le processus se réalise en trois étapes clés :

- La première est un bilan professionnel qui permet d'identifier, avec un consultant en outplacement, toutes les compétences du bénéficiaire ainsi que ses qualités et aspirations professionnelles.
- La seconde phase consiste à concevoir un ou plusieurs projets professionnels pour le bénéficiaire en prenant en compte son projet ainsi que ses compétences, ses qualités et ses aspirations.
- Enfin, le bénéficiaire est accompagné dans la mise en œuvre de son projet. Cette étape se finalise à l'intégration de la personne accompagnée dans ses nouvelles fonctions.

Afin de garantir un accompagnement complet, le bénéficiaire peut être amené à rencontrer différents spécialistes en plus du consultant en outplacement qui l'accompagne sur son projet. Ces spécialistes varient selon le besoin du bénéficiaire et peuvent être des psychologues du travail, des experts en réseaux sociaux, des recruteurs ou alors des experts du secteur métier que le bénéficiaire souhaite intégrer à la fin de son outplacement.

Le coaching professionnel est proposé aux salariés souhaitant développer des compétences dans le cadre de leur poste. Le bénéficiaire peut ainsi chercher à améliorer sa posture de manager, à préparer sa promotion, à mieux gérer son stress, à mieux gérer les conflits et à développer encore d'autres compétences. Le coaching se déroule selon un suivi présenté dans la figure 8.

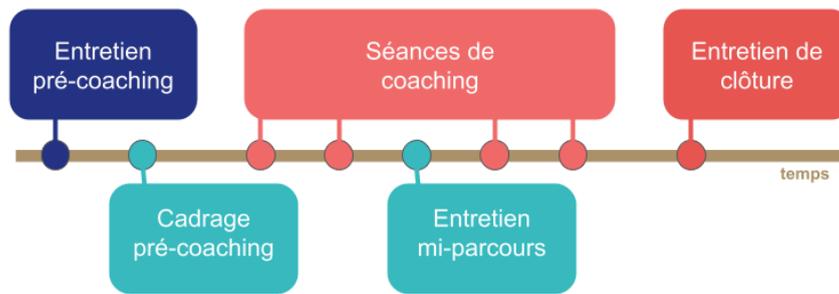


Figure 8 : Frise chronologique représentant les différentes étapes du coaching

Un premier entretien de prise de contact a lieu afin de définir précisément le besoin de la personne souhaitant être coachée et de lui présenter le coach le plus à même d'effectuer cet accompagnement. Un second entretien permet ensuite de cadrer, avec la hiérarchie ou l'employeur du bénéficiaire s'il le souhaite, les besoins pour s'accorder sur un contrat se basant sur l'atteinte d'un objectif mesurable à l'aide d'indicateurs de résultats et ayant une date finale.

Les séances de coaching sont ensuite réalisées entre le coach et le bénéficiaire. Ces séances sont complétées par un travail entre chaque séance du bénéficiaire afin qu'il puisse approfondir les notions vues en entretien et les mettre en pratique.

Un entretien à mi-parcours scinde les séances de coaching en deux afin de faire un point sur l'avancée des objectifs fixés au début du coaching et de redéfinir l'objectif des dernières séances de coaching.

Enfin, lorsque toutes les séances de coaching sont réalisées, un entretien de clôture permet de faire un bilan sur l'accompagnement effectué en évaluant notamment l'atteinte des objectifs. C'est aussi le moment de mettre en place différents moyens afin de permettre au bénéficiaire de pérenniser ses acquis.

Le coaching permet ainsi à ses bénéficiaires d'améliorer et d'acquérir de nouvelles compétences afin de pérenniser leur présence au sein de leur entreprise ou alors, afin de préparer leur future promotion. Ces coaching peuvent se réaliser sur l'initiative du bénéficiaire ou alors être requis par l'employeur.

L'évaluation et assessment est un accompagnement qui peut intervenir à différents moments du parcours professionnel du bénéficiaire. Il se réalise à la demande de l'employeur ou du futur employeur afin de sécuriser leur recrutement, d'évaluer le potentiel d'évolution de leurs salariés, de trouver des solutions permettant aux salariés de se réorienter en interne dans l'entreprise, de repérer des compétences au sein de l'entreprise ou encore de mesurer la montée en compétences des salariés ayant suivi un coaching ou une formation. Dans ce but, Happy to meet you met à disposition de ses clients quatre solutions d'évaluation présentées en figure 9 :

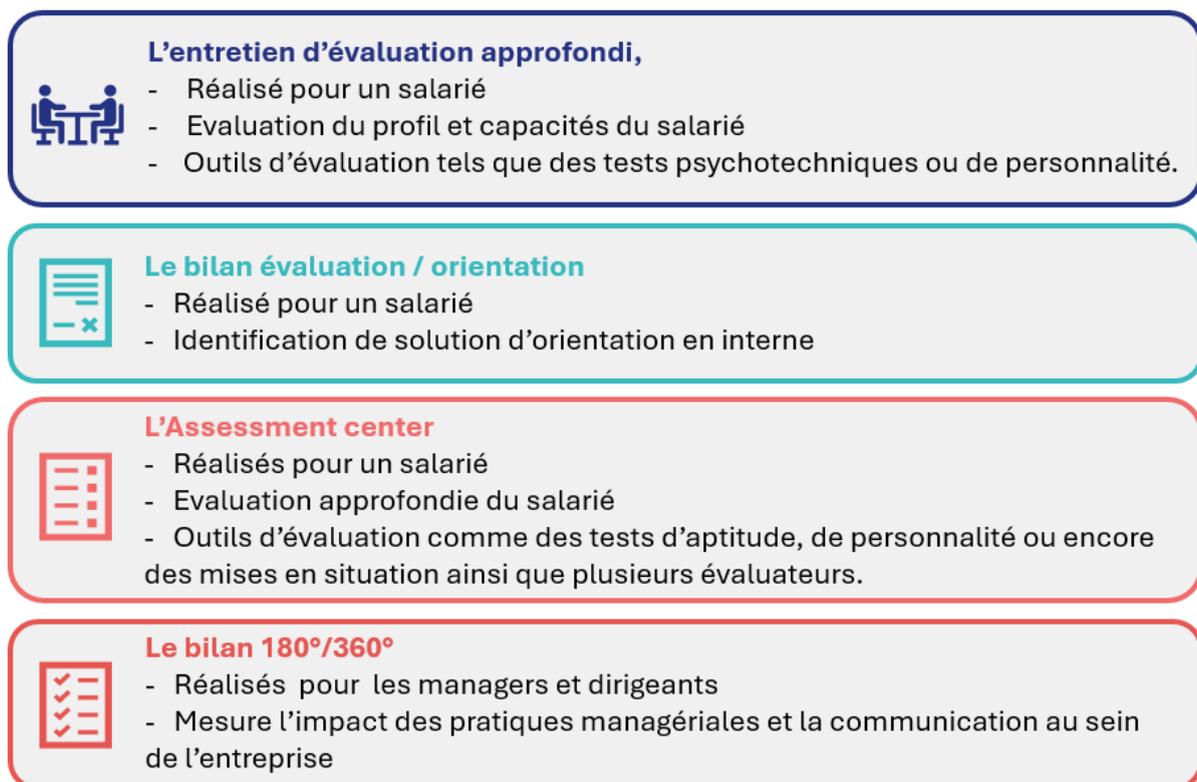


Figure 9 : Les solutions d'évaluation proposées par Happy to meet you

Certains de ces accompagnements personnels peuvent être financés par le compte formation gouvernemental ou CPF (Compte Personnel de Formation) afin d'être plus accessibles aux bénéficiaires et de les accompagner le plus efficacement possible dans leur projet professionnel. Les autres sont, pour la plupart, financés par les entreprises afin d'accompagner au mieux leurs salariés en poste et/ou sortants.

Enfin, le cabinet HTMY propose également du conseil destiné directement aux entreprises afin d'accompagner leur politique de ressources humaines. Cet accompagnement se réalise en trois étapes :

- Une première étape consiste à réaliser un état des lieux des pratiques et de la politique RH du client.
- Une seconde étape permet d'établir un plan d'action s'étendant à l'ensemble des problématiques RH du client afin d'atteindre les objectifs et de répondre aux besoins de celui-ci.
- Enfin, la troisième étape consiste à mettre en œuvre le plan d'action validé. Cette mise en œuvre est accompagnée par des consultants RH du cabinet afin d'assurer la mise en œuvre des actions définies dans le plan d'action.

Même si cet accompagnement ne touche pas directement tous les collaborateurs de l'entreprise, les répercussions de l'optimisation des pratiques et de la politique RH permettent aux collaborateurs de bénéficier d'un meilleur suivi par leurs employeurs. Cet accompagnement permet donc indirectement d'améliorer la vie professionnelle des bénéficiaires en résolvant des problématiques pouvant avoir des impacts sur tous les salariés d'une entreprise en favorisant le processus RH et en fidélisant les employés.

Ainsi, à travers ses nombreuses offres et ses différentes équipes, le cabinet Happy to meet you est présent et peut accompagner ses clients dans toutes leurs démarches et tous leurs changements RH et notamment dans leurs démarches de recrutement.

II - Un processus de recrutement défini mais adaptable aux missions confiées

Le processus de recrutement fonctionne à travers un processus qui a été défini et mis en place au fur et à mesure de l'évolution du cabinet. Ainsi, à ce jour, un procédé standardisé a pu être adopté et est transmis aux nouveaux recruteurs. Cependant, ce procédé n'est pas fixe et comme nous avons pu le voir dans la présentation des prestations proposées par le cabinet, toutes les offres à destination des entreprises et des particuliers sont variées et personnalisées. Il en va de même pour le recrutement qui s'adapte aux clients, aux candidats et aux différentes typologies de métier concernées par le processus.

1. Un processus basé sur un déroulé standardisé

Dans un premier temps, le processus proposé au client est standardisé de par la schématisation de son déroulé global et les outils exploités par le consultant et le chargé de recrutement.

1.1 Un schéma préconçu

Le processus de recrutement est généralement structuré comme représenté sur l'annexe 2 et réalisé soit par un consultant unique ou un binôme de consultants ou alors par un consultant accompagné d'un chargé de recrutement. Dans la suite de ce mémoire, nous nous concentrerons sur les missions réalisées en binôme entre un consultant et un chargé de recrutement, comme nous avons pu l'expérimenter et le vivre au cours de ces six mois au sein du cabinet. Ce binôme de travail sera indiqué par la suite par l'appellation "recruteurs".

Comme nous pouvons le voir sur ce schéma, le processus de recrutement comporte trois temps principaux regroupant des étapes clés.

Le premier temps représente le moment précédant le processus de recrutement à proprement parler. Il permet aux recruteurs et au client d'échanger à propos du poste à pourvoir. Le but est de permettre aux recruteurs, au cours d'un entretien au sein des locaux du client ou en visioconférence appelé immersion, de s'imprégner complètement des modalités

du poste, de l'environnement de celui-ci et du fonctionnement de l'entreprise. Cette étape est très importante pour la suite du recrutement car, en plus d'aboutir à la rédaction de l'offre d'emploi qui sera publiée sur le site de Happy to meet you ainsi que sur les jobboards nécessaires, elle permet aux recruteurs de maîtriser totalement le poste sur lequel ils travaillent et à propos duquel ils seront amenés à échanger avec les candidats. L'objectif est en effet que les recruteurs soient en capacité de donner une vision la plus complète possible du poste aux candidats avec lesquels ils échangeront afin que ceux-ci puissent s'y projeter au mieux. Cette méthode permet ainsi aux candidats de prendre leur décision de poursuivre le processus de recrutement, en ayant toutes les informations en main.

Suite à cette immersion, les recruteurs rédigent une offre d'emploi ainsi qu'un compte-rendu d'immersion. L'offre d'emploi est ensuite vérifiée, corrigée puis validée avec le client. Le compte-rendu d'immersion permet quant à lui de vérifier que le binôme a bien saisi tous les aspects du poste sur lequel il sera amené à travailler.

Après validation, toutes les offres d'emploi sont publiées par le chargé de recrutement sur le site internet du cabinet ainsi que sur les jobboards nécessaires.

Le deuxième temps correspond au recrutement en lui-même. Les recruteurs sont ainsi amenés, au cours de cette étape à trier les candidatures reçues, à réaliser des préqualifications téléphoniques avec les personnes reçues et à s'entretenir avec elles au cours d'entretiens physiques ou en visio. C'est aussi le moment pour les recruteurs de sourcer des candidats potentiels en réalisant des approches directes de personnes issues de CVthèques ou encore de réseaux professionnels tels que LinkedIn. Les personnes approchées montrant de l'intérêt pour le poste suivent ensuite les mêmes étapes de recrutement que les personnes ayant postulé et dont la candidature a été retenue par les recruteurs.

