

Le recrutement via les réseaux sociaux : mythe ou réalité ?



Quel retour sur investissement du recrutement via les réseaux sociaux en Europe en 2013 ?

Le recrutement via les réseaux sociaux : mythe ou réalité ?

Comme les réseaux sociaux font dorénavant partie de notre quotidien, le monde de l'entreprise a commencé à s'en servir pour toucher différents publics.

La communication par les réseaux sociaux est utilisée dans différents cas : pour élargir la visibilité des entreprises, pour attirer de nouveaux clients, maintenir la relation avec la clientèle existante et toucher de futurs employés.

StepStone s'intéresse particulièrement à l'aspect RH de la communication par les réseaux sociaux et a compilé des informations de différentes sources afin de découvrir le retour sur investissement du recrutement par ce biais.

Ce document compile les données d'une étude européenne révélant l'avis et les expériences des chercheurs d'emploi et des entreprises qui recrutent en Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, France, Pays-Bas, Royaume-Uni et Suède.

Le présent livre blanc traite les résultats des études suivantes :

- Enquête StepStone sur les réseaux sociaux comme canal de recherche d'emploi, mars 2013
- Enquête StepStone sur les réseaux sociaux comme outil de recrutement, mars 2013
- Enquête TNS* mensuelle sur l'efficacité des canaux de recrutement en termes de nombre de candidats, 2012- 2013
- Enquête StepStone* sur les tendances de recrutement et de recherche d'emploi en Europe, octobre 2012

* enquête menée dans 7 pays : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, France, Pays-Bas, Suède

Chapitres

1. Les réseaux sociaux aujourd'hui	5
2. Les chercheurs d'emploi et les réseaux sociaux	6
3. Les réseaux sociaux en entreprise	7
4. Les réseaux sociaux et le recrutement	8
4.1 Les réseaux sociaux les plus utilisés pour le recrutement	8
4.2 Les offres d'emploi via les réseaux sociaux	9
4.3 La recherche directe de futurs employés	11
4.4 La recherche d'informations générales sur les employés potentiels.....	12
4.5 La communication de la marque employeur via les réseaux sociaux	13
4.6 Les ressources pour le recrutement via les réseaux sociaux	14
4.7 Le recrutement via les réseaux sociaux : mythe ou réalité ?.....	14
5. Conseils d'utilisation des réseaux sociaux dans le processus de recrutement.....	15

Sommaire

Les réseaux sociaux font partie de notre quotidien. En Europe, 62% des utilisateurs d'Internet se servent des réseaux sociaux. Les chercheurs d'emploi y sont encore plus actifs : 81% d'entre eux sont présents sur les réseaux sociaux et la plupart y ont quotidiennement recours.

Les plateformes de réseaux sociaux les plus populaires permettent de toucher un public large et grandissant, incitant ainsi les entreprises à entrer dans l'univers des réseaux sociaux. En trois ans à peine, les entreprises ont augmenté leur présence sur les réseaux sociaux de près de 50%.

“ Les réseaux sociaux ne pourvoient que 2% des postes vacants, contre 24% pour les sources internes et 21% pour les sites d'emploi ”

▶ Les réseaux sociaux comme outil de recrutement

Les chercheurs d'emploi utilisent les réseaux sociaux pour diverses raisons. Si la recherche d'emploi n'est pas l'activité la plus populaire sur les réseaux sociaux, elle n'est pas négligeable. Par comparaison, le recrutement compte parmi les principales activités qui poussent les entreprises à utiliser les réseaux sociaux, avec le branding, les informations sur les produits, la possibilité d'attirer de nouveaux clients et d'entretenir la relation avec les clients existants.

Les réseaux sociaux les plus utilisés pour le recrutement sont LinkedIn, Facebook et Twitter. En France, Viadeo et LinkedIn sont actuellement au coude à coude, tandis que le premier réseau social en Autriche et en Allemagne reste Xing. LinkedIn continue toutefois à gagner du terrain dans les trois pays.

Les budgets pour le recrutement par réseaux sociaux sont relativement faibles. Seulement 15% des entreprises consacrent plus de 5% de leur budget RH aux réseaux sociaux, et bon nombre d'entre elles n'y affectent aucun budget du tout. Seules 29% des entreprises ont du personnel qui se consacre au recrutement via les réseaux sociaux.

▶ Les offres d'emploi via les réseaux sociaux

Le nombre de candidats qui répondent à des offres d'emploi postées sur les réseaux sociaux est assez faible et ne répond pas aux besoins de recrutement des entreprises. Si l'on compare les canaux, les réseaux sociaux ne pourvoient que 2% des postes vacants, contre 24% pour les sources internes et 21% pour les sites d'emploi.

