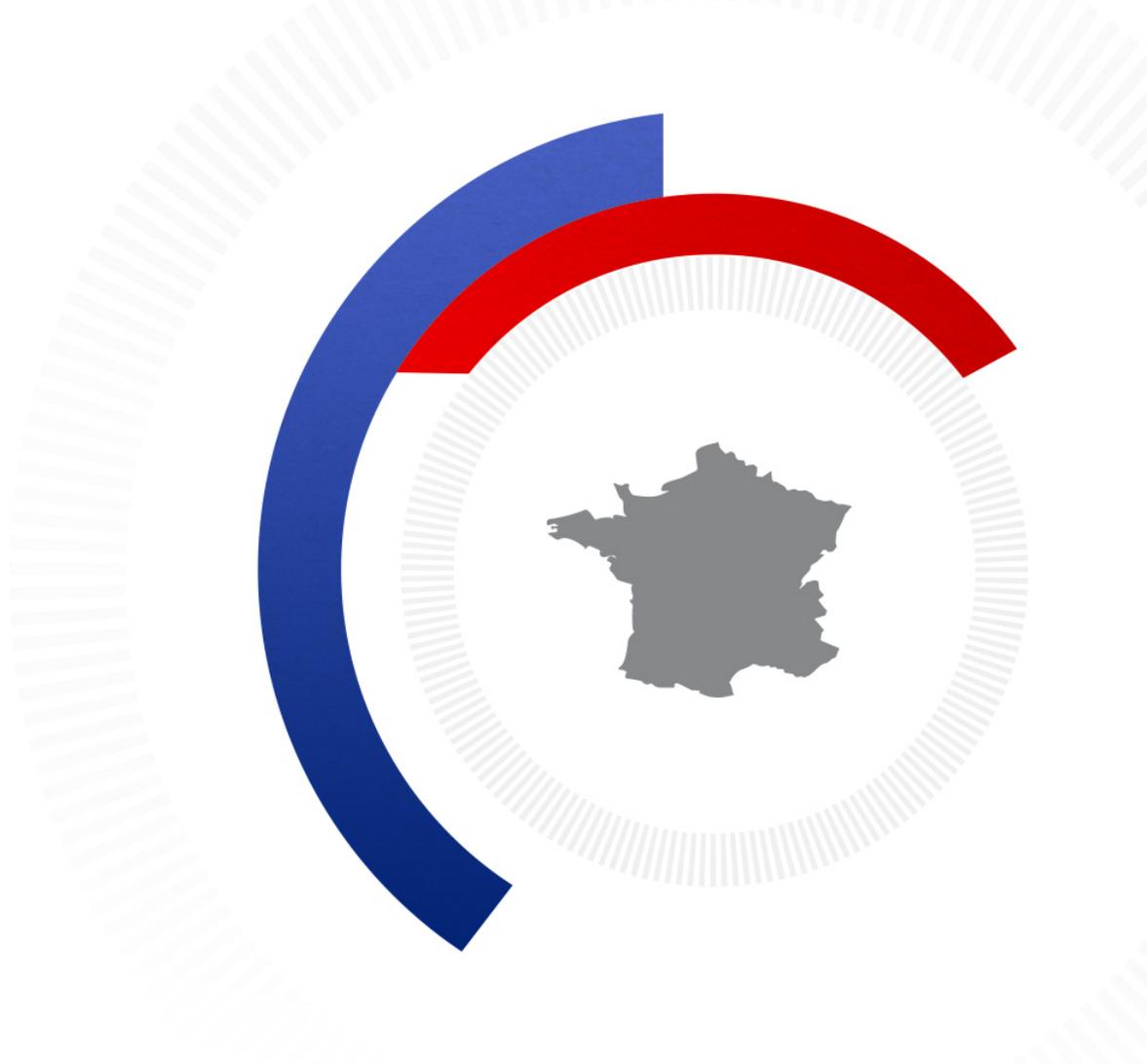


France

Les tendances du
recrutement 2016

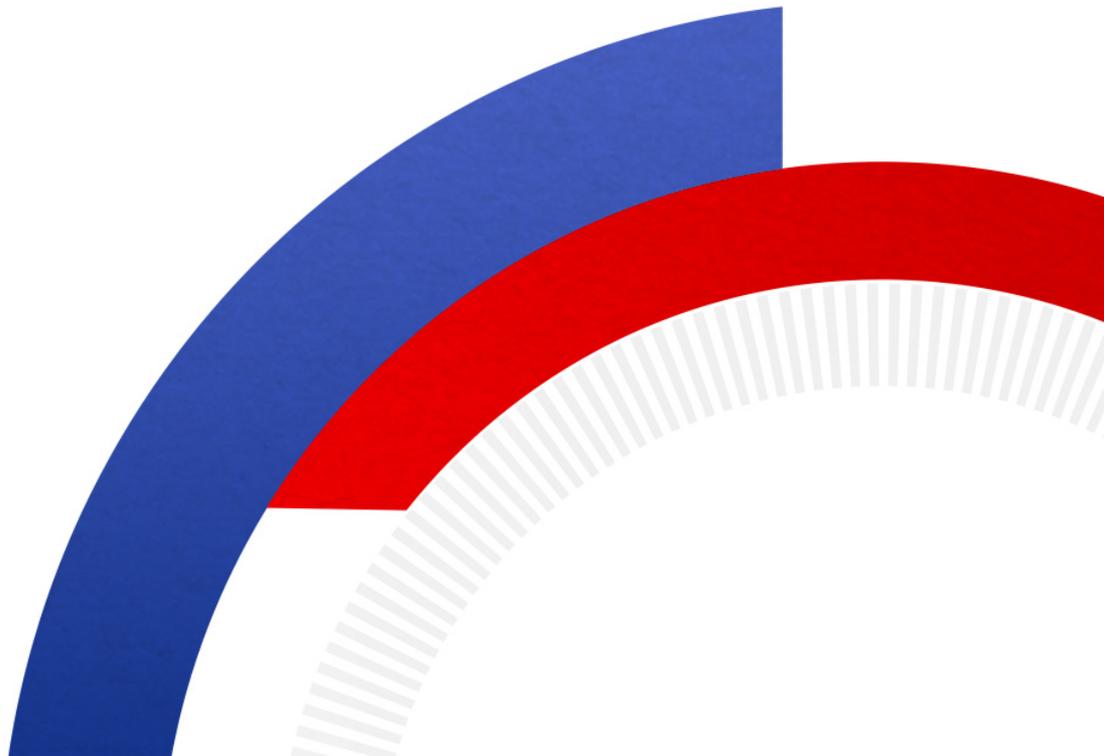
LinkedIn Talent Solutions



Introduction

Ce rapport annuel révèle les tendances du recrutement en France. Il vous donnera un aperçu des axes forts à retenir pour construire votre stratégie 2016 et ainsi positionner votre entreprise comme un employeur de choix.

