




01netPro
15/01/2010

[http://pro.01net.com/editorial/511258/emploi-en-2010-\(2-2\)-les-grandes-tendances-du-recrutement/](http://pro.01net.com/editorial/511258/emploi-en-2010-(2-2)-les-grandes-tendances-du-recrutement/)

Emploi en 2010 (2/2) : les grandes tendances du recrutement

Si en 2009, crise oblige, les entreprises n'ont pas rivalisé d'imagination pour recruter, elles ont du pain sur la planche cette année. Cinq grandes tendances se dessinent.

Sandrine Chicaud | 01net. | le 15/01/2010 à 18h00 |  laisser un avis



La Toile regorge d'outils précieux pour aider les recruteurs à dénicher des candidats. Plus question de se contenter de diffuser des annonces sur les sites d'emploi, les recruteurs doivent revoir leurs méthodes de travail, comprendre par exemple les rouages de Google, et oser diversifier leurs canaux de recrutement. De Twitter à LinkedIn, en passant par Viadeo ou Facebook, et bientôt l'iPhone, ils n'ont que l'embaras du choix. Dans cette seconde partie de notre dossier consacré à l'emploi 2010, 01netPro revient sur quelques-unes de ces (r) évolutions.

1. Le référencement naturel, un passage obligé pour les recruteurs

En 2010, les recruteurs ne pourront plus faire l'impasse sur Google. « Les entreprises ont manqué la révolution du référencement naturel en 2009. Elles ont quasiment toutes des sites Carrières mal référencés. Du coup, leurs offres ne remontent pas dans les moteurs de recherche. C'est un gros gâchis », explique Laurent Pilliet, patron de Naopresse, agence spécialisée dans les RH, et coauteur de l'ouvrage Tops et flops du recrutement (Studyrama). Résultat : les recruteurs vont devoir sérieusement plancher sur le référencement, apprendre à améliorer la visibilité de leurs annonces en découvrant, notamment, les rouages de Google, en se dotant d'un site Carrières pensé pour le référencement. Un travail qui ne s'improvise pas. Si elles n'ont pas l'appui en interne d'un spécialiste, elles pourront se tourner vers des agences de communication RH ou des Web agency, par exemple. Certains acteurs RH proposent d'ores et déjà une offre dans ce domaine.

2. La généralisation de l'usage des réseaux sociaux professionnels

Le recrutement 2.0 n'a pas dit son dernier mot. Surtout dans des secteurs innovants comme celui de l'informatique. D'une manière générale, les réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn ou Viadeo investissent de plus en plus la sphère de l'entreprise. Des postes de [responsables de médias sociaux](#) ou de communautés ont vu le jour dans des sociétés IT (Orange, Dassault Systèmes, etc.), avec un objectif : élaborer de véritables stratégies pour mettre en avant leur marque sur les différents sites communautaires. Une façon peu coûteuse de développer sa notoriété et de contrôler sa réputation. Dans le domaine du recrutement, force est de constater que les recruteurs ne se sont pas tous familiarisés à ces outils. Les chasseurs de tête un peu plus... Toutefois, leur usage se développe. Les recruteurs postent des annonces, font de l'e-mailing payant, ou lorsqu'ils disposent d'un compte Premium, contactent des candidats intéressants. Pour Laurent Pilliet, l'un des avantages reste la qualité des CV déposés sur Viadeo, par exemple. « *Elle ne faiblit pas. En plus, les candidats actualisent davantage leur profil sur ces sites que sur des job boards* ». Pour Jacques Froissant, fondateur d'Altaïde et cofondateur de Moovement.fr, les recruteurs pourraient aussi, cette année, se tourner davantage vers les moteurs de recherche d'offres d'emploi sur Internet – encore peu utilisés par les candidats – tels que [Jobijoba.fr](#), [Moovement.fr](#) ou, les versions françaises des sites américains [Simplyhired](#) et [Indeed](#).

3. Facebook, un terrain de chasse pour les recruteurs...

Comment rester insensible aux 15 millions de Français inscrits sur Facebook ? Il y a fort à parier qu'en 2010, les recruteurs aillent davantage à la rencontre des candidats qui se cachent – ou pas – sur le réseau des amis. Les groupes tels que Recrutement et RH 2.0 (1 685 fans) ou Recrutement Web 2.0 (3 596 fans) pourraient aussi se multiplier sur Facebook. Même les cabinets de recrutement créent de plus en plus leur page sur Facebook, offrant parfois une liste des annonces disponibles. « *Plus qu'une tendance en 2010, c'est surtout un pari, estime Laurent Pilliet, car les Français ne voient pas Facebook comme un outil professionnel. Mais si des prestataires proposent des systèmes de cooptation sur Facebook, cela peut devenir intéressant.* »

4. ... Twitter aussi

De plus en plus de recruteurs postent leurs offres sur l'outil de microblogging Twitter. Certaines entreprises, comme le groupe Société Générale, se sont créées un compte sur Twitter pour draguer les candidats, divulguer des offres et leur proposer des conseils. Elles risquent d'être de

plus en plus nombreuses à franchir le pas même si, en France, Twitter n'est pas encore très populaire. De leur côté, les candidats à l'emploi – les informaticiens, entre autres – n'ont déjà que l'embarras du choix pour accéder à des annonces, en un clic. 01NetPro, en novembre dernier, avait déjà répertorié plus de [40 comptes](#) susceptibles de les intéresser. La liste [Recrutement 2.0](#) sur Twitter peut aussi leur donner des idées.

5. Le mobile, un nouveau canal de recrutement ?

Les recruteurs vont-ils se laisser séduire par l'iPhone ? C'est encore la grosse inconnue. Pour Jacques Froissant, « *la consultation des offres sur mobile est aujourd'hui facilitée par la démocratisation des smartphones comme l'iPhone, et le développement de la 3G accessible de plus en plus facilement. Le métro, le RER, le bus sont des endroits privilégiés de consultation Web.* ». Les recruteurs ont donc tout intérêt à ne pas boudier ce nouveau canal de recrutement et à diversifier leurs méthodes de *sourcing*. **L'iPhone est aussi bien adapté aux recruteurs mobiles, souvent en déplacement. Certains éditeurs comme Recrutae n'ont pas tardé à proposer à leurs clients une solution de recrutement pour iPhone. Ceux-ci peuvent consulter quotidiennement les derniers CV reçus depuis leur téléphone, y répondre en envoyant, si besoin, des courriers types. Ils accèdent aussi, par exemple, à une série limitée de statistiques sur les embauches effectuées, le nombre de visiteurs et de pages vues sur les offres et le site RH du recruteur, l'origine des visites, etc.**