Au cours de cette étape, le client est également sollicité pour rencontrer les candidats ayant passé toutes les étapes précédentes du processus et jugés pertinents pour le poste par les recruteurs.

Tout au long du recrutement, les recruteurs ou le consultant seul sont amenés à échanger avec le client au moyen de réunions hebdomadaires lui permettant d'être informé sur l'avancée de la mission, de lui présenter certains profils rencontrés et d'obtenir son feedback sur les personnes qu'il a lui-même été amené à rencontrer.

Le temps du recrutement peut durer plus ou moins longtemps selon le contexte du poste. En moyenne cette étape peut durer de quelques semaines à plusieurs mois. Cette étape prend fin au premier jour de la prise de poste du candidat retenu.

Le troisième temps a lieu après le recrutement du candidat retenu. Ce temps consiste en un suivi du nouvel entrant dans l'entreprise et du manager tout au long de la période d'essai par le consultant. Ce suivi permet ainsi au manager et au nouvel entrant de bénéficier d'un intermédiaire pouvant les guider sur la prise de poste et remonter, d'un côté comme de l'autre, les points bloquants de l'insertion.

1.2 Des outils standardisés au service de tous les postes

Afin de compléter ce processus, des outils sont mis à disposition des recruteurs afin de les aider dans les missions qui leur sont attribuées. Ces outils concernent aussi bien les outils disponibles en interne, entre les différents recruteurs du cabinet, que destinés à l'externe, c'est-à-dire aux entreprises, aux candidats et aux bénéficiaires.

Parmi les outils disponibles en interne, on retrouve notamment des outils de ressources communes tels que Microsoft SharePoint, un logiciel collaboratif. Ce sharepoint permet aux recruteurs d'avoir accès à l'historique des missions précédentes. Cet historique peut servir d'inspiration lors des travaux de rédaction qu'ils peuvent avoir à réaliser. Par exemple, lorsque nous avons commencé à travailler sur un poste de secrétaire juridique, il nous a été utile de consulter les annonces rédigées précédemment pour ce même type de poste afin de visualiser correctement les missions principales du poste et toutes les informations le concernant sur la nouvelle offre d'emploi. Ce sharepoint permet également aux recruteurs d'accéder aux différents modèles des documents qu'ils seront amenés à partager vers l'extérieur (comptes-rendu d'entretien, diapositives, dossiers, ...) ainsi qu'au logo de l'entreprise afin de respecter la charte graphique du groupe.

Un autre outil commun concerne l'ATS (Applicant Tracking System), nommé Jarvi, utilisé par les recruteurs. Il s'agit d'un outil de gestion des profils et missions des recruteurs afin de les aider dans le processus de recrutement (figure 10).

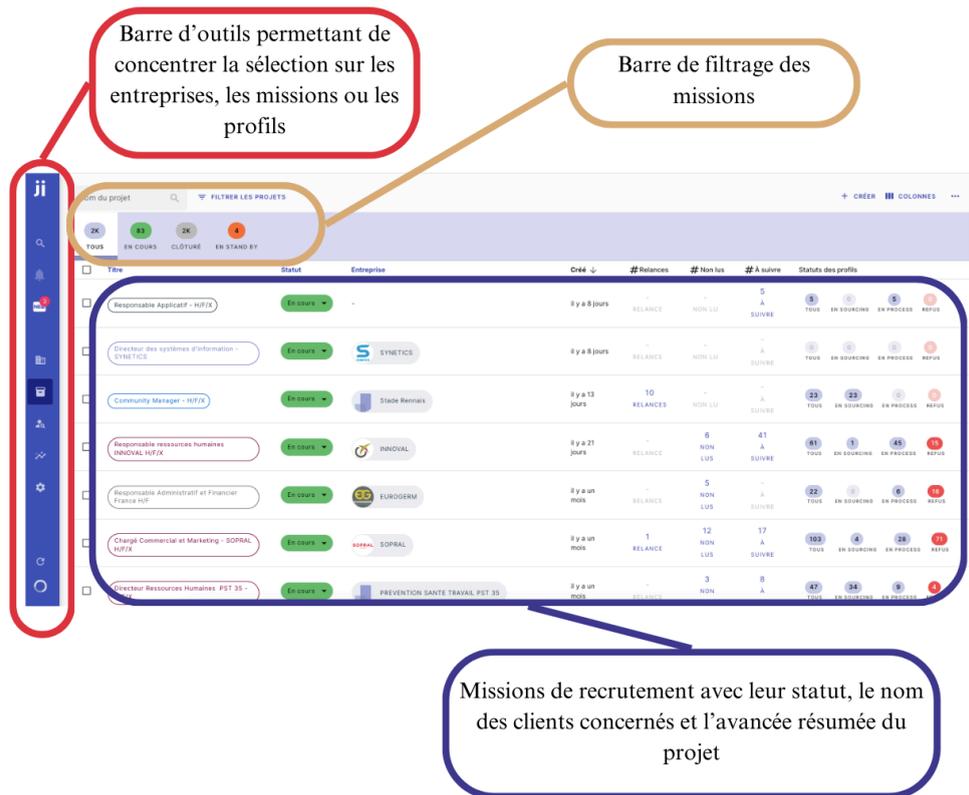


Figure 10 : Présentation de l'interface de Jarvi

Grâce à cet outil, les recruteurs savent quelles personnes sont déjà intégrées dans un processus de recrutement et peuvent accéder aux retours des autres consultants sur les personnes ayant déjà été rencontrées par le passé comme montré sur la figure 11. Il permet également aux recruteurs de visualiser l'avancée de leur mission en catégorisant les candidats selon leur avancée dans le processus comme montré en figure 12 et en ayant accès aux notes qu'ils ont pu prendre dessus au cours des préqualifications téléphoniques et entretiens (figure 11). Cet outil permet ainsi aux recruteurs de ne pas se faire concurrence entre eux mais également de ne pas contacter plusieurs fois le même candidat lorsqu'ils réalisent du sourcing. Cet outil permet ainsi à la fois de faciliter le travail des recruteurs mais également d'améliorer le confort des candidats qui ne sont pas ainsi approchés par plusieurs recruteurs du cabinet dans un laps de temps réduit.



Figure 11 : Structure d'un profil dans Jarvi

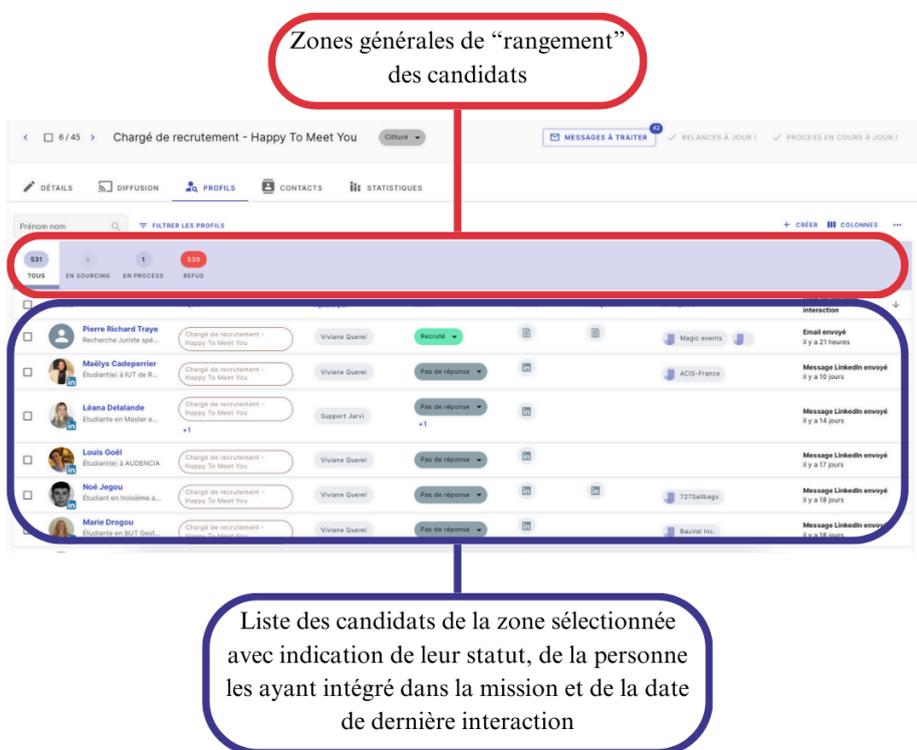


Figure 12 : Structuration d'une mission dans Jarvi

Les outils externes concernent notamment le site du cabinet et les jobboards utilisés pour diffuser les offres d'emploi.

Le site d'Happy to meet you permet notamment de communiquer des informations à la fois aux clients du cabinet et aux candidats grâce à une structuration du site en deux parties comme la figure 13 le montre.

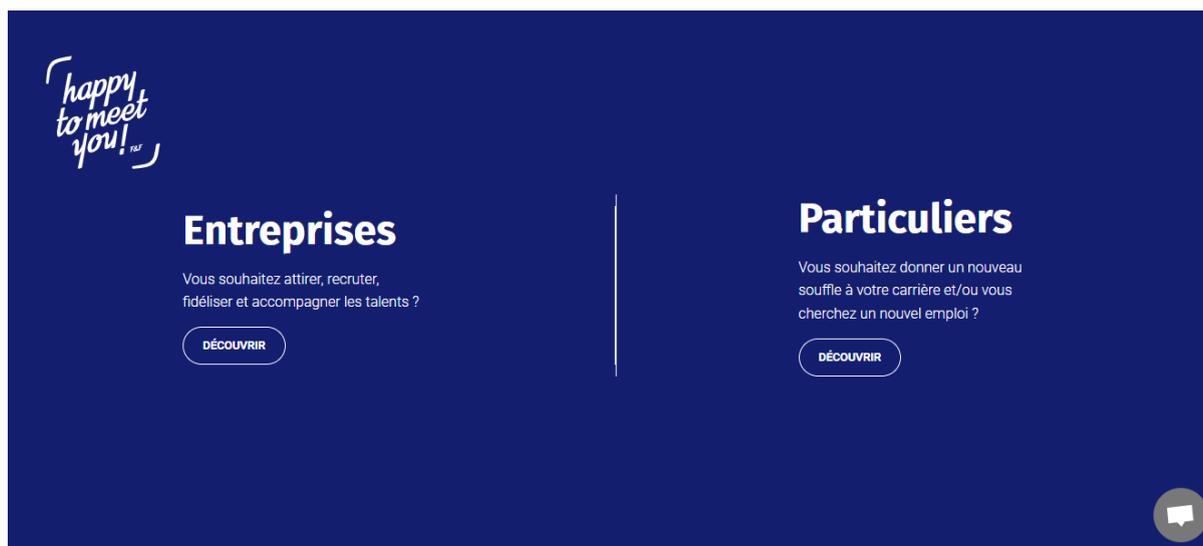


Figure 13 : Page d'accueil du site du cabinet (Happy to meet you, 2024)

Les entreprises et particuliers peuvent ainsi accéder aux informations concernant les prestations qui sont à leur disposition et les candidats peuvent accéder aux offres d'emploi en cours. Par ailleurs, le site met à disposition de tous un chatbox permettant d'échanger directement avec un membre du cabinet afin d'obtenir des informations qu'il ne trouverait pas sur le site ou d'être aidé dans ses démarches. Ce chat box est géré par les chargés de recrutement qui sont disponibles chaque jour de la semaine pour répondre aux demandes des visiteurs du site.

Les jobboards sont des sites dédiés à l'emploi qui sont utilisés par les recruteurs pour diffuser les offres d'emploi et par les candidats pour postuler. Ils peuvent également se présenter sous la forme de réseaux sociaux professionnels. Les jobboards utilisés systématiquement par notre équipe sont Hellowork, l'APEC et LinkedIn. D'autres jobboards peuvent être utilisés selon les spécificités des postes. Ce sont les chargés de recrutement qui publient majoritairement les offres sur les jobboards et sur le site internet du cabinet.

Les outils de communication sont quant à eux, utilisés à la fois pour la communication interne que pour la communication avec les clients et candidats. Chaque recruteur possède ainsi un ordinateur et un téléphone sur lesquels il a accès à différentes applications de communication. Parmi ces applications, on retrouve notamment Teams. Des canaux de communication internes permettent aux recruteurs d'échanger entre eux sur leurs missions et de se tenir au courant de leurs avancées. L'application permet également aux recruteurs de réaliser des entretiens en visioconférence avec les candidats ne pouvant pas se déplacer directement au cabinet mais également avec les clients lors des immersions à distance ou encore des points hebdomadaires.