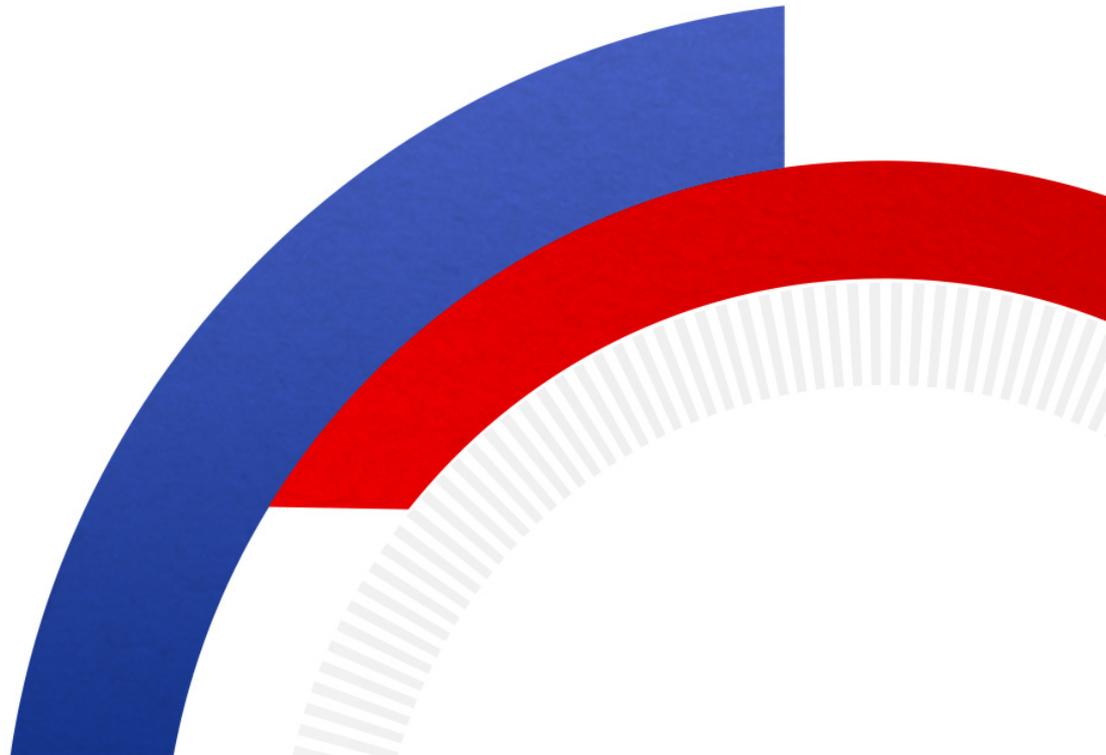
L'étude aborde notamment l'importance de structurer l'approche et l'expérience candidat, de bien connaître ses cibles et de communiquer efficacement sur les bons canaux en fonction des profils recherchés.



Index

- 02** Introduction
- 04** Points à retenir
- 07** Qualité du recrutement : l'indicateur clé
- 11** Marque employeur : une responsabilité assumée par l'équipe en charge de l'acquisition de talents
- 14** Mobilité interne : à la pointe des tendances
- 18** Dernières réflexions
- 21** Méthodologie

Points à retenir



Les principales tendances

La qualité du recrutement reste l'indicateur de performance le plus utile et les responsables du recrutement s'appuient désormais sur des méthodes de feedback pour la mesurer. Alors que les entreprises s'intéressent davantage à la marque employeur, les différentes équipes en assument la responsabilité commune. En matière de mobilité interne, les entreprises françaises ont pris une longueur d'avance.

42%

conviennent que la qualité du recrutement est l'indicateur de performance le plus utile

30%

partagent la promotion de la marque employeur avec d'autres services ou y contribuent

40%

déclarent que le recrutement interne est au cœur de leur stratégie

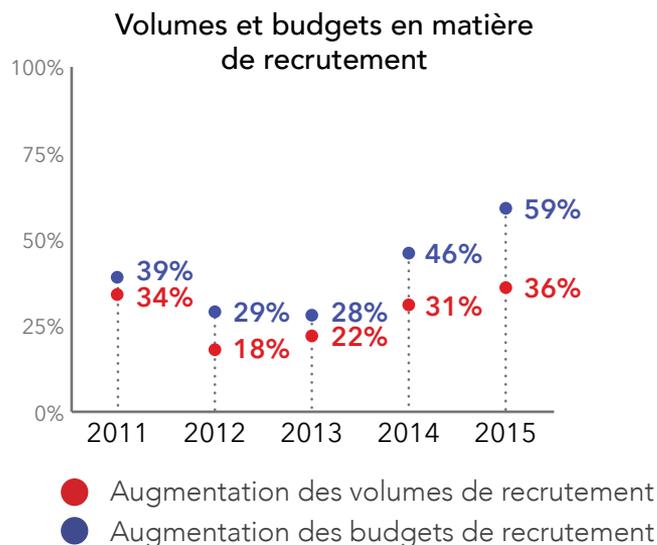
* *Quel est l'indicateur le plus utile que vous utilisez pour suivre les performances de votre équipe de recrutement aujourd'hui ?*

* *Dans quelle mesure la fonction d'acquisition des talents est-elle responsable de la gestion de la marque employeur de votre entreprise ?*

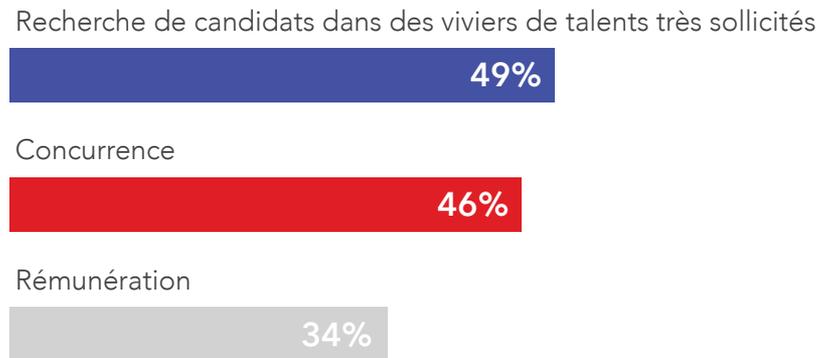
* *Dans quelle mesure votre entreprise recrute-t-elle des candidats internes ?*

Les défis les plus importants

L'écart entre les volumes et les budgets de recrutement continue de poser un sérieux problème. Si les budgets de recrutement stagnent, ce n'est pas le cas des volumes qui ne cessent d'augmenter. En raison de ce déséquilibre, les entreprises ont beaucoup de mal à surmonter leurs plus gros obstacles.



