



Tendances du recrutement en France en 2016

Données sur la façon dont les candidats veulent être recrutés





Les données dont vous avez besoin pour que les candidats disent “oui”

Bonne nouvelle pour vous les recruteurs. Nombreux sont les professionnels (83%) en France qui souhaitent recevoir de vos nouvelles.

Cependant, même à l'ère de l'information, les candidats ne se sentent pas assez... informés. De fait, leur plus grande difficulté est d'obtenir des renseignements sur votre entreprise ou vos annonces.

Dans notre enquête annuelle sur les tendances du recrutement, nous analysons en profondeur la façon dont les candidats veulent être recrutés et la façon d'attirer leur attention.

Et les résultats vous intéresseront.

Sommaire

- 1 Quasiment tous les professionnels souhaitent recevoir des informations de votre part
- 2 Ce que veulent savoir les candidats
- 3 Où trouver des candidats

Synthèse

1

Presque tous les professionnels sont ouverts à vos offres d'emploi.

83% des professionnels en France ont affirmé prêter une oreille attentive aux nouvelles offres d'emploi.

2

Votre culture d'entreprise est la première chose que les professionnels veulent connaître.

En France, les candidats affirment que les trois informations principales qu'ils recherchent sur votre entreprise sont sa culture, sa mission et les postes disponibles.

3

Une fois que vous avez le bon message, vous devez le partager sur les bons canaux.

En France, la façon la plus courante de trouver et de décrocher un nouvel emploi est de se faire recommandé par un employé.

À propos du rapport annuel des tendances de recrutement de LinkedIn

Personnes interrogées :

+ de 700

professionnels en
France

81%

sont employées

+ de 200

personnes ayant changé
de poste entre février et
mars 2016

Ce que nous avons demandé :

?

Si elles étaient ouvertes
à un nouvel emploi

?

Ce qu'elles cherchaient
à savoir sur votre
entreprise et les postes
proposés

?

Quelles ressources
elles utilisaient pour
changer de poste

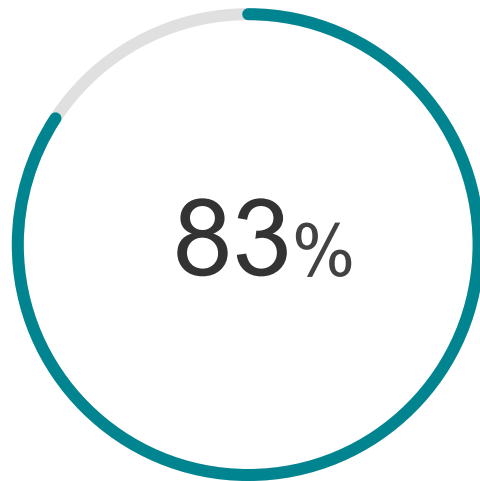


1

Quasiment tous
les
professionnels
souhaitent
recevoir des
informations de
votre part

Presque tous les professionnels sont ouverts à vos offres

Qu'ils soient actifs ou passifs, les candidats souhaitent avoir des informations sur vos postes.



des professionnels en France
prêtent une oreille attentive
aux nouvelles offres d'emploi