Les recruteurs utilisent également beaucoup les mails et LinkedIn lorsqu'il s'agit d'approcher des personnes sourcées. Afin de faciliter l'utilisation de ces modes de communication, chaque recruteur possède un compte Jarvi relié directement à son profil LinkedIn et à son adresse e-mail professionnelle.

Le cabinet possède également une boîte e-mail généraliste permettant à quiconque le souhaite de s'adresser au cabinet. Les alternants et stagiaires de l'entreprise sont chargés de sa gestion. Leur rôle est de trier les mails reçus en intégrant les candidatures spontanées reçues, en transférant les mails adressés à des personnes spécifiques du cabinet et en accédant aux différentes autres requêtes pouvant y être réceptionnées.

2. Une flexibilité au service des clients

Malgré une structure principale similaire des processus de recrutement et une base d'outils commune, chaque mission de recrutement est adaptée et personnalisée.

2.1 Un processus imaginé sur mesure pour chaque poste

Comme expliqué en première partie, le cabinet Happy to meet you laisse une certaine liberté au recruteur pour gérer ses postes. Cela lui permet donc de personnaliser son approche en fonction du client abordé. Cette personnalisation s'opère dès le choix du consultant chargé de la nouvelle mission. En effet, chaque consultant possède sa façon de travailler et donc de

gérer son processus. La fréquence des rendez-vous client-recruteurs varie donc, tout comme le moyen et la fréquence de partage des profils rencontrés. Certains consultants privilégient ainsi un envoi par e-mail “au fil de l’eau” tandis que certains préfèrent attendre d’avoir rencontré plusieurs profils pertinents avant de les envoyer au client.

Ensuite, le processus, et notamment le nombre et l’ordre des entretiens, est convenu avec le client afin de répondre au mieux à ses besoins. Nous avons ainsi pu travailler sur des postes dont le processus est structuré très simplement avec l’étape de pré-qualification téléphonique, l’entretien avec les recruteurs et un entretien avec le client. Mais nous avons aussi pu travailler sur des postes où le nombre d’étapes a été multiplié. Cela peut concerner le nombre d’entretiens avec le recruteur ou avec le client ou encore l’intégration de tests comme des tests de personnalité qui sont discutés au cours d’un entretien avec les recruteurs. Les postes nécessitant un processus plus long sont souvent les postes liés à la direction et donc pouvant impacter fortement le fonctionnement de l’entreprise qu’ils rejoignent. Cependant, le nombre d’entretiens à passer pour les candidats est toujours réduit au minimum nécessaire afin de leur éviter un processus trop long et stressant.

La personnalisation du poste se réalise également lors de la publication de l’offre d’emploi sur les jobboards. En effet, presque toutes les annonces sont postées sur le site du cabinet, Hellowork, l’Apec et LinkedIn mais certains postes peuvent nécessiter la publication sur d’autres plateformes. Pour un poste de contrôleur de gestion junior basé à Rennes, l’annonce sera ainsi publiée sur les job teasers des écoles rennaises proposant un cursus en contrôle de gestion. De même, le recrutement du futur stagiaire chargé de recrutement a nécessité une diffusion de son offre sur les job teasers des écoles ainsi que sur la plateforme L’étudiant. Certains recruteurs demandent également à ce que leurs offres soient publiées sur la plateforme France Travail ou encore sur Le Village de La Justice lorsqu’il s’agit de postes d’avocats.

La forme de l’annonce varie également légèrement selon le recruteur et la volonté des clients. Il est ainsi possible aux clients d’accéder à un service de vidéo qui est ajouté à l’annonce afin que celle-ci soit plus immersive pour le candidat. Ces vidéos sont un service supplémentaire proposé aux clients et sont réalisées et montées par des freelances engagés par le cabinet. Quelques exemples de ces vidéos sont disponibles sur la chaîne youtube du cabinet (@Happytomeetyou).

Enfin, selon les besoins de l'entreprise cherchant à recruter, le recrutement peut également se faire de façon anonyme. Les candidats ne sont alors informés du nom de l'entreprise qu'au cours de l'entretien avec les recruteurs. La diffusion du poste en est également modifiée avec la publication d'une annonce anonyme ne révélant aucune information pouvant permettre d'identifier l'entreprise cliente (seules des informations générales comme le domaine d'activité et le type d'entreprise sont indiquées). Certains postes nécessitent parfois également qu'il n'y ait aucune publication de faite à leur sujet. Ces recrutements représentent alors un enjeu pour les recruteurs qui n'ont alors aucun outil à leur disposition pour effectuer le recrutement hormis les CVthèques et LinkedIn.

2.2 Un fonctionnement flexible pour s'adapter aux contraintes rencontrées sur le poste

En plus de ces modifications du processus et des outils utilisés avant le début de la mission, il est également possible de les adapter lorsque celle-ci est lancée. Ces modifications ne sont opérées que lorsque le besoin s'en fait ressentir. Par exemple, si les candidatures ne correspondent que très peu au profil recherché, l'annonce peut être amenée à changer tout comme l'intitulé du poste. Cela a notamment été le cas lors du recrutement du futur stagiaire chargé de recrutement. L'intitulé initial étant "Chargé de recrutement - H/F/X", les personnes postulantes étaient principalement des personnes recherchant un CDI, un CDD ou une alternance bien qu'il était précisé dans l'annonce, qu'il s'agissait d'un stage long à pourvoir. Afin de réduire le nombre de candidatures hors-cibles, l'intitulé a ainsi évolué en "Chargé de recrutement stagiaire - H/F/X". Il en va de même lorsqu'un poste présente un point bloquant récurrent pour les candidats. Certaines modalités peuvent ainsi être modifiées sur conseil des recruteurs et après échange avec le client afin que le poste soit plus adapté à ce que les candidats recherchent. Ainsi, exceptionnellement, la fourchette de rémunération, la localisation ou encore les modalités de télétravail peuvent être modifiées. Cependant, il est important de faire remarquer que ces modifications sont très peu fréquentes et que l'annonce et l'intitulé de poste initialement convenus ne sont que très rarement changés au cours du processus de recrutement.

De même, ce processus peut être modifié au cours de la mission. Le client peut ainsi demander l'évaluation des candidats sélectionnés aux recruteurs en leur faisant passer des tests de personnalité si cela n'était pas spécifié initialement dans le processus ou encore modifier le nombre et la structure des entretiens réalisés par ses propres équipes. Il est à noter

que, comme les modifications apportées aux annonces, ces modifications sont également rares et concernent surtout un changement dans le processus chez le client de par l'arrivée de congés et la modification de ses équipes internes en résultant.

De même, contrairement au fonctionnement de beaucoup d'autres cabinets de recrutement, les recruteurs ne sont pas tenus de réaliser un minimum d'approches et d'appels par semaine. En effet, ils ont la liberté d'adapter leur volume d'approches à chacune de leurs missions selon leur connaissance des marchés concernés. A titre d'illustration, le recrutement d'une personne travaillant dans le développement web sera plus difficile et nécessitera donc plus d'approches directes de la part du consultant et du chargé de recrutement que le recrutement d'un directeur des ressources humaines. En effet, les métiers de l'IT (informatique) sont en plein développement et les personnes travaillant dans ce secteur sont souvent sollicitées par les recruteurs et peuvent ainsi choisir des postes présentant de nombreux avantages. A l'inverse, les directeurs des ressources humaines sont moins souvent sollicités et il est souvent plus facile de trouver une personne qui réfléchit déjà à changer d'entreprise ou qui souhaite évoluer dans un environnement de travail différent.

Enfin, le poste à pourvoir peut également être mis en avant au cours de la mission. Cette mise en avant peut se faire de différentes manières. La première consiste à en faire une publication spécifique sur le compte LinkedIn du cabinet. Ce push permet ainsi d'augmenter la visibilité de l'offre sur le réseau social et peut bénéficier également d'une mise en page sous forme de carrousel afin d'être plus visuel (figure 14).



Figure 14 : Exemple de carrousel pouvant être publié sur LinkedIn (Happy to meet you, 2024)

Dans le même sens, l’annonce peut être amenée à être publiée sur de nouveaux jobboards si le besoin s’en fait ressentir ou encore à être remise en avant sur le site du cabinet et sur Hellowork en la re-publiant.

3. Des compétences et une méthode de travail à acquérir au fil des expériences

Cette méthode prédéfinie mais adaptable de travail est ainsi transmise à chaque nouveau recruteur, de manière théorique dans un premier temps puis pratique, avec un accompagnement évolutif au fil de la prise en main des méthodes et outils du cabinet.

3.1 Une formation initiale théorique des nouveaux recruteurs

L’intégration des nouveaux recruteurs comporte de nombreuses formations aux outils et processus au cours de la première semaine.

Cette première semaine est, dans un premier temps, l'occasion pour les nouveaux arrivants de rencontrer toute l'équipe avec laquelle ils seront amenés à travailler. Ils rencontrent ainsi leur manager et les autres consultants en recrutement afin d'avoir un premier échange avec eux pour apprendre à les connaître et avoir un premier aperçu de leur fonctionnement.

Dans un second temps, l'objectif de cette semaine d'intégration est de rencontrer et de comprendre de façon théorique tous les outils qu'ils seront amenés à utiliser au cours des recrutements. Pour cela, des formations en 360learning sont suivies de façon autonome et des temps d'échange avec un consultant formateur permettent de compléter cette formation en autonomie. C'est ainsi l'occasion pour les nouveaux recrutés de poser toutes leurs questions sur l'outil concerné et de le prendre en main de manière supervisée. Les outils concernés sont les outils de communication et de partage d'informations internes et externes que nous avons pu évoquer précédemment et plus particulièrement l'ATS. En effet, cet outil est plus complexe que les autres et nécessite une formation pratique plus approfondie afin d'instaurer de la façon la plus efficace possible les bonnes pratiques. Une formation et une mise à jour du LinkedIn des nouveaux arrivants sont également réalisées avec un consultant afin que l'interface de travail principal des futurs recruteurs soit le plus professionnel possible et mette en avant le cabinet Happy to meet you.

Ensuite, des formations aux méthodes sont également apportées. Ces formations concernent notamment le sourcing qui est une pratique peu évidente au premier abord. En effet, le sourcing repose sur des recherches booléennes sur différents sites et CVthèques et représente 80% de la part de travail des recruteurs. Ces recherches booléennes consistent à formuler des requêtes de recherche grâce à l'utilisation de connecteurs logiques (opérateurs booléens) permettant de combiner des mots clés ou des expressions. Il est donc nécessaire aux nouvelles recrues de comprendre et de savoir utiliser les opérateurs logiques booléens nécessaires à leurs futures recherches. De même, il est important que les futurs chasseurs sachent définir et repérer les mots clés qui s'avèreront essentiels à la bonne réussite de leurs missions. Par exemple, lors du recrutement du futur alternant en communication visuelle et vidéo du cabinet, le but était de recruter une personne créative maîtrisant la prise de vue et le montage vidéo entrant en master 1 ou 2 dans une école de design ou de création de contenus. Cette personne devait également être mobile sur Rennes. Les mots clés que nous avons donc choisi d'utiliser étaient ainsi des noms d'écoles correspondants au domaine recherché en se limitant, dans un premier temps aux écoles des régions Bretagne, Pays de la Loire, Normandie et Ile de France. Pour définir ces régions, des mots clés tels que "Rennes" ou "Rennes et

périphérie” ou encore “Bretagne” ont pu être utilisés. Afin de compléter cette sélection de mots clés, des termes tels que “création” et “vidéo” ont été choisis afin de viser les profils abordant ces termes dans leur CV. Des noms de logiciels de montage ont également pu être utilisés tout comme les termes “alternant”, “alternante”, “alternance” et “master”. En effet, ces derniers termes ont ainsi pu cibler les profils sur des personnes ayant été ou étant actuellement en alternance et en master. A ces mots clés ont été ajoutés des booléens tels que AND et OR afin de relier les catégories de mots entre elles et de proposer des variantes de mots clés entre chacune d'entre elles. Lorsque nécessaire, le booléen “-” équivalent à “NOT” pouvait être ajouté afin d'exclure certains mots clés et ainsi d'opérer un tri parmi les profils ressortis. Une formule de sourcing qui a été utilisée pour sourcer des profils issus de linkedin via google a ainsi été : *(CONTENU OR MONTAGE OR VIDEO) AND (ETUDIANT OR MASTER OR ALTERNAN*) AND (“DAVINCI RESOLVE” OR “PREMIERE PRO”) AND (RENNES OR “RENNES ET PERIPHERIE”)* site : [linkedin.com/in](https://www.linkedin.com/in/) . L'astérisque permet de regrouper tous les mots commençant par “alternan” et équivaut à écrire ALTERNANT OR ALTERNANTE OR ALTERNANCE.