Obstacles empêchant d'attirer les meilleurs talents

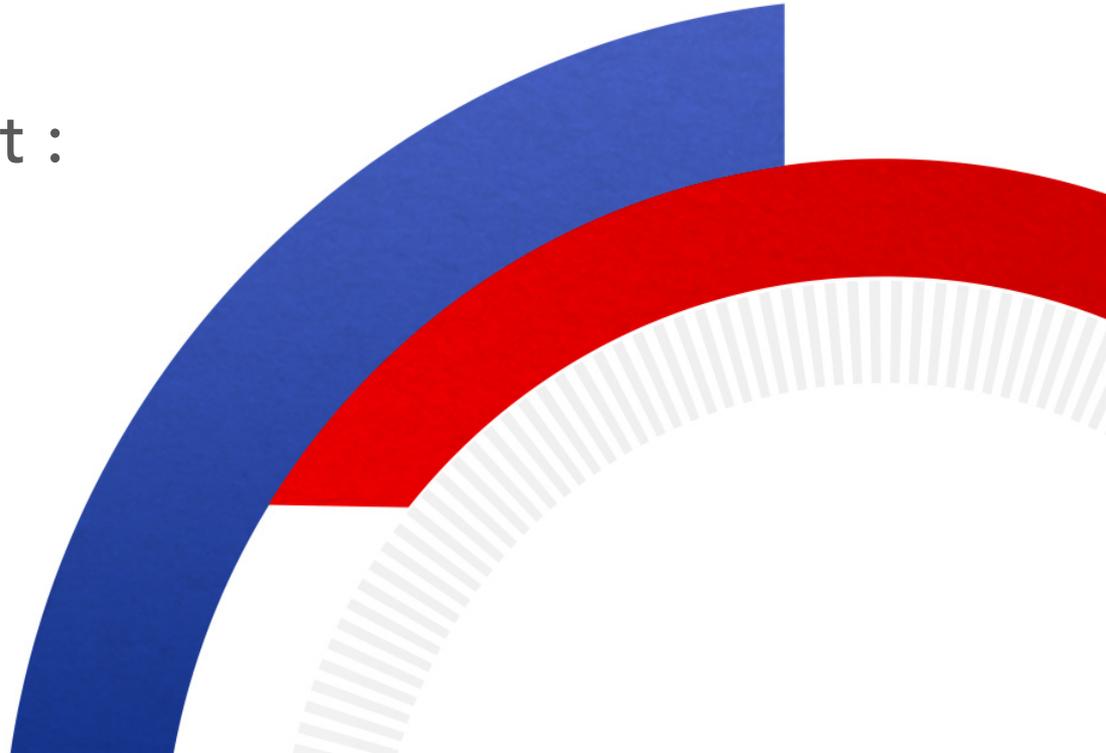


* Dans quelle mesure estimez-vous que le volume de recrutement au sein de votre société va évoluer entre 2015 et 2016 ?

* Dans quelle mesure le budget consacré au recrutement ou aux solutions d'acquisition de talents par votre société a-t-il évolué entre 2014 et 2015 ?

* Quels sont les plus gros obstacles auxquels votre entreprise est confrontée pour attirer les meilleurs talents ?

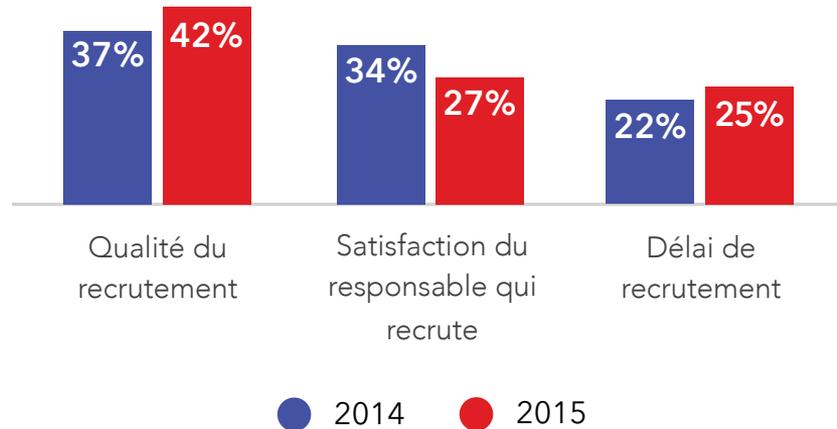
Qualité du recrutement :
l'indicateur clé



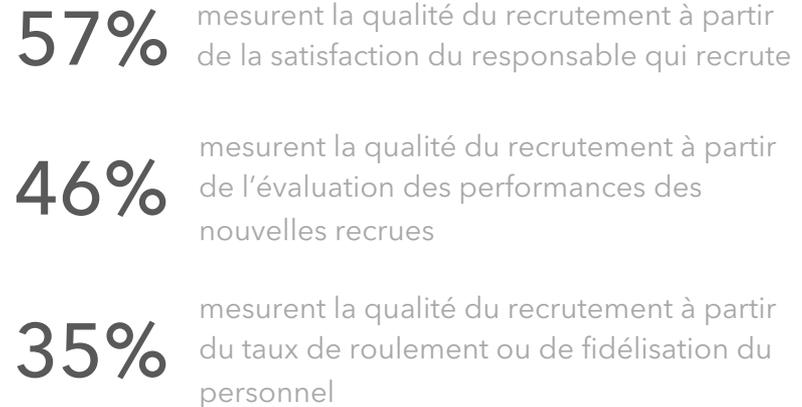
Qualité du recrutement : une préoccupation plus que jamais d'actualité

La qualité du recrutement reste l'indicateur de performance le plus utile et la plupart des entreprises s'appuient désormais sur des méthodes structurées pour la mesurer, comme la satisfaction des responsables qui recrutent et l'évaluation des performances des nouvelles recrues.

