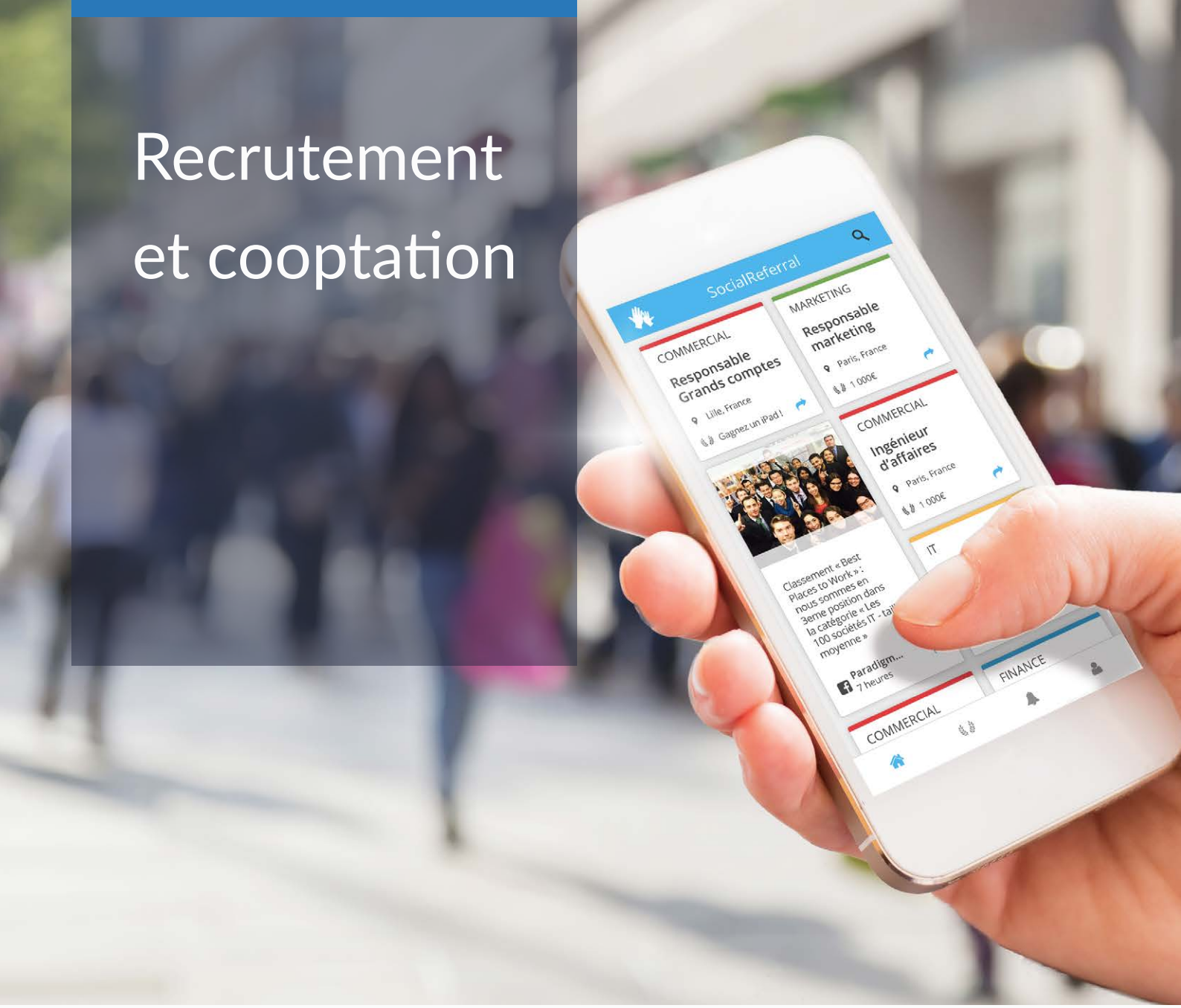
Recrutement et cooptation



Faites de vos collaborateurs vos meilleurs ambassadeurs

CAREERBUILDER™

La nouvelle génération de candidats : ultra-connectée et très active sur les réseaux sociaux.

Recrutement et cooptation

Les entreprises se retrouvent face à une nouvelle génération de candidats ultra-connectée, en particulier des jeunes très actifs sur les réseaux sociaux. Ces nouveaux candidats recherchent plus qu'un job, ils veulent travailler avec une entreprise qui partage leurs valeurs et qui propose des opportunités de développement personnel. Les attentes des candidats sont élevées, et avant de postuler à une offre, ces derniers font des recherches approfondies sur les employeurs potentiels.