En plus du sourcing, d'autres pratiques sont abordées de façon théorique au cours de cette semaine. Un planning d'intégration type est illustré en figure 15.

	Lun 18	Mar 19	Mer 20	Jeu 21	Ven 22
9		Formation sourcing Lucas et Viviane x Sindy Microsoft Teams Calypso HADDA	Rencontre Sindy - Viviane + formation sourcing Salle Toarrière Viviane QUEREL	Prise en main des outils	Remise à jour des publications/ repu
				Point de cadrage	Remise à jour de republications Ape
				Photos Polaroid	Point avec Valent Sourcing fondati
10	Rencontre Norjahann - Viviane Salle		Formation avec Emilie sur l'ATS Jarvi		entretien avec PAM
	Remise du matériel par Lisa Réunion			Echange avec Va Salle Toarrière Viviane QUEREL	sourcing AUB
11	Rencontre Nolwenn, Coline - Viviane	Rencontre Émilie - Viviane + formation sur nos outils Salle Toarrière Viviane QUEREL	Annulé : Annulé : test	RÉUNION DES L Salle Vador Norjahann BE	
	Rencontre Marie, Solveig, Annelise -			Autonomie sur tes missions	
12					
14	Formation 360 Learning (Lucca...)	Formation Publication d'annonces / Crisp -> sur 360 Learning	Autonomie sur Jarvi et les process	Autonomie sur tes missions	Tri CV alternance
				Point Responsab	
15			Rencontre François - Viviane Salle Toarrière Viviane QUEREL		sourcing AUB
	Rencontre Corentin, Pierre-Antoine -			Point sur tes missions Salle Toarrière	
16	Formation profil LinkedIn avec Va Salle Toarrière Viviane QUEREL		Rencontre Visio Florine, Gwenaëlle -		
		Point sur les publications d'annonces avec Valentin	Autonomie sur les outils	Point Viviane / V;	Point sur Jarvi Salle Toarrière Emilie L
17	Point avec Lisa sur les outils prése				

Figure 15 : Exemple de planning d'intégration d'un recruteur

Sur ce planning, nous pouvons retrouver les différentes formations en autonomie (360Learning) qui sont suivies, dans la même journée ou le lendemain, par un point avec un consultant afin de s'assurer que la personne formée ait bien saisi toutes les informations clés. De plus, nous y retrouvons des formations directement dispensées par des consultants qui sont complétées, par la suite, par des sessions d'autonomie afin que la recrue puisse prendre en main les outils présentés. Enfin, nous retrouvons des points réguliers avec le référent du nouveau recruteur afin que celui-ci puisse faire remonter ses éventuelles difficultés et afin de l'accompagner dans sa prise en main des outils.

Pour autant, la formation théorique des nouveaux recruteurs ne débute pas réellement à leur arrivée. En effet, nous avons pu commencer notre apprentissage au cours du processus de recrutement auquel nous avons été intégrés. Cet apprentissage commence à la lecture et à la prise en main du vocabulaire spécifique utilisé sur l'annonce de stage. On y découvre ainsi des termes tels que "sourcing" ou "jobboard". Ensuite, la seconde étape d'apprentissage se déroule au cours des échanges avec les recruteurs. En effet, ça a été l'occasion pour nous d'obtenir une première vision du poste, des missions ainsi que des processus de recrutement employés par le cabinet en échangeant notamment avec la stagiaire qui tenait précédemment le poste. Ces échanges sont également l'occasion d'éprouver le recrutement du point de vue du candidat et de comprendre et ressentir l'importance des méthodes d'échanges développées et utilisées par les recruteurs et que nous allons aborder en dernière partie de ce mémoire.

3.2 Un accompagnement pratique tout au long de l'apprentissage

Cette approche théorique seule n'est cependant pas suffisante pour devenir un bon recruteur. En effet, elle doit s'accompagner d'une mise en pratique guidée afin de permettre au nouveau recruteur de prendre en main les processus et outils mis en œuvre.

Pour cela, les premières missions s'effectuent en binôme avec des consultants confirmés afin d'accompagner les nouveaux recruteurs dans leur prise de fonction. Nous avons ainsi pu travailler en binôme sur des recrutements concernant des profils et des typologies de métiers très différents les uns des autres pour des clients également très variés. Notre première mission en binôme a ainsi concerné le recrutement d'un responsable juridique en droit de la santé pour la fondation AUB santé. Après un travail sur la définition des mots clés avec la consultante en recrutement responsable de la mission, nous avons pu réaliser des premières sessions de sourcing en étant accompagnés de notre consultant référent. Ces sessions de sourcing en commun permettaient ainsi de s'assurer de la bonne prise en main de la pratique ainsi que des bons réflexes en matière d'approche directe. Par ailleurs, cette première mission a aussi été l'occasion de définir un angle d'écriture des messages d'approche directe en s'inspirant des messages types utilisés par chaque recruteur du cabinet. Dans un second temps et au fil de l'avancée de la mission, des préqualifications téléphoniques ont pu être réalisées. Au départ, ces échanges étaient tenus par la consultante en charge du poste et accompagnés par une écoute active et une prise de note de notre part.

Ensuite, nous avons pu mener les préqualifications en étant accompagnés de la recruteuse afin qu'elle puisse reprendre la main si le besoin s'en faisait sentir. Enfin, après deux préqualifications accompagnées, nous avons pu réaliser toutes les préqualifications de ce poste en autonomie en ajustant, au fur et à mesure, notre plan d'échange et en veillant à ne pas manquer d'informations essentielles. Nous avons travaillé sur ce recrutement pendant le premier mois de notre intégration au sein du cabinet.

Une fois les étapes de sourcing, d'approche directe et de préqualification réalisées de façon autonome sur ce premier poste, nous avons pu commencer une mission en quasi autonomie pour le compte du cabinet. Cette seconde mission concernait le recrutement du futur alternant chargé de la création de contenus visuels et vidéos. Cette mission nous a permis d'avoir une première idée de l'organisation d'une immersion en sondant le responsable communication et l'actuelle alternante afin de comprendre le besoin et les compétences que devra maîtriser le futur alternant. Par ailleurs, nous avons été chargés de mener ce recrutement de A à Z en publiant l'annonce sur les sites et jobboards nécessaires, en triant les candidatures reçues, en sourçant les profils pertinents et en réalisant les préqualifications téléphoniques. Nous présentions également les candidats pertinents régulièrement au responsable communication et nous occupions d'organiser les entretiens lorsque c'était nécessaire mais aussi de rappeler les candidats refusés. Enfin, nous avons rencontré les candidats sélectionnés pour réaliser les entretiens avec le chargé de communication et nous avons assisté à la rencontre dans son entièreté. Lorsque la candidate a été choisie à la fin du processus, nous nous sommes également occupés de sa bonne transmission au service RH afin qu'ils puissent s'occuper de la part administrative de son embauche.

En parallèle de la fin de ce recrutement, nous avons pu commencer trois autres missions avec trois consultants différents.

- La première consistait à recruter le futur responsable d'agence de l'entreprise Forst. Nous avons ainsi pu réaliser des opérations de sourcing, quelques préqualifications et assister aux entretiens avec les candidats pertinents pour ce poste. Cette mission a également été l'occasion de rédiger nos premiers comptes rendus d'entretien à destination du client. Ces comptes rendus résument la globalité du parcours professionnel du candidat ainsi que ses atouts et les axes de vigilance concernant son aptitude à tenir son nouveau poste. Enfin, ils se terminent par l'avis du recruteur qui exprime s'il juge pertinent ou non de poursuivre le processus de recrutement avec ce candidat. Cette mission n'a pris que quelques semaines à être finalisée du fait de son avancée déjà bien amorcée par le consultant en charge.

- La seconde mission a concerné le recrutement du futur commercial sédentaire négoce de matières premières pour le groupe Le Gouessant. Ce poste, de part sa difficulté de sourcing, a été l'occasion pour nous d'approfondir cette notion en réalisant de nombreuses sessions de sourcing en binôme avec la consultante chargée de la mission. Ces difficultés nous ont permis de tester différents types d'approches de sourcing en ciblant d'abord des personnes issues des entreprises concurrentes puis des personnes issues d'écoles spécifiques et également en se concentrant sur les différents noms de postes possibles ainsi que sur le périmètre géographique de recherche. Ce poste a d'ailleurs constitué un échec car un candidat ayant approché directement la structure a finalement été recruté après plusieurs mois de recherche. Les difficultés de recrutement rencontrées sur ce poste ont été causées par une mauvaise compréhension du profil recherché par les recruteurs ainsi que par l'éloignement géographique de l'entreprise et le manque d'éléments attractifs sur ce poste. Parmi ces éléments, nous retrouvons par exemple la sédentarité du poste et l'absence d'avantages autres que les avantages légaux.
- La troisième mission nous a permis de travailler sur le recrutement du futur contrôleur de gestion junior pour l'entreprise Alliance Bio Expertise. Cette mission nous a permis de gérer en autonomie quasi complète le tri des candidatures reçues ainsi que les préqualifications téléphoniques. Cette mission n'a duré que quelques semaines grâce à un sourcing efficace aboutissant au recrutement d'un candidat par le client.

En parallèle du recrutement de contrôleur de gestion, nous avons pu initier le recrutement d'une secrétaire juridique pour le cabinet Boquet-Dagorn. Ce poste a été l'opportunité pour nous d'assister à notre première immersion et de rédiger une offre d'emploi. Le déroulé de ce poste a d'ailleurs été particulier car il a impliqué une reprise de celui-ci avant la prise de fonction de la candidate recrutée. En effet, le poste a été pourvu trois semaines après son ouverture, en mai, mais la mission a dû être ouverte à nouveau en juillet suite au désistement de la personne recrutée. Une autre candidate a finalement pu être recrutée au mois d'août. Ici aussi, nous avons pu réaliser les opérations de sourcing, de tri des candidatures, de préqualifications et nous avons aussi pu assister aux entretiens et rédiger des comptes rendus d'entretiens.

La seconde mission en quasi autonomie que nous avons pu mener a concerné le recrutement de notre remplaçant au sein du cabinet. Le but était de trouver un étudiant de niveau master souhaitant découvrir le domaine du recrutement sur une période de six mois débutant en septembre 2024. Les difficultés rencontrées pour cette mission ont été de trouver des

étudiants en recherche de stage sur la période donnée. En effet, il s'agissait de trouver des étudiants réalisant une césure et n'ayant pas encore trouvé de premier stage pour celle-ci ou alors, cherchant à commencer en septembre et non en juillet. Nous avons finalement trouvé la personne qui nous remplacera et nous avons eu l'occasion de préparer son arrivée en organisant notamment son intégration et son accompagnement au cours de ses premières semaines. Nous aurons également le privilège de nous occuper d'une partie de sa formation et de l'accompagner sur sa prise de fonction.

Nous avons ensuite pris en main, fin mai, deux nouveaux postes pour un seul et même client. En effet, Destination Rennes cherchait à recruter son futur contrôleur de gestion mais a également dû relancer le recrutement de l'un de ses comptables suite à la rupture de période d'essai de l'un de ses nouveaux salariés. Nous sommes donc intervenus sur ces deux missions à la suite d'une réunion de briefing avec la consultante travaillant avec eux. Ces missions ont été l'occasion pour nous de gagner en autonomie mais également d'assister à la mise en pause d'une mission. En effet, quatre semaines après son début, la mission de recrutement du contrôleur de gestion a dû être mise en pause suite à une priorisation des objectifs de recrutement de la société publique locale. Le recrutement du comptable a quant à lui été poursuivi pendant sept semaines jusqu'au recrutement d'un candidat pour qui nous avons eu l'occasion de réaliser le suivi de la mise en relation avec le client.

Au cours des dernières semaines du recrutement du comptable de Destination Rennes, nous avons pu, en l'espace de deux semaines, recruter la future stagiaire chargée de conseil RH du cabinet. Ce recrutement, de par l'attrait qu'a l'accompagnement RH chez les étudiants en RH et en cursus de psychologie du travail, a en effet été très rapide et nous avons ainsi pu approcher une étudiante qui s'est révélée intéressée et pleine de potentiel pour le stage à pourvoir.

En parallèle, nous avons pu comprendre les besoins de TMCE concernant le recrutement de son futur directeur régional et accompagner le consultant référent sur cette mission dans le sourcing, les préqualifications téléphoniques ainsi qu'au cours des entretiens et pour la rédaction de comptes rendus d'entretiens.