Indicateurs les plus utilisés



Mesure de la qualité du recrutement

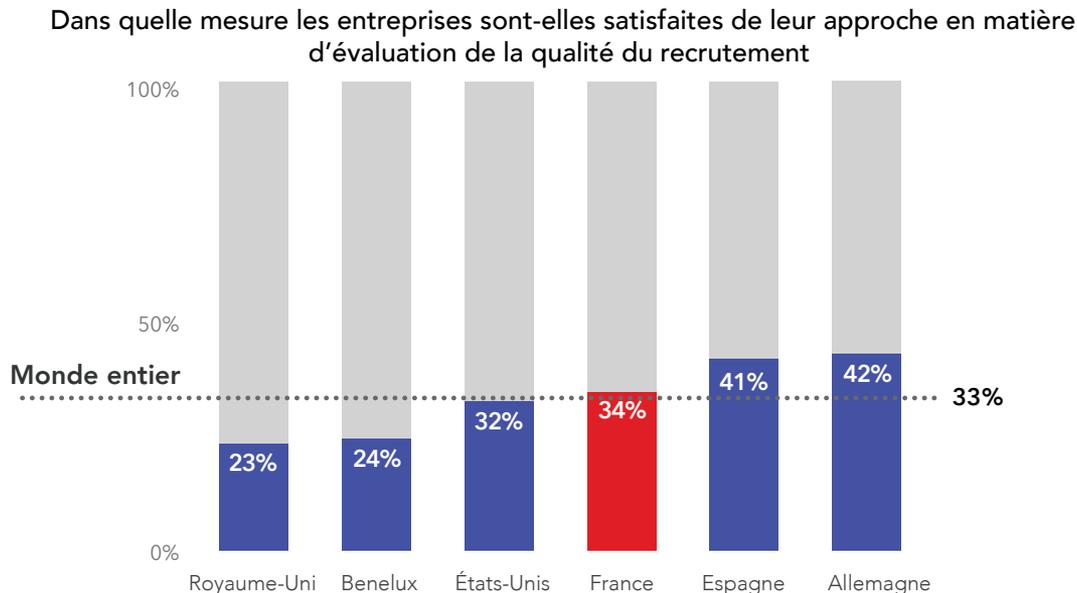


* Quel est l'indicateur le plus utile que vous utilisez pour suivre les performances de votre équipe de recrutement aujourd'hui ?

* Comment votre société mesure-t-elle la qualité du recrutement ?

Les responsables du recrutement affichent néanmoins un manque de confiance lorsqu'il s'agit de mesurer la qualité

À l'échelle internationale, seuls 33% des responsables en charge de l'acquisition des talents considèrent qu'ils mesurent efficacement la qualité du recrutement tandis que 5% seulement estiment que leur méthode est "la meilleure". En France, les statistiques reflètent la moyenne mondiale. Il est possible que les responsables aient envie d'améliorer leurs méthodes de mesure actuelles.



- Élevé = Nous sommes les meilleurs / Nous nous en sortons très bien
- Faible = Assez bien / Pas très bien / Pas bien du tout / Ne sait pas

* D'une manière générale, comment votre entreprise s'en sort-elle lorsqu'il s'agit de mesurer la qualité du recrutement ?

Opportunités de recrutement via les réseaux sociaux

Les entreprises françaises comptent encore largement sur les sites d'annonces en ligne et les recrutements internes. Toutefois, les réseaux sociaux professionnels continuent de figurer parmi les sources de recrutement les plus pertinentes. Les responsables de l'acquisition des talents considèrent les réseaux sociaux non seulement comme une tendance à long terme, mais également comme un canal efficace de promotion de la marque employeur étant donné qu'ils permettent de développer des relations avec des candidats potentiels.



Opportunités pour les réseaux sociaux professionnels

40%

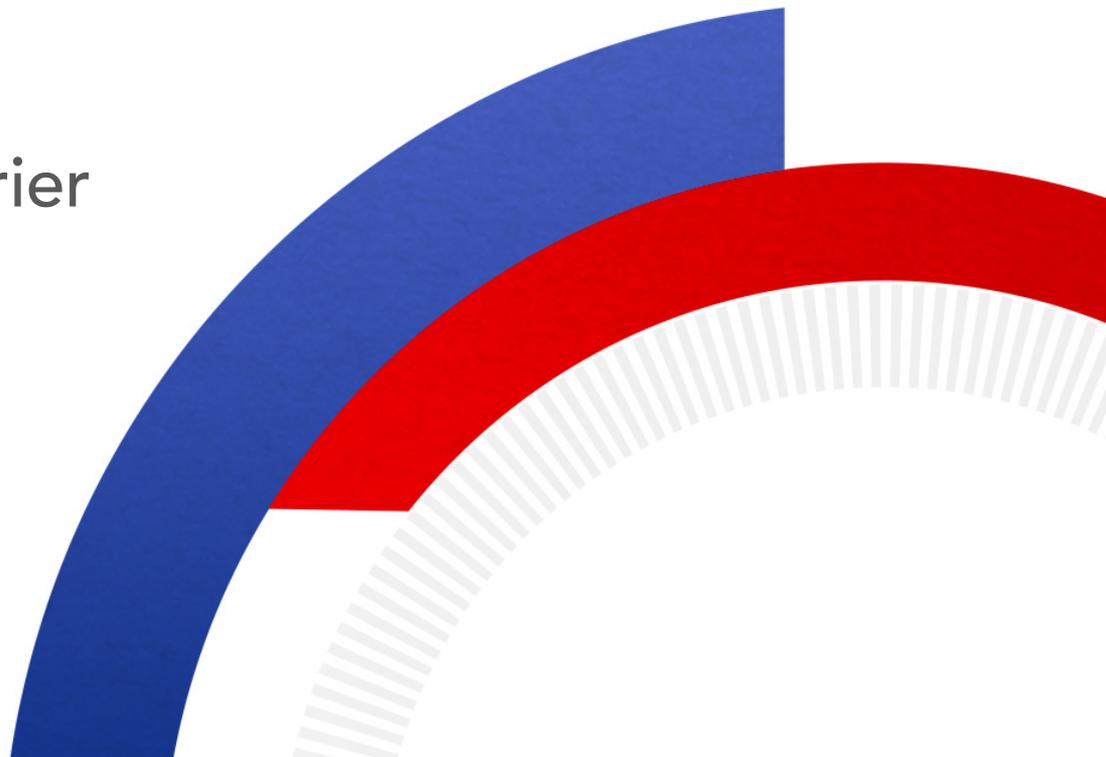
reconnaissent que l'utilisation des réseaux sociaux professionnels est une tendance essentielle et durable

66%

estiment que les réseaux sociaux représentent l'outil le plus efficace pour la promotion de la marque employeur

* Hormis les recrutements de qualité réalisés par votre entreprise au cours des 12 derniers mois, quels éléments parmi les suivants ont constitué les ressources les plus importantes ?