Comment convaincre ces candidats perspicaces de rejoindre votre entreprise ? En utilisant les membres les plus précieux de votre marque employeur et de vos équipes recrutement : vos propres collaborateurs ! Pourquoi ? Car ils peuvent développer plus vite la confiance que d'autres accordent à votre entreprise : ils sont des ambassadeurs parfaits pour votre marque employeur. Cet e-book vous explique pourquoi la cooptation est l'arme secrète ultime pour votre marque employeur, pour un recrutement efficace et pour des embauches de qualité.

Les personnes performantes connaissent d'autres personnes performantes.

Permettez à vos collaborateurs de devenir des recruteurs

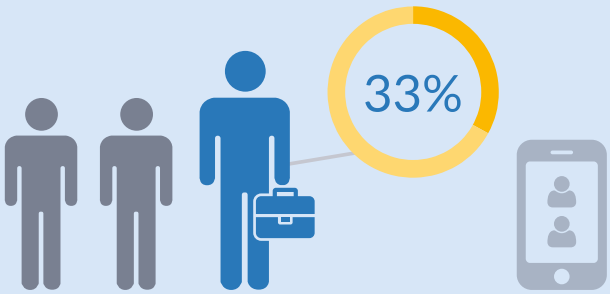
Les changements démographiques et la pénurie de compétences expliquent pourquoi le recrutement des meilleurs talents est un véritable défi. En France, les chefs d'entreprise déclarent avoir des difficultés pour pourvoir un poste.* Parallèlement, environ 40 % des postes à pourvoir en externe le sont grâce aux recommandations de salariés : la cooptation est ainsi une des premières sources de recrutement.**

Alors pourquoi ne pas utiliser vos collaborateurs pour promouvoir votre culture d'entreprise, votre marque employeur et attirer de nouveaux talents ?

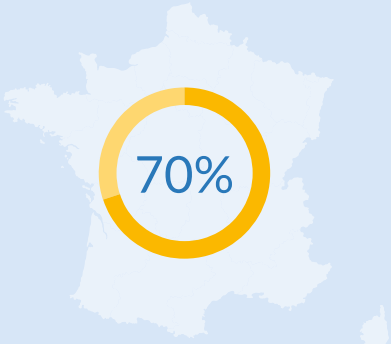
Les personnes compétentes connaissent d'autres personnes compétentes

L'expérience Small World du psychologue américain Stanley Milgram a prouvé que ***« Toute personne dans le monde peut être reliée à n'importe quelle autre, au travers d'une chaine de relations individuelles comprenant au plus 6 maillons »***. Des recherches plus récentes ont confirmé ce chiffre. Avec l'utilisation toujours plus forte des réseaux sociaux, cet aspect devient d'autant plus significatif.

Sources :
* Etude Manpower - Pénurie de talents 2015
** Etude de "Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung' (IAB)"



1/3 Un tiers des salariés européens de 16 à 29 ans trouvent leur poste grâce à des contacts de leur réseau.



Des postes de cadres sont pourvus grâce au réseautage et aux contacts personnels.

Les récompenses mises en place ne sont pas forcément financières...

- Coffrets cadeau
- Week-end excursions
- Gadgets
- Jours de congés supplémentaires
- Tout ce qui intéresse vos salariés
- Enfin : la motivation du challenge !

Qu'est-ce que... ?

- **Le capital humain :** Les compétences et l'expérience qu'apporte un salarié.
- **Le capital social :** Les liens et contacts sur lesquels un salarié peut compter.

Source: Karrierebibel

Les collaborateurs sont vos meilleurs ambassadeurs.

Des chasseurs de tête en interne

Les entreprises peuvent tirer parti des réseaux, en pleine expansion, de leurs collaborateurs, c'est-à-dire de leur capital social. En plus des offres d'emploi classiques, du sourcing actif, et du recrutement sur les médias sociaux, les programmes de cooptation sont aussi un moyen moderne de recruter. Cela implique que le salarié A recommande la personne B et que, en cas de recrutement réussi, il reçoit une récompense, financière ou autre.

