

Indeed - Marketing | FR - May 28, 2019 - Indeed vous donne la parole !

Bonjour à tous. Bienvenue sur ce webinar que nous organisons pour la première fois au sein de la rédaction de Décideurs, au sein du studio de Décideurs même et en lien avec Indeed.

Je suis ravie d'accueillir sur le plateau trois experts d'Indeed.

Bonjour messieurs.

Charles Chantala, Éric Gras et Alexandre Judes.

Ces trois experts sont à votre disposition pour répondre à toutes les questions que vous pouvez vous poser sur le marché du recrutement, le marché de l'emploi et bien sûr les solutions d'Indeed.

Alors pour commencer messieurs, je vais vous demander de vous présenter brièvement, d'expliquer un peu vos spécialités et les questions auxquelles vous pouvez répondre.

Charles, je commence par vous.

Merci beaucoup.

Je suis donc Charles Chantala, je suis Directeur Commercial de Indeed en France.

Je vous propose de répondre à vos questions sur la jeunesse d'Indeed, sa raison d'être, et puis plus spécifiquement les produits et les services que nous mettons à disposition des recruteurs.

Bien. Éric !

Bonjour ! Bonjour !

Je suis l'évangéliste pour Indeed en France.

Bravo !

Autrement dit, le spécialiste du marché de l'emploi et donc j'essaye humblement de répondre à toutes les questions que se posent les entreprises, les recruteurs aujourd'hui et en leur expliquant quels sont les comportements des candidats à travers la perception notamment d'Indeed grâce à nos données, on arrive à voir un certains nombres de choses et...

et aux sondages aussi qu'on fait auprès de cette population.

D'accord.

Il reste vous, Alexandre.

Bonjour ! Moi, je suis économiste.

Donc, je vais tout simplement analyser le marché du travail d'un point de vue économique avec les données Indeed et les données qui sont par ailleurs disponibles, des données publiques, d'instituts statistiques comme l'Insee, par exemple.

D'accord très bien. Alors merci.

Donc, l'intérêt du format webinar bien sûr, c'est l'interactivité donc, n'hésitez pas à poser toutes vos questions via le chat, nous en traiterons un maximum et si jamais il en reste certaines qui n'ont pas pu être traitées, les équipes d'Indeed s'engagent à vous contacter directement après la session pour pouvoir échanger avec vous.

Voilà !

Alors avant que les premières questions nous parviennent, moi-même, j'en ai certaines à vous poser messieurs.

Charles, je vais commencer par vous.

Le marché du recrutement est très dynamique.

Il y a pléthore de solutions innovantes, de job board spécialisé généraliste, au milieu de cette offre florissante, quel est l'apport d'Indeed ?

C'est vrai qu'il semble y avoir énormément voire trop de site d'emploi, mais finalement c'est mettre le doigt sur la raison d'être d'Indeed.

En réalité quand les fondateurs d'Indeed l'ont créé en 2004, ils ont justement estimé que le problème était la multitude de ces sources ou un candidat peut aller chercher des offres d'emploi.

Et donc finalement, les candidats sont perdus et leur idée a été de faire comme on l'a vu apparaître dans l'industrie du voyage pour la recherche d'un hôtel, un moteur de recherche qui va réunir en un seul endroit toutes les offres d'emploi disponibles sur internet.

Ce pari a emporté un franc succès finalement, puisque sans même faire de publicité en tout cas dans ces premières années, Indeed a réussi à devenir le site d'emploi le plus visité dans le monde, et c'est le site d'emploi de très loin le plus visité en France avec six millions et demi de visiteurs uniques.

Donc, ce pari côté candidat, il a bien marché.

Et puis la deuxième...

innovation disons la deuxième raison d'être d'Indeed, c'est que oui il y avait beaucoup d'offres pour les recruteurs aussi qui eux-mêmes sont un peu perdus face au nombre de solutions qu'ils peuvent utiliser, mais elles avaient toutes un point commun qui était qu'elles n'étaient pas basées sur un modèle à la performance, c'est-à-dire en général, je paye simplement pour poster mon annonce, mais le coût est le même que j'ai eu de très bons retours ou très peu.

Et Indeed a été la première solution sur le marché à proposer un système au coût par clic, c'est-à-dire héroïste.

Donc Indeed est la première plate-forme véritablement à la performance sur le marché du recrutement.

Ça fait une différence. Éric vous le disiez, vous êtes spécialiste de l'observation du comportement des candidats.

Quelles sont les grandes tendances que vous observez sur le marché de recrutement plutôt côté candidat ?

La première tendance va suivre exactement ce que vient de dire Charles, c'est que les candidats aujourd'hui cherchent quelque chose de simple, de rapide et d'efficace et de plus en plus mobile aussi.

73 % du trafic internet est mobile aujourd'hui.

65 % du trafic d'Indeed est mobile.

Donc, ce qui veut dire qu'aujourd'hui pour les recruteurs si on veut toucher le cœur des candidats et être efficace, il faut être "mobile friendly".

Donc, il faut que ces contenus soient adaptés vraiment au mobile.

Il faut aussi que le parcours candidat, c'est-à-dire la façon dont on va postuler, soit mobile. Alexandre va en parler après du taux de chômage et de la difficulté à trouver les bons talents.

Aujourd'hui, les talents sont sur-sollicités, en tout cas ils ont le choix.

Et donc, quand on a le choix on essaye d'aller vers la solution la plus efficace.