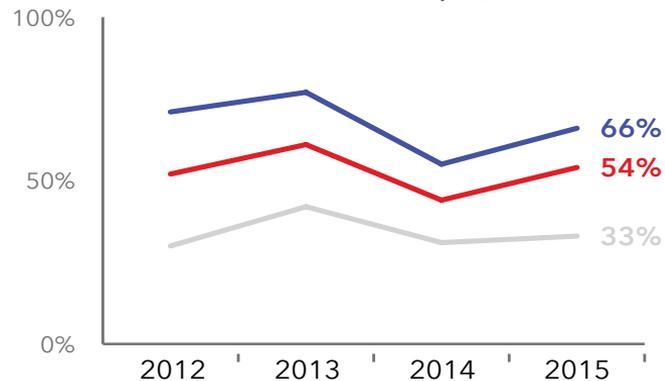
Marque employeur :
comment se l'approprier



La promotion de la marque employeur porte ses fruits

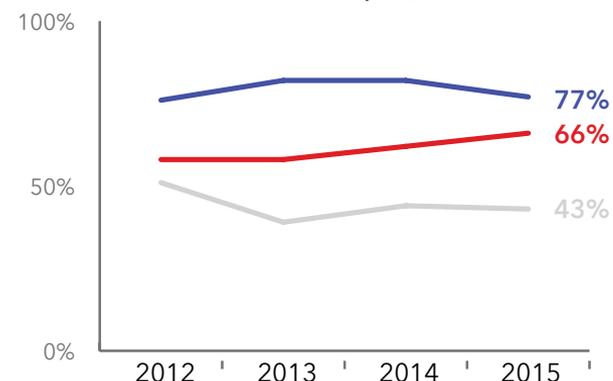
Après un recul l'année dernière, la marque employeur fait de nouveau partie des priorités absolues. Par conséquent, les entreprises imaginent aujourd'hui des stratégies plus proactives. Les responsables de l'acquisition des talents considèrent de plus en plus les réseaux professionnels comme un puissant outil permettant de promouvoir leur marque employeur.

Comment les organisations valorisent-elles leur marque employeur ?



- La marque employeur fait partie des priorités de notre entreprise
- Nous avons mis en place une stratégie de marque employeur proactive
- Les personnes responsables de notre marque employeur disposent de ressources suffisantes

Outils les plus efficaces en matière de marque employeur



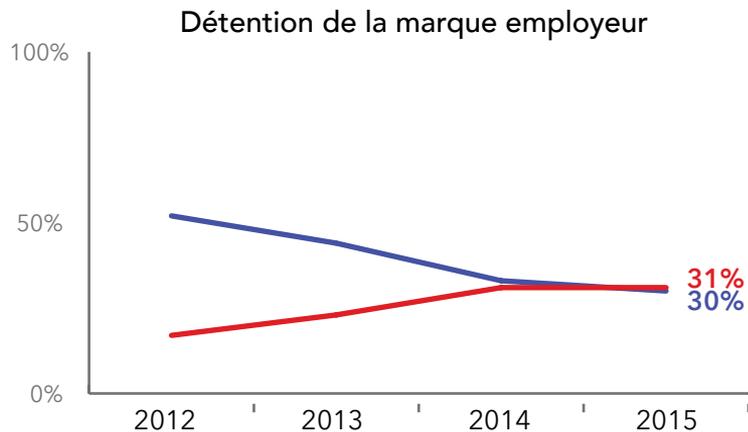
- Site Web de l'entreprise
- Réseaux professionnels (par exemple, LinkedIn)
- Réseaux sociaux (par exemple, Facebook, Twitter)

* Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes en ce qui concerne la marque employeur de votre entreprise.

* Quels sont, selon vous, les canaux ou les outils les plus efficaces lorsqu'il s'agit de faire connaître votre marque employeur ?

La promotion de la marque employeur est une responsabilité partagée

La tendance démontre que la marque employeur est une responsabilité souvent partagée entre les différents services de l'entreprise. C'est un travail commun principalement entre les services de recrutement, de communication et de marketing. La répartition entre la détention de la marque employeur et son partage avec les équipes interfonctionnelles est relativement bien équilibrée. Les personnes qui partagent la promotion de la marque employeur s'associent généralement avec les services communications ou marketing.



- La fonction d'acquisition des talents partage la gestion de la marque employeur ou y contribue
- La fonction d'acquisition des talents détient la marque employeur

45%

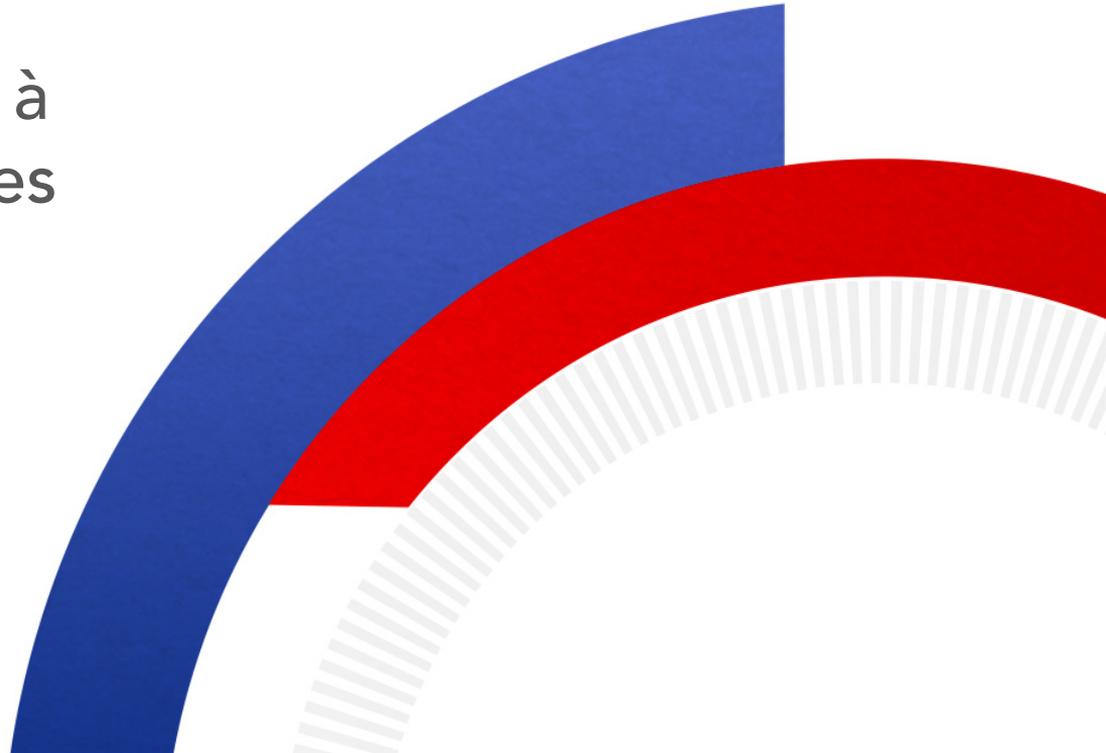
déclarent partager la promotion de la marque employeur avec le service communication ou y contribuer

20%

déclarent partager la promotion de la marque employeur avec le service marketing ou y contribuer

* Dans quelle mesure la fonction d'acquisition des talents est-elle responsable de la gestion de la marque employeur de votre entreprise ?