Dans de nombreuses entreprises, cette alternative très efficace n'a pas encore été testée, l'impact du réseau est sous-estimé, et son potentiel est peu utilisé. Mais des pionniers comme Deloitte ou Coca Cola ont prouvé que c'était possible : en 2014, ces entreprises ont réussi à confier la moitié de leurs postes à pourvoir à des candidats expérimentés grâce à des références de collaborateurs – et ainsi à économiser considérablement en matière de temps comme d'argent.

Pourquoi la cooptation ?

Vos salariés sont vos meilleurs ambassadeurs parce qu'ils peuvent parler de manière authentique et détaillée de l'organisation, et parce qu'ils savent ce qu'il faut pour réussir.

Une des meilleures sources

La cooptation est l'une des sources de recrutement les plus fiables, permettant jusqu'à 40 % des nouvelles embauches.

Des recrutements de meilleure qualité

Les salariés qui proposent des recommandations savent évaluer précisément les compétences, les capacités et les qualifications de ceux qu'ils recommandent. Cela signifie que les nouveaux venus sont souvent meilleurs et/ou mieux adaptés.

La présélection des candidats

En partageant vos offres d'emploi, un salarié effectue une présélection importante des candidats avant de transmettre les candidatures. Après tout, une recommandation inadaptée pourrait avoir un impact négatif sur la personne qui a référencé le candidat.

Une solution économique

Un recrutement traditionnel vous coûte entre 4 000 et 20 000 euros. La cooptation coûte moins de 1 500 euros.

Une durée du recrutement réduite

La confiance en la personne qui coopte augmente la probabilité qu'un candidat accepte l'offre et trouve rapidement ses marques au sein de l'entreprise. Si la durée d'un recrutement via un jobboard oscille entre 39 et 45 jours, elle n'est que de 29 jours via la cooptation.

Une meilleure couverture sur les réseaux sociaux

Le nombre de candidats potentiels que vous touchez est démultiplié.

Un turnover réduit

Parce que les candidats recommandés intègrent l'entreprise avec des attentes réalistes, ils sont moins nombreux à partir à court terme : le taux de rétention des salariés cooptés après deux ans s'élève en moyenne à 45 %.

3

Les salariés heureux recommandent leur employeur.

Au cœur des programmes de cooptation réussis : la satisfaction des salariés

Si les collaborateurs sont heureux à leur poste, ils parlent naturellement de l'entreprise de manière positive à leurs amis et connaissances, ce qui mène souvent à des références proactives.

Mais comment être sûr que vos salariés sont vraiment heureux à leur poste ? La loyauté se construit principalement à travers des réussites. Pour exprimer un réel enthousiasme lorsqu'ils parlent de leur employeur à des candidats potentiels, les collaborateurs ne doivent pas seulement occuper un poste bien payé et agréable : il doit aussi leur apporter un sentiment d'accomplissement et une raison d'être.

D'autres articles sur ce sujet :

- 5 règles d'or pour réduire la durée des recrutements
- Faites de vos salariés vos ambassadeurs recrutement
- Implication des salariés : ce qu'il ne faut pas faire
- Ne laissez pas vos salariés prendre la porte ! Essayez les entretiens de rétention
- Il en faut peu pour être heureux. La réussite passe par des collaborateurs satisfaits

Comment améliorer la satisfaction des salariés - 6 conseils

Défis

Les tâches monotones et répétitives peuvent être frustrantes. Faites en sorte que vos salariés aient régulièrement de nouveaux défis à relever, par exemple avec de petits projets ou des objectifs annuels.

Reconnaissance

Les salariés se sentent appréciés lorsqu'ils sont activement impliqués dans le processus de recrutement et peuvent avoir un impact direct sur le sourcing de la personne qui rejoint l'équipe. Des programmes de cooptation avec des récompenses attractives sont un bon moyen de le leur montrer.

Retours réguliers

Les salariés satisfaits apprécient de recevoir régulièrement des retours. Cela leur donne confiance en leurs propres capacités et les aide en matière de développement personnel. Les retours et critiques les aident aussi à mieux comprendre la place de leur poste au sein de l'équipe et de l'entreprise.

Equilibre travail-vie privée

Horaires flexibles, télétravail, vacances… Ceux qui ont l'impression de réussir à atteindre un bon équilibre entre leur travail et leurs loisirs apprécient plus leur poste.