Donc, hormis le moteur de recherche, le site Indeed qui est simple, rapide et efficace, il faut qu'aussi derrière les annonces soient attractives pour faire la différence avec d'autres annonces.

Et il faut que le parcours candidat se fasse sur ce que j'appelle en "deux coups de pouce".

C'est l'idéal en tout cas.

Il faut toujours se mettre à la place du candidat qui a le choix.

Si je peux postuler en deux coups de pouce ou si je dois postuler et répondre à 15 questions dans un formulaire, à moins que l'entreprise et le poste m'intéresse vraiment énormément, si j'ai le choix je vais quand même aller vers les solutions plus simples, rapides et efficaces.

Donc, premier enseignement du jour, postuler en deux coups de pouce.

Si possible.

Alexandre, un peu comme je l'ai fait avec Éric, je veux bien que vous nous donniez une vision d'ensemble de l'état du marché du travail en France qui sera un peu la base de la suite de nos échanges.

Alors la vision d'ensemble, elle est relativement simple.

On a depuis 2015 un chômage qui baisse mécaniquement en France. À quoi c'est dû ?

C'est principalement dû à notre bonne croissance.

On est plutôt encore en haut de cycle donc c'est relativement facile pour l'économie française de créer des emplois.

Cette création d'emploi, elle a été aussi accompagnée par les mesures de politiques économiques qui ont été mises en place par les gouvernements depuis 2013, 2014.

Donc effectivement, on a aujourd'hui un chômage en France qui est à 8,7 %, qui est le plus bas depuis une dizaine d'années, mais qui reste plutôt élevé quand on se compare à d'autres pays de l'OCDE en particulier les États-Unis, l'Allemagne ou le Royaume-Uni.

Et ce à quoi c'est dû ?

C'est dû tout simplement à la rigidité de notre marché du travail qui reste encore...

C'est assez compliqué pour les entreprises à la fois d'embaucher et notamment parce qu'il y a effectivement une pénurie de talents qui fait que justement on est en haut du cycle donc le pouvoir de négociation surtout si on regarde les cadres, par exemple, on est plutôt du côté des demandeurs d'emploi, donc, assez difficile pour les entreprises de recruter, assez difficile pour les entreprises de se séparer de salariés, parce qu'on a historiquement un droit du travail qui est lui aussi assez rigide.

Et surtout aussi, on a un marché dual, c'est-à-dire que vous avez les salariés qui ont une bonne situation, qui ont un CDI et qui eux sont protégés par ce système, et les autres qui sont soit en emploi précaire soit en dehors du marché de l'emploi et qui peinent un peu plus à trouver ce qu'ils veulent sur le marché du travail.

Donc, le fait que ces deux monde aient un peu du mal à communiquer que les gens aient du mal à passer de l'un à l'autre font que notre appariement sur le marché du travail ne se passe pas très bien, et qu'on a du mal à faire baisser ce taux de chômage de 8,7 % encore plus qu'on le voudrait.

D'accord. OK !

On y reviendra peut-être sans doute plus tard.

Alors pour commencer, peut-être je vois les premières questions qui sont posées, c'est plutôt autour de l'offre d'emploi.

Éric, qu'est-ce qui fait qu'un candidat ou un collaborateur que quelqu'un commence à regarder les offres d'emploi sur internet ?

Ça se déclenche comment ?

Alors ça se déclenche...

Je dis souvent qu'il y a trois choses importantes dans la vie des gens, pas depuis la nuit des temps mais en tout cas depuis que le travail existe.

Quand on pose la question aux gens : Qu'est-ce qui est important pour vous dans la vie ?

C'est la famille, la santé et le travail.

Et les trois sont indissociables peu importe l'ordre dans lequel les gens vont le dire.

Et c'est trois choses vraiment importantes. Donc, tout à l'heure on parlait de...

la digitalisation, de l'aspect mobile, quand on cherche un voyage, un appartement, etc.

on voit en effet que les comportements vont vers ces moteurs de recherche, vers ces applications, sauf que là on n'achète pas une paire de chaussure, on cherche un nouveau travail.

Et le travail est très, très impactant pour les gens.

Et notamment, on voit que nous le premier critère de recherche sur Indeed est le lieu.

Donc en fait, même quand on est en poste, les gens regardent en permanence, c'est-à-dire sont en veille pour savoir s'il n'y a pas un meilleur travail plus proche de chez soi.

Alexandre vient de le dire, malgré un taux de chômage élevé, il y a quand même des tensions sur le marché du travail, donc des candidats qui sont sollicités malgré eux ou pas.

On peut être sur des réseaux socioprofessionnels ou pas.

En tout cas, la tendance, c'est qu'aujourd'hui à peu près 86 % des actifs en France regardent régulièrement les offres d'emploi et plus de 70 % le font tous les mois.

Donc, ça c'est énorme.

C'est-à-dire qu'il n'y a pas plus de 70 % des actifs qui sont au chômage en France.

Ce qui veut dire que quasiment tous ceux qui sont en poste sont plus ou moins en veille, en tout cas s'intéressent à l'emploi et ont un œil attentif à ça.

Et la deuxième chose, l'angoisse du DRH est vraie, c'est-à-dire que rien n'est jamais acquis.

Au-delà de la classique période d'essai, etc.

où d'ailleurs il y a quelques années la période d'essai, c'était le pouvoir du recruteur, aujourd'hui, c'est plutôt le pouvoir du jeune recruté qui peut aussi partir tellement il y a de sollicitations.