Recrutement interne : à
la pointe des tendances



La mobilité interne compte désormais Parmi les priorités absolues

Si le recrutement de talents et la recherche de compétences figurent encore parmi les préoccupations principales des équipes de recrutement, le recrutement interne suscite aujourd'hui beaucoup d'intérêt. C'est pourquoi les entreprises mettent actuellement en place davantage de programmes dans ce domaine. 40% des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête considèrent la mobilité interne comme une pièce maîtresse de leur stratégie de recrutement.

Priorités absolues

Recrutement des talents les plus compétents



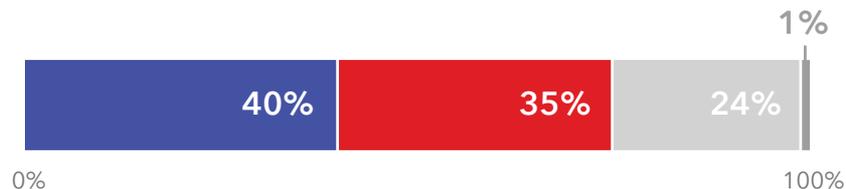
Amélioration des techniques de recherche



Recrutement et mobilité internes



Recrutement de candidats internes



- Beaucoup
- Dans une certaine mesure
- Pas trop/Pas du tout
- Ne sait pas

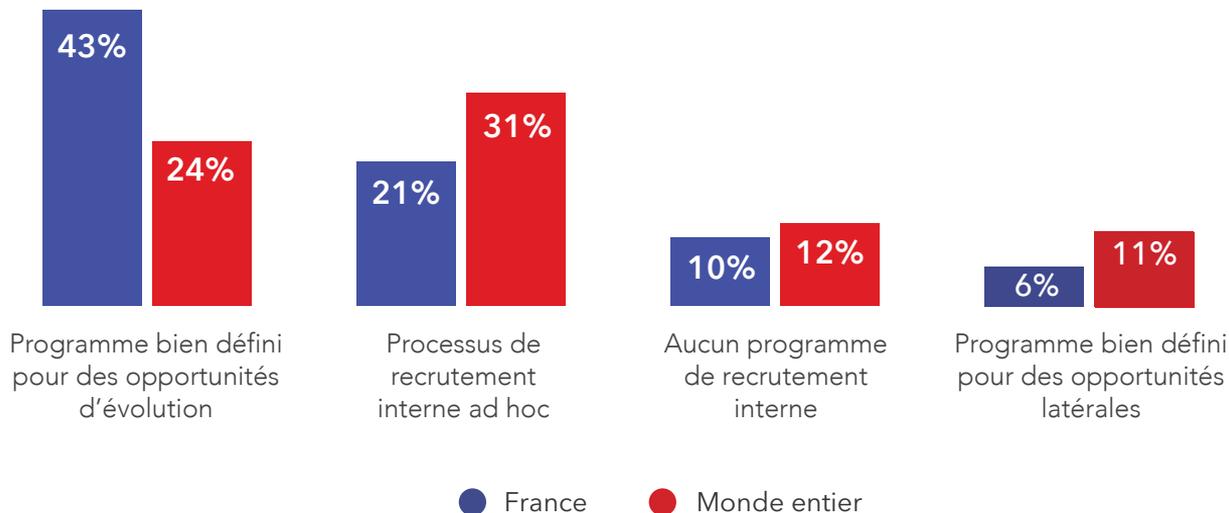
**Il est possible que le total des chiffres ne s'élève pas à 100% en raison des arrondis*

** Parmi les énoncés suivants, lesquels considérez-vous comme des priorités absolues pour votre entreprise au cours des 12 prochains mois ?*

** Dans quelle mesure votre entreprise recrute-t-elle des candidats internes ?*

La France excelle en matière de mobilité interne

Depuis que la mobilité interne suscite autant d'intérêt en France, les programmes au sein des entreprises françaises sont bien mieux définis que ceux des autres entreprises du monde entier. Les programmes de mobilité latérale pourraient offrir une nouvelle occasion d'encourager la mobilité interne.



** Parmi les propositions suivantes, lesquelles décrivent le mieux les initiatives de votre entreprise en matière de recrutement/mobilité internes ?*

“



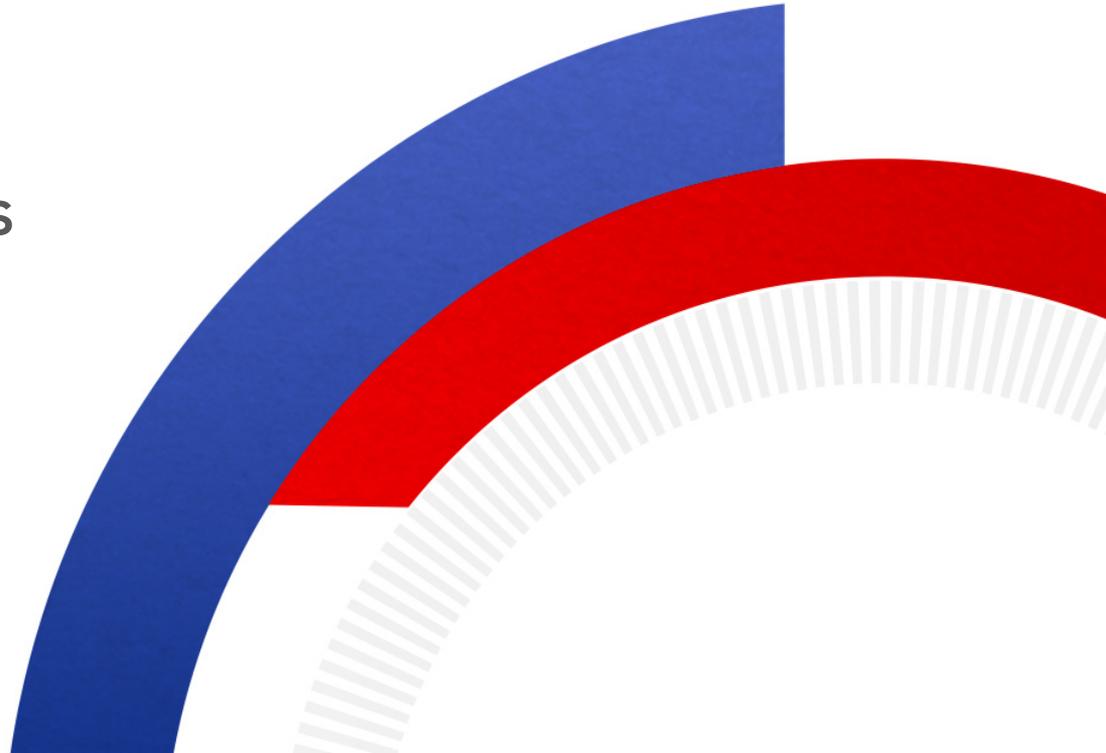
Omar Scotto Di Carlo
Partenaire métier Ressources humaines
ATR

Les responsables RH rêvent de pouvoir développer une entreprise où chaque poste serait occupé par le candidat idéal. Le recrutement interne est une façon de poursuivre ce rêve.