Début juillet a ensuite marqué le début des périodes de congés, ce qui nous a permis de prendre en main de façon autonome différentes missions dont deux missions de responsable technique pour deux entreprises du groupe AgroMousquetaires, une mission de directeur d'activité bâtiment pour l'entreprise Hemery-Hervieux, une mission de directeur des ressources humaines pour une association médico-sociale anonyme, une mission de

responsable digitalisation pour le cabinet comptable Cafex et une mission de chargé commercial et marketing pour l'entreprise de petfood Sopral.

Les missions pour les entreprises du groupe Agromousquetaires ont eu pour principale difficulté leur localisation avec des usines basées dans le sud Finistère à Clohars-Carnoët et Saint Evarzec. Par ailleurs, ces missions nous ont également permis de participer aux entretiens clients hebdomadaires tout au long du processus de recrutement.

Les trois autres missions citées ont été l'occasion de rencontrer directement les clients au cours des immersions pour leurs postes et de lancer les missions en autonomie. En effet, les consultants chargés de ces missions sont partis en congés seulement quelques jours après le début de celles-ci. Cela a été l'occasion pour nous de travailler pendant trois semaines en quasi autonomie sur ces trois postes tout en ayant la possibilité de se référer à d'autres consultants si besoin.

L'accompagnement dispensé nous a ainsi conduit vers une prise d'autonomie progressive. Ce moyen d'apprentissage permet ainsi aux nouveaux recruteurs d'affiner leur méthode et leur approche.

3.3 Une approche qui se personnalise au fur et à mesure de la pratique

Au fur et à mesure de sa formation pratique, le recruteur est amené à travailler de façon de plus en plus autonome sur les missions qui lui sont attribuées. Cette autonomie lui permet ainsi de prendre des habitudes et d'adopter des méthodes adaptées à chaque mission selon son expérience.

Ainsi, après seulement quelques mois à réaliser des missions en binôme, nous sommes capables d'adapter nos manières de communiquer à l'écrit comme à l'oral avec les candidats selon son secteur d'activité, son poste mais également en s'adaptant à sa façon de communiquer. Pareillement, nous structurons désormais nos entretiens téléphoniques de façon à amener le candidat à nous transmettre les informations que nous souhaitons recueillir tout en le faisant se sentir à l'aise. Ainsi, nous n'expliquons pas le poste à travers un monologue au candidat mais nous leur demandons ce qu'ils en ont compris et quels sont les points obscurs qui pourraient subsister après la lecture de la fiche de poste. Cette méthode permet ainsi, en plus d'éclairer le candidat et de compléter les informations qui lui

manqueraient, de mesurer sa motivation et son intérêt pour le poste à travers la réflexion qu'il aura pu montrer suite à la lecture de la fiche de poste.

Il est également important de préciser que, en plus des connaissances théoriques et de l'expertise acquise au cours des missions réalisées tout au long de l'exercice du métier de recruteur, la personnalité de ce dernier et ses expériences passées entrent également en compte dans sa manière d'aborder les recrutements dont il est chargé. En effet, les connaissances que nous avons acquises sur le monde de l'agro-alimentaire ainsi que les méthodes de travail et de réflexion que nous avons adoptées au cours de notre cursus académique nous ont ainsi permis d'apporter une vision différente sur le recrutement. Ces connaissances nous ont également permis d'avoir une certaine facilité à travailler sur les postes issus de l'agro-alimentaire et des domaines industriels. La maîtrise des booléens utilisés en sourcing n'a également pas représenté un problème étant donné qu'ils correspondent aux booléens utilisés en automatisme ou encore en mathématiques et en programmation informatique que nous maîtrisons suite à notre cursus. A l'inverse, la compréhension de certains processus et de certains postes s'est révélée plus compliquée que pour des recruteurs issus d'un cursus purement RH car le vocabulaire utilisé nous était alors inconnu. Cependant, la capacité d'apprentissage développée au cours de notre cursus a su se révéler une grande force dans la découverte de nouvelles notions tout comme des notions abordées de façon théoriques ont été très utiles dans la compréhension du système RH et du système de recrutement au sein des entreprises.

En prenant en main et en maîtrisant le processus de recrutement ainsi que ses outils tout en prenant en compte nos connaissances antérieures, nous avons ainsi pu acquérir une méthode de travail et de communication propre à notre personnalité en tant que recruteur. Les méthodes de chaque recruteur représentent ainsi une combinaison des pratiques théoriques adoptées par le cabinet, des exigences du client qu'il a en face de lui mais également de ses expériences de recrutement passées ainsi que de sa personnalité et de son parcours avant de devenir recruteur.

III - Au-delà du recrutement, privilégier une relation client et candidat unique

Les différents processus et outils de recrutement personnalisable présentés précédemment ne sont pas simplement des aides pour le recruteur mais ont pour unique but l'optimisation du recrutement des clients du cabinet. Cela signifie donc que l'objectif final est de proposer un service centré sur la relation entre le cabinet, ses clients et les candidats. Pour cela, les recruteurs nourrissent une relation particulière avec leurs clients et leurs candidats afin de les conseiller et de leur permettre la meilleure évolution possible.

1. Une relation client-recruteur privilégiée

Les recruteurs sont amenés à travailler pour plusieurs clients et à s'adapter à leur fonctionnement afin de leur permettre un suivi le plus adéquat et personnalisé possible.

1.1 Des recrutements pour et avec les clients

Comme nous avons pu le montrer précédemment, les recruteurs échangent régulièrement avec leurs clients et ceci, tout au long du processus de recrutement, de la demande initiale à la fin de la période d'essai du candidat recruté.

Au cours de l'immersion du poste et des premiers rendez-vous avec le client, l'un des objectifs des recruteurs, en plus de comprendre la nature exacte du besoin de son interlocuteur, est de cerner le mode de communication et de fonctionnement le plus adéquat à adopter pour travailler avec son ou ses interlocuteurs. Un troisième objectif de l'immersion est également de cerner le type de personnalité qui s'intégrera le mieux à l'équipe avec laquelle il sera amené à travailler. Le but est ainsi d'instaurer une relation de confiance entre les recruteurs et les clients afin de s'assurer du bon déroulé du poste en toute transparence. Grâce à ça, le client exprime plus facilement ses besoins tout comme ses potentiels doutes et interrogations vis-à-vis du processus de recrutement ou encore des candidats présentés ou rencontrés. Les rendez-vous entre les recruteurs et les clients deviennent alors des instants privilégiés d'échanges permettant à la mission de se dérouler le plus efficacement possible.

De plus, la confiance entre les clients et le cabinet est renforcée par la promesse d'une relation exclusive entre eux. En effet, les candidats postulant à une offre y sont exclusifs jusqu'à la fin de leur implication dans le processus. Par ailleurs, les recruteurs ne sourcent pas les salariés travaillant chez les clients d'Happy to meet you.

Cette relation de confiance permet également de pérenniser la collaboration entre l'entreprise et HTMY. Il nous a ainsi été possible de travailler sur des missions pour des clients travaillant depuis des années avec un consultant ou avec le cabinet en général. Ça a été le cas notamment avec Destination Rennes, acteur majeur du développement économique, touristique et culturel de la ville de Rennes, qui travaille depuis plus de huit ans avec l'une des collaboratrices de l'équipe HTMY. Avec elle, nous avons pu travailler sur deux missions pour ce client. Un autre exemple est celui de Corentin, recruteur chez HTMY ayant un lien très fort avec l'entreprise Digitalis (Happy to meet you, 2024) Ce lien entre ces entreprises et ces recruteurs permet ainsi de pérenniser les relations entre le cabinet et ses clients en rendant le recrutement avec HTMY comme étant une évidence pour les dirigeants de ces structures.

De plus, certains recruteurs ont l'habitude de travailler avec certains types d'entreprises ou sur certaines typologies de métiers. Cette habitude leur confère une aisance dans la compréhension de ces postes et de leur environnement et peut également rassurer les clients concernant la capacité des recruteurs à mener à bien la mission qui leur est confiée. Ceci se ressent notamment sur des typologies de métiers très complexes tels que les métiers issus du juridique ou encore du domaine de l'IT qui possèdent des spécificités et un vocabulaire particuliers.

Cependant chaque consultant du cabinet est capable de travailler sur tout type de missions, quelle que soit la typologie de métier ou d'entreprise. Ce généralisme leur permet d'ailleurs de prendre rapidement en main n'importe quelle mission et d'en comprendre les grandes lignes aisément. Les clients n'ont ainsi pas peur de revenir vers un consultant qui leur a déjà prouvé sa valeur sur un poste de DRH et un poste de responsable technique pour lui confier la recherche d'un contrôleur de gestion car il a déjà pu lui montrer sa capacité d'adaptation et son efficacité dans la recherche de profils totalement différents. Par ailleurs, cette habileté à travailler sur tout type de mission de chaque consultant de l'équipe peut permettre, si un consultant rencontre des difficultés sur l'un de ces postes, de mutualiser périodiquement les connaissances de toute l'équipe en réalisant des séances de sourcing groupées. Nous avons ainsi pu participer à des séances de ce type en aidant des recruteurs sur des créneaux allant

d'une demie-heure à deux heures. Ces regroupements commencent généralement par une explication brève du profil recherché pour le poste et des exigences du client puis une répartition des axes de recherche entre les consultants (par école, entreprise concurrente au client ou CVthèque de recherche). Ces séances permettent ainsi de soulager le consultant en difficulté en lui intégrant une grande quantité de profils dans sa mission sur l'ATS, profils qu'il pourra prendre le temps, par la suite, de trier et de contacter en approche directe.

1.2 Un cabinet conseillant et accompagnant ses clients vers l'internalisation de leurs recrutements

Malgré l'offre de recrutement entièrement personnalisé que le cabinet HTMY propose, certains clients peuvent décider d'internaliser leur processus de recrutement. Cette démarche peut alors être conseillée et accompagnée par le cabinet HTMY qui met alors ses experts au service du client. En effet, l'une des volontés premières des fondateurs est d'être présents pour leurs clients dans n'importe quelle situation et même lorsque ceux-ci cherchent à internaliser un service dont le cabinet était auparavant leur prestataire extérieur.

Pour atteindre leurs objectifs d'internalisation de ce processus, les entreprises ont alors la possibilité d'accéder à deux solutions proposées par HTMY.

La première consiste à être accompagné dans ce changement d'organisation interne en ayant la possibilité de bénéficier des conseils d'experts en ressources humaines et en recrutement. Un consultant RH peut ainsi être amené à suivre la création du nouveau service et sa prise de décision en accompagnant le personnel RH impliqué dans cette transformation. Des formations sont également proposées par le cabinet afin que des experts en recrutement transmettent leurs connaissances aux futurs recruteurs. Parmi ces formations nous retrouvons des formations au sourcing, des formations à la compréhension de certaines typologies de métier tels que les métiers issus de l'IT ainsi que des formations à la non-discrimination. Tous ces services permettent ainsi aux futurs recruteurs de l'entreprise d'avoir toutes les clés en main pour mener à bien les objectifs recherchés.

Une seconde solution consiste à externaliser tout ou une partie du recrutement pendant une période donnée en accédant à une solution RPO (Recruitment Process

Outsourcing). Cette solution consiste à mettre en place un consultant ou une équipe de consultants dédiés afin de s'occuper du recrutement de l'entreprise. Cette solution comprend le recrutement dans son entièreté et englobe toutes les étapes de recrutement que nous avons pu présenter précédemment ainsi que les étapes internes à l'entreprise, c'est-à-dire la contractualisation et l'intégration des personnes recrutées dans l'entreprise. Les recruteurs impliqués dans cette solution RPO peuvent être mobilisés à temps plein au sein de l'entreprise cliente pendant une période donnée ou à temps partiel. La présence du ou des consultants est ainsi flexible afin de convenir au mieux aux besoins des bénéficiaires.

Ces deux solutions sont ainsi disponibles séparément ou associées afin d'accompagner les entreprises du début à la fin de leur changement.

1.3 Des ajustements à adapter afin de ne pas compromettre le travail du recruteur

Il est également important de préciser que, malgré la relation de confiance qui est instaurée au mieux entre les recruteurs et le client, les recruteurs doivent prêter attention à ce que certaines exigences ne viennent pas jouer à l'encontre des valeurs des recruteurs et du cabinet. En effet, certains clients peuvent avoir des exigences particulières concernant le profil qu'ils cherchent à recruter et qui ne relèvent pas uniquement des capacités théoriques et pratiques du candidat à prendre le poste en main. Par exemple, certaines exigences afin de remplir des "quotas" de salariés peuvent être exprimées par le client mais ne pourront pas être prises en compte par le recruteur à moins de justifier d'une raison pertinente et valable. Si toutefois une situation de discrimination a lieu de la part du client, le consultant est tenu d'en discuter plus en profondeur avec lui afin de tenter de le faire réfléchir sur cette situation. Le consultant peut également orienter son client vers les solutions de consulting RH proposées par le cabinet afin de les accompagner dans leur démarche de non-discrimination et de les inviter à penser autrement.

