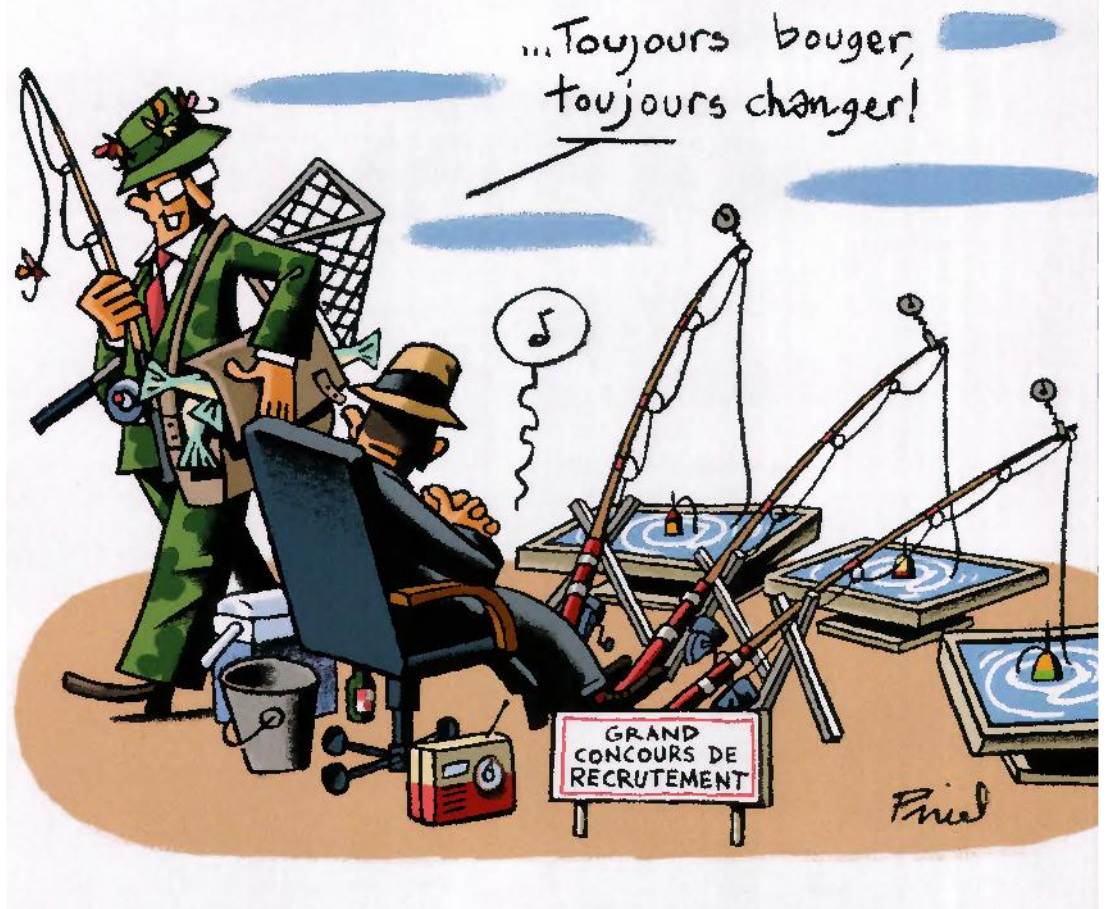




Essaye
la mouche...

Difficile
d'échapper
au web pour
recruter...
mais facile
de se prendre
les pieds dans
la Toile quand
on débute.
Conseils
pratiques.



Recruter sur le web : les clés pour se lancer

« **P**our recruter un chef cuisinier, nous avons passé une annonce sur *www.lhotellerie.fr*. Deux heures après la mise en ligne, nous recevions déjà des réponses et tout ça pour 139 euros ! » s'étonne encore Constance Rietzler, gérante de La Belle Ecole, organisme de formation spécialisé dans l'art de vivre, à Paris. Efficacité, simplicité, réactivité, coût... en matière de recrutement, le Net a changé la donne ces dernières années. Quel que soit le niveau du poste ou la taille de l'entreprise, le marché des annonces penche de plus en plus du côté d'inter-

net. Cette bascule concerne aussi les candidats, qui abandonnent massivement les traditionnelles lettres de candidature au profit de recherches centrées sur le web. Une enquête TNS-Sofres de 2006 révélait que 63 % de la population « mobile » (en phase active de recherche d'emploi) utilisait les *jobboards* (l'autre nom des sites d'offres d'emplois). Un phénomène qui, s'il a d'abord touché les cadres, dépasse les clivages de génération ou de catégorie socio-professionnelle : les candidats ne se bornent plus à consulter les offres sur internet, ils déposent en masse leur CV en ligne sur les « CVthèques », qui permettent aux employeurs de « faire leur marché » en piochant dans des milliers de CV virtuels.