La mobilité interne est un programme clé qui permet aux entreprises de faire évoluer leurs employés, de développer leurs compétences individuelles et de renforcer l'entreprise de façon globale.

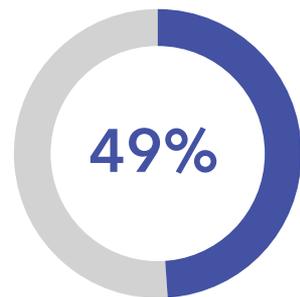
”

Dernières réflexions

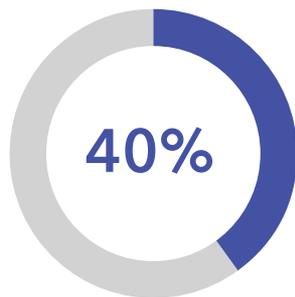


Les tendances à garder en tête en matière de recrutement

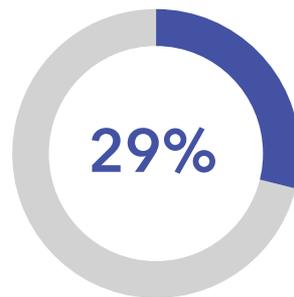
À l'avenir, certains domaines continueront à figurer parmi les priorités, comme la promotion de la marque employeur et le recrutement interne. Toutefois, quelques tendances se dessinent clairement au-delà de 2016, comme l'utilisation des réseaux sociaux professionnels et les recommandations des employés. Toutes ces tendances ont un point commun : la puissance des relations. Les relations que vous entretenez avec vos candidats potentiels, vos partenaires internes et vos employés permettront d'assurer la réussite de votre processus d'acquisition des talents.



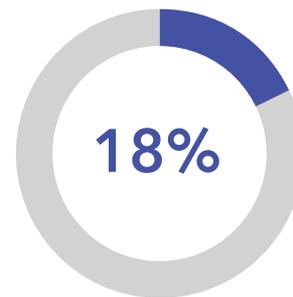
Promotion de la marque employeur



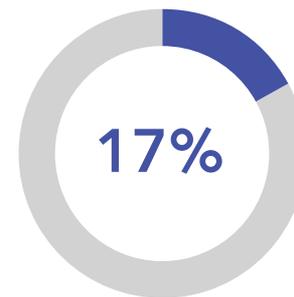
Utilisation des réseaux sociaux et professionnels



Recrutement et mobilité internes



Identification de meilleures façons de trouver des candidats passifs



Programmes de recommandation des employés

De la théorie à la pratique

Maintenant que vous avez les données, utilisez-les pour planifier l'avenir. Fixez-vous un cap en intégrant ces tendances et ces informations dans vos stratégies. Commencez à planifier pour l'année prochaine, emportez l'adhésion de la direction et de votre équipe, et démontrez vos atouts en utilisant les données dès aujourd'hui :

1

Partagez les données. Présentez ce rapport ou téléchargez tous les graphiques ici de façon à partager ces informations avec vos équipes.

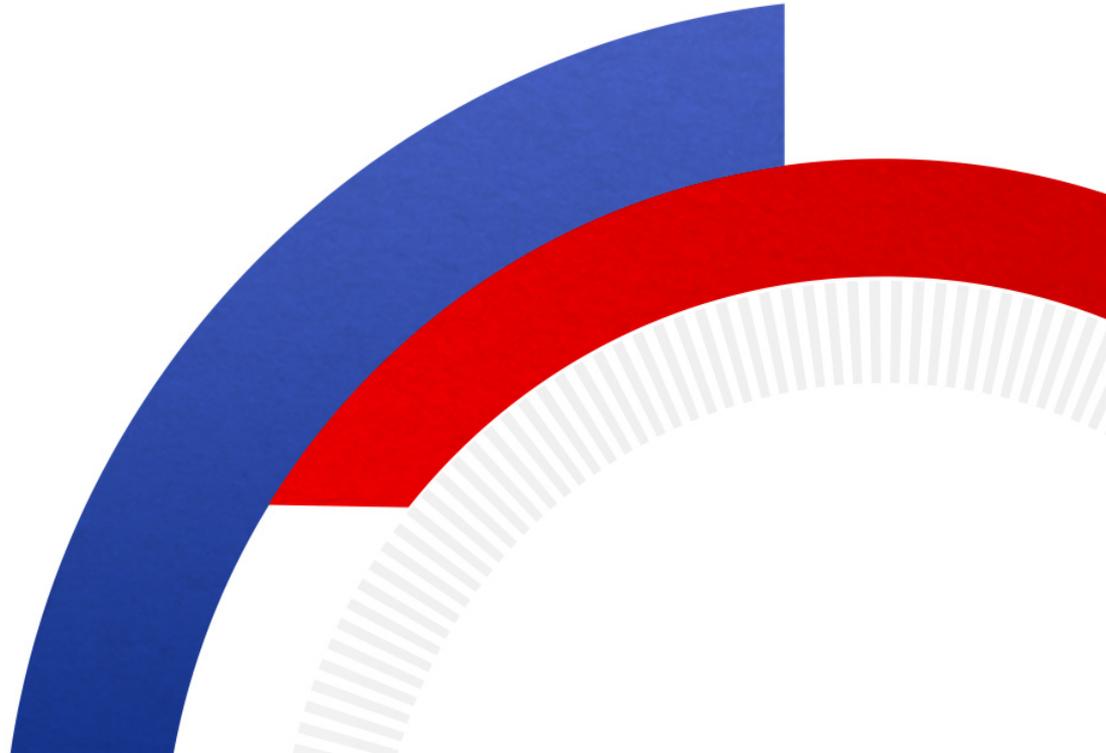
2

Téléchargez le rapport complet. Accédez à notre site Web pour télécharger le rapport complet et découvrir les tendances dans le monde entier.

3

Continuez à vous informer. Approfondissez certains sujets en téléchargeant des ebooks et des fiches-conseils sur la mesure de la marque employeur, le recrutement stratégique et bien plus encore.