Expression des besoins et envies

Faites de la place aux idées créatives, aux critiques et aux solutions proposées. Les personnes qui ont l'occasion d'exprimer leurs besoins et de faire des suggestions, de préférence devant un public ouvert d'esprit, se sentent forcément valorisées.

Objectifs à court et long terme

Les collaborateurs satisfaits ont des objectifs à remplir à la fois à court et long terme. Ce sont en fait les objectifs à court terme qui reflètent ce qui se passe réellement sur le lieu de travail. Ils aident aussi vos salariés à définir leurs propres priorités. Si les objectifs à court terme aident à réaliser la stratégie à long terme, vos collaborateurs se sentiront valorisés plutôt que stressés, et ils le communiqueront à l'extérieur.

Une marque employeur forte est honnête.

Best Place to Work – Avantages d'une marque employeur forte

La marque employeur est désormais une partie essentielle de la communication avec les candidats et un facteur significatif de l'attraction de nouveaux talents. L'image projetée par chaque entreprise, volontairement ou non, est devenue un critère d'évaluation clé. De plus en plus d'entreprises utilisent donc les médias sociaux pour promouvoir leur marque employeur, leur culture d'entreprise et leur histoire de manière active.

Une marque employeur est réussie lorsque les salariés parlent de leur entreprise avec un tel enthousiasme que leur interlocuteur a aussitôt envie de rejoindre l'équipe. Cela peut aussi être un facteur décisif dans le programme de cooptation. Si vos salariés partagent des éléments de votre marque employeur, en devenant des ambassadeurs de la marque, c'est plus efficace sur le long terme pour mettre en avant l'attractivité de votre entreprise vs la publication d'une offre d'emploi de temps en temps.

D'autres articles sur ce sujet :

- A quel point la marque employeur doit-elle être authentique ?
- Marque employeur : aussi pour les PME ?
- Comment le recrutement mobile renforce votre marque employeur
- La marque employeur est un travail d'équipe : voici 5 façons de coopérer de manière efficace avec le marketing

Une marque employeur forte est...

- honnête
- crédible
- pertinente
- reconnaissable
- ambitieuse

Les collaborateurs satisfaits parlent de leur entreprise.

Les réseaux sociaux – pour les ambassadeurs de la marque et les recruteurs

Les collaborateurs satisfaits parlent de leur employeur à leurs proches mais aussi sur les réseaux sociaux. S'ils partagent des offres d'emploi et d'autres publications, ces posts gagnent en crédibilité. Cela multiplie par 8 le niveau d'engagement sur les réseaux sociaux : par exemple, les publications de salariés sont partagées jusqu'à 24 fois plus que lorsqu'elles ne sont disponibles que sur les pages et profils de l'entreprise. Une telle diffusion supplémentaire ne doit pas être sous-estimée, car dans la plupart des cas, 92 % des contacts de vos salariés ne connaissent pas votre marque.

Permettre à vos collaborateurs d'utiliser, sur leur lieu de travail, des réseaux sociaux comme LinkedIn, Facebook et Twitter les incitera à faire des recommandations en partageant les offres d'emploi et d'autres contenus, que vous devez mettre à leur disposition.

Dans le cas des recommandations, des retours rapides aux salariés ET aux candidats sont indispensables. Alors assurez-vous d'informer les collaborateurs qui font des recommandations ainsi que les candidats tout au long du processus de sélection. Si une personne cooptée donne les résultats espérés, n'attendez pas trop longtemps avant de donner la récompense – non seulement, cela augmente la motivation pour de futures recommandations, mais c'est aussi une preuve de confiance et d'appréciation. Au passage, vous pouvez aussi mettre en place un programme de récompense pour le partage réussi de messages en lien avec la marque employeur. **Le saviez-vous** ? En plus de vos propres collaborateurs, les anciens salariés, stagiaires, bons clients et partenaires peuvent être inclus dans le programme de cooptation.

Vos candidats sur le Web 2.0

Les candidats utilisent **21 sources différentes** lors de leurs recherches d'emploi.

Orientation : pour évaluer le marché, les candidats

69% font des recherches sur Google

53% utilisent les sites emploi

Considération : pour faire des recherches sur des entreprises potentielles, les candidats

69% se tournent vers les sites carrière

56% utilisent les réseaux sociaux

Etude CareerBuilder 2015 sur le comportement des candidats

Portée du réseau

41%

Plus de 41 % des utilisateurs de LinkedIn ont plus de **500** contacts.