Mais le deuxième enseignement, c'est que...

une recherche vraiment active commence six mois avant d'avoir postulé.

C'est-à-dire que justement comme l'emploi est quelques chose d'hyper structurant, d'impactant pour sa vie personnelle, familiale, etc., on le fait quand même très rarement sur un coup de tête et donc, ce processus dure en moyenne six mois.

C'est-à-dire qu'en terme de visibilité, de communication de la part des entreprises pour ces candidats pas forcément visibles, eh bien, il va se renseigner, il va regarder, il va comparer notamment les notes, les avis, qui recrute quoi, où, quand, comment ?

Pendant à peu près six mois, avant d'enclencher vraiment la démarche de postuler.

OK.

Alors, je vais commencer avec les questions qui sont sur les annonces.

Je ne sais pas c'est à moitié vous, Charles, et à moitié vous peut-être, Éric ?

Alors, la première question est de Jennifer qui demande : "Par rapport aux annonces qui sont sponsorisées, comment peut-on faire pour travailler le roulement de la visibilité de l'annonce ?" Je vais m'en charger.

Eh bien allez-y ! Si ça vous va.

Merci Jennifer pour cette question.

Peut-être commencer par clarifier pour ceux qui ne sont pas forcément experts.

Je veux bien.

Experts en Indeed, ceinture noire en Indeed.

Comme je vous l'ai dit le principe de base, c'est qu'Indeed essaye de récupérer toutes les offres d'emploi disponibles sur internet.

Donc, par défaut normalement, vos annonces en tant que recruteurs sont déjà chez nous.

C'est ce qu'on appelle la visibilité organique, vous êtes gratuitement déjà sur Indeed, mais avec un inconvénient c'est que vous êtes un peu noyé dans la masse de toutes les annonces similaires qui peuvent apparaître et donc effectivement, la solution principale qu'on propose à nos partenaires, les recruteurs qui souhaitent davantage de candidats, c'est de sponsoriser leurs offres, c'est-à-dire les mettre en avant.

Très concrètement, elles vont apparaître en tête de page de nos résultats de recherches pertinents et pendant la durée de votre choix.

C'est-à-dire que si je souhaite avoir beaucoup de candidats, je vais investir une somme d'argent plus importante.

Je vous l'ai expliqué en introduction, on va déduire de ce budget uniquement si les gens cliquent effectivement sur ces offres.

Ça élimine le risque pour le recruteur.

Finalement, il est certain d'avoir quelque chose en échange de son investissement.

Et pour répondre très directement à la question de Jennifer, l'intérêt finalement de cette sponsorship, c'est que ça va mettre de côté un des critères qui est utilisé dans le roulement des offres gratuites, des offres qui apparaissent gratuitement donc le gros de nos annonces sur Indeed qui est l'ancienneté d'une offre.

Par défaut, on va présenter au candidat d'abord les offres les plus pertinentes bien sûr, mais si on ne sponsorise pas ces annonces, on va plutôt favoriser les offres plus fraîches car on sait que les candidats ont tendance à cliquer dessus plus souvent.

Ils pensent que cette offre à moins de chance d'avoir été pourvue, et il y a moins de chance qu'il l'ait déjà vue.

Le fait de sponsoriser des annonces va mettre de côté complètement ce critère et finalement c'est le recruteur qui devient complètement maître de la question de savoir : Est-ce que oui ou non il veut que son annonce continue à apparaître régulièrement ?

Donc, très concrètement quand on sponsorise, c'est la pertinence de l'annonce qui détermine si elle apparaît en tête de page, ainsi que le budget qui a été mis en place pour essayer de passer devant ces concurrents.

D'accord. Merci, c'est bien plus clair.

Allez-y Éric, je vous en prie. J'ai quelque chose à rajouter par rapport aux comportements candidat.

Quand vous allez sur Google, par exemple, vous tapez une question, vous avez la réponse.

La plupart des gens consultent une page, une page et demie sur Google, parce que vous n'avez pas forcément besoin d'aller plus loin pour avoir la réponse à votre question.

Sur Indeed, les candidats regardent en moyenne entre sept et huit pages.

Donc, c'est important d'avoir ça aussi en termes de visibilité, il n'y a pas que la première page qui compte, les candidats vont quand même plus loin.

Et après, il y a la concurrence des offres qui joue aussi.

C'est-à-dire vous tapez commercial à Paris, si vous tapez commercial à Paris aujourd'hui sur Indeed, vous devez avoir entre 38 000 et 42 000 offres d'emploi.

Mettez-vous à la place du commercial qui cherche.

Peut-être quelqu'un va faire le test pendant que vous parlez.

Il peut le faire. En général, je le fais régulièrement, en tout cas toutes les semaines et ça varie de 35 et plus de 40 000.

Donc c'est un poste ce qui est très demandé, et il y a plein de commerciaux différents.

Après, j'ai rien contre les Creusois, mais si vous tapez commercial à Guéret dans la Creuse, vous n'aurez pas 40000 offres, vous en aurez peut-être 15, 20 ou 25. Donc la visibilité là, même gratuite est plus forte.

Donc, il faut avoir ça en tête aussi où est-ce qu'il faut vraiment que je mette les moyens pour me différencier ?