Malgré cela, ces exigences peuvent impacter le processus de recrutement avec un refus systématique de la part du client de certains candidats pourtant pertinents d'un point de vue pratique et théorique pour le poste. Ces refus peuvent amener à l'arrêt de la mission si le client ne souhaite pas prendre en compte les valeurs du cabinet. En effet, le cabinet Happy to meet you porte et assume des valeurs de non-discrimination. Pour cela, les recruteurs sont

formés à ne pas discriminer et des perspectives d'évolution de leurs pratiques sont discutées au sein du cercle RSE afin de donner toutes leurs chances aux candidats. Parmi ces perspectives, nous retrouvons la volonté de mettre en place des recrutements anonymes, sans CV et basés uniquement sur la réponse à des formulaires. Des projets de comptes rendus anonymes ne présentant que les expériences du candidats et ses capacités et ne révélant pas son identité dans un premier temps sont également en réflexion. Cependant, ces projets doivent faire l'objet d'un travail auprès des clients afin de casser à nouveau les codes du recrutement pour intégrer ces nouvelles façons de procéder.

2. Le candidat, au coeur des processus

De même que pour les clients, les recruteurs sont amenés à échanger avec différentes typologies de candidats au cours de leurs missions. La volonté principale du cabinet étant de remettre les candidats au centre du recrutement, leurs missions doivent s'orienter dans ce sens.

2.1 Un respect des candidats tout au long d'un processus transparent et accessible

Dans ce sens, le processus de recrutement est facilité et optimisé afin d'être le plus clair possible pour tous les candidats.

Cette transparence s'initie au tout début du processus de recrutement avec une annonce structurée, ne comportant que les informations essentielles pour comprendre la globalité du poste en question. De plus, les étapes du processus de recrutement sont mises en avant grâce à des icônes et des phrases courtes indiquées en bas de l'annonce afin que le candidat sache, en toute transparence, comment se déroule sa candidature (figure 16).

Le processus de recrutement

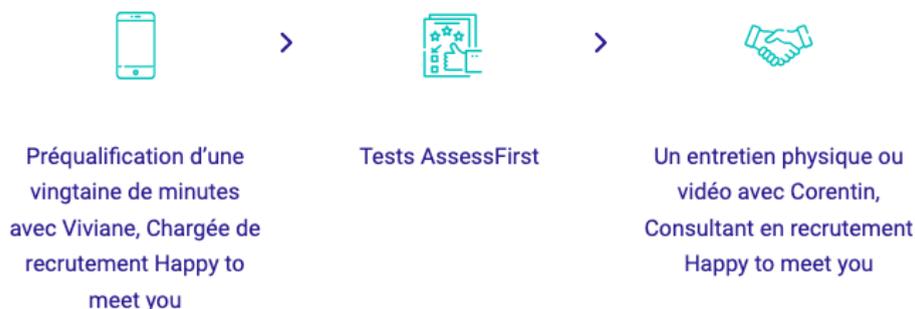


Figure 16 : Etapes du processus décrites à la fin d'une annonce (Happy to meet you, 2024)

Il est également informé, au cours de ses échanges avec les recruteurs, de l'avancée du processus dans sa globalité.

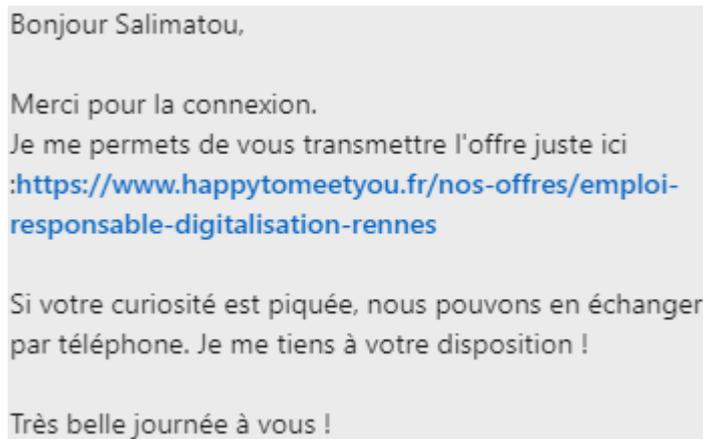
Lorsqu'un candidat souhaite postuler à une offre sur le site Happy to meet you ou lorsqu'il émet une candidature spontanée, le dossier qu'il doit renseigner est rapide et optimisé afin que cette étape lui soit facile et ne le décourage pas dans sa démarche. De même, les offres d'emploi sont disposées de façon visuelle afin que les visiteurs puissent parcourir le site sans aucune difficulté. Il a également accès à un chatbox privé auquel nous répondons quotidiennement dans le but de le guider au mieux dans son parcours sur le site ainsi que dans toutes les demandes dont il pourrait faire part. Ce mode d'échange nous a ainsi permis de renseigner de futurs candidats sur la démarche à suivre dans leur candidature, de renseigner des candidats sur l'avancée de leur candidature ainsi que de mettre en contact des visiteurs avec des consultants afin qu'ils puissent échanger sur le marché actuel de leur domaine d'activité.

Dans ce même but, les candidats sourcés sur les CVthèques ou LinkedIn sont soit appelés soit contactés par mail ou message de façon claire. Les messages comportent ainsi toujours un maximum d'informations comme le nom du poste, le nom de l'entreprise recrutant ainsi que les missions principales du poste et son contexte. Les approches directes étant limitées à trois cent caractères sur les réseaux sociaux tels que LinkedIn, un message d'approche peut ainsi ressembler au message présenté sur la figure 17.

Bonjour Salimatou,
Envie de changement ? Votre profil m'intéresse !
Cafex recrute son.sa futur.e Responsable Digitalisation à
Rennes. Au programme ? Analyse des besoins, intégration
du nouveau progiciel et accompagnement des équipes et
clients dans un cabinet comptable.
On en échange ?

Figure 17 : Exemple de message d'approche directe pouvant être envoyé via LinkedIn

En l'absence de réponse, et si la personne accepte de rejoindre notre réseau, un second message peut être envoyé afin de la relancer. Ce second message se veut synthétique et informatif afin de renseigner de façon plus complète la personne sans l'importuner pour autant. Un exemple de message de relance est présenté en figure 18.



Bonjour Salimatou,
Merci pour la connexion.
Je me permets de vous transmettre l'offre juste ici
:<https://www.happytomeetyou.fr/nos-offres/emploi-responsable-digitalisation-rennes>
Si votre curiosité est piquée, nous pouvons en échanger
par téléphone. Je me tiens à votre disposition !
Très belle journée à vous !

Figure 18 : Exemple de message de relance pouvant être envoyé par LinkedIn

De par ce second message, le candidat peut accéder à l'offre d'emploi afin de se renseigner plus amplement sur le poste et de revenir vers le recruteur s'il souhaite en savoir plus. En l'absence de réponse, un deuxième message de relance tel que "Bonjour XX, Alors, intéressé par ce poste ?" peut être envoyé. En revanche, ce second message de relance n'est envoyé que très rarement afin de ne pas se montrer trop insistant auprès des personnes ne souhaitant pas répondre.

Lorsque les personnes approchées par le sourcing répondent et se montrent intéressées par la mission évoquée, elles suivent le même processus de recrutement que les personnes ayant postulé directement à l'annonce.

2.2 Une proximité visant à l'instauration d'une relation de confiance entre les candidats et les recruteurs

Cette transparence et cette accessibilité des informations est complétée par la volonté d'instauration d'une relation de confiance entre les candidats et les recruteurs.

Cette proximité commence par la personnification des recruteurs en charge de la mission et notamment du recruteur principal en indiquant son prénom, ses coordonnées professionnelles ainsi qu'en insérant une photographie de lui directement sur l'annonce. De même, les recruteurs impliqués à différentes étapes du processus sont également nommés dans la description de celui-ci.

Le premier échange entre les candidats ou les personnes sourcées est également primordial dans l'instauration de ce lien. Les personnes sourcées, tout comme les candidats qui sont contactés par mail dans un premier temps, sont contactées à travers des messages respectueux, utilisant un langage informel. Les candidats sont également appelés par leur prénom afin de créer ce sentiment de proximité. Ensuite, au cours du premier contact oral, les recruteurs proposent souvent aux candidats d'utiliser le tutoiement au cours de leurs échanges. Ce tutoiement permet ainsi de renforcer ce sentiment de proximité et de mettre à l'aise les candidats dans un processus pouvant paraître stressant aux premiers abords. Au cours des échanges, les recruteurs se montrent également à l'écoute et placent les candidats au centre de l'échange afin qu'ils puissent expliquer leur parcours et leurs expériences professionnelles mais également exprimer leurs besoins, leurs attentes et leurs questionnements en toute confiance. La maîtrise du poste qu'ont les recruteurs, que ce soit du point de vue des missions, de la structure de l'entreprise ou encore du futur potentiel environnement de travail de leur interlocuteur est également un atout permettant aux candidats de se projeter au mieux dans le poste qu'ils convoitent. Par ailleurs, le fait de savoir que les personnes avec lesquelles ils échangent et avec qui ils ont commencé à nouer une relation de confiance connaissent l'entreprise et peuvent leur présenter rassure également une grande partie des candidats et des personnes sourcées. Cette connaissance permet ainsi de rendre plus accessibles des entreprises et des postes peu connus ou éloignés géographiquement des grandes villes telles que des entreprises agro-alimentaires ou encore des zones de prospection commerciale.

En dehors des échanges programmés avec les recruteurs, les candidats peuvent également les contacter via différents moyens afin d'être tenus au courant de l'avancée de leur candidature. Les recruteurs se montrent alors disponibles et prêts à apporter tout élément supplémentaire pouvant être utile au candidat. De plus, les candidats sont systématiquement prévenus de l'avancée des processus tout comme ils sont certains de recevoir une réponse lorsqu'ils postulent à un poste.

Enfin, les personnes qui sont recrutées sont suivies tout au long de leur période d'essai et sont en contact régulier avec le consultant qui les a accompagné tout au long de leur recrutement. Les recruteurs prennent alors régulièrement contact avec eux afin de s'assurer de leur bonne intégration dans l'entreprise et dans leur équipe de travail. A la validation de leur période d'essai, ils reçoivent également un cadeau de la part du cabinet afin de les féliciter pour leur intégration mais également les encourager dans la suite de leur parcours professionnel.

Toutefois, cette relation de confiance ne peut pas toujours être instaurée avec les candidats et les personnes approchées. En effet, certaines personnes peuvent avoir une certaine réticence envers les cabinets de recrutement. Cette réticence est souvent issue d'un grand nombre d'approches parfois non pertinentes de la part de plusieurs cabinets. Cela peut induire une absence de réponse de la part des personnes approchées mais aussi une méfiance lors des premiers contacts. Il est alors important que le recruteur comprenne ce comportement et s'y adapte afin de faciliter l'échange au mieux avec cette personne.

Ensuite, il arrive que certains candidats éprouvent des difficultés à accepter un retour négatif. Le recruteur peut alors être amené à échanger avec ces candidats afin de leur expliquer de façon plus précise la raison du refus et de les guider dans leur recherche d'emploi.

Enfin, et même s'il est très rare que ça arrive, tous les membres du cabinet sont formés et ont à disposition des documents leur permettant de connaître la marche à suivre si un candidat venait à perdre ses moyens au cours d'un échange et notamment d'un refus. (annexe 3)

Conclusion

De par la personnalisation et la simplification des processus de recrutement ainsi que grâce à l'expertise et à l'accompagnement des recruteurs, le cabinet de recrutement Happy to meet you se révèle être un atout majeur dans les recrutements de ses clients. Les résultats le montrent d'ailleurs avec 93% de clients satisfaits et 95% de recrutements finalisés au sein de l'équipe Happy to meet you en 2023 (138 missions finalisées sur 145 confiées par des clients). Les cabinets de recrutement tels que Happy to meet you s'appuient sur des outils maîtrisés ainsi que sur l'expertise de leurs consultants pour apporter une aide non négligeable aux entreprises qu'ils accompagnent. Ce sont l'ensemble des outils évoqués dans ce mémoire qui pourraient permettre de répondre aux enjeux de recrutement des IAA. Happy to meet you est un exemple de cabinet mettant en œuvre ces pratiques en s'appuyant sur des méthodes réfléchies pour répondre à ce type d'enjeux. Parmi les leviers identifiés nous retrouvons un travail mené sur la mise en avant et sur l'accessibilité des offres via l'utilisation d'intermédiaires adaptés et démarqués des autres cabinets. Un autre levier primordial se retrouve dans une communication optimisée impliquant la projection des candidats dans les postes auxquels ils ont candidaté. Ce qui est dû à des échanges avec des interlocuteurs connaissant et maîtrisant les détails et le contexte des différents emplois concernés. Enfin, un levier fondamental d'Happy to meet you consiste en une meilleure compréhension des candidats et de leur fonctionnement qui permet de s'adapter à eux et de juger si oui ou non ils sont pertinents pour les postes auxquels ils ont postulé. Tous ces éléments répondent bien aux différents facteurs de difficultés des IAA.