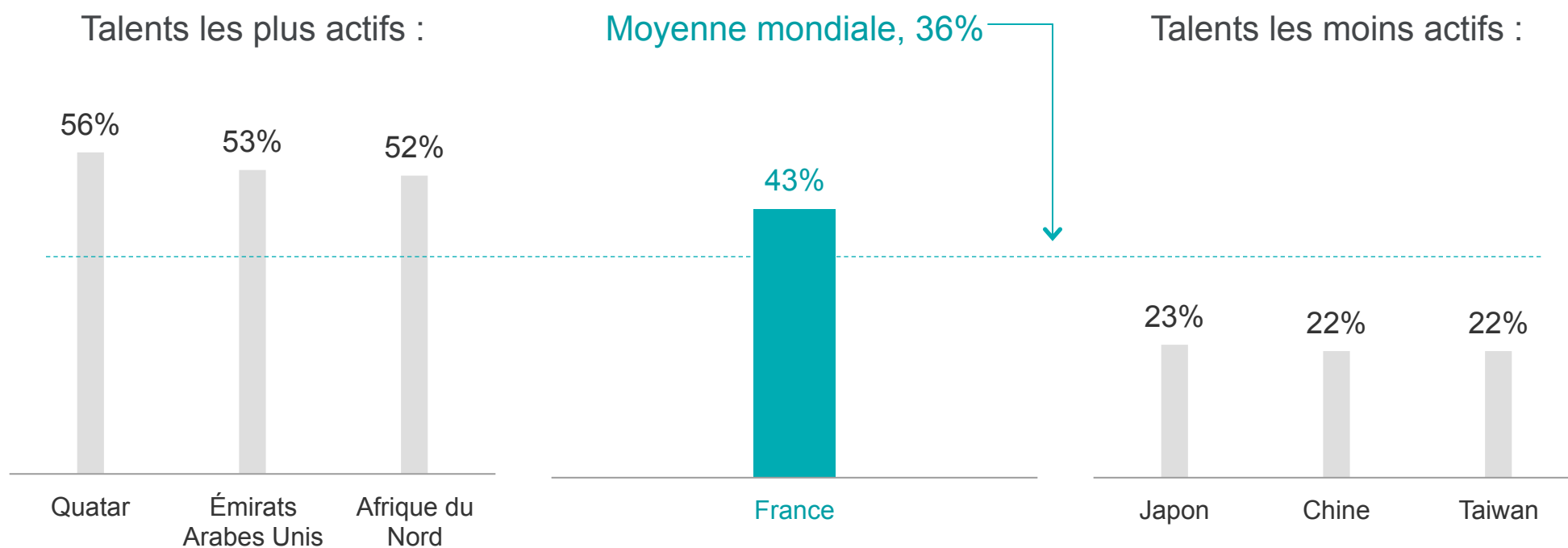
“ Un recruteur a pris contact avec moi et m’a dit “Vous avez un profil LinkedIn intéressant”. Il a fait référence à ma thèse de master, qui traitait des Jeux olympiques de Londres. J’ai fini par accepter le poste. ”