Difficile – même pour les plus réticents – de ne pas être présents sur ce front quand le marché du recrutement devient de plus en plus tendu. Reste à maîtriser ces nouvelles règles du jeu. Il n'est pas si simple pour un dirigeant de profiter à plein de ces outils sans se perdre dans les multiples rouages des sites de recrutement. *L'Entreprise* vous propose une visite guidée pour bien vous repérer sur la Toile.

Des sites par centaines

La perte de repères commence avec le choix du support. Sur quel site publier l'offre d'emploi ? Fini le temps des annonces dans la presse où le recruteur pouvait foncer sans se poser trop de questions : entre le quotidien ou un gratuit local, deux ou trois supports nationaux, le choix était vite fait. Aujourd'hui, il faut se repérer dans une jungle de plus de 500 sites : généralistes comme Monster ou Keljob, spécifiques à un secteur ou un métier tels Jobtransport ou Super-secretaire.com, inscrits sur des marchés de niche comme soudeurs-enligne-fr.com, orientés vers les cadres (cadreemploi.fr) ou les ouvriers (ouvriers-enligne-fr.com), sans parler de ceux spécialisés sur les profils grandes écoles (anciens-grandes-ecoles.org)... Une profusion d'offres qui donne le tournis. Eric Lecamus, directeur d'e-consulting RH, préconise d'opter pour les plus gros *jobboards*. « L'intérêt des sites généralistes très connus, c'est leur puissance de frappe, assure-t-il. 80 % des utilisateurs de sites emplois sont sur l'Apec, Cadreemploi, Monster, Keljob et Regionsjob. » Ratisser large cependant n'interdit pas de mettre d'autres fers au feu. Comme Audrey Le Pichon, chargée de recrutement chez Verlingue, qui choisit le site en fonction de la nature du poste à pourvoir : Monster pour les profils informatiques, qui y sont très présents, Le Village de la justice pour les profils juridiques... « Il faut essayer plusieurs supports et comparer », conseille-t-elle. Ne pas hésiter non plus à demander des informations au commercial du site sur le profil des visiteurs.

La possibilité de tester plusieurs sites est favorisée par le faible coût d'une annonce, une notion bousculée avec l'avènement d'internet. Il faut oublier les petits formats de page au profit d'autres critères liés à la notoriété ou à la spécialisation du site. Avec une constante : des tarifs nettement inférieurs à ceux d'une annonce presse (voir l'encadré ci-contre).

La pertinence du site n'est pas forcément liée au prix des annonces. Pour preuve, le site de l'Apec, qui satisfait tous les dirigeants que nous avons rencontrés, est totalement gratuit ! Avantage supplémentaire, le recruteur a comme interlocuteur un

consultant et non un commercial. Une dimension conseil très appréciable quand on fait ses premiers pas sur la Toile. « Je passe actuellement par l'Apec pour embaucher plusieurs cadres, témoigne Christophe Fleury, directeur industriel de Jars Céramistes (26). Le conseiller a attiré mon attention sur ce qui, dans mon annonce, constituait l'idée force, ce qui devait être mis en avant. Ce "coaching" a porté ses fruits : en quinze jours, j'ai reçu une cinquantaine de candidatures très qualifiées. » Au chapitre des sites gratuits, il faut aussi citer celui de l'ANPE en se souvenant qu'il n'y a aucun lien entre l'annonce passée dans l'agence locale et le site internet. La diffusion de son offre sur www.anpe.fr doit donc faire l'objet d'une démarche spécifique sur le site.