500 salariés x 500 contacts = **250 000** personnes

50%

La moitié des utilisateurs majeurs de Facebook ont plus de **200** contacts.

500 salariés x 200 contacts = **100 000** personnes

Une présence authentique sur les réseaux sociaux est essentielle.

Recommandations de salariés : outils utiles

1. Votre site carrière

Les pages carrière d'une entreprise sont l'un des premiers points de contact pour les candidats, et l'un des plus populaires. Elles jouent donc un rôle clé dans le processus de recrutement.
La première impression qu'ont les candidats de votre entreprise, de votre marque employeur et de votre culture d'entreprise peut être un facteur crucial dans leur décision de postuler ou non.
Un site carrière attractif et une marque employeur bien « marketée » vous donneront un avantage compétitif intéressant, surtout pour les postes où les candidats qualifiés ont le choix entre plusieurs offres.

2. Profils sur les réseaux sociaux

Il est désormais essentiel pour les entreprises, en particulier les plus grandes, d'avoir une présence authentique sur les réseaux sociaux, puisque c'est là que se trouvent les candidats potentiels. Les médias comme LinkedIn, Twitter et Facebook peuvent valoir leur pesant d'or pour réseauter avec des candidats potentiels et pour la promotion de votre marque employeur. C'est une façon de toucher des personnes qui ne sont pas activement à la recherche d'un nouveau challenge.

3. Le partage d'offres et de contenus intéressants

Publiez des contenus valorisant votre marque employeur et vos postes à pourvoir auprès de vos salariés et demandez-leur de partager le contenu avec leur propre réseau. Un jeu d'enfant si vous utilisez une solution dédiée offrant à vos collaborateurs une interface regroupant l'ensemble des flux de vos réseaux sociaux permettant de voir en un seul coup d'œil, les nouvelles publications et les offres d'emploi disponibles. Différentes solutions de recommandations existent :

- ### Sourcing dans le réseau des collaborateurs

  Ce type de recommandation implique que les salariés autorisent leur employeur à accéder aux contacts de leur réseau, et que ce dernier utilise cet accès pour rechercher des candidats adaptés.

- ### Les recommandations personnelles concernant des contenus pertinents et des offres adaptées

  Dans ce cas, les collaborateurs transfèrent les messages sur la marque employeur et/ou les offres d'emploi à leurs contacts, assortis d'un message personnalisé, une fois qu'ils se sont assurés de leur pertinence.

- ### La cooptation « externalisée »

  Ce programme de cooptation ne concerne pas seulement vos propres collaborateurs, mais aussi des personnes qui connaissent bien l'entreprise et qui utilisent également les réseaux sociaux : par exemple les intérimaires, fournisseurs, ex-collaborateurs, et bons clients.

Evaluer le succès

Des rapports et analyses peuvent vous aider à découvrir quels sont les canaux particulièrement efficaces, ou quel est le jour où vos publications sont les plus partagées. Utilisez ces informations pour optimiser votre programme de cooptation et pour trouver encore plus de candidats adaptés.

SocialReferral : Faire de vos collaborateurs des ambassadeurs et des chasseurs de tête

Vos salariés sont-ils totalement impliqués ? Transformez vos collaborateurs en ambassadeurs de votre marque ! La solution SocialReferral permet à vos collaborateurs de partager le contenu de votre entreprise et vos offres d'emploi sur leurs réseaux sociaux.

Une solution tout-en-un

Une seule solution, aux couleurs de votre marque, depuis laquelle vos collaborateurs partagent votre contenu et vos offres auprès de leur réseau.

Tracking des coopteurs

Analysez les performances de votre programme et identifiez les collaborateurs qui sont vos meilleurs ambassadeurs.

Optimisé mobile

Facile à utiliser au quotidien : la solution est en responsive design et accessible via une application mobile sur iOS et Android.

Récompense systématique

Un système de gratification est intégré à la solution ce qui permet à vos collaborateurs d'être récompensés pour toute cooptation réussie.

Facebook et WhatsApp

Egalement disponible sur Facebook Messenger et WhatsApp, parmi d'autres canaux pour partager votre contenu.

Chèques-cadeaux Amazon

Récompensez facilement vos collaborateurs grâce au programme Amazon « Chèques-cadeaux » directement intégré à la solution.

Vous voulez en savoir plus sur SocialReferral – le nouveau programme de cooptation ?

Demander une démo