Émilie Gauthier

Ancienne assistante du directeur exécutif
des sports, Comité olympique canadien

La France possède des niveaux de talents actifs au-dessus de la moyenne

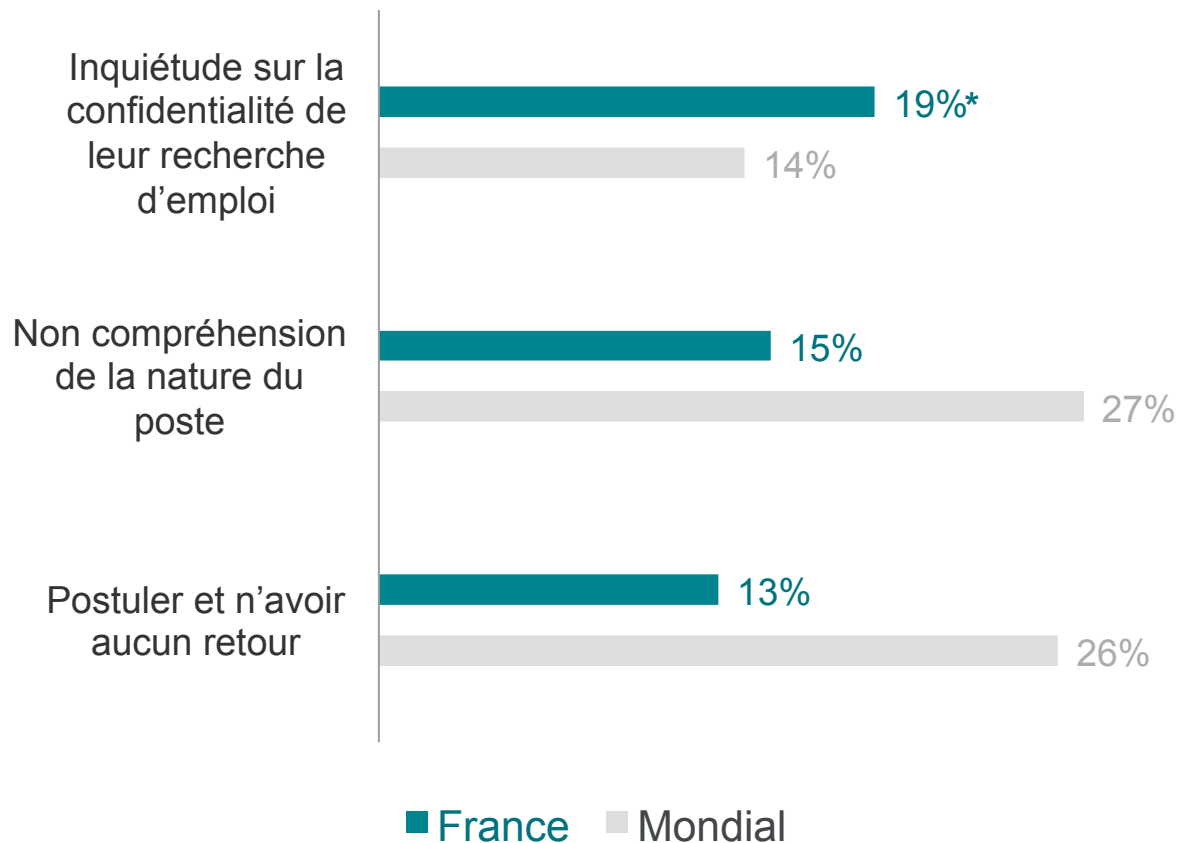


2

Ce que veulent
savoir les candidats



Les principaux obstacles auxquels les candidats font face lorsqu'ils changent de poste

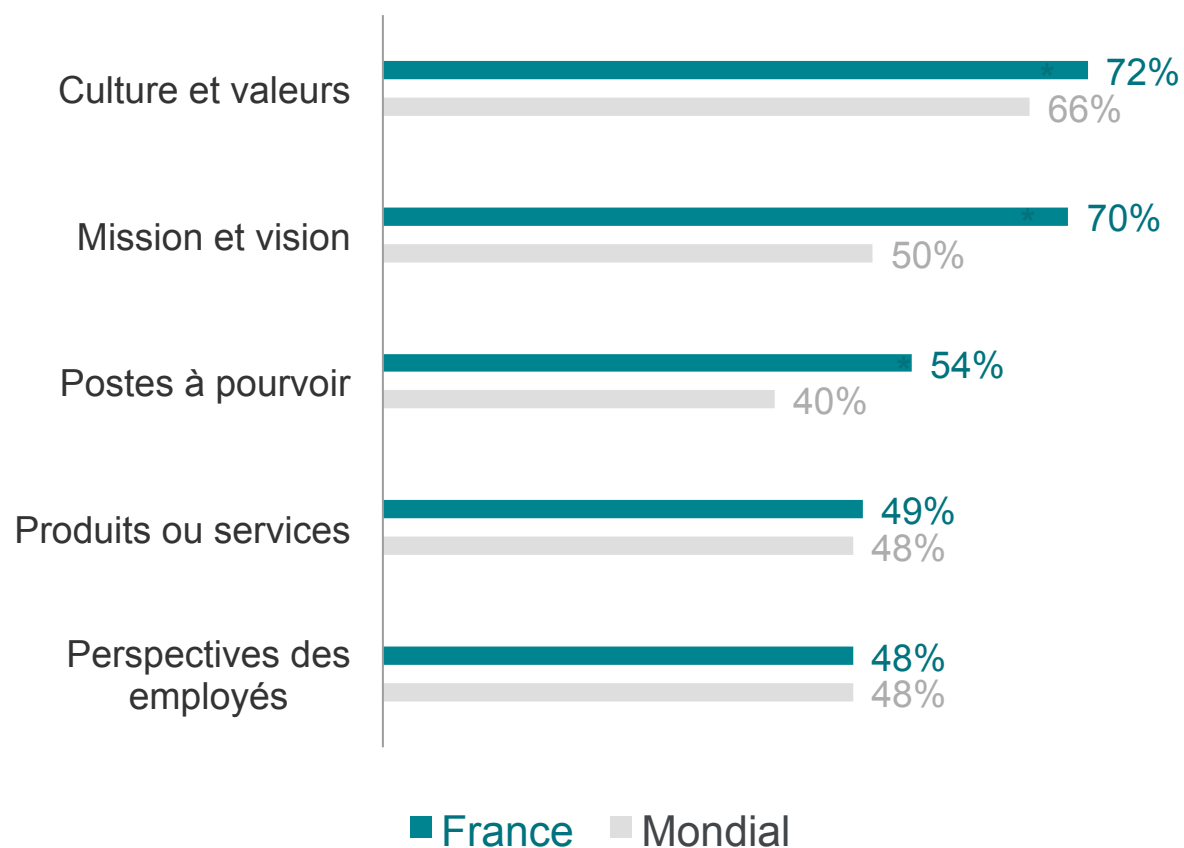


Les professionnels en France s'inquiètent davantage de la confidentialité de leurs recherches d'emploi que le reste des professionnels dans le monde. Leur seconde préoccupation est de ne pas comprendre la nature du poste.

Rédigez des descriptions de poste attrayantes en expliquant clairement le rôle et les objectifs qui y sont associés, pas uniquement en faisant une liste des expériences requises.

*Statistiquement différent des professionnels du reste du monde au niveau de confiance de 95%.