Soigner l'annonce et la faire vivre

Une fois le ou les sites choisis, tout n'est pas pour autant bouclé. Certes, le recruteur est débarrassé du choix de la taille ou de la composition graphique de l'annonce, mais il doit faire en sorte que les candidats potentiels la repèrent, et ce n'est pas évident. En effet, sur un site, impossible pour l'internaute d'avoir une vue d'ensemble comme lorsqu'il parcourt les pages d'un journal. Sur le Net, place aux critères de recherche, ce qui limitera son champ de vision aux annonces correspondant à ses critères de sélection. Les pièges sont nombreux, à commencer par le choix du secteur de diffusion de l'offre. « Il peut différer de l'intitulé de la fonction, prévient Eric Lecamus. Pour une secrétaire commerciale, diffusez l'annonce dans le secteur commercial et non dans celui du secrétariat administratif. » La rédaction de l'annonce implique ►►

IL FAUT SE
REPÉRER DANS
UNE JUNGLE
DE PLUS DE
500 SITES DE
RECRUTEMENT



COMBIEN ÇA COÛTE

S'il existe autant de tarifs que de sites, les tarifs les plus élevés sont ceux des leaders généralistes type Monster ou Cadreemploi, qui font payer leur notoriété.

► PASSER UNE ANNONCE

Gratuit (apec.fr, anpe.fr...) ou payant. A titre d'exemple, 460 euros pour six semaines de diffusion sur Super-secretaire.com, et jusqu'à 600 euros pour les plus grands *jobboards* (Monster, Cadresonline...).

► ACCÉDER À UNE CVTHÈQUE

De gratuit (Apec) à 16 000 euros pour un abonnement annuel chez Keljob, voire 20 000 euros chez Monster. Ce dernier propose des abonnements à la semaine autour de 1 200 euros (400 euros pour rechercher sur une seule région). Enfin, il existe des packages intéressants lorsque l'accès à la CVthèque est couplé avec la diffusion d'annonces... et il est toujours possible de négocier.



“J’ai eu des réponses deux heures après la parution de l’annonce sur un site web”

Constance Rietzler, gérante de La Belle Ecole, à Paris

« papier », où il fallait attendre une nouvelle édition et parfois mettre la main au portefeuille pour changer trois lignes... Les entreprises ont donc tendance à ne modifier leur offre qu’en cas de grosse erreur dans la rédaction et/ou si les retours sont anormalement faibles. Or, sur le Net, modifier une annonce est gratuit, il faut en profiter. Une offre publiée en chassant une autre, des retouches régulières permettent d’ailleurs de conserver plus de visibilité. « Un rafraîchissement tous les dix jours », conseille Eric Lecamus, qui considère cette contrainte comme un plus : « Vous recherchez un responsable régional et, pour des raisons de coût, vous ne diffusez votre annonce que sur une seule région. Au lieu de la laisser un mois sur le Nord-Pas-de-Calais, rien ne vous empêche de la réactualiser en la diffusant sur l’Alsace au bout de dix jours, puis sur la Lorraine au bout de vingt, et vous toucherez ainsi davantage de candidats potentiels. » Une démarche proactive qui s’applique à d’autres étapes du processus de recrutement sur le Net.

► aussi quelques précautions nouvelles. Certes, rien ne change sur le fond par rapport au support papier – l’important reste de bien définir ses besoins en amont – mais la clé de l’efficacité se niche... dans les mots clés qui permettront de se faire repérer par les profils recherchés. En s’inspirant des conseils donnés pour la recherche en CVthèque (voir l’encadré page 67), il faut cibler les mots clés caractérisant le mieux le poste à pourvoir en se mettant à la place du candidat. Et, gare aux fautes de débutant, comme d’oublier les espaces entre « commercial » et « h/f », ou d’ajouter un « e » ou un « s », sous peine que le moteur de recherche ne fasse pas ressortir l’annonce alors que le candidat tape correctement les critères du poste.

Une fois l’annonce mise en ligne, l’erreur classique de beaucoup d’entreprises est de ne plus y toucher. Un comportement hérité du temps des annonces

Gérer les réponses en flux tendu

Diffuser une annonce sur un support papier n’obligeait pas l’employeur – sauf s’il donnait son numéro de téléphone ! – à être sur le qui-vive dès la parution. Le temps que l’offre paraisse, que les CV arrivent par La Poste, il n’était pas sous pression. Avec internet, c’est terminé. Les candidats répondent dans les minutes qui suivent la diffusion de l’annonce et s’attendent à des retours aussi rapides... Au final, les délais sont écrasés, c’est le règne de ►►

RÉSEAUX SOCIAUX : UNE NOUVELLE TENDANCE POUR RECRUTER ?