▶ La recherche directe via les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux professionnels semblent être de gigantesques bases de données de candidats, mais il ressort d'une étude qu'ils sont loin de toucher tout le monde. 56% seulement des chercheurs d'emploi ont été contactés via des réseaux sociaux, et la majorité des profils trouvés par cet intermédiaire sont des employés de bureau. Les taux de réponse aux propositions d'emploi sur les réseaux sociaux sont également assez faibles : à peine un quart des entreprises reçoivent une réponse à la majorité de leurs propositions.

▶ La recherche d'informations générales sur les futurs salariés

Avec un si grand nombre d'informations publiquement disponibles, il n'est guère surprenant que 73% des entreprises aient recours aux réseaux sociaux pour en apprendre davantage sur les candidats. Les informations ainsi trouvées peuvent influencer la décision d'embauche. La plupart des chercheurs d'emploi en sont conscients et adaptent en conséquence leur comportement sur les réseaux sociaux. Une minorité n'a toutefois jamais vérifié sa réputation en ligne et ignore comment modifier ses paramètres de confidentialité.

▶ La communication de la marque employeur

Ces trois dernières années, les entreprises ont triplé leur utilisation des réseaux sociaux pour la communication de la marque employeur. L'approche la plus courante consiste à présenter un profil de l'entreprise avec un lien vers ses pages Carrière. La gestion et le contrôle de la marque employeur via les réseaux sociaux font aussi partie de leurs priorités – et sont recommandés, dans la mesure où la moitié des chercheurs d'emploi iront consulter les pages des entreprises sur les réseaux sociaux quand ils postulent.

Il est un fait que les réseaux sociaux sont un complément à d'autres canaux de recrutement, élargissant les possibilités pour une entreprise de toucher le public des chercheurs d'emploi. Intégrer les réseaux sociaux à la palette d'options optimisera la campagne de recrutement. Le présent livre blanc propose d'autres perspectives et conseils.

1. Les réseaux sociaux aujourd'hui

« Réseaux sociaux » est un terme collectif désignant un large éventail de plateformes en ligne qui permettent aux membres de communautés d'interagir en ligne. Le fondement de ces communautés et réseaux en ligne est le partage : photos, musique, intérêts, idées et expériences. Ils encouragent également les membres à poster des articles qu'ils ont eux-mêmes créés.

Le présent livre blanc se concentre sur les trois plateformes de réseaux sociaux les plus populaires en Europe : LinkedIn, Facebook et Twitter. Notre objectif est de découvrir comment les chercheurs d'emploi et les entreprises se servent des réseaux sociaux pour se trouver mutuellement sur le marché du travail.

Les réseaux sociaux font-ils vraiment partie du quotidien de tout un chacun ?

D'après les chiffres d'Internet World Stats, on estimait à 518 millions le nombre d'utilisateurs d'Internet en Europe au 30 juin 2012, soit 63,5% de la population européenne. D'après eMarketer, 62% des utilisateurs d'Internet en Europe occidentale en 2013 sont aussi des utilisateurs des réseaux sociaux.

	Monde	Europe	France
Facebook	982 millions	251 millions ²	25 millions ²
LinkedIn	200 millions	50 millions ³	5 millions ³
Twitter	500 millions	-	≈ 2,3 millions ⁴
Viadeo	50 millions	11 millions ⁵	7 millions ⁵
StepStone	-	11 millions ⁶	1,7 millions ⁶

Table 1. Nombre de membres des réseaux sociaux

1. www.newmediatrendwatch.com/regional-overview/103-europe?start=5

2. www.internetworldstats.com

3. press.linkedin.com/about

4. www.ipsos.fr/ipsos-public-affairs/actualites/2013-04-25-usages-et-pratiques-twitter-en-france