Les principales informations que les candidats recherchent sur votre entreprise



En France, les professionnels sont plus intéressés par la culture de votre entreprise, sa mission et les postes disponibles que leurs pairs du reste du monde.

Veillez donc à mettre en valeur cette culture, cette mission et les postes disponibles dans le contenu de votre marque employeur.

Conseils des candidats sur les informations à partager sur votre entreprise

Dresser un tableau honnête

“Donnez une idée réelle de l’environnement de travail de l’entreprise, et non le profil de l’entreprise parfaite habituel.”

Partager l’avis des employés

“J’aimerais entendre l’avis, positif et négatif, de véritables membres du personnel, pas la version lustrée et vendeuse du PDG ou du bureau marketing. De vraies personnes parlant de vrais postes.”

Expliquer ce qui vous différencie

“Expliquez ce qui différencie votre entreprise de ses concurrents et la raison pour laquelle un candidat aurait tout intérêt à postuler.”

Évoquer la vision et la stratégie de l’entreprise

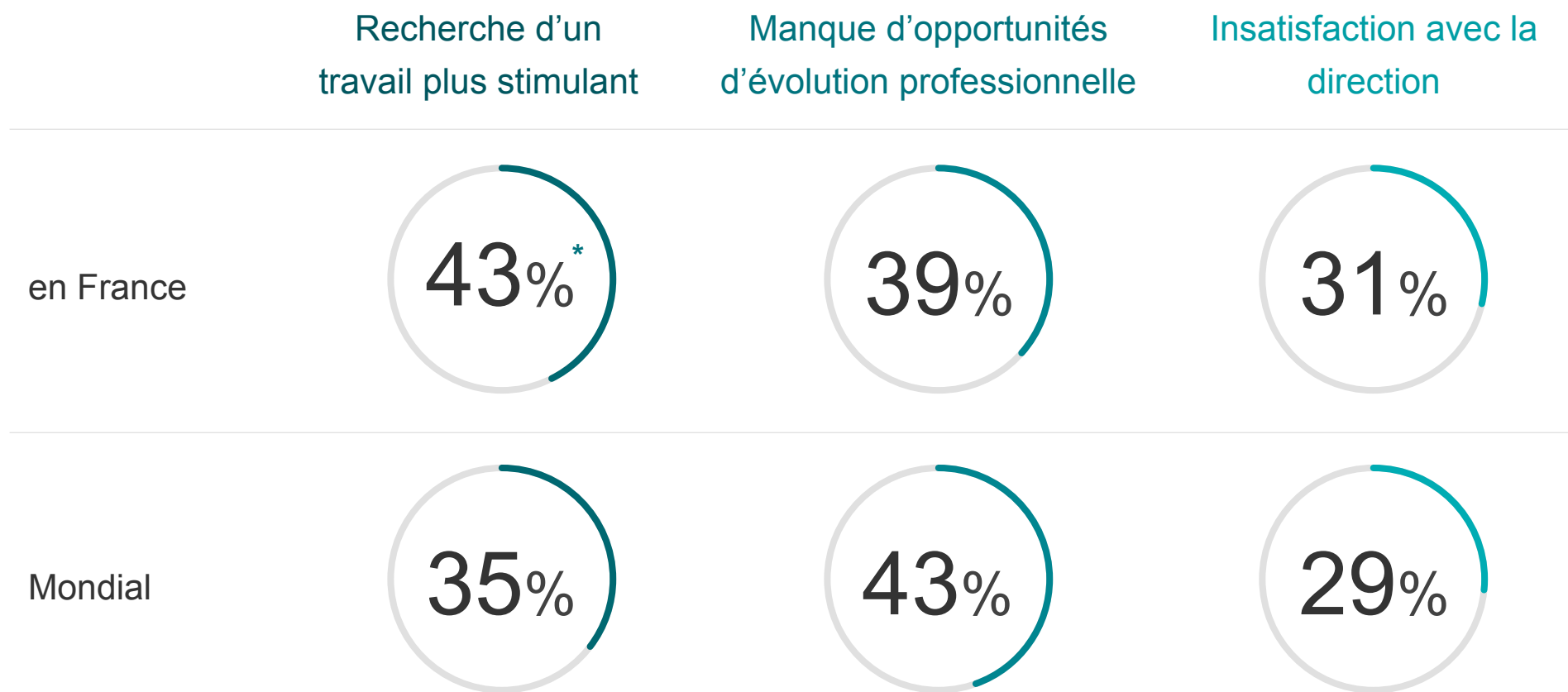
“Donnez des informations sur la stratégie/vision et les ambitions de l’entreprise, pas seulement les slogans, mais la façon dont elle va atteindre ses ambitions/sa vision.”