La variété de missions de recrutement sur lesquelles j'ai pu travailler m'a permis de mettre en œuvre les capacités de gestion de projet et de recherche développées au cours de mon parcours ingénieur. Grâce à cette diversité, j'ai pu par ailleurs découvrir et appréhender des domaines professionnels qui m'étaient jusqu'alors inconnus. J'ai également pu me rendre compte que toutes les connaissances acquises dans un domaine aussi spécifique que l'agroalimentaire peuvent se traduire et se retrouver dans des domaines d'activité totalement différents du champ d'étude premier et permettre de les appréhender correctement. En effet, dans le cas d'un cabinet de recrutement pour des IAA, la maîtrise du secteur de l'agroalimentaire permet de mettre en œuvre de manière optimale les outils utilisés par les consultants. Enfin, les notions managériales se sont révélées être un atout fort au cours de la

découverte du travail au sein et avec les ressources humaines, surtout dans un cabinet où l'humain est placé au centre de l'activité.

En conclusion, ce stage fut une expérience très formatrice qui m'a permis de découvrir un nouveau domaine professionnel et a renforcé mes capacités d'adaptation.

Bibliographie

AgroMousquetaires, 2024, Le Blog. Accessible sur : <https://recrutement.agromousquetaires.com/le-blog/> (consulté le 28/06/2024).

COHEN Caroline, 2020, Annales des Mines - Réalités industrielles, Le capital humain : un fort besoin de recrutement dans un contexte de transformation des métiers, pp. 39-41. Accessible sur : <https://www.cairn.info/revue-realites-industrielles-2020-2-page-39.htm> (consulté le 02/07/2024).

Happy to meet you, 2024, site officiel. Accessible sur : <https://www.happytomeetyou.fr/> (consulté le 02/07/2024).

Happy to meet you, 2024, page LinkedIn. Accessible sur : <https://www.linkedin.com/company/happy-to-meet-you/>.

Happy to meet you, 2024, page Youtube. Accessible sur : <https://www.youtube.com/@Happytomeetyou> .

Honoré Associates, 2024, site officiel. Accessible sur : <https://www.honoreassociates.com/> (consulté le 02/07/2024).

INSEE Pays de la Loire, 2019, Les métiers de l'agroalimentaire face à des enjeux de renouvellement.

Jarvi.tech, 2024, site officiel. Accessible sur : <https://www.jarvi.tech/fr/> (consulté le 02/07/2024).

LE BRIS Florence, POIRIER Gwenael, 2013, INSEE, L'emploi dans l'industrie agroalimentaire bretonne : profil de la main-d'œuvre et conditions d'emploi. La N°109. Avril 2013.

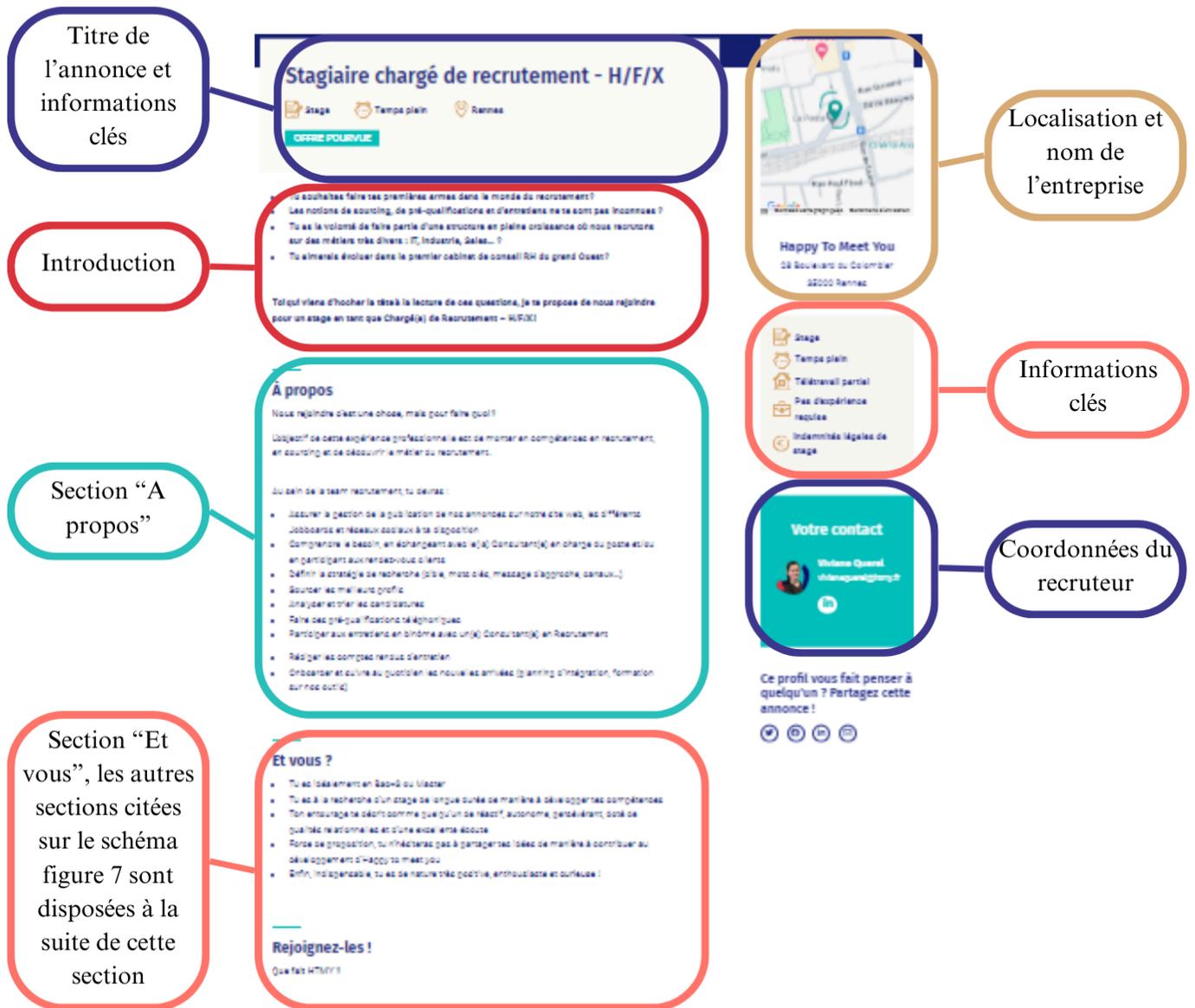
Pôle emploi, 2019, Enquête Besoins en Main-d'oeuvre 2019. Accessible sur : <https://www.francetravail.org/>.

Sodebo, 2024, site officiel. *Accessible sur* : <https://www.sodebo.com/> (consulté le 28/06/2024).

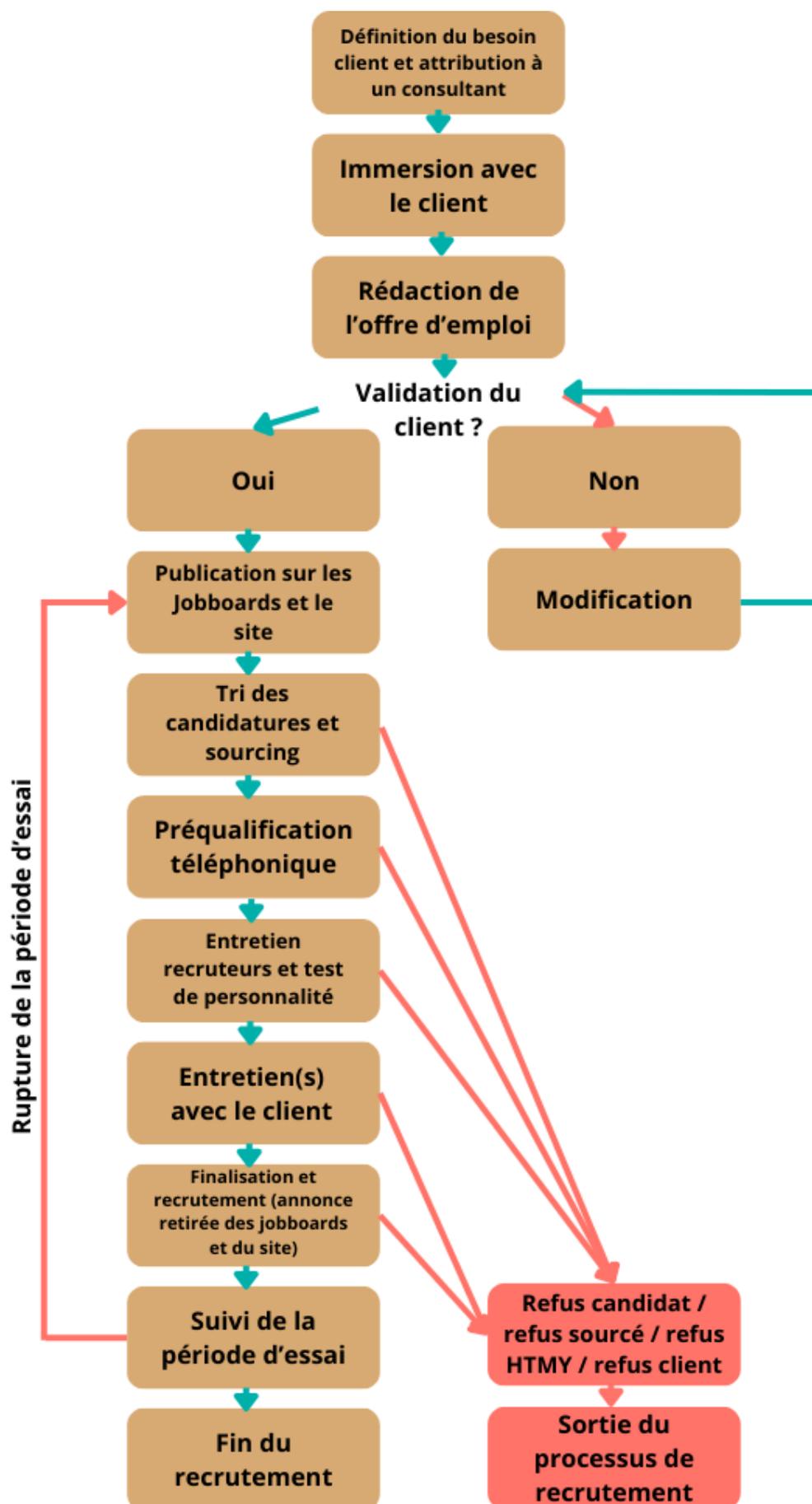
We Feel Good, 2024, site officiel. *Accessible sur* : <https://www.wefeelgoodrh.com/> (consulté le 02/07/2024).

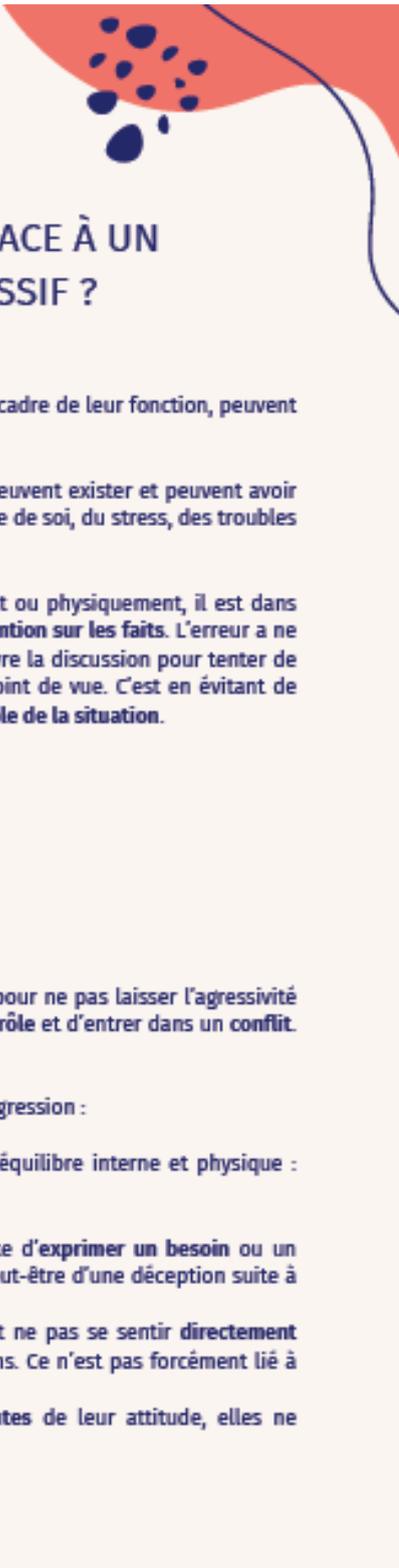
Annexes

Annexe 1 : Organisation globale d'une offre d'emploi sur le site Happy to meet you



Annexe 2 : Schéma général du processus de recrutement





COMMENT SE PROTÉGER FACE À UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF ?