5. corporate.viadeo.com/fr/qui-sommes-nous/donnees-du-groupe-viadeo/

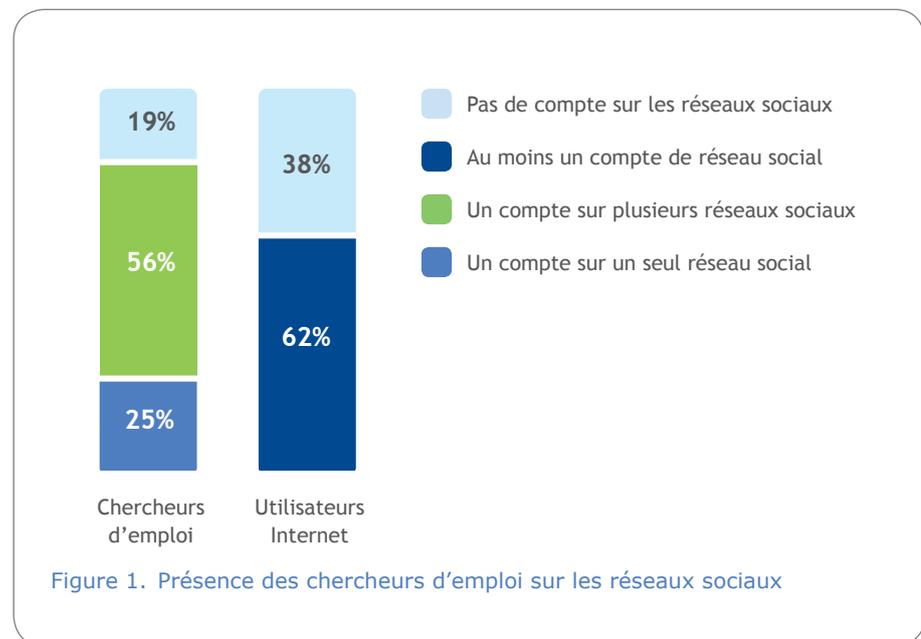
6. Active subscribers of StepStone websites

2. Les chercheurs d'emploi et les réseaux sociaux

L'enquête de StepStone sur les réseaux sociaux révèle que les chercheurs d'emploi en ligne sont même plus actifs sur les réseaux sociaux que l'utilisateur moyen d'Internet : 81% des chercheurs d'emploi ont au moins un compte sur un média social.

76% des utilisateurs de réseaux sociaux qui n'ont qu'un seul compte tiennent leur profil à jour. Presque tous les chercheurs d'emploi ayant plusieurs comptes sur les réseaux sociaux (91 %) mettent au moins un de leurs profils régulièrement à jour.

En fait, les réseaux sociaux font aujourd'hui partie intégrante du quotidien des chercheurs d'emploi. 70% d'entre eux sont sur Facebook tous les jours. Les autres réseaux sociaux attirent d'autres types d'adeptes : seuls 40% des utilisateurs de LinkedIn et 33% des utilisateurs de Twitter consultent leur profil tous les jours.



Ils sont présents sur les réseaux sociaux pour partager leurs centres d'intérêt et leurs expériences, chercher des amis et voir ce qui se passe dans le monde, mais aussi pour trouver des emplois et faire leur propre promotion.



3. Les réseaux sociaux en entreprise

Les annonceurs suivent leur groupe cible, qu'il s'agisse de consommateurs, d'employés potentiels ou de prospects. Les plateformes de réseaux sociaux populaires permettant de toucher des publics de plus en plus larges et importants, elles incitent les entreprises à entrer dans l'univers des réseaux sociaux.

Si moins de la moitié des entreprises étaient actives sur les réseaux sociaux en 2010, cette proportion est passée à 70% en l'espace de trois ans.



À mesure que l'utilisation des réseaux sociaux s'est développée, leur portée est devenue plus intéressante. Les premiers à avoir suivi cette tendance par le lancement de campagnes sur les réseaux sociaux furent les départements RH. Ce n'est que récemment qu'ils ont été dépassés par les départements marketing, qu'ils talonnent toujours de près.



La principale raison de la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux est la communication à des groupes cibles différents : nouveaux clients et clients existants, bien sûr, mais aussi employés potentiels. Une présence sur les réseaux sociaux constitue un soutien à des activités telles que :

- Gestion des RH et recrutement
- Amélioration de la notoriété de la marque
- Diffusion d'informations sur les produits et services
- Attraction de nouveaux clients
- Interaction avec les clients existants

4. Les réseaux sociaux et le recrutement

Les réseaux sociaux sont utilisés de bien des manières dans l'ensemble du processus de recrutement, mais essentiellement pour :

- attirer les chercheurs d'emploi en créant et en exprimant la marque employeur
- trouver des employés potentiels par recherche directe
- chercher des informations sur les employés potentiels
- poster des offres d'emploi dans les communautés de réseau social

4.1 Les réseaux sociaux les plus utilisés pour le recrutement

Les réseaux professionnels tels que LinkedIn sont les plus largement utilisés à des fins de recrutement. LinkedIn est le leader européen ; 64% des entreprises y ont recours pour trouver de nouveaux talents. Facebook arrive en deuxième position, avec 41% des entreprises qui l'intègrent à leur stratégie de recrutement. 29% des entreprises utilisent Twitter pour trouver leurs futurs employés.