Communiquer sur le renouvellement du personnel

“Soyez honnête. Quel est le taux de roulement du personnel ? Pourquoi ce poste est-il à pourvoir (expansion ou licenciement/démission) ? Pourquoi la personne à ce poste est-elle partie ?”

Les professionnels recherchent plus qu'un emploi, ils veulent des possibilités d'évolution

Raisons les plus courantes pour lesquelles les personnes quittent leur emploi



Comparés à leurs homologues du reste du monde, les professionnels français sont plus susceptibles de quitter un emploi pour un travail plus stimulant.

Pour inciter les professionnels français à postuler, soyez clairs sur les défis et les objectifs des emplois offerts dans vos descriptions de poste.

*Statistiquement différent des professionnels du reste du monde au niveau de confiance de 90%.

Ce que veulent savoir les candidats sur un nouvel emploi

Évolution de carrière

“Dites-moi quel sera l’impact sur ma carrière et à quelle vitesse peut évoluer un employé.”

Attentes et charge de travail

“Évitez les clichés dans votre description de poste/d’entreprise. Soyez honnête et direct sur les attentes et la charge de travail réelles.”

Un aperçu réaliste

“Faites une description réaliste d’une journée type d’une personne travaillant à ce poste. Avec le bon comme le mauvais. Aucun emploi n’est parfait, et je sais que certains aspects négatifs sont supportables et d’autres non.”

Perspectives d’employés

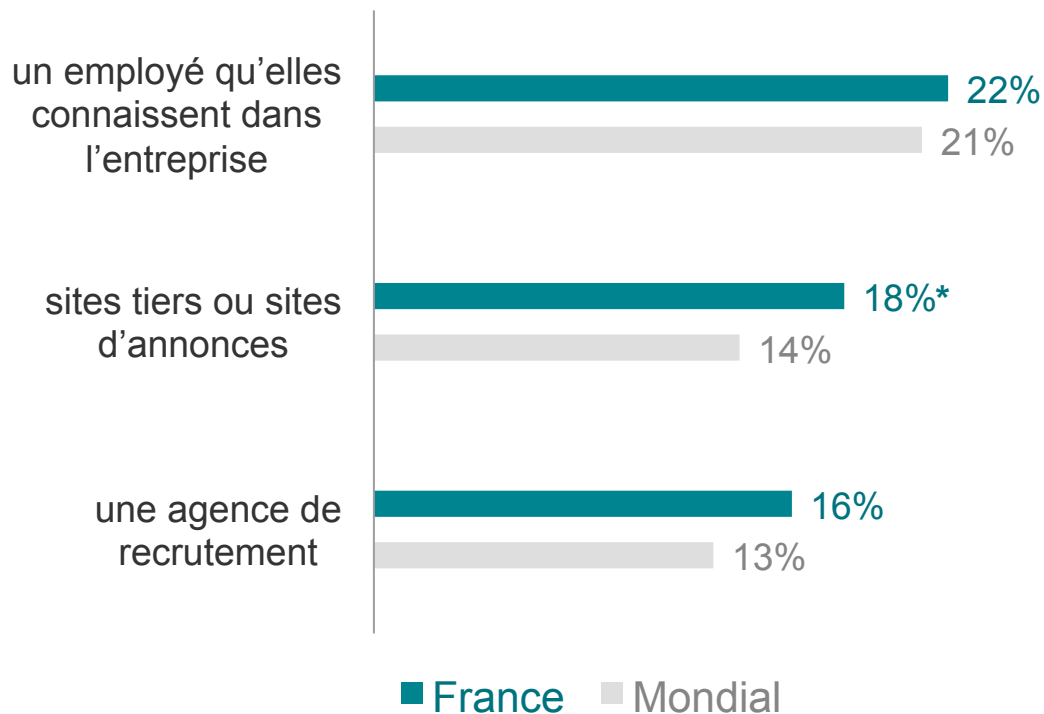
“Mettez-moi en relation avec des employés de l’entreprise. Il n’y a rien de tel que l’avis des principaux intéressés.”