Ce document est a destination des **collaborateurs** qui, dans le cadre de leur fonction, peuvent avoir des **relations avec des personnes externes**.

Les **incivilités/agressions des interlocuteurs** sont rares mais peuvent exister et peuvent avoir des **conséquences sur votre santé**, comme une perte de l'estime de soi, du stress, des troubles du sommeil, etc.

Face à ces personnes qui peuvent être agressives verbalement ou physiquement, il est dans votre intérêt de **maîtriser vos émotions** et de **diriger votre attention sur les faits**. L'erreur a ne pas faire, et que tout le monde fait en général, est de poursuivre la discussion pour tenter de vous justifier ou de convaincre votre interlocuteur de votre point de vue. C'est en évitant de contre-attaquer que vous reprendrez plus rapidement le **contrôle de la situation**.

5 GRANDS PRINCIPES À RESPECTER

1. Se protéger
2. Évaluer
3. Prévoir
4. Prendre le temps nécessaire pour désamorcer la situation
5. Se centrer sur la personne en situation d'agressivité

Pour réagir à l'agressivité, il faut commencer par **se protéger** pour ne pas laisser l'agressivité de l'autre vous atteindre. Sinon, vous risquez de **perdre le contrôle** et d'entrer dans un **conflit**. Rester **calme** est **indispensable** pour éviter l'escalade.

Nous vous conseillons de suivre les étapes suivantes en cas d'agression :

- S'occuper de **soi** pendant l'agression pour conserver son équilibre interne et physique : respirer, reprendre conscience de son corps et se stabiliser.
- Prendre de la **distance** mentalement et physiquement.
- Se dire que l'agressivité peut être une manière maladroite d'**exprimer un besoin** ou un **sentiment**. Par exemple, votre interlocuteur se décharge peut-être d'une déception suite à un échec ou il se sent peut-être en difficulté.
- Considérer que la réaction de l'agresseur **lui appartient** et ne pas se sentir **directement visé**. Votre interlocuteur peut être en colère, il a ses raisons. Ce n'est pas forcément lié à vous ou à la situation actuelle.
- Se rappeler que, souvent, les personnes sont **inconscientes** de leur attitude, elles ne cherchent pas à faire du mal, mais **ne se contrôlent pas**.



COMMENT SE PROTÉGER FACE À UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF ?

LES RÈGLES DE CONDUITE AVEC UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF EN FACE À FACE

Lorsque le client/candidat/bénéficiaire devient **violent** (crie, insulte, tape du poing sur la table...) :

- Restez calme, impassible et objectif.
 - **Rassurez l'interlocuteur**, lui rappeler que vous formez une équipe, vous travaillez ensemble dans un même but. Vous devez être en écoute active, saisir chaque détail du message de votre interlocuteur. Demandez-lui de vous expliquer la situation, puis reformuler ce qu'il vous a dit pour vous assurer que vous avez bien compris sa demande.
- Essayez de vous **concentrer sur la situation** et non sur le comportement de l'interlocuteur.
- Gardez une **certaine distance** afin d'éviter que la personne ne se sente envahie.
- Si le client a perdu son sang-froid et que ses cris persistent, évitez de lui dire : « Calmez-vous ! ». Elle vous dira probablement qu'elle est calme ou qu'elle vous parlera comme elle l'entend. Avisez-la plutôt que si elle continue de vous parler sur ce ton, **vous ne serez pas en mesure de poursuivre** et que vous devrez **mettre un terme à la conversation** actuelle. Elle pourra être reprise à un autre moment. Vous pouvez également avisez l'interlocuteur : « Ce que je vais faire, c'est que je vais demander à mon supérieur de vous rencontrer ou de vous rappeler pour que vous puissiez en discuter et prendre entente. » Dans ce cas, informez votre supérieur de la situation.
- Si toutes ces stratégies ne fonctionnent pas ou que vous craignez pour votre sécurité, il est préférable de **mettre fin à la conversation** en prétextant un oubli, un document manquant ou une urgence et de quitter les lieux.
- En fonction de la situation, vous pourriez, par exemple, revenir avec un collègue habilité pour intervenir ou le laisser intervenir seul en l'informant, au préalable, des tensions et de la situation délicate. Vous pouvez également, si vous êtes seul(e) dans les locaux, **prétexter que vous allez chercher votre supérieur**, puis sortir de la salle de réunion pour l'appeler via votre téléphone.



COMMENT SE PROTÉGER FACE À UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF ?

LES RÈGLES DE CONDUITE AVEC UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF AU TÉLÉPHONE

- Lorsque l'interlocuteur est colérique ou agressif au téléphone, **prenez sa demande en note** (elle est souvent faite dès le début de l'appel) ou assurez-vous qu'il la précise. Cette façon de faire permet de répondre précisément à la demande et d'éviter les écarts et les répétitions.
 - Exemple : « Je souhaite vous aider et répondre à vos inquiétudes, pouvez-vous être plus précis sur votre besoin, que je puisse en prendre note. J'aimerais bien comprendre la situation et voir avec vous les solutions possibles. »
- Permettez à l'interlocuteur d'exprimer son point de vue.
- Prêtez attention **au ton et aux mots** que vous utilisez.
- Si le client persiste et continue, vous pouvez aussi **mettre l'appel en attente** en mentionnant que vous reviendrez vers lui rapidement. Au retour, reprenez la conversation en disant « Merci de votre patience, si j'ai bien compris votre demande, vous souhaitez... ». Si possible, reprenez les mots prononcés au début de l'appel téléphonique.
- Lorsque la mise en attente ne permet pas au client de se calmer, vous pouvez dire que vous devez **consulter une autre personne** du service et que vous le rappellerez. Vous pouvez aussi lui demander quel est le meilleur moment pour le joindre. Normalement, l'interlocuteur sera plus calme lors de votre appel.
- Une fois le dialogue créé, **passer en mode solutions**.
- Si votre interlocuteur vous **insulte**, raccrochez immédiatement.



COMMENT SE PROTÉGER FACE À UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF ?

QUE FAIRE APRÈS AVOIR SUBI UNE AGRESSION ?

Si vous subissez une agression, vous devez impérativement suivre ces étapes :

1. En **parler** : direction, manager, RH, membre du CSE...
2. Rester **entouré** dans les heures qui suivent l'agression, **ne vous isolez pas**.
3. Si besoin, vous avez la possibilité de prendre rendez-vous avec un médecin du travail pour avoir un **suivi psychologique**.

EN BREF, CE QU'IL FAUT RETENIR :

A adopter :

- Rester calme et poli, mais ferme
- Être à l'écoute de l'interlocuteur, parler du problème de façon raisonnable
- Utiliser des mots simples, répéter les explications si nécessaire
- Inviter la personne dont le comportement est agressif à poser des questions
- Utiliser la reformulation pour montrer que l'on comprend (ou pas)
- Faire connaître ses limites d'interventions
- Faire appel à quelqu'un de plus expérimenté (si l'on ne se sent pas capable de gérer la situation)
- Garder ses distances
- Ne pas hésiter à quitter les lieux et à demander de l'aide

A éviter :

- Répondre aux provocations
- Sous-estimer un interlocuteur
- Mentir
- Donner des ordres, des conseils
- Avoir toute attitude pouvant paraître comme agressive (bras croisés, mains sur les hanches, doigt pointé, bras levé...)
- Laisser à disposition et à la vue de votre interlocuteur mécontent des objets pouvant servir d'arme



COMMENT SE PROTÉGER FACE À UN INTERLOCUTEUR AGRESSIF ?

À noter :

Dans le cadre de notre engagement continu envers la **sécurité de tous**, nous souhaitons vous informer d'une mise à jour importante concernant l'accès au bâtiment en dehors des heures de travail habituelles.

L'accès au Whoorks est modifié pour **les samedis et dimanches**. Vos **badges d'accès ne permettront plus l'entrée** au bâtiment pendant ces deux jours. Cette mesure est prise pour garantir votre sécurité, notamment en évitant que des collaborateurs se **retrouvent seuls** dans les locaux en dehors des heures normales de travail.

De plus, nous vous demandons de **ne plus passer d'entretiens seul(e) le soir** (à partir de 18h30), sauf validation au préalable de votre **manager/responsable de site**, que vous devrez également prévenir par SMS de votre départ.

Vous pouvez vous arranger avec quelqu'un d'autre pour être **au minimum deux dans les locaux**, ou privilégiez les **entretiens en visio** pour plus de sécurité.

Dans le cas, exceptionnel, où vous seriez seul(e) dans les locaux, enregistrez en amont les numéros de téléphone de deux ou trois collaborateurs dans vos contacts d'urgence, qui pourront répondre rapidement en cas de besoin.

Comment activer l'appel d'urgence sur Apple : [Cliquez ici](#)

Comment activer l'appel d'urgence sur Android : [Cliquez ici](#)

 	<p>Diplôme : Ingénieur Oniris</p> <p>Agroalimentaire / Biotechnologies de la santé</p> <p>Parcours personnalisé de l'approfondissement de 3^{ème} année : Foo'ds</p>
<p>Auteur/e : QUEREL Viviane</p>	<p>Structure d'accueil : Happy to meet you, cabinet de Rennes (siège)</p>
<p>Nombre de pages : 51</p> <p>Annexes : 3 annexes sur 8 pages</p>	<p>Adresse : 28 Boulevard du Colombier 35000 Rennes</p>
<p>Année de soutenance : 2024</p>	
<p>Titre : Gestion des recrutements d'entreprises au sein d'un cabinet de recrutement</p> <p>Title : Management of company recruitments within a recruitment agency</p>	
<p>Résumé :</p> <p>Dans le but de répondre à leurs problématiques de recrutement, les entreprises agroalimentaires peuvent faire appel à des prestataires extérieurs. Les cabinets de recrutements et de conseil RH représentent une solution face à ces enjeux en mettant en œuvre des outils et des pratiques dédiés. Premier cabinet indépendant du Grand Ouest, Happy to meet you a été créé en ayant pour objectif de révolutionner le monde du recrutement en mettant en place des outils innovants et des pratiques adaptées aux candidats et aux entreprises. Les missions de recrutement confiées par les clients du cabinet sont gérées par des recruteurs mettant en œuvre leur expertise afin de garantir une prestation adaptée et personnalisée. Ce mémoire étudie et interroge ces pratiques afin de répondre à la problématique suivante : Quels leviers les cabinets de recrutement peuvent mettre en œuvre pour venir en aide aux industries agroalimentaires dans leurs problématiques de recrutement ? Avec l'exemple du cabinet Happy to meet you et du travail de ses équipes de recrutement, ce mémoire montre comment les outils et pratiques mises en œuvre par ce cabinet permettent d'atteindre les objectifs de recrutement de ses clients tout en plaçant le candidat au centre de sa démarche.</p>	
<p>Abstract :</p> <p>In order to meet their recruitment problems, agri-food companies can call on external service providers. Recruitment and HR consulting firms represent a solution to these challenges by implementing dedicated tools and practices. The first independent recruitment firm in the West of France, Happy to meet you was created with the aim of revolutionising the world of recruitment by implementing innovative tools and practices adapted to candidates and companies. The recruitment missions entrusted by the firm's clients are managed by recruiters who use their expertise to guarantee an adapted and personalised service. This report studies and questions these practices in order to answer the following question: What levers can recruitment agencies implement to help the agri-food industries in their recruitment issues? With the example of Happy to meet you and the work of its recruitment teams, this report shows how the tools and practices implemented by this firm to make it possible to achieve its clients' recruitment objectives while placing the candidate at the center of its approach.</p>	
<p>Mots-clés : Recrutement, cabinet généraliste, expérience candidat, chasse</p> <p>Key Words : Recruitment, generalist firm, candidate experience, sourcing</p>	