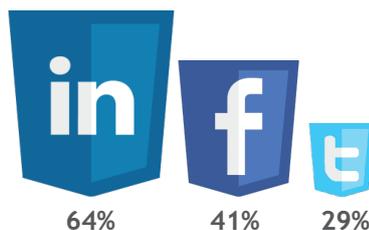


Figure 5. Entreprises européennes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement

Dans quelques pays spécifiques, un acteur local était déjà bien implanté avant que LinkedIn ne fasse son apparition. 78% des entreprises allemandes et 65% des entreprises autrichiennes utilisent le réseau professionnel Xing pour recruter, suivi de Facebook. LinkedIn n'arrive qu'en troisième position dans ces pays ; mais si la part de marché de LinkedIn est actuellement petite, elle augmente plus rapidement que celle de Xing.

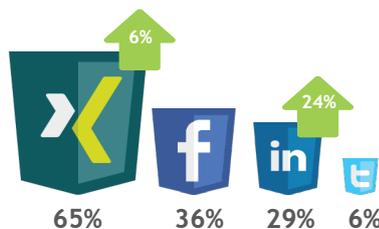


Figure 6. Entreprise autrichiennes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement

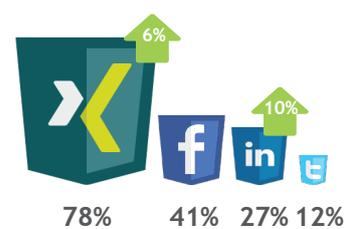


Figure 7. Entreprises allemandes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement

Environ 70% des entreprises françaises se tournent d'abord vers Viadeo quand elles cherchent de nouveaux talents. LinkedIn suit cependant de très près en deuxième position. Au cours des trois dernières années, LinkedIn a augmenté sa part de marché de 20% tandis que celle de Viadeo accuse un recul de 4 %.



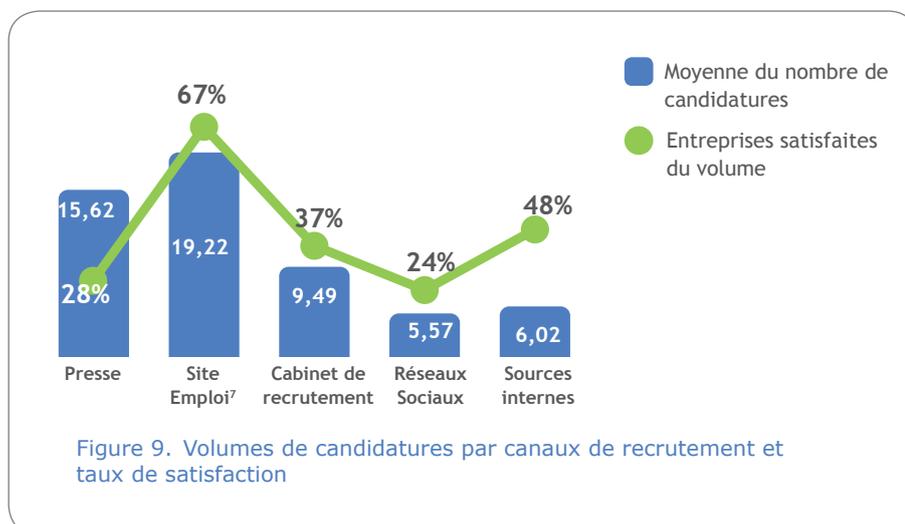
4.2 Les offres d'emploi via les réseaux sociaux

De plus en plus d'entreprises visent les chercheurs d'emploi socialement connectés. Les réseaux sociaux offrent bien sûr la possibilité d'une plus grande portée – dès qu'un poste s'ouvre, il est important d'utiliser le plus de canaux possibles pour rentabiliser au maximum la campagne de recrutement. Adopter une approche multi-canal s'avère payante, de sorte que les entreprises ne devraient pas hésiter à se servir de Facebook ou Twitter pour attirer davantage de candidats potentiels vers les offres d'emploi en ligne.

Mais quelle est l'efficacité des réseaux sociaux en termes d'offres d'emploi ?

Une enquête TNS⁶ a sondé les entreprises sur l'apport en candidats fourni par différents canaux de recrutement.

Leur enquête révèle que le volume de candidats généré par les réseaux sociaux est plus faible que celui des autres canaux tels que les sites d'emploi, la presse, les cabinets de recrutement et les sources internes.



6. Enquête TNS 2012-2013

7. N'inclue pas tous les sites emploi

De même, l'enquête de StepStone sur les réseaux sociaux montre que, tous canaux confondus, c'est le volume de candidats issu des réseaux sociaux qui satisfait le moins les entreprises. Seules 24% des entreprises se disent satisfaites du volume de candidats obtenu par les réseaux sociaux.