Il y a des endroits où ce n'est pas nécessaire, il y a des endroits où il faut vraiment mettre un budget nécessaire pour être visible et se démarquer.

D'accord.

Alors, il y a une question de Corine qui est plutôt pour vous Charles je pense, et c'est sur le modèle d'Indeed.

Qui est... La question est : "Les annonces d'Indeed sont-elles déposées directement sur le site d'Indeed du coup ou bien Indeed va-t-il rechercher ces annonces pour les centraliser et les diffuser ?" Donc un peu de précision Charles.

Très bonne question, réponse courte, les deux.

Par défaut, notre métier bien sûr c'est de...

d'essayer d'aller chercher toutes les offres d'emploi automatiquement, et donc, si on peut.

Si Indeed a détecté et a trouvé un site carrière où il y a des offres que l'on peut indexer pour utiliser le terme technique, on va le faire et donc les offres seront reprises automatiquement.

En revanche, pour... je pense notamment aux entreprises qui sont en train de changer de site carrière ou qui n'en n'ont pas du tout, de très nombreuses TPE et PME, c'est d'ailleurs la majorité des offres d'emploi, n'ont pas...

de site dédié et donc ces entreprises-là peuvent venir déposer gratuitement leur annonce chez nous.

D'accord. Les deux.

Les deux et c'est ça qui permet à Indeed d'avoir toutes les offres d'emploi normalement disponibles en France.

D'accord. Très bien.

Alors je regarde une autre question.

Stéphanie. Donc que des femmes ce matin.

Le but... Oui, mais il y a que des hommes là.

On n'a pas fait exprès. Il y a moi, quand même.

Oui, de ce côté-là de la salle.

Heureusement que vous êtes là.

Donc là, c'est une question sur le sponsoring.

En fonction du budget qu'on met sur le sponsoring d'une annonce sur Indeed, est-ce que cela limite le nombre de candidatures et ou le nombre de clics ?

C'est pour toi.

Charles encore.

À nouveau !

Oui, tout à fait, c'est effectivement tout l'intérêt du modèle d'Indeed, ce que je disais en introduction, c'est que c'est un pur modèle à la performance. C'est-à-dire que le montant qui est investi va déterminer les résultats que vous obtenez.

Donc vous pouvez choisir d'investir un tout petit budget, parce que vous n'avez pas besoin de beaucoup de clics et beaucoup de CV.

Encore une fois, le budget n'est consommé qu'à chaque fois que quelqu'un clique sur votre annonce.

Donc, vous pouvez choisir de dépenser dix euros, vous aurez très peu de clics, vous pouvez décider de dépenser 100 euros, 200 euros.

Donc, c'est tout à fait proportionnel au budget qui est investi.

Et donc, ce que nous on propose finalement, c'est de faire des recommandations à nos partenaires recruteurs, de leur dire voilà pour ce type de poste, et vu les besoins dont vous nous parlez, on vous recommande de mettre à peu près ce budget, puisque ça devrait permettre d'avoir assez de clics et donc assez de CV pour recruter.

D'accord. Au vu des analyses que vous faites régulièrement.

C'est la fameuse approche héroïste que vous évoquiez pour démarrer.

C'est ça.

Très bien. Alors une autre question, une question de Jason, alors je la prends... j'en prends connaissance en même temps.

Alors, est-il prévu la mise en place d'une application Indeed de géolocalisation ?

Puisque les structures de recrutement national sont plutôt lentes et que Jason apparemment recherche une structure un peu plus rapide, un peu plus efficace et locale. Et donc se pose la question d'une géolocalisation avec un rayon de 200 kilomètres.

Afin voilà, de raisonner, donc comme vous évoquiez que le premier critère de recherche, c'est la localisation.

De raisonner plus efficacement sur ce critère si je suis bien la question de Jason.

Tu veux la prendre ? Ou je peux... Il y a l'info alors, l'appli, et puis après il y a le sujet.

Il y a effectivement le sujet du comportement du candidat, je laisserai Éric y répondre.

Mais sur l'aspect, disons, pertinence du modèle effectivement, Indeed a déjà réfléchi un peu à tous les modèles qui pourraient être les plus adaptés.

Ce que l'on a constaté, c'est que tous les candidats préfèrent entamer une recherche par deux champs très simples : Quoi ? Où ?

Voilà ce que je recherche et où est-ce que je le recherche ?

Je laisserai Éric élaborer sur notamment ce comportement de recherche.

Mais en ce qui concerne le modèle Indeed pour répondre directement à Jason, dès lors qu'un candidat de toute façon fait une recherche, par exemple, pour en revenir à notre poste de commercial à Paris ou en île de France, nous ne diffusons les offres d'emploi qui sont disponibles que dans un rayon de 25 kilomètres autour du lieu qu'il a entré.

Donc, oui, Indeed...

Même dans la Creuse ?

Alors il y a là...

le candidats a la possibilité d'élargir ce champ, il en est maître, mais par défaut toutes nos analyses montrent que c'est ce rayon-là qui donne en général la plus forte chance de présenter un résultat qui répond à la requête du candidat, et surtout un résultat auquel il a de forte chance de candidater et potentiellement d'être embauché.

Donc oui, Indeed a toutes les offres d'emploi du marché, mais on ne présente que les résultats de recherche qui collent à ce que potentiellement ce candidat souhaitait trouver.

D'accord. Éric, vous voulez compléter ?

C'est exactement ça, c'est-à-dire dans la priorité en effet, les candidats veulent des offres vraiment locales.