LinkedIn, Viadeo, Xing, 6nergies... ces réseaux sociaux peuvent constituer une piste complémentaire aux sites emploi au point que l’Apec vient de nouer un partenariat avec LinkedIn. Ces sites fonctionnent comme les réseaux professionnels traditionnels (recommandations, cooptations...), sauf que tout reste virtuel. On découvre les membres en consultant leur fiche personnelle,

qui contient leur CV plus ou moins détaillé et leurs centres d’intérêt ou d’expertise. L’utilisateur-recruteur peut explorer deux pistes. Si le site le permet, il peut diffuser une offre d’emploi, qui sera visible par tous les membres de la communauté. Sinon, il lui faut effectuer une recherche de profil comme dans une CVthèque. Il entrera alors directement en contact avec la personne ou passera

par un contact commun qui fera la mise en relation. « Repérer, puis entrer en relation avec une personne dont le profil nous intéresse est beaucoup plus long que sur un site d’emploi classique, reconnaît Marie Beaupré, DRH de Wonderbox [75], spécialisé dans les coffrets cadeaux. Mais cela permet de toucher des personnes qui n’ont pas forcément leur CV en ligne sur un jobboard. »



►► l'instantanéité et seuls les employeurs les plus réactifs parviendront à recruter. Marie-Line Jarry, DRH de la Compagnie Hobart (77), spécialisée dans la distribution et le service après-vente d'équipements pour les cuisines professionnelles, insiste sur la tendance « zapping » des candidats : « Avec internet, la dimension temporelle est déterminante, et j'ai demandé aux cadres qui recrutent de prendre contact avec les candidats intéressants immédiate-

ment. web démultiplient les retours car les candidats ne sont plus freinés par le coût d'un timbre ou d'une photo d'identité. Un clic de souris et leur réponse est partie. Yves Perrot a fondé sa SSII, Devsi (75), en 2004 et a lancé une campagne de recrutement sur www.anpe.fr pour trouver un développeur. « Peut-être mon offre était-elle mal ciblée, toujours est-il que j'ai reçu plus de 300 CV, du tout et du n'importe quoi, se souvient-il. Face à une telle vague, je n'ai pas pu répondre à tous et j'ai peut-être même loupé des candidats très intéressants. » Autre effet lié à l'informatique, nombre d'internautes sont abonnés à des systèmes de « pushmail » qui les alertent dès qu'une offre correspondant à leur recherche est publiée. En un clic, ils postulent sans même regarder le corps de l'annonce. Un système qui explique en grande partie le manque d'implication de certains candidats. Ces désagréments peuvent être évités en utilisant une nouvelle méthode de recrutement rendue possible par le web, la chasse aux CV.



“ Une offre non réactualisée tombe vite dans les oubliettes ”

Eric Lecamus, directeur d'e-consulting RH

PHOTO : ISABELLE LEFÈVRE POUR L'ENTREPRISE

ment, quitte à déléguer cette tâche s'ils sont en congé à ce moment-là. Si on ne crée pas le contact dès réception de la candidature, le candidat est souvent déjà passé à autre chose quand on le rappelle. » Le délai recommandé pour répondre ? Il varie bien sûr selon que l'on recrute sur un métier en tension ou pas : dans la journée, si possible. Mais les SSII qui recrutent des profils informatiques ultrapointus répondent dans l'heure...

A cette contrainte de réactivité, s'ajoute souvent l'obligation de gérer un véritable raz-de-marée de réponses. La simplicité et surtout la gratuité des outils

Une nouveauté : la chasse aux CV

Démarche totalement impossible avec l'offre papier, le système de la CVthèque inverse les rôles : ce sont les candidats qui offrent leurs services aux employeurs. Tous les sites d'emploi fonctionnent en effet sur le même principe double face : d'un côté, la possibilité de publier des offres d'emploi ; de l'autre, celle de consulter des CV. La méthode a ses avantages – les recruteurs peuvent faire leur marché en toute discrétion – et ses limites, comme le constate Audrey Le Pichon : « Même si, à première vue, les personnes sont en demande puisqu'elles mettent en ligne leur CV, elles sont pour beaucoup seulement en veille. Je tombe facilement sur beaucoup de personnes en poste, qui scrutent le marché, cherchent à savoir ce qu'elles valent, plus qu'elles ne recherchent véritablement un emploi. » A cela s'ajoute un phénomène classique : la volonté des sites de gonfler leur base de candidatures. Bien que ces derniers se targuent de supprimer tout CV non réactualisé par le candidat, il s'agit trop souvent d'une réactualisation artificielle, car le site prévient le candidat par e-mail que son CV va bientôt expirer et en un clic, le voilà de nouveau en ligne pour trois mois. Peu d'effort, beaucoup d'effets et les recruteurs s'arrachent les cheveux à force de contacter des candidats non disponibles ou peu motivés.