Le TNS candidate delivery index montre en outre qu'à l'heure actuelle, les réseaux sociaux ne peuvent à eux seuls répondre à tous les besoins en recrutement : en moyenne, 2% à peine des postes vacants européens sont pourvus via les réseaux sociaux. À titre de comparaison : les sources internes (candidats internes, pages Carrière de l'entreprise, programme de référence, propre réseau) sont à l'origine de 24% de l'ensemble des embauches. Les sites d'emploi pourvoient 21% des postes vacants, contre 10% pour les médias imprimés.

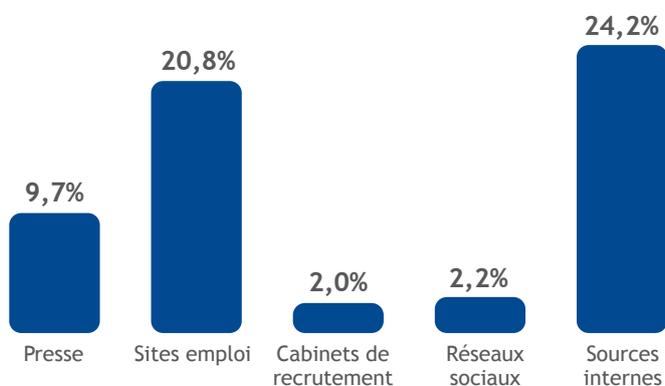


Figure 10. Part des personnes recrutées par canal

D'après l'enquête de StepStone, seuls 10% des chercheurs d'emploi qui postulent via les réseaux sociaux sont effectivement engagés.

L'un dans l'autre, les études actuelles laissent entendre que les réseaux sociaux sont encore relativement inefficaces comme canal pour les offres d'emploi. Ils devraient être considérés comme un canal supplémentaire utile, à utiliser parallèlement à d'autres moyens de recrutement.

4.3 La recherche directe de futurs employés

Les réseaux sociaux – et les réseaux sociaux professionnels en particulier – semblent être de gigantesques bases de données de contact offrant de nouveaux clients, de nouveaux fournisseurs et de nouveaux employés.

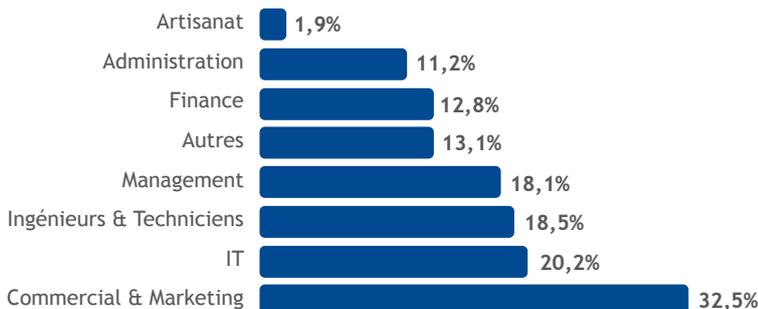


Figure 11. Profils trouvés via les réseaux sociaux

Mais les entreprises qui ont eu recours aux réseaux sociaux pour chercher de nouveaux employés arrivent à la conclusion que ce type d'annonce ne touche pas tout le monde. Seulement 26% des entreprises reçoivent une réponse à la majorité de leurs demandes de contact, et les profils les plus souvent trouvés via les réseaux sociaux sont des employés de bureau (surtout dans la vente et le marketing).

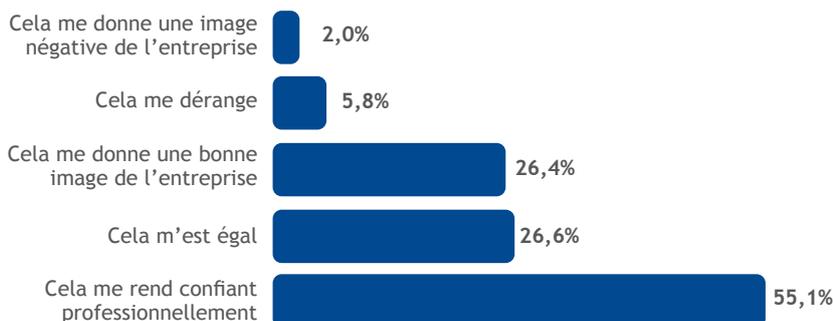


Figure 12. Réaction face aux demandes de contact professionnelles

Les chercheurs d'emploi ressentent eux aussi une faible portée : 44% d'entre eux qui utilisent les réseaux sociaux dans leur recherche n'ont jamais été contactés pour se voir proposer un emploi. Si ce pourcentage semble faible, plus de la moitié des personnes qui ont effectivement reçu une demande de contact se sont dites rassurées sur leur profil professionnel. La majorité des chercheurs d'emploi ont une réaction positive par rapport aux demandes de contact professionnel, qui leur donnent par ailleurs une image positive de l'entreprise qui recrute.