Méthodologie



À propos de ce rapport

Nous avons interrogé 3 894 décideurs responsables de l'acquisition de talents au sein d'un service RH et ayant une influence dans la gestion du budget propre aux solutions de recrutement de leur entreprise. Ces personnes s'occupent exclusivement du recrutement, gèrent une équipe de recrutement ou sont des généralistes en ressources humaines. Les individus ayant répondu à l'enquête sont des membres de LinkedIn ayant choisi de participer à des études. Ils ont été sélectionnés sur la base des informations de leur profil LinkedIn et ont été contactés par e-mail.

Nous avons également comparé les anciennes études réalisées entre 2011 et 2014 sur les tendances mondiales en matière de recrutement, qui s'appuyaient sur les mêmes critères d'échantillonnage et une méthodologie identique.

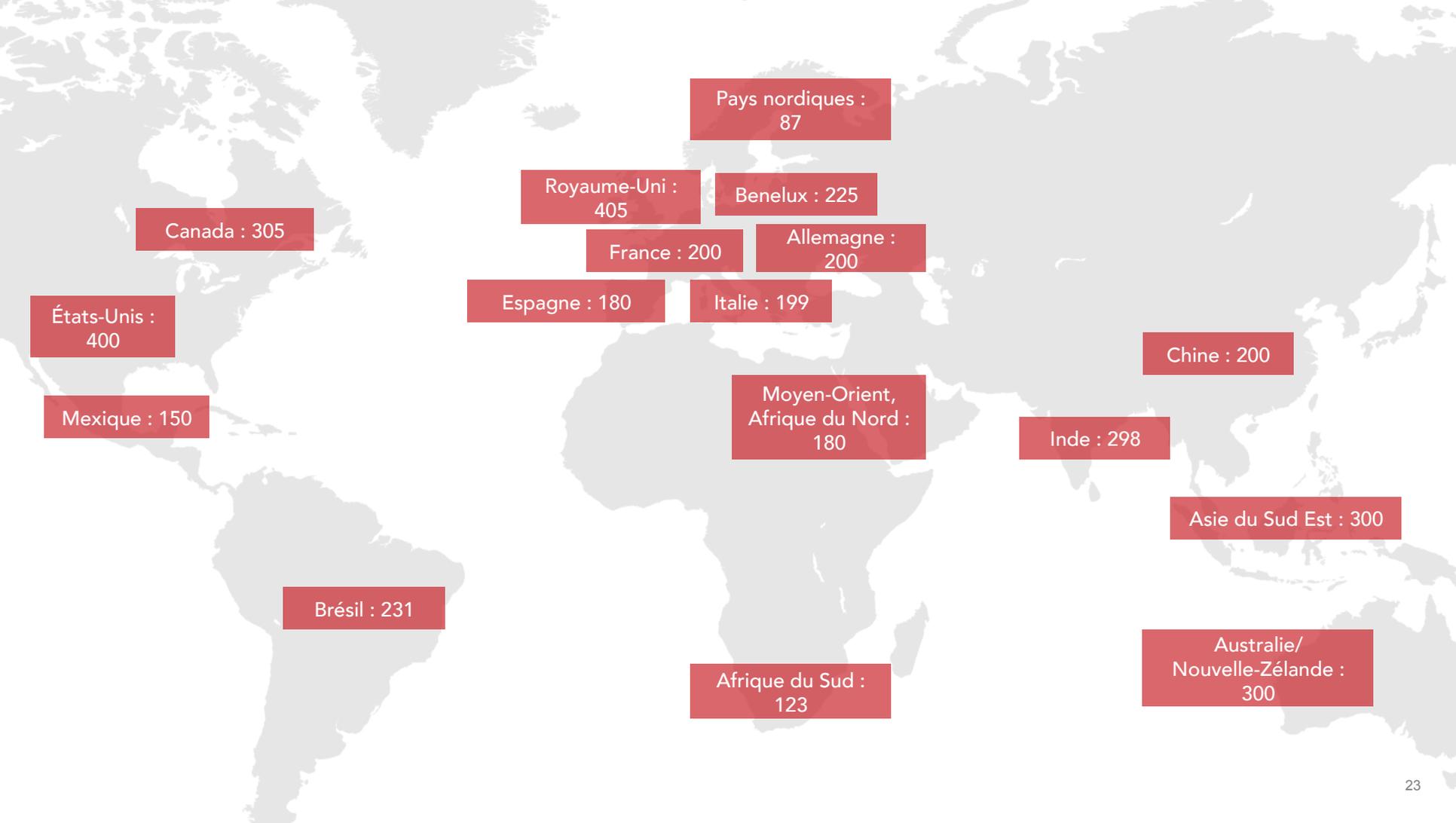
2014 Enquête réalisée entre août et septembre
4 125 répondants dans le monde entier

2012 Enquête réalisée entre mai et juillet
3 028 répondants dans le monde entier

2013 Enquête réalisée entre août et septembre
3 379 répondants dans le monde entier

2011 Enquête réalisée entre avril et juin
3 263 répondants dans le monde entier

Découvrez les tendances aux quatre coins du globe. [Télécharger les rapports](#) 



À propos de LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Talent Solutions offre une gamme complète de solutions de recrutement pour aider les entreprises de toutes tailles à trouver, intéresser et attirer les meilleurs talents.

Fondée en 2003, LinkedIn connecte les professionnels du monde entier afin de les rendre plus productifs et les aider à réussir. Avec plus de 380 millions de membres toutes nationalités confondues, y compris des cadres de toutes les entreprises du Fortune 500, LinkedIn est le plus vaste réseau professionnel au monde.



Abonnez-vous à notre blog
Talent.linkedin.com/blog



Consultez notre SlideShare
slideshare.net/LinkedInFrance



Suivez-nous sur Twitter
[@linkedinfrance](https://twitter.com/linkedinfrance)



Regardez nos vidéos sur YouTube
youtube.com/user/LinkedInFrance



Informations supplémentaires
fr.talent.linkedin.com



Rejoignez notre réseau sur LinkedIn
www.linkedin.com/company/1337

Chercheurs



Afrodisia Cuevas

Associée de recherche
LinkedIn



Sam Gager

Responsable d'équipe, recherche
LinkedIn



Nathan Gordon

Associé de recherche
LinkedIn



Kate Hastings

Directrice mondiale des
informations
LinkedIn



Erin Stites

Conseiller en recherche
LinkedIn

Auteurs



Lydia Abbot

Associée marketing
LinkedIn



Stephanie Bevegni

Responsable marketing
LinkedIn



Clément Reix

Associé Marketing
LinkedIn



Caroline Zeller

Responsable Marketing France
LinkedIn