Et donc le rayon de 25 kilomètres est considéré par les candidats eux-mêmes comme la bonne distance, entre guillemet, vraiment locale et acceptable en termes de mobilité.

Parce qu'il y a des endroits où les transports en commun sont fréquents et des endroits où il n'y a pas de transports en commun.

Donc c'est pour cela qu'il y a ce rayon de 25 kilomètres.

Ensuite en effet, le candidat qui cherche sur Indeed peut choisir son rayon.

Donc, s'il met sa ville en priorité il peut mettre 25, 50,100 ou plus et après dans le "où" il peut mettre à la fois la ville ou il peut chercher par département, ou par région, ou par pays.

Donc, lui-même peut élargir en fonction de sa mobilité et souvent on voit que dans les comportements candidat, ils commencent d'abord par leur ville avec ce fameux rayon de 25 kilomètres, sachant qu'entre Paris, par exemple, où il y a une densité plus forte ou Guéret dans la Creuse, désolé, mais je vais continuer sur cette exemple, soit on a des offres toute de suite à Guéret dans la creuse où c'est très condensé ou après on sait qu'à 25 kilomètres c'est limité, il faut plutôt un rayon de 50 ou 75.

Donc souvent le candidat mais après la zone du département voire de la région.

Alors, j'ai pris connaissance de la question suivante pendant que vous parliez, Éric.

On veut vous demander un conseil.

"Qu'est-ce que je fais lorsque j'ai un candidat que j'ai pré-selectionné, j'ai échangé avec lui par téléphone, il est intéressé et il ne vient pas à l'entretien qui a été convenu, il ne se présente pas voilà.

Quel comportement adopter face à ce type de réactions ?" Qui, si je comprends bien la question de Louis, arrive souvent pour les candidats les plus jeunes, le fameux comportement génération Z, peut-être dont on entend parler même s'il faut parfois le déconstruire.

Quels conseils vous donneriez pour éviter peut-être cette situation ou la gérer une fois qu'elle se produit ?

Alors pour moi, ce n'est pas une question de génération.

Je le savais. Je l'avais annoncé le déconstruire...

Non, mais c'est important parce qu'on le voit peut-être que cette personne recrute principalement ce type de profils de cette génération mais s'il avait un panel représentatif, je pense qu'il pourrait vivre et subir, entre guillemet, les mêmes écueils quelle que soit la génération.

Le premier conseil que je peux donner, c'est d'être le plus réactif possible.

Je n'excuse pas les candidats, parce que la moindre des choses c'est de prévenir, mais ça a toujours existé et ça existera encore.

Et plus en effet les candidats sont sur-sollicités, il a pris rendez-vous, etc. et puis il y a une autre offre qui l'intéresse, il ne prend même pas la peine de prévenir.

Peut-être qu'il a trouvé une offre plus intéressante ou plus près de chez lui.

Donc, il faut être le plus réactif possible entre le moment où le candidat a postulé et le moment où vous l'invitez.

Après, selon la localisation et l'endroit où vous lui demandez de venir, juste une petite suggestion parce qu'on a quelques entreprises qui ont fait ce test-là.

C'est pas toujours simple, mais essayez de proposer un lieu de rendez-vous proche du candidat, soit proche de son lieu d'habitation, soit proche du lieu où il travaille déjà.

Je prends un exemple, vous êtes une entreprise basée à Marne-la-Vallée.

Vous habitez au cœur de Paris, vous travaillez au cœur de Paris, vous avez rendez-vous dans cette entreprise à Marne-la-Vallée.

Prendre les transports en commun ou votre voiture, rentrer tard, c'est après votre journée de travail.

C'est compliqué. Si vous avez une autre offre très intéressante dans l'arrondissement d'à côté, eh bien mécaniquement vous allez privilégier cela.

Si le recruteur, vous dit : "Vous travaillez à tel endroit dans le huitième, je vais venir".

"Vous terminez votre travail à 18 heures.

On se trouve à tel endroit", etc.

Déjà il y a un geste, un symbole fort de la part du recruteur envoyé au candidat : je m'intéresse à vous; je viens vers vous.

Alors, je sais que ce n'est pas tout le temps facile, etc, mais les conseils que je peux donner, c'est voilà d'être le plus réactif possible, de revalider même encore la veille : "On se voit bien demain ?" et pas uniquement par mail.

Donc plus on personnalise l'échange, plus on suit le parcours du candidat, plus c'est efficace.

Mais quelque part ça amène une réflexion plus globale sur le soin à apporter à l'ensemble du processus de recrutement.

Je sais qu'on dit en général le premier sujet qui est constaté chez tous, c'est que c'est trop long, c'est trop pénible, alors on ne pense pas assez à l'expérience candidat quand même. Même si on commence à en parler.

Voilà, vous avez des conseils, peut-être d'autres conseils pour compléter ceux d'Éric sur ce sujet du...

le process lui-même quoi, réfléchir au process lui-même.

Ouais, c'est vrai qu'en ce moment il y a un ...

Enfin une vraie attention qui est portée à la manière dont on traite nos candidats.

En toute humilité, Indeed essaye aussi d'appliquer certains des enseignements que l'on observe.

Lorsqu'on regarde les meilleurs disons exemples de nos partenaires recruteurs qui ont de bons retours, et aussi des études sur...

eh bien ce qui a été considéré par les candidats comme une très bonne expérience de candidature ou une très mauvaise.