4.4 La recherche d'informations générales sur les employés potentiels

Au cours du processus de recrutement, les entreprises demandent parfois des références au candidat. Mais avec les réseaux sociaux, les vies et les profils professionnels des gens sont nettement plus accessibles. Près de trois-quarts des employeurs européens utilisent de ce fait les réseaux sociaux pour trouver des informations complémentaires sur les candidats potentiels pendant le processus de recrutement.

Quand les employeurs consultent les profils des candidats sur les réseaux sociaux, les résultats sont très variables : les informations tirées des réseaux sociaux ont positivement influencé la décision d'embauche dans près de la moitié des cas, mais ont mené au rejet du candidat dans un quart des cas.

Influence des profils sociaux sur la décision de recruter	
Top 5 des influences positives	Top 5 des influences négatives
1. Le profil est en accord avec les compétences professionnelles	1. Des photos inappropriées sont publiées
2. Le profil donne une bonne image de leur personnalité	2. Des commentaires inappropriés sont publiés
3. Le profil montre que le candidat a les bonnes compétences	3. Les qualifications exposées ne correspondent pas avec celles que le candidat prétend avoir
4. Les recommandations publiées étaient excellentes	4. Le profil démontre de faibles compétences en communication
5. Le profil montre de bonnes compétences en communication	5. Le candidat publie des commentaires négatifs sur son précédent employeur

Table 2. Influence des profils sociaux sur la décision de recruter

On constate que la plupart des chercheurs d'emploi savent que les entreprises recruteuses consulteront leur profil. Deux tiers des chercheurs d'emploi sont conscients que les informations que l'on trouve sur leurs profils de réseaux sociaux peuvent avoir un impact sur leurs candidatures, et un tiers d'entre eux adaptent leurs postes en conséquence.

23% des chercheurs d'emploi ignorent cependant comment protéger leurs informations des regards indiscrets sur les réseaux sociaux en modifiant leurs paramètres de confidentialité. Pire, 37% des chercheurs d'emploi ne se sont jamais préoccupés de contrôler leur propre réputation en ligne.

Avec une telle mine d'informations à un petit clic de souris, un petit avertissement s'impose : les employeurs devraient se montrer prudents quand ils utilisent les informations des réseaux sociaux, car ils risquent de s'immiscer dans la vie privée du candidat.

4.5 La communication de la marque employeur via les réseaux sociaux

La vaste portée des réseaux sociaux en fait un bon canal pour mettre en avant votre image de marque, de même que pour attirer des employés potentiels grâce à votre marque employeur.

Les entreprises ont généralement vite adopté les réseaux sociaux comme canal de communication. On le remarque également dans l'évolution de la communication de la marque employeur via les réseaux sociaux, qui est aujourd'hui trois fois plus importante.

Les employeurs ont essentiellement recours aux réseaux sociaux pour communiquer leur marque employeur aux futurs employés. Ils publient le profil de leur entreprise dans le but de devenir un employeur plus attractif.

Les réseaux sociaux servent également à la communication avec les candidats et à la création d'une communauté des candidats, car maintenir les lignes de communication ouvertes augmentera considérablement l'attrait d'une entreprise. Enfin, les entreprises se servent des réseaux sociaux comme d'un canal supplémentaire pour attirer les candidats vers leurs propres pages Carrière.