Du coup, la pêche en CVthèque peut se révéler chronophage. Sébastien Nau, responsable du recrutement au Comptoir Immobilier (29), conseil en immobilier de placement, a trouvé la parade pour



« La réactivité du recruteur est déterminante »

Marie-Line Jarry, DRH de la Compagnie Hobart

ne pas gaspiller son temps. « Je réalise d'abord un e-mailing de présentation du poste à pourvoir auprès de tous les candidats dont les critères correspondent au profil défini, confie-t-il. Je n'appelle que ceux qui répondent à ce mail. » Autre technique, plus radicale, mais plus coûteuse, déléguer ces tâches ingrates à un consultant. Non pas à un cabinet de recrutement classique, aux tarifs souvent prohibitifs pour une PME, mais à une structure spécialisée dans la présélection de CV sur les CVthèques. « On ne gagne pas seulement du temps, remarque Jérôme Lesage, adepte du concept. Par ce biais, j'accède aussi à la CVthèque Monster, ce que je ne peux m'offrir avec mon budget. » Comptez tout de même environ 2 000 euros pour qu'on vous dénicher au minimum entre trois et cinq CV qualifiés : cette méthode est intéressante si on ne recrute que ponctuellement. Enfin, une fois le CV en main, il faut veiller à ne pas brusquer les candidats lors de la première prise de contact. Pierre-Olivier Lompré, à la tête du cabinet de recrutement Azurhea, spécialisé dans les profils informatiques, rappelle les règles du jeu : « Même si la CVthèque est une vitrine et que les personnes sont là pour être contactées, mieux vaut ne pas entrer en relation avec elles de façon trop intrusive. Souvent en poste, le candidat peut être gêné de recevoir le coup de fil d'un recruteur potentiel sur son lieu de travail. Proposez-lui, plutôt par mail, de choisir un moment où vous pourrez le rappeler dans des conditions idéales. Faute de retour de sa part, contactez-le alors par téléphone et proposez-lui un autre rendez-vous téléphonique. »

Dernier conseil, mais pas des moindres : ne pas



oublier que la multiplication des canaux de recrutement donne des chances supplémentaires de pêcher le bon poisson. Sophie Hessenauer, responsable RH de Piscines Waterair, fabricant de piscines en kit (68), joue ainsi sur les deux tableaux : « Nous avons pris le virage internet, mais je passe des annonces dans la presse locale dans des secteurs ruraux où la lecture du journal local demeure une habitude bien ancrée. » Une quête tous azimuts est encore plus nécessaire dans les métiers en tension. « Nous recherchons en vain des charpentiers bois, se désespère Marie-Joëlle Hamon, responsable recrutement du constructeur de maisons à ossature en bois Cruard (53). Notre annonce sur pmebtp.com n'a rien donné. Dénicher de tels profils relève de la mission impossible, et même avec internet, il ne faut pas s'attendre à des miracles. »

■ Marianne Rey mrey@lentreprise.com
avec Daniel Rovira drovira@lentreprise.com



MARIE-PIERRE GOSSLIN,
consultante à
l'Association pour l'emploi
des cadres (Apec)

« DEVEZ-VOUS UN PRO DE LA CHASSE AUX CV ! »

Avec un CV imprimé en main, on reste influencé par la photo et la mise en page. Recruter dans une CVthèque suppose davantage de raisonner par compétences et donc d'avoir bien réfléchi en amont aux éléments sur lesquels on est prêt à

transiger... ou pas. Si une expérience dans l'automobile est impérative, entrez ce critère en premier. Ajoutez vos autres critères filtrants (région, langue...), dans l'ordre de vos priorités, jusqu'à ce que la base se réduise. Ne tapez pas que « automobile » mais

aussi « transport » car des candidats intéressants peuvent ne pas avoir été précis. Partez toujours du principe que les candidats ne s'expriment pas forcément comme vous, ne vous enfermez pas dans votre jargon, envisagez toutes les hypothèses. Si vous

recherchez ce que, dans votre secteur, on appelle un « ingénieur avant-vente », n'employez pas cet intitulé, mais utilisez « ingénieur commercial » et « ingénieur d'affaires » et faites votre recherche avec chacun de ces critères et/ou en combinant ceux-ci.