Et c'est vrai que ce qui ressort le plus souvent, ce sont une certaine frustration qui est née parfois sans qu'on ne s'en rende compte tout simplement parce que la première, la deuxième réponse, ou la troisième réponse apportée au candidat suite à son dépôt de CV a été relativement longue, et la frustration numéro un qui ressort suite à des entretiens, c'est également le délai de réponse pour avoir un feedback sur la qualité de ces entretiens.

Donc là, c'est vraiment quelque chose sur lequel je pense qu'on peut tous travailler.

Le simple fait de réduire d'une journée, d'un jour, deux jours ,trois jours ces délais de réponse entre chaque étape constitue une première étape pour construire un début de confiance entre le candidat qui est potentiellement un futur collaborateur.

Ça augmente les chances qu'il se présente au rendez-vous suivant, ça augmente les chances qu'il se présente lors de son premier jour de travail si finalement on décide de l'embaucher.

D'accord.

Et oui? Donc vous pouvez vous nourrir de tous ces conseils.

Alors, la question suivante je pense qu'on peut la prendre sur un angle macro et peut-être plus restreint.

La question est d'Alexandre. Non, la question est de Bernard, pour Alexandre. Il se passe des choses.

Merci Bernard de parler au nom d'Alexandre.

Alors, la localisation est-elle un frein pour un chercheur d'emploi ?

Ça me donne envie de vous demander aussi à vous Alexandre, voilà, l'état de ces réflexions en fait sur...

sur l'échelle bassin d'emplois en fait, et puis il y a probablement une réponse plus pratico-pratique à apporter aussi à Alexandre via Bernard ?

Alors la réponse simple, c'est oui. Clairement, la localisation est un sujet pour les chercheurs d'emploi et c'est toutes les problématiques de mobilité qui ont fait éruption sur la place publique, notamment avec la crises des gilets jaunes.

Il y a d'ailleurs une loi en préparation sur l'immobilité.

Il y a un rapport de l'IGAS qui a été fait il y a quatre ans qui dit que si vous arrivez à bout du problème de mobilité en France, vous pouvez faire diminuer le taux de chômage de 1 à 2.5.

Quand vous avez un taux de chômage à 8,7, 8,5, 2,5 en moins c'est énorme.

Donc, représentez-vous le poids des questions de mobilité ?

Et alors, qu'est-ce qu'on peut faire on va dire pour...

pour essayer de contourner un peu ce problème, ce problème de mobilité ?

Il y a plusieurs choses.

D'abord, il y a la question de logement.

Il y a une étude de l'INSEE qui vous dit, par exemple, que quand vous avez des propriétaires dans une zone, en général vous rencontrez un taux de chômage plus élevé.

Parce que ces gens-là justement sont moins mobiles.

Pour bouger, ils doivent déménager donc il y a les coûts de transaction, il y a des taxes qu'il faut payer, donc ça coûte cher de bouger.

Donc ça, c'est le premier point, c'est celui du logement.

La réponse on va dire à la crise du logement en France, c'est un problème d'offre de logements. Il n'y a pas assez de logements sur le marché en particulier dans les métropoles justement là où les...

les bassins d'emploi sont les plus dynamiques.

Le deuxième sujet, c'est le transport.

Et donc là on est sur voilà, les questions qui sont liées à la voiture.

En général, la voiture ça coûte 6 000 euros par an donc c'est un budget.

C'est la question au niveau macro des infrastructures de transport.

Comment les développer, en particulier tout ce qui concerne la mobilité du quotidien ?

Donc il faut investir dans des tramways, dans des métros, dans des lignes de bus, et ça coût très très cher, et donc je ne vais pas...

on ne va pas se lancer dans un exposé des finances publiques pour...

Et ça prend du temps. Ça prend du temps aussi.

Il faut faire un autre webinar peut-être.

Donc on sent bien que c'est un facteur limitant.

Et donc il y a quand même une solution justement un peu pour contourner ce problème de localisation et de mobilité qui est directement à la portée des entreprises, et c'est tout simplement le télétravail qui se développe énormément en France selon les enquêtes il y a entre 30 et 40 % des salariés qui y ont accès, ou qui ont accès soit au télétravail soit qui sont eux-mêmes des télétravailleurs plus ou moins réguliers.

Donc effectivement, pour contourner ce problème de localisation et de mobilité, le télétravail c'est quand même un outil assez puissant qui est à disposition quasi immédiate des entreprises.

Le télétravail soit à domicile soit dans les espaces de co-working ce qui rejoint un peu ce que vous disiez.

À la limite, on pourrait trouver une solution à mi-chemin entre le domicile et le lieu de l'entreprise.

Absolument. Juste pour rebondir sur justement l'aspect comportement...

Avec plaisir.

... candidat. Quand on leur demande ce qu'ils recherchent, ce qui les attirent pour faire la différence entre une offre et une autre ?

La première chose, c'est la rémunération.

Alors, non pas que la rémunération fasse la différence j'insiste dessus, par contre quand il n'y a pas de rémunération annoncée, c'est un frein.

C'est-à-dire qu'aujourd'hui je gagne tant.

Il faut que j'aie la visibilité que telle offre, elle est dans ma fourchette.

Donc, ça c'est en termes de transparence.

Culturellement en France, on n'a pas l'habitude ou pas assez, en tout cas, de communiquer sur les rémunérations.