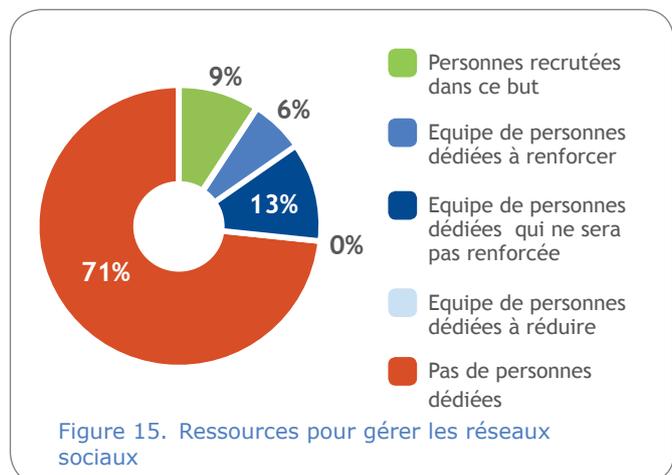
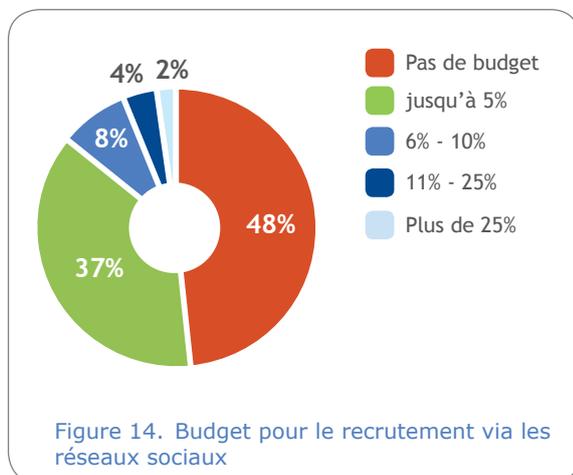
Dans la mesure où la moitié des chercheurs d'emploi essaiera de trouver des informations sur un futur employeur via les réseaux sociaux, il est recommandé aux entreprises de contrôler leur marque employeur. 45% des entreprises le font déjà. Une des raisons est que les commentaires négatifs peuvent avoir un effet destructeur sur la communication de la marque employeur. Bien que la publication de commentaires négatifs sur votre employeur soit fortement désapprouvée et qu'elle constitue un des cinq principaux motifs de rejet d'un candidat, ce genre de publication arrive. Il est également important d'avoir une politique d'entreprise qui définisse l'utilisation acceptable des réseaux sociaux et donne des directives claires sur ce qui peut être posté. 45% des employeurs ont déjà instauré ce genre de politique, et 18% ont l'intention de le faire.

4.6 Les ressources pour le recrutement via les réseaux sociaux

Le recrutement par les réseaux sociaux requiert des ressources, au même titre que tout autre canal de recrutement.

Près de 50% des entreprises qui se servent des réseaux sociaux ne consacrent actuellement aucun budget au recrutement par ce biais. À peine 6% des entreprises disposent d'un budget de recrutement par les réseaux sociaux supérieur à 10% de leur budget RH. On s'attend à ce que ces budgets augmentent légèrement.

29% des entreprises ont au moins un employé responsable du recrutement via les réseaux sociaux. 67% des entreprises recruteuses qui ont répondu à l'enquête ont déclaré accorder moins d'une heure par semaine au recrutement via les réseaux sociaux.



4.7 Le recrutement via les réseaux sociaux : mythe ou réalité ?

Étant donné la présence croissante des entreprises/employeurs et des chercheurs d'emploi sur les réseaux sociaux, il convient de ne pas ignorer ce canal. Il offre quantité de possibilités à différents niveaux du recrutement. Les réseaux sociaux sont un bon véhicule pour la communication de la marque employeur et sont largement utilisés pour trouver des candidats et en apprendre un peu plus sur eux. En ce qui concerne les offres d'emploi par contre, les réseaux sociaux ont encore beaucoup de progrès à faire avant de donner les mêmes résultats que les autres médias. Les candidats et les employeurs s'accordent à dire que les réseaux sociaux sont un canal de recrutement valable qui vient compléter les canaux plus traditionnels, comme les sites d'emploi, mais ne les remplace pas.

Il apparaît ainsi évident que les réseaux sociaux peuvent étendre votre portée. C'est la raison pour laquelle StepStone est activement présent sur les réseaux sociaux. Les offres diffusées sur StepStone sont mis en avant via les Facebook fan pages de StepStone, mais ils sont aussi retweetés via différents comptes Twitter ciblés. En tant que client, vous pouvez demander à StepStone de configurer votre Fan page Facebook avec notamment une recherche sur vos jobs actuels (Facebook integration).