3

Où trouver des candidats

Les personnes entendent d'abord parler d'un nouvel emploi par

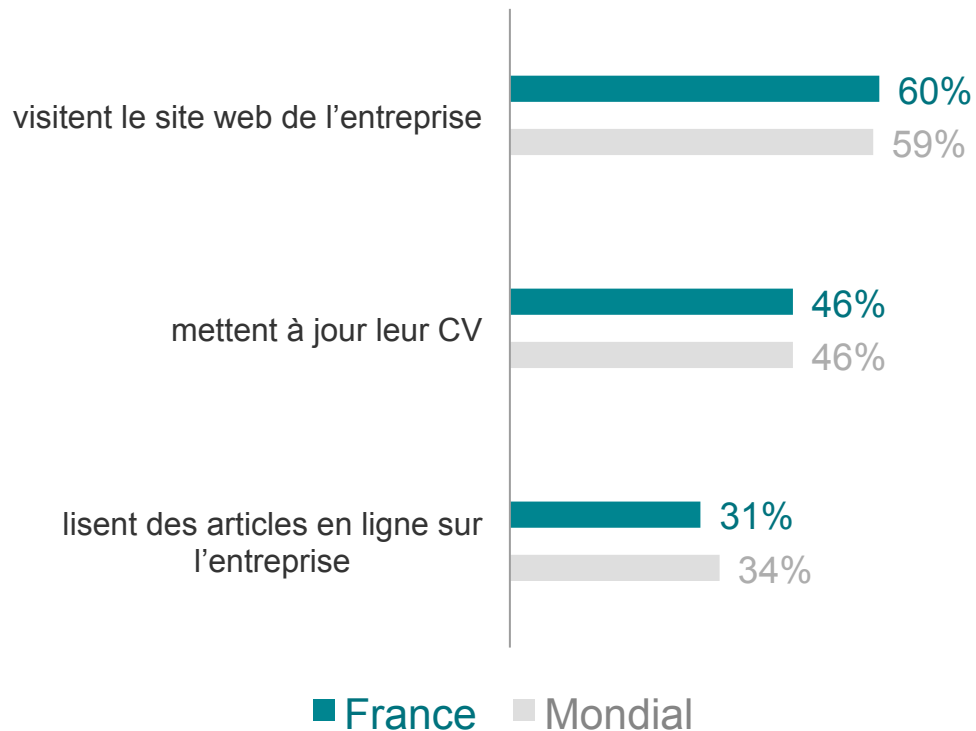


Comparés à leurs homologues du reste du monde, les professionnels français sont plus susceptibles de découvrir leur nouvel emploi par le biais d'un site d'annonces en ligne.

Commencez par la créer des descriptions de poste séduisantes et claires. Ensuite, mettez vos offres d'emploi en avant sur les sites d'annonces où votre vivier de talents passe son temps.

*Statistiquement différent des professionnels du reste du monde au niveau de confiance de 90%.

Après avoir découvert l'annonce, ils ne postulent pas tout de suite. Au lieu de cela, ils :