Pourtant c'est vraiment le premier élément qui est demandé par les candidats.

"Si je postule est-ce que déjà on ne va pas me répondre parce que mes prétentions sont trop élevées ?" "Ou je vais être engagé dans le processus mais ça ne sert à rien, puisque ça ne correspond pas à mes prétentions". Donc, en termes de transparence et de frein à lever, première chose, communiquer sur au moins une fourchette de rémunération.

Et la deuxième chose donc pour 48 % des candidats, c'est la flexibilité et que pour 43 %, la bonne localisation.

Donc, ça rejoint exactement ce que disait Alexandre, de plus en plus et même quand on a des transports en commun.

Je vais prendre un exemple, moi, j'ai une amie qui habite en région parisienne et qui travaille à la défense tous les jours.

Son entreprise pendant des années a refusé les aménagements d'horaires et le télétravail.

Et en fait, ils se sont dit : on va essayer, on va faire un test.

Ils ont fait un premier test sur un service puis un deuxième, puis un troisième.

Ils se sont rendus compte que les gens étaient beaucoup plus performants en offrant des plages horaires.

On peut arriver plus tard, commencer plus tôt, partir plus tôt, partir plus tard.

Et à partir du moment où on commence à faire confiance aux salariés, mais on n'a plus cette boule au ventre le matin de dire "j'arrive avec dix minutes de retard", "j'ai un problème avec mon enfant" "il y a eu un problème dans le train".

Eh bien, ce n'est pas grave je commence plus tard, je terminerai plus tard.

Et potentiellement d'avoir la possibilité en fixant pareil peut-être des créneaux, des horaires, des quotas, de pouvoir travailler de chez soi, ça ne rend pas les gens moins efficaces, ça les rend beaucoup plus investis.

Et c'est aujourd'hui, je viens de vous le dire à l'instant, mais ces chiffres augmentent à chaque fois qu'on fait ces sondages de plus en plus demandés par les salariés ou vos futurs salariés.

OK ! Flexibilité.

Oui.

Peut-être aussi pour rebondir sur ce que dit Éric, du point de vue, on va dire, des études comportementales économiques, il y a des choses intéressantes qui sont faites en ce moment.

Surtout quand on parle, on va dire, de bien-être et de bonheur des salariés au travail.

On s'est rendu compte que les facteurs de satisfaction n'étaient pas les mêmes que les facteurs d'insatisfaction.

Et donc dans les facteurs de satisfaction, vous avez effectivement, beaucoup la flexibilité qui revient.

Est-ce que je peux m'organiser moi-même ?

Est-ce que je vais avoir des facilités au travail pour avoir un petit déjeuner ?

Pour pouvoir m'absenter ?

Et dans les facteurs d'insatisfaction, il y a souvent des considérations monétaires.

C'est le salaire pour résumer, peut rendre un salarié malheureux.

Mais ça sera difficile de le rendre heureux avec de l'argent, en revanche on peut le rendre heureux avec plus de flexibilité.

Bien résumé.

Deuxième petite angoisse du DRH, mais enfin là il y a [RIRES]

une première solution.

Très bien. Alors la question suivante se concentre sur la CVthèque, c'est une demande de précision sur son fonctionnement, le nombre de CV qui sont conservés dans cette base de données.

La possibilité ou non d'avoir un essai gratuit.

Alors bonne question, je vois qu'effectivement, c'est plusieurs personnes, Céline, Isabelle qui posent ces questions.

Cette CVthèque très simplement c'était...

assez paradoxalement, disons, elle est dans la droite ligne de la philosophie d'Indeed à savoir présenter un service de qualité au candidat, mais sans aucune contrainte.

C'est-à-dire qu'il n'est pas obligatoire pour le candidat de créer un compte quand il veut se servir d'Indeed.

C'est une plate-forme où il va trouver tous les jobs gratuitement sans publicités et sans être obligé de s'inscrire.

Et puis paradoxalement, comme ça va lui faciliter la vie, on a énormément de monde qui a créé un compte et créé un CV sur Indeed.

Donc aujourd'hui, c'est devenu la plus grande CVthèque de France puisqu'il y a 6,4 millions pardon de profils dans cette série CVthèque Indeed.

Et on la met donc à disposition de nos recruteurs, notamment pour aller sourcer les profils les plus difficiles.

Ceux pour lesquels le simple fait de diffuser une offre d'emploi gratuitement ou même en payant ne suffira pas à générer suffisamment de candidatures.

Donc là, je pense vraiment à la couche la plus difficile de la population à chasser, et on pense toujours à nos développeurs, les développeurs JAVA...

C'est cela, les Data Scientists que tout le monde s'arrache.

Typiquement, on va être un petit peu contraints en tant que recruteurs d'aller effectuer la tâche la plus chronophage, et souvent la plus onéreuse qui est d'aller chasser nous-mêmes.

Et donc c'est dans ce cadre-là qu'on met à disposition notre CVthèque.

Pour répondre directement à Isabelle, tous les profils, ces 6,4 millions de profils sont visibles pour vous en tant que recruteur dès lors que vous avez un compte, c'est-à-dire que vous pouvez voir les CV pour en juger vous-même disons de leurs qualités.

En revanche, vous n'avez pas le détail des coordonnées, vous ne pouvez pas les contacter sans avoir acheter une licence.

Donc, notre CVthèque fonctionne sur un système de licence où finalement se sont comme des crédits.