5. Conseils d'utilisation des réseaux sociaux dans le processus de recrutement

- ▶ **Sachez ce que vous cherchez à obtenir.** Vous contenter de suivre la tendance ne suffit pas – fixez des objectifs clairs. Sans une stratégie et des objectifs bien définis, votre organisation sera bien en peine d'évaluer les résultats de sa présence sur les réseaux sociaux.
- ▶ **Mesurez le Retour sur Investissement.** Les résultats de recrutement tels que la quantité et la qualité sont des paramètres mesurables dont vous devriez tenir compte. Souvenez-vous que la recherche et l'entretien des réseaux sociaux peuvent prendre un temps considérable.
- ▶ **Soyez patient.** Les recherches directes d'employés potentiels sur les réseaux sociaux, la sélection des candidats présentant les bonnes compétences peuvent prendre du temps – mais vous passerez la majeure partie de votre temps à attendre des réponses à vos demandes de contact. Ces réponses peuvent arriver plus tard que ce que vous vouliez, voire pas du tout : seulement 26% des entreprises reçoivent une réponse à la majorité de leurs demandes de contact.
- ▶ **Utilisez les réseaux sociaux pour optimiser votre campagne de recrutement.** En insérant un lien sur les réseaux sociaux vers vos offres d'emplois publiées sur d'autres canaux, vous atteindrez un maximum de candidats potentiels. Demandez à en savoir plus sur le Facebook Integration de StepStone.
- ▶ **Respectez la vie privée du chercheur d'emploi.** Soyez attentif aux restrictions légales relatives aux recherches d'informations sur les candidats potentiels. Même si les ressources sont libres d'accès, vous n'êtes pas toujours ni automatiquement autorisé à vous en servir à des fins de recrutement.
- ▶ **Suivez les règles.** Assurez-vous de respecter l'étiquette en matière de communication sur les réseaux sociaux ; le push marketing traditionnel ne fonctionnera pas. Les réseaux sociaux suivent des règles de communication différentes, fondées sur l'engagement de réelles conversations. Adopter une mauvaise approche de communication peut se retourner contre vous. Une communication ouverte avec les employés potentiels aura par contre des retombées positives sur la marque employeur.
- ▶ **Attirez l'attention sur votre entreprise.** Après avoir façonné votre marque employeur, il vous faut encore toucher le bon public. Les réseaux sociaux sont un canal supplémentaire où vous pouvez mettre en avant le message de votre marque employeur. Parallèlement à vos propres pages Carrière, les réseaux sociaux peuvent offrir un témoignage vivant de ce qu'est votre marque employeur.
- ▶ **Contrôlez votre réputation en ligne.** Vérifiez régulièrement ce qui a été posté sur les réseaux sociaux à propos de votre société. Une seule personne mécontente mais jouissant de nombreuses connexions peut vous porter gravement préjudice avec des messages négatifs à propos de votre organisation. Avec les bonnes tactiques de réaction, ces postes « négatifs » peuvent être réglés et tournés à votre avantage.
- ▶ **Instaurez une politique en matière de réseaux sociaux.** Une politique donnera à votre personnel des directives sur la façon de se comporter sur les réseaux sociaux au niveau professionnel. Développez vos propres directives internes et votre propre politique en matière de communication sur les réseaux sociaux afin d'éviter les communications préjudiciables venant de l'intérieur de l'organisation.

A propos de StepStone

Fondé en 1996, StepStone est l'un des leaders européens du recrutement en ligne. Ses sites d'emploi, présents dans plusieurs pays, génèrent 25 millions de visites et proposent plus de 260 000 offres d'emploi par mois. Ils ont pour objectif de trouver les candidats les plus adaptés aux attentes des entreprises et inversement. StepStone emploie environ 900 personnes qui s'attachent à fournir la meilleure qualité de service à une clientèle mondiale. Plus de 49 500 entreprises de renom, telles que PSA Peugeot Citroën, KFC, Siemens et Deloitte lui font confiance pour le recrutement d'employés et de cadres qualifiés, dans 9 pays d'Europe.

En France, StepStone compte 7 sites d'emploi (admincompta.fr, jobingenieur.com, jobtech.fr, marketvente.fr, sourcea.fr, stepstone.fr et technicien.com), et représente un volume de plus de 15 000 offres d'emploi. Un réseau social dédié aux ingénieurs (reseau-ingenieurs.com), et un service de micro-blogging emploi permettant aux recruteurs de partager leurs annonces sur Twitter (TwitEmploi.fr), complètent cette offre.

Depuis novembre 2009, StepStone est une filiale en propriété exclusive de la société berlinoise Axel Springer AG.

Table des figures

Figure 1. Présence des chercheurs d'emploi sur les réseaux sociaux	6
Figure 2. Utilisation des réseaux sociaux par les chercheurs d'emploi	6
Figure 3. Présence des entreprises sur les réseaux sociaux	7
Figure 4. Départements utilisant les réseaux sociaux en 2013	7
Figure 5. Entreprises européennes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement.....	8
Figure 6. Entreprises autrichiennes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement.....	8
Figure 7. Entreprises allemandes utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement	8
Figure 8. Entreprises françaises utilisant les réseaux sociaux pour le recrutement.....	9
Figure 9. Volumes de candidatures par canaux de recrutement et taux de satisfaction.....	9
Figure 10. Part des personnes recrutées par canal.....	10
Figure 11. Profils trouvés via les réseaux sociaux	11
Figure 12. Réaction face aux demandes de contact professionnelles.....	11
Figure 13. Actions de marque employeur sur les réseaux sociaux.....	13
Figure 14. Budget pour le recrutement via les réseaux sociaux.....	14
Figure 15. Ressources pour gérer les réseaux sociaux	14



www.stepstone.fr