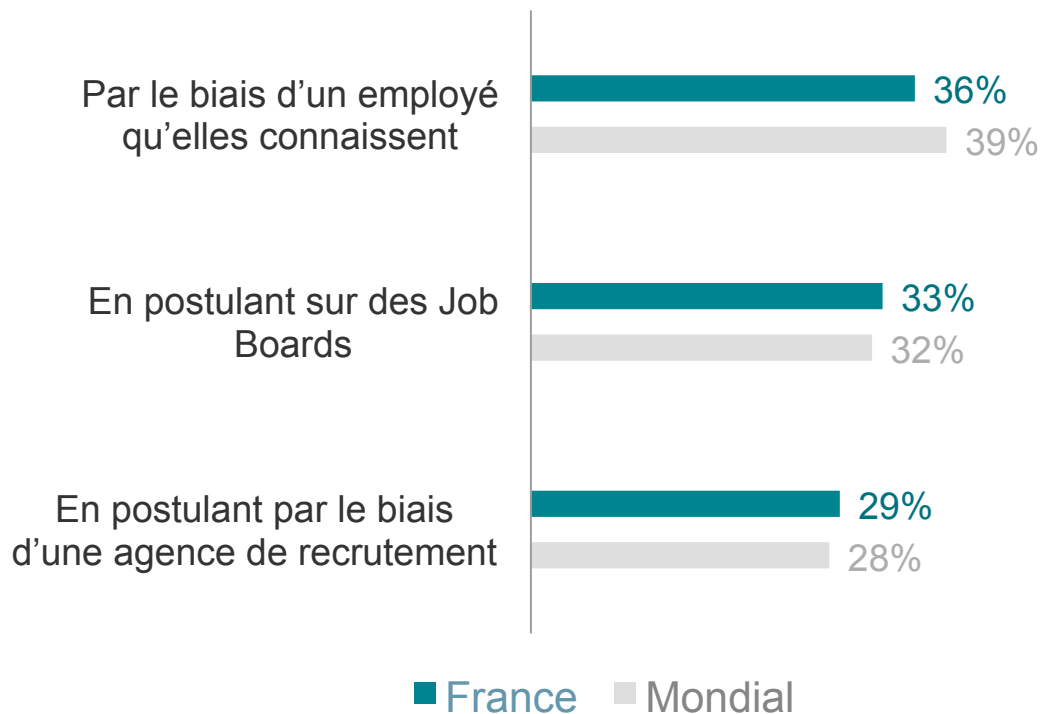


“ Nous recommandons aux personnes de faire des recherches en ligne sur SoulCycle et sur qui nous sommes. Elles peuvent accéder à de nombreuses interviews, écrites ou en vidéo. [Les PDG] Julie et Elizabeth transmettent avec talent notre mission essentielle. ”



Alex Caiola
Directrice du recrutement,
SoulCycle

Principales façons dont les personnes décrochent un nouvel emploi



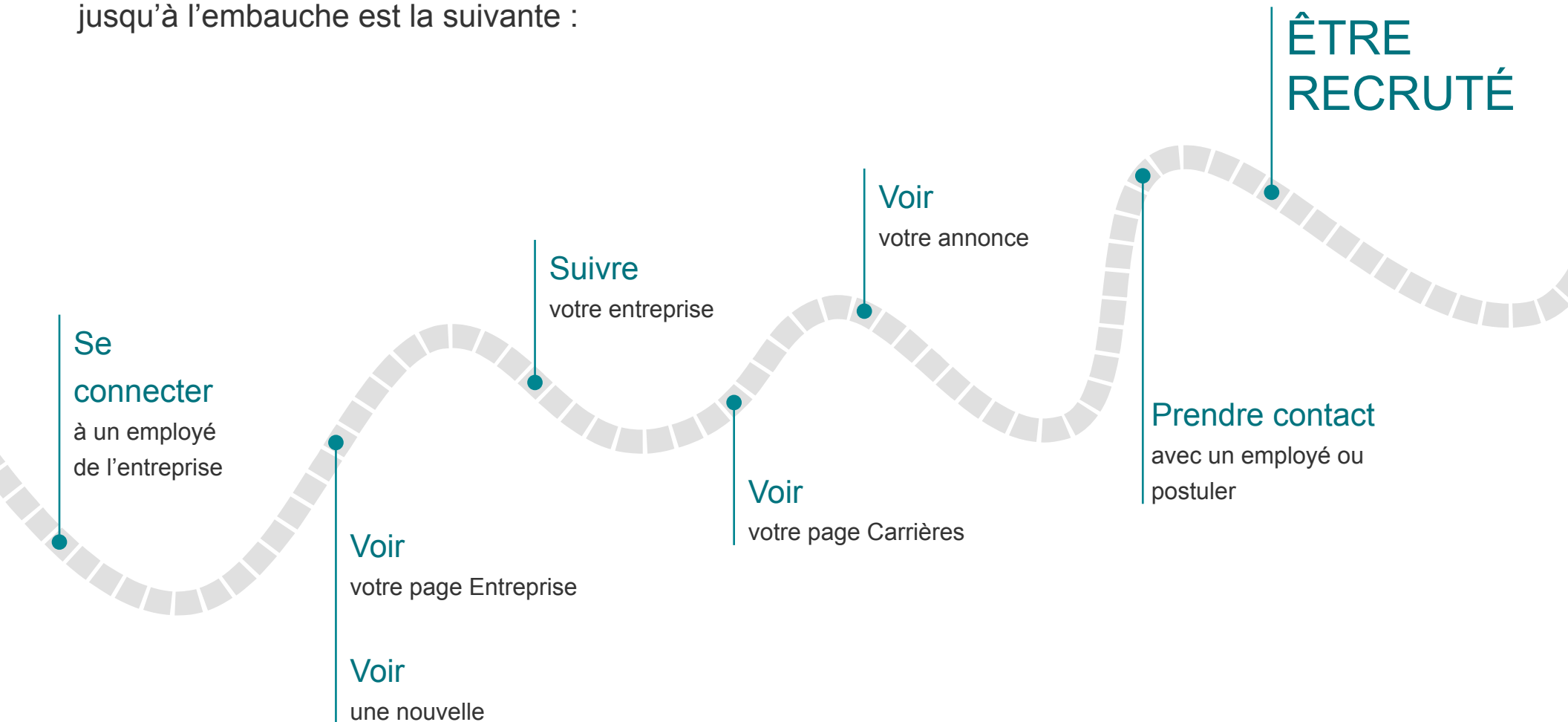
“ J’ai fait comme beaucoup de personnes : j’ai utilisé mon réseau. J’avais trois relations distinctes avec cette entreprise. Les conversations informelles que j’ai eues avec le responsable du recrutement et avec un autre employé, en dehors du processus formel d’entretien, m’ont donné l’impression que je savais dans quoi je m’embarquais. ”