Vous pouvez acheter, par exemple, 100 crédits.

Et la spécificité de ce mode de crédit, en tout cas c'est qu'il encourage une utilisation vertueuse, je dirais, de la CVthèque.

L'objectif ce n'est pas que nos candidats se fassent spammés.

Encore une fois, on est là pour essayer de les protéger dans leur expérience.

Et donc, pour favoriser justement ces approches de qualité de la part des recruteurs, nous allons rendre ce crédit à chaque fois que vous envoyez un message à un candidat et qu'il vous répond.

Parce que s'il vous répond, c'est qu'à priori au moins vous n'étiez pas tout à fait...

Vous aviez ciblé, vous aviez personnalisé le message.

Et s'il vous fait une réponse positive, on vous rend deux crédits.

Donc, finalement voilà ce n'est pas un...

On n'est pas dans un objectif de simplement vous limiter dans l'utilisation, on est là dans un objectif de dire : ciblez les bons candidats ne faites pas du mass-mailing du spamming, et vous pourrez chasser beaucoup de candidats avec potentiellement une, deux, trois licences seulement de CVthèque Indeed.

D'accord.

Et dernière précision, on vous offre des licences CVthèque dès lors que vous sponsorisez des annonces dans une certaine proportion, ça vous permet de la tester également.

D'accord.

Là aussi juste pour abonder en ce sens, lorsque la CVthèque était gratuite qu'on attestait que ça soit ouvert, on perdait énormément de candidats, parce que justement ils étaient sur-sollicités avec des mails groupés, etc.

Et donc on revient à l'expérience candidat, si Indeed a du succès, c'est parce que ça marche pour les candidats.

Donc, notre priorité, notre premier client, c'est le candidat.

Si ça marche pour les candidats ça marchera pour les entreprises et les recruteurs.

On est à 6,4 millions aujourd'hui, ça évolue très vite et les candidats restent parce que justement ils ne sont pas sur-sollicités.

Et ce principe de bonus-malus de crédit, c'est-à-dire que si vous faites bien votre travail et que le candidat vous répond, c'est-à-dire potentiellement la CVthèque ne vous aura rien coûté à part votre mise de départ, incite aussi à la personnalisation.

C'est-à-dire que; nous, on voit et on fait des tests avec les recruteurs; plus l'approche est personnalisée plus vous avez un taux de retour élevé entre 40 et 60 % de taux de retour positif de la part des candidats, ce qui est quand même énorme.

Donc, c'est ce que recherchent les candidats aujourd'hui.

Et en effet, depuis qu'on a instauré ça, on a plus de CV, plus de candidats parce qu'il n'y a que de l'approche qualitative.

La question suivante, c'est une question de Kevin.

Elle va dans le sens de cette notion de personnalisation que vous évoquiez.

Il veut votre avis, votre regard sur toujours le processus de recrutement.

Kevin considère que le plus important, c'est qu'à chaque fois qu'on a vu un candidat, c'est de prendre le temps de lui faire un vrai retour par oral.

Et voilà que dans cet univers très dématérialisé ça compte.

Donc, c'est un peu dans le sens de ce que vous évoquiez, et c'est la suite de nos échanges tout à l'heure.

Voilà, votre avis là-dessus si vous observez des différences selon que l'entreprise prend le soin de se contraindre à ce type de retour.

C'est ce qu'on dit un peu tous les trois depuis le début.

C'est-à-dire que le digital ne tue pas l'humain, il doit être à leur service.

Donc en fait, pour le recruteur il doit aider, faciliter comme pour le chercheur d'emploi.

Ce qui fait la différence, c'est la personnalisation, c'est le contact humain.

Donc en effet, quand on prend le soin d'être réactif, d'appeler un candidat plutôt que de lui envoyer un mail pour débriefer, pour lui dire aussi s'il n'est pas retenu.

Très important. C'est-à-dire qu'une réponse négative est aussi important si c'est n'est plus qu'une réponse positive.

Je ne vous ai pas choisi pour de telles et telles raisons.

Ce qui ne veut pas dire qu'on ne travaillera pas ensemble un autre jour.

Ce qui ne veut pas dire que vous êtes un mauvais candidat.

Mais ça aide le candidat.

Donc, c'est très important de faire des retours positifs comme négatifs.

Et ne jamais oublier que le monde est petit et la France est un village, on peut retrouver ce candidat un jour en face chez un concurrent ou autre.

Donc, c'est très important d'avoir tout ça, notamment pour les avis aussi qu'ils laissent.

Un candidat qui n'est pas retenu, mais qui a eu un bon parcours candidat pourra laisser un avis et aujourd'hui les...

les candidats regardent de plus en plus les avis sur les entreprises.

Donc, la perception sera bonne.

Donc, réactivité, personnalisation et en effet si on peut avoir un contact oral ou par mail mais personnalisé, où on voit bien que ce n'est pas un mail type, ça fait vraiment la différence absolument.

OK !

Alors justement, on va revenir sur cette notion d'avis, puisque c'est la prochaine question qui est posée par Coralie.

Sur ce sujet de la notation, on le savait bien qu'on allait y venir pendant ce webinar puisque ça se développe et ça ne cesse de se développer à une vitesse importante.

L'importance que ça prend dans les processus de recherche, donc je veux bien votre regard un peu global sur la notation, comment ça se gère.

Et la question de Coralie, elle est évidente, c'est : "Comