Les tendances du recrutement en France en 2017

Tout ce que vous devez savoir sur l'état de l'acquisition de talents

LinkedIn Talent Solutions

Contenu de cet eBook

1 Pourquoi ce rapport ?

2 Les 5 points à retenir

3 Les équipes de recrutement vues par les directeurs

4 Critères de référence et mesures clés à surveiller

5 Répartition des budgets des équipes

6 L'importance de la marque employeur

7 Et demain ? Recruter en 2020

8 Étapes suivantes

Pourquoi ce rapport ?

Pour préparer l'avenir, vous devez savoir vous situer par rapport à vos pairs. C'est exactement l'objectif de ce rapport : permettre aux spécialistes de l'acquisition de talents comme vous de se comparer aux autres équipes du monde entier quant aux mesures et tendances les plus importantes en matière de recrutement.

À propos de cette enquête

Ce rapport se base sur les réponses obtenues dans le cadre d'une enquête menée auprès de 283 responsables d'équipe français travaillant dans le domaine de l'acquisition de talents. Toutes les personnes interrogées occupent au moins un poste de manager.

Les 5 points à retenir

1

L'acquisition de talents compte énormément pour la direction

Les spécialistes en acquisition de talents n'ont aucun doute sur l'importance de leur service pour l'avenir de leur entreprise. En France, plus de 81% d'entre eux estiment que la gestion des talents est la principale priorité de leur entreprise.

2

Les équipes de recrutement auront une charge de travail encore plus importante cette année et se concentrent sur la qualité du recrutement.

19% des responsables déclarent que le volume de recrutement va augmenter et que, pour mesurer leur réussite, ils se concentrent sur le délai de recrutement, la durée pendant laquelle les nouvelles recrues restent dans l'entreprise et la satisfaction des managers.

3

La plupart des équipes investissent dans des stratégies de recrutement traditionnelles, mais la marque employeur figure en haut de la liste des priorités.

Alors que 74% du budget dédié au recrutement est dépensé en sites d'annonces et en outils et agences de recrutement, les responsables de l'acquisition de talents placent la marque employeur en deuxième position des domaines où ils pourraient investir davantage, après les outils de recherche de candidats.

4

La marque employeur est un élément clé pour attirer les candidats, notamment si elle est centrée sur la culture d'entreprise et l'évolution de carrière.

Plus de 69% des spécialistes reconnaissent que la marque employeur a un impact significatif sur leur capacité à embaucher. Les candidats révèlent que les entreprises suscitent leur intérêt lorsqu'elles mettent l'accent sur leur culture, leur vision et les avantages qu'elles offrent.

5

Le Big Data, les communautés et la mission d'entreprise sont les tendances qui déterminent l'avenir du recrutement.

L'utilisation du Big Data et le développement d'une mission pour l'entreprise sont les deux principales mesures de différenciation que les recruteurs souhaitent mettre en œuvre pour attirer les meilleurs talents.

Les équipes de recrutement vues par les directeurs

Les services de recrutement jouent un rôle essentiel dans l'avenir d'une entreprise

Le service de recrutement n'est généralement pas le plus visible. Il ne contribue pas directement au chiffre d'affaires ni à la création de produits révolutionnaires. Pourtant, il s'agit de l'acteur caché derrière le succès des entreprises, ce qui n'est pas passé inaperçu. En France, ces dernières années, les responsables des ressources humaines et du recrutement ont pris une place plus importante parmi les dirigeants qui influencent les décisions sur l'avenir de l'entreprise.

Selon les responsables RH des États-Unis et du Canada :

89%

d'entre eux déclarent rencontrer régulièrement la direction

81%

d'entre eux considèrent que la gestion des talents est la principale priorité au sein de leur entreprise

74%

d'entre eux indiquent que leur équipe de recrutement est fortement impliquée dans la gestion du personnel de leur entreprise

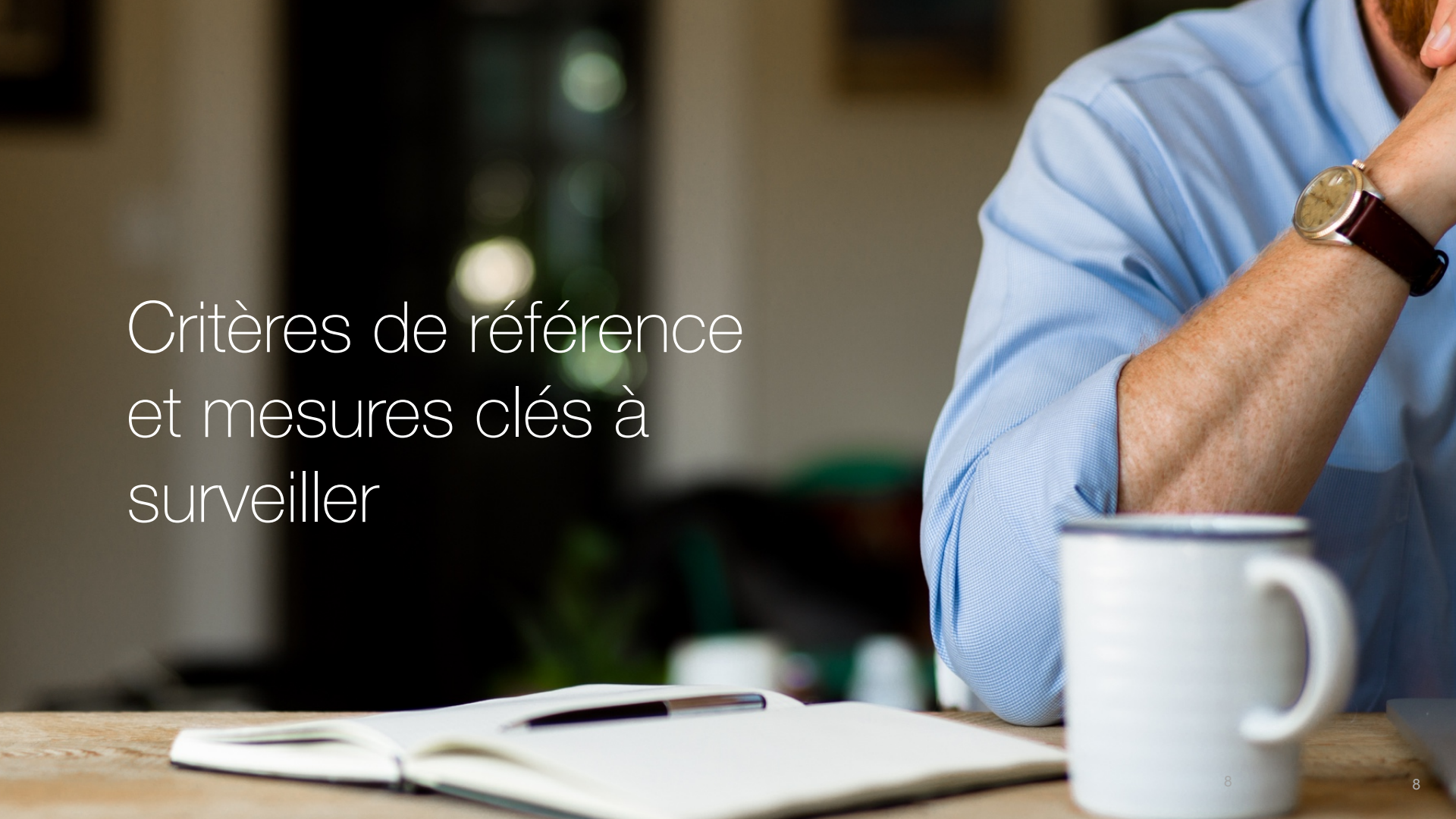
La plupart des équipes de recrutement ne s'agrandiront pas cette année

Malgré l'importance du recrutement, la plupart des responsables ne prévoient pas d'agrandir leur équipe. L'augmentation du volume du recrutement signifie donc que les recruteurs devront se montrer créatifs et automatiser leur workflow. C'est particulièrement le cas en France, où 70% des responsables indiquent que la taille de leur équipe restera constante, contre 61% au niveau mondial.

Les équipes de recrutement qui se développent recherchent principalement des généralistes en ressources humaines ou des recruteurs capables de gérer le cycle de vie complet. Toutefois, parmi les cinq principaux rôles recherchés pour cette année, on compte aussi les spécialistes en marque employeur, ce qui souligne la préoccupation grandissante qu'est la création d'un lieu de travail attrayant.

Comment évoluera la taille de votre équipe de recrutement au cours des prochaines années ?

Pour quels postes souhaitez-vous recruter ?

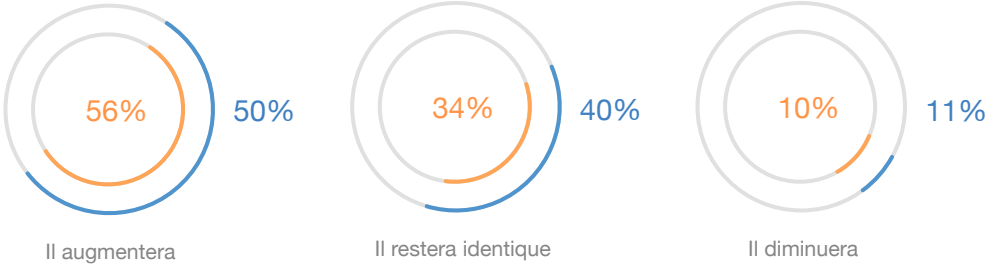


Critères de référence et mesures clés à surveiller

La plupart des services de recrutement devront faire face à une augmentation du volume de recrutement

La majorité des responsables du recrutement affirment qu'ils auront beaucoup de travail pour l'année à venir. Plus de la moitié des équipes se prépare à une augmentation du volume de recrutement, alors même que les budgets et les effectifs resteront souvent inchangés. Aussi, pour préparer l'exercice 2017, réfléchissez à des manières de stimuler la productivité de votre équipe en utilisant de nouveaux outils ou un système d'automatisation.

Comment pensez-vous que le volume de recrutement évoluera l'an prochain ?



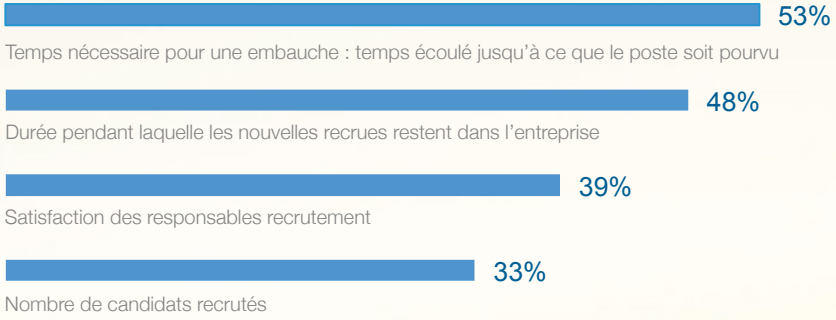
France — Mondial

Les indicateurs de la qualité du recrutement sont les mesures les plus importantes

En ce qui concerne l'évaluation des performances, les recruteurs se concentrent sur les mesures qui ont un effet durable sur l'entreprise. C'est particulièrement le cas de la France, où les recruteurs se préoccupent davantage des mesures de la qualité du recrutement (comme le temps écoulé jusqu'à ce que le poste soit pourvu et la durée pendant laquelle les nouvelles recrues restent dans l'entreprise) qu'autre part dans le monde, le temps de recrutement restant la priorité numéro un.

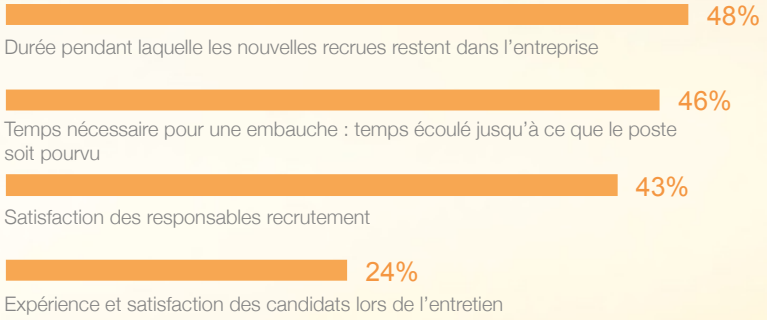
Quelles sont les trois principales méthodes que vous utilisez pour mesurer le succès dans votre rôle ?

France



Expérience des candidats (par exemple, la satisfaction des candidats lors de l'entretien)

Mondial

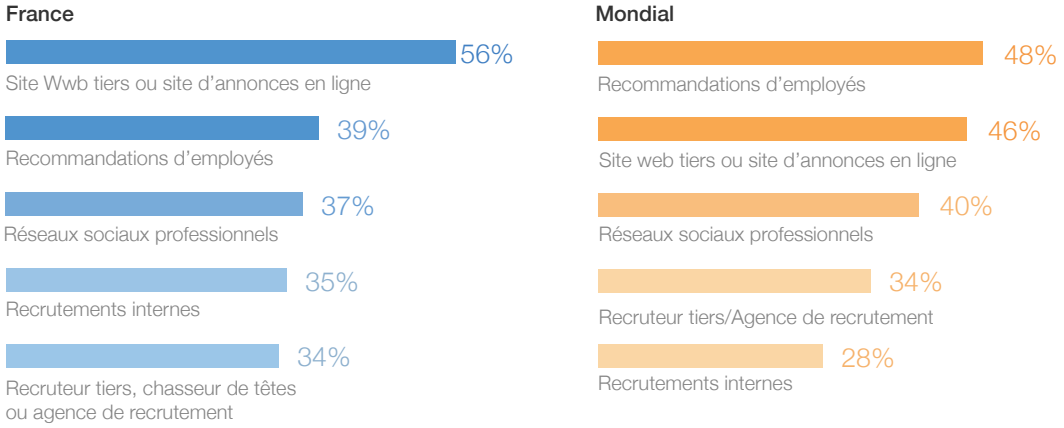


Réputation de notre entreprise en tant que lieu de travail agréable

Les recommandations par les employés, nouvelle source privilégiée de recrutement de qualité

Les statistiques ci-dessous illustrent l'augmentation et l'importance des recommandations par les employés, notamment en France. Dans la mesure où les employés recommandés sont recrutés plus rapidement, sont plus efficaces et restent plus longtemps dans l'entreprise, il n'est pas surprenant que de plus en plus d'entreprises développent des programmes de recommandation.

Quels sont vos canaux principaux pour assurer un recrutement de qualité ?



En savoir plus :
Pourquoi les recommandations des employés sont le meilleur moyen de recruter | Comment publier une annonce sur LinkedIn

Les postes de développement commercial, d'ingénierie et de vente sont à pourvoir en priorité

La demande en talents pour le développement commercial, l'ingénierie et la vente est telle que les équipes de recrutement en France doivent commencer à penser de manière plus stratégique dans ces domaines. Une première étape essentielle consiste à repérer les zones où l'offre de talents est supérieure à la demande, en se basant sur les données. D'autre part, vous pouvez cibler chacun de ces postes avec du contenu de marque employeur hautement personnalisé.

Quels sont les postes à pourvoir en priorité au sein de votre entreprise ?

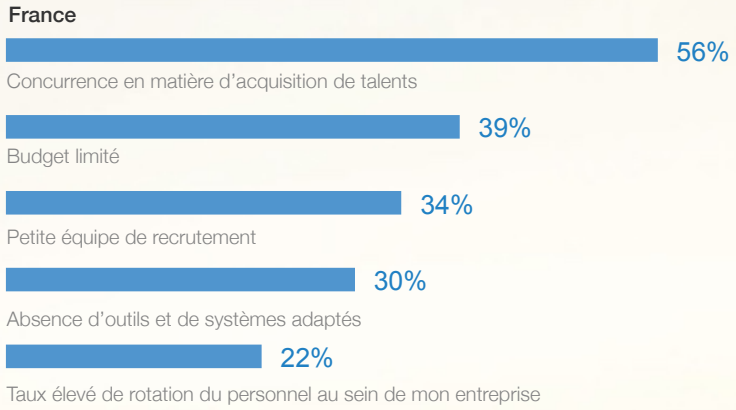
En savoir plus :
Les rapports sur les viviers de talents sont là pour vous aider à vous guider dans vos recrutements

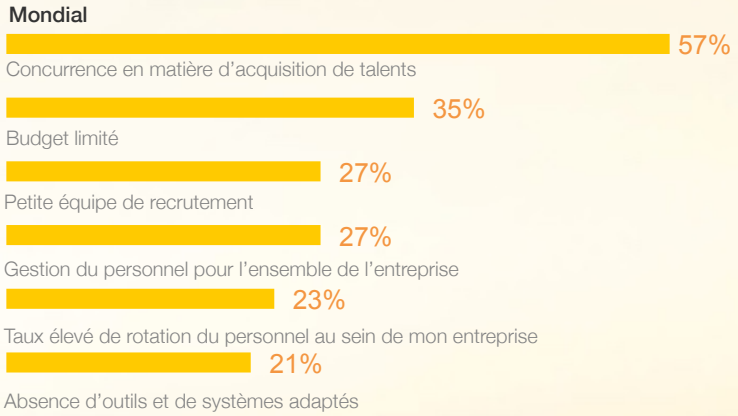
Se démarquer de la concurrence, une priorité pour les recruteurs

La concurrence autour de l'acquisition de talents est particulièrement féroce en France comparée au reste du monde.

Avec un budget limité et des effectifs restreints, les équipes doivent concentrer leurs efforts sur des initiatives à grande échelle pour surmonter cette difficulté. À ce titre, développer sa marque employeur est l'une des méthodes les plus efficaces pour se distinguer de la concurrence. Transmettez un message clair combinant habilement ce que recherchent vos candidats cibles et la proposition de valeur unique de votre entreprise. Si vous y parvenez, vous attirerez les candidats appropriés, ce qui implique également une diminution du taux de roulement du personnel.

Quelles sont les principales difficultés auxquelles votre équipe fait face ?





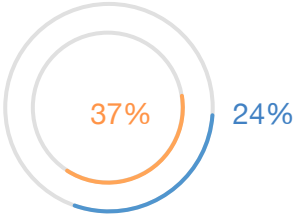
En savoir plus :
Lisez le rapport sur les tendances de recrutement en 2016 pour découvrir ce qui importe le plus aux candidats dans un poste.

Répartition des budgets dédiés aux équipes de recrutement

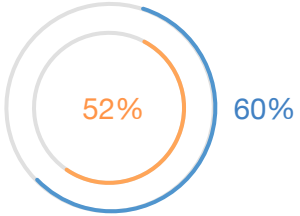
En 2017, les budgets dédiés au recrutement resteront constants pour davantage d'entreprises

Moins d'équipes de recrutement bénéficieront d'une hausse de leur budget cette année, notamment en France. Ainsi, plus de la moitié des équipes disposeront d'un budget constant. Raison de plus pour inciter vos équipes à lancer davantage d'initiatives et à investir dans des outils permettant de gagner en flexibilité et d'automatiser les tâches chronophages.

Comment pensez-vous que le budget de votre entreprise évoluera l'an prochain ?



Il augmentera



Il restera identique

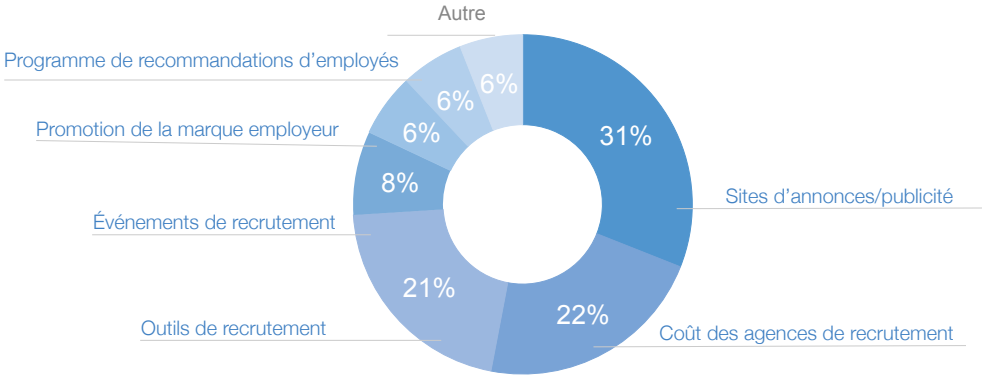
France — Mondial

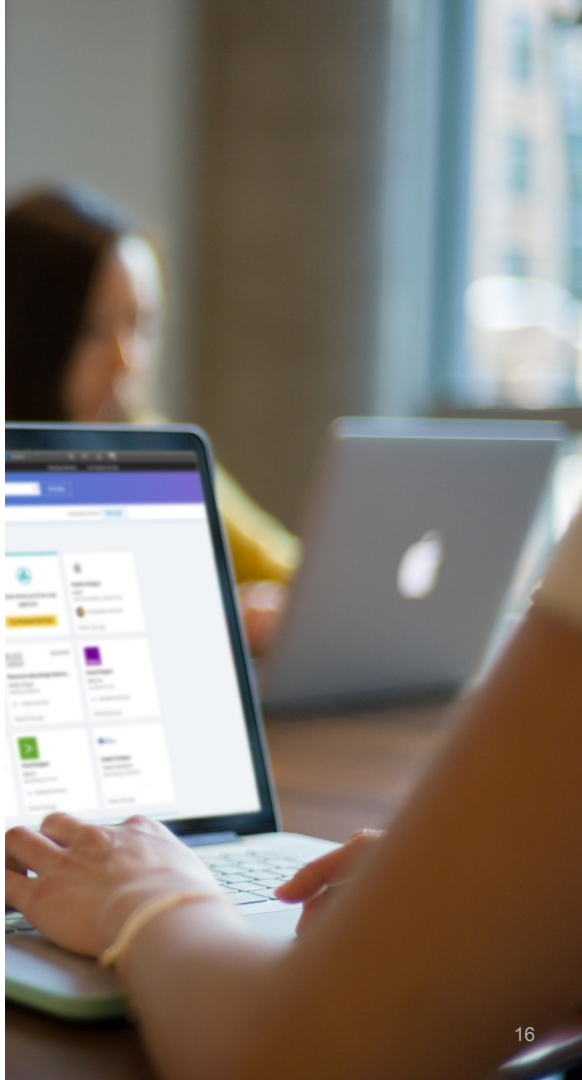
La plupart des équipes investissent dans des sites d'annonces et des agences de recrutement

Bien que les recruteurs affirment que les sites web tiers sont leur première source de recrutements de qualité, peu d'entre eux cherchent à développer des programmes solides en matière de sites d'annonces. Il en va de même pour les agences de recrutement : alors qu'elles sont considérées comme l'une des tendances majeures, c'est le dernier élément dans lequel investissent les équipes. Le plus gros du budget est dédié à des stratégies plus traditionnelles, comme la publication d'annonces.

Par rapport aux autres pays, les équipes françaises investissent davantage dans les agences et moins dans les outils de recrutement.

Quelle est la répartition actuelle de votre budget dédié au recrutement ?

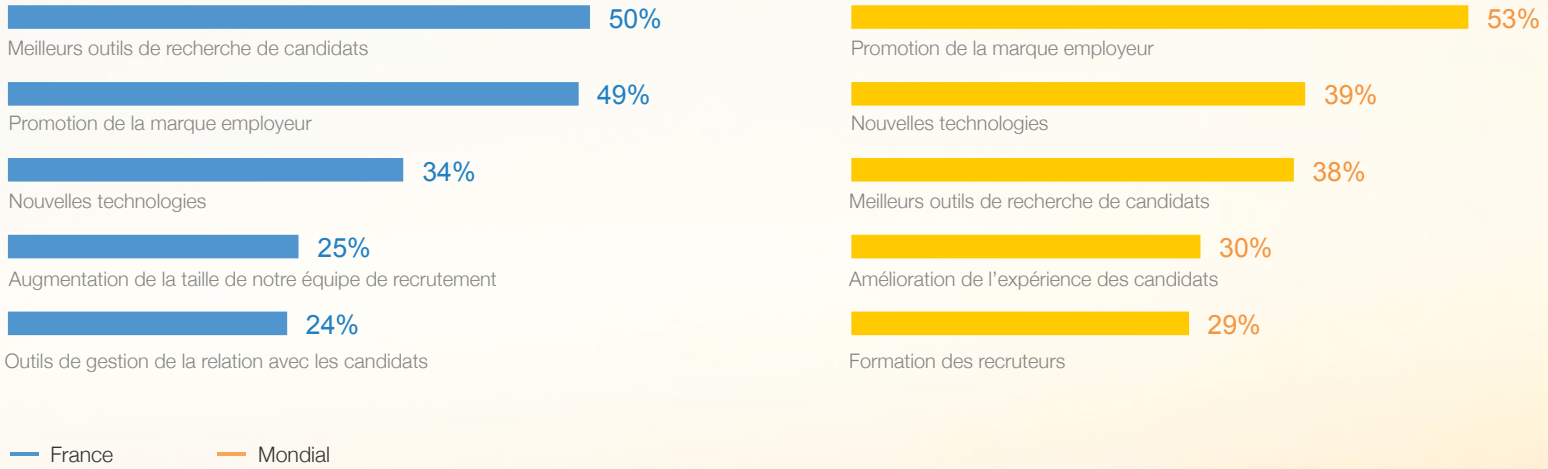




Avec un budget illimité, les responsables de l'acquisition de talents investiraient dans l'image de marque et les outils

Si les équipes n'étaient pas limitées par l'argent, la plupart des responsables investiraient en priorité dans des stratégies à long terme, par exemple concernant l'image de marque, les outils, l'expérience des candidats et l'amélioration des compétences des équipes, plutôt que dans des solutions répondant à des problèmes à court terme. Vous trouverez ci-dessous une liste des grandes pistes à explorer en 2017.

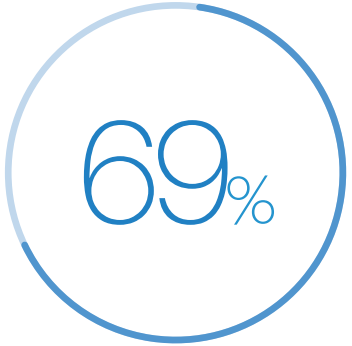
Sans limite de budget, dans quoi investiriez-vous ?



L’importance de la marque employeur

Même s'ils investissent peu dans leur marque employeur, les responsables reconnaissent son importance

En général, les équipes n'investissent qu'une part réduite de leur budget dans la marque employeur. Pourtant, la statistique ci-dessous indique que les responsables la considèrent majoritairement comme un aspect important. Ce paradoxe s'explique en partie par le fait que le retour sur investissement relatif à la marque employeur est difficile à mesurer et que la plupart des équipes ont du mal à prouver une corrélation directe entre un vivier de candidats plus solide et la promotion de la marque employeur.



En France, 69% des responsables de l'acquisition de talents s'accordent à dire que leur marque employeur a une influence considérable sur leur capacité à recruter des talents de qualité.

La marque employeur repose pour beaucoup d'équipes sur la collaboration avec les services marketing

De nombreuses équipes de recrutement rencontrent des difficultés avec la marque employeur, en particulier en France, où 25% seulement des responsables affirment que leur équipe est principalement responsable de la marque employeur, contre 30% au niveau mondial.

C'est pourquoi ils se tournent vers leurs partenaires marketing pour obtenir de l'aide. Ce partenariat implique généralement une responsabilité commune des réseaux sociaux et de la production de ressources, ainsi que le recours aux guides de promotion marketing. Cette collaboration explique aussi pourquoi de nombreuses entreprises disposent de jusqu'à cinq personnes pour la gestion de leur marque employeur.

Qui est responsable de votre marque employeur ?

15% L'équipe de recrutement est peu ou n'est pas impliquée dans la promotion de la marque employeur

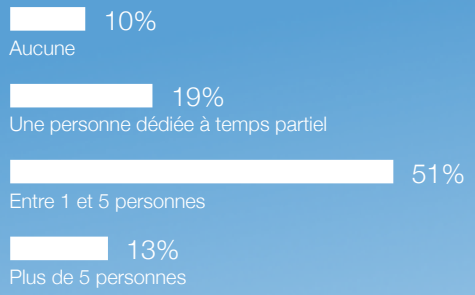
31% L'équipe de recrutement, en collaboration avec le service marketing/commercial

25% L'équipe de recrutement est principalement responsable de la promotion de la marque employeur

15% Notre entreprise ne pense pas du tout à la promotion de la marque employeur

5% Je ne sais pas

Combien de personnes gèrent votre marque employeur ?



La culture d'entreprise capte efficacement l'attention des candidats

Les candidats et les recruteurs sont sur la même longueur d'onde : la culture d'entreprise est primordiale pour se distinguer des autres employeurs. Outre la culture, les candidats sont plus intéressés par la vision à long terme de l'entreprise et les avantages qu'elle propose que par sa réputation.

Recruteurs :

D'après vous, qu'est-ce qui attire les candidats dans votre entreprise ?

1. Réputation solide de l'entreprise 44%
2. Bonne culture d'entreprise ou environnement de travail agréable 40%
3. Plus d'opportunités d'évolution professionnelle 35%

Candidats :

Quelles informations vous sont utiles concernant un employeur potentiel ?*

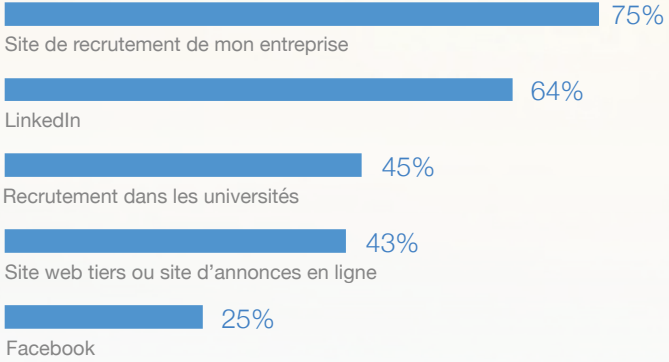
1. Stabilité/sécurité de l'emploi 21%
2. Rémunération plus élevée et avantages plus nombreux 13%
3. Possibilité d'avoir de l'influence 7%

*Source : Tendances du recrutement en 2016

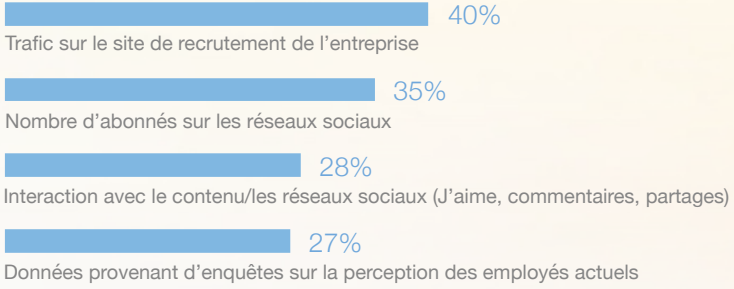
Les réseaux sociaux et la page Carrières du site web d'une entreprise sont des outils essentiels pour promouvoir et évaluer de votre marque

Les équipes s'appuient généralement sur leur site de recrutement et sur LinkedIn pour développer leur notoriété. La difficulté réside dans l'évaluation de l'efficacité de leurs efforts. C'est pourquoi, en plus des mesures liées aux réseaux sociaux et aux sites web, les équipes se tournent vers des sources de données plus originales, comme celles des enquêtes internes ou les récompenses des meilleurs employeurs.

Quels sont les meilleurs canaux pour consolider votre marque employeur ?



Quelles sont vos principales méthodes pour évaluer votre marque employeur ?



Et demain ?
Recruter en 2020

Big Data, diversité et mission d'entreprise sont les principales tendances pour demain

Les recruteurs ont un budget et un effectif limités alors que la demande en recrutement augmente ; il semble donc logique que le Big Data devienne le principal enjeu du secteur pour attirer les meilleurs talents. L'automatisation permettrait d'accélérer les processus et d'éliminer tout biais. Elle offrirait également de meilleurs outils pour l'examen des compétences des candidats, qui est considéré par plus de 60% des responsables recrutement comme un défi de taille et représente la tendance numéro 1 en France.

Au niveau mondial, les deux premières tendances sont la diversification du recrutement et l'évaluation des compétences sociales et relationnelles.

45%

Utilisation du Big Data pour le recrutement

42%

Utilisation de sites web/ communautés pour recruter des candidats plus diversifiés

37%

Mission de l'entreprise devenant un critère de différenciation plus important dans la séduction des meilleurs talents

32%

Évaluation des compétences humaines pour prévoir l'adéquation au poste

27%

Outils automatisés pour la recherche de candidats

Étapes suivantes

Cherchez à approfondir les sujets qui n'ont pas été abordés dans ce rapport et à en savoir plus sur LinkedIn grâce aux ressources ci-dessous :

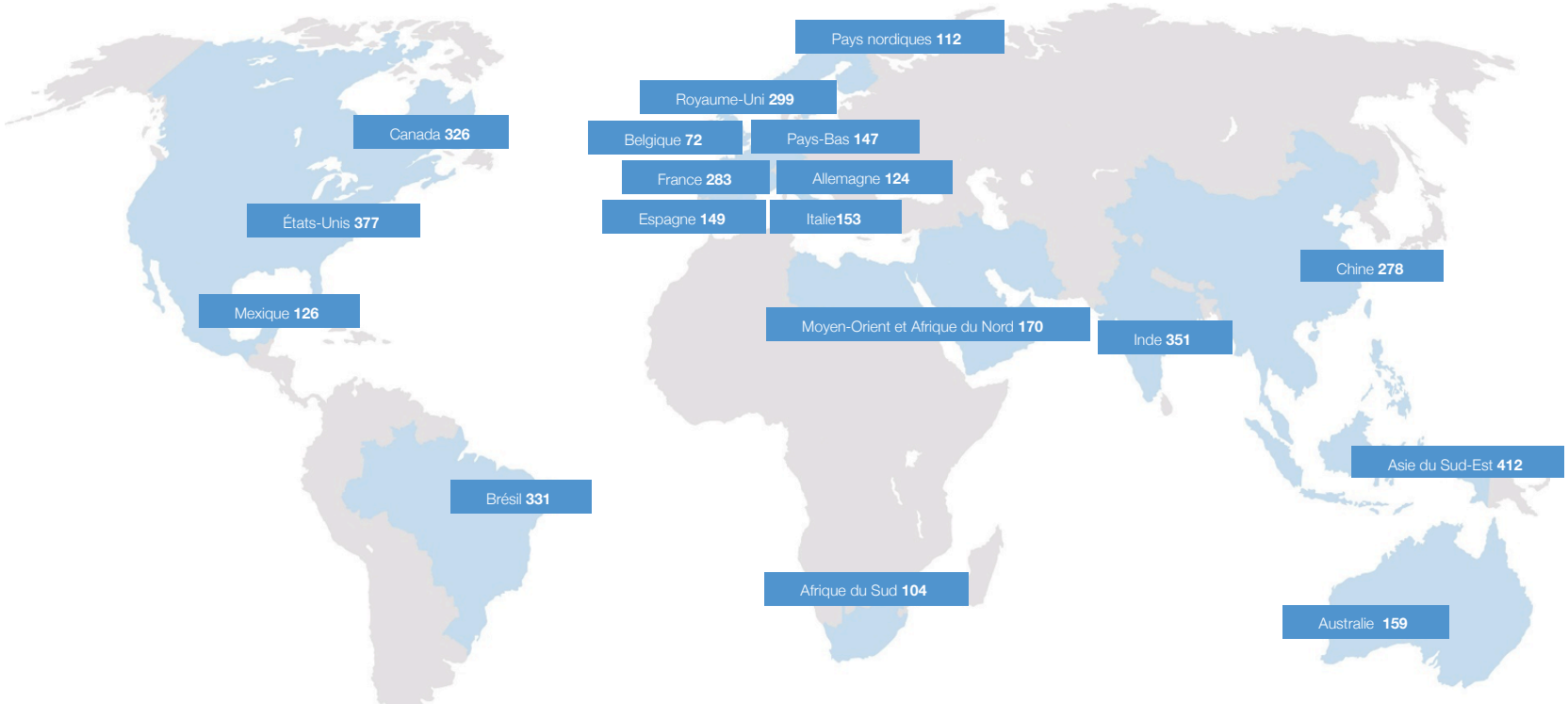
1. **En savoir plus sur le point de vue des candidats :**
   Rapport sur les tendances du recrutement en 2016 Données sur la façon dont les candidats veulent être recrutés

2. **Découvrez comment interagir avec un candidat d'un bout à l'autre du processus :**
   Guide du recruteur moderne : le parcours du candidat sur LinkedIn

3. **En savoir plus sur Talent Solutions de LinkedIn**
   Publication d'annonces, sourcing, recommandations d'employés et marque employeur

Méthodologie du sondage

Nous avons interrogé des décideurs français responsables de l'acquisition de talents au sein d'un service RH, occupant au minimum la position de manager et ayant une influence dans la gestion du budget propre aux solutions de recrutement de leur entreprise. Les personnes interrogées sont des membres de LinkedIn qui ont été sélectionnés en fonction des informations disponibles sur leur profil et contactés par e-mail.



À propos de LinkedIn Talent Solutions

Attirez, contactez et recrutez les meilleurs talents grâce au plus grand réseau de professionnels au monde. LinkedIn Talent Solutions vous aide à trouver des talents, publier des annonces, développer votre marque employeur et créer un solide programme de recommandation.

Consultez notre site web

Lisez notre blog

Suivez-nous sur Twitter

Connectez-vous avec nous sur LinkedIn

Regardez nos vidéos sur YouTube

Suivez-nous sur Facebook

Lisez-nous sur SlideShare

Auteurs

Équipe de recherche :

Allison Schnidman,
consultante en recherche stratégique

Lorraine Hester,
adjointe études de marché senior

Peer Pluntke,
adjoint études de marché

Équipe éditoriale :

Lydia Abbot
manager marketing de contenu

Maria Ignatova,
directrice du marketing de contenu global

Nous remercions Esther Cruz et Andrew Freed.