Danna Klein
Directrice du marketing produit, Mixpo

Voici le parcours du candidat sur LinkedIn

Nous avons observé le comportement de millions de membres LinkedIn et nous avons découvert que la trajectoire la plus courante des candidats jusqu'à l'embauche est la suivante :



3 façons d'appliquer ces tendances à votre stratégie de recrutement

Aidez les candidats à vous découvrir avant qu'ils postulent

Investissez dans les canaux principaux qu'utilisent les candidats français avant de postuler : les sites de recrutement et celui de l'entreprise, les articles en ligne et vos propres employés, pour n'en citer que quelques-uns.

Faites participer vos employés au recrutement

Pour les professionnels français, les recommandations d'employés constituent la principale façon de découvrir et de décrocher un nouvel emploi. Faites connaître les postes vacants à vos employés, ainsi que le mode fonctionnement de votre programme de recommandations d'employés. Faites de vos employés des ambassadeurs de marque pour votre entreprise.

Soyez précis quant à la culture de votre entreprise et aux perspectives de carrière offertes

En France, les défis et l'évolution professionnelle sont les deux aspects que recherchent les candidats dans un nouvel emploi. Actualisez vos descriptions de poste en y incluant une description précise de la culture de votre entreprise et du rôle associé au poste offert, au lieu de vous contenter d'une simple liste des expériences requises. Formez vos recruteurs afin qu'ils soient capables de donner une vue d'ensemble d'une carrière au sein de l'entreprise, et pas seulement du poste à pourvoir.

Découvrez comment évoluent les talents dans le monde

Maintenant que vous avez lu ce rapport local sur les tendances de recrutement, découvrez les évolutions de la recherche d'emploi au niveau mondial. Téléchargez le rapport sur les tendances mondiales du recrutement pour avoir les dernières informations sur la façon dont les candidats veulent être recrutés.

[Obtenir le rapport mondial](#)

Méthodologie

Les résultats de cette analyse représentent le monde vu à travers le prisme des données LinkedIn. À ce titre, ils sont influencés par la façon dont les membres ont choisi d'utiliser le site, qui peut varier selon la culture professionnelle, sociale et régionale.

Nous avons interrogé 713 membres de LinkedIn en France entre janvier et mars 2016. Lorsqu'ils ont répondu à l'enquête, la majorité d'entre eux était des employés à temps plein ou à temps partiel. L'enquête était proposée en plusieurs langues à titre gratuit et les données n'ont pas été pondérées.

Le niveau de confiance de cette étude est compris entre 90 et 95%, et est plus élevé pour les sous-groupes.

Nous avons également interrogé 213 membres de LinkedIn français qui ont changé d'entreprise entre février et mars 2016, tel que rapporté sur leur profil LinkedIn et confirmé par l'enquête. L'enquête était proposée en anglais uniquement et à titre gratuit, et les données n'ont pas été pondérées. Le niveau de confiance de cette étude est compris entre 90 et 95%, et est plus élevé pour les sous-groupes.



Auteurs



Allison Schnidman
Consultante en recherche stratégique
chez LinkedIn



Esther Lee Cruz
Responsable marketing mondial chez
LinkedIn



Maria Ignatova
Directrice du marketing de contenu
global chez LinkedIn



Lorraine Hester
Adjointe études de marché chez LinkedIn



Charlene Nee
Spécialiste du marketing de contenu chez
LinkedIn



Vinita Saggurti
Adjoint marketing sur les réseaux sociaux chez
LinkedIn

À propos de LinkedIn Talent Solutions

Attirez, recrutez et valorisez les meilleurs talents pour votre entreprise avec LinkedIn. Entrez en contact avec des candidats de qualité (passifs et actifs, externes et internes) sur le plus grand réseau professionnel au monde qui rassemble plus de 450 millions de candidats.

[Consultez notre site Web](#)



Lisez notre blog
talent.linkedin.com/blog



Consultez notre SlideShare
slideshare.net/linkedin-talent-solutions



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



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



Rejoignez notre réseau sur LinkedIn
linkedin.com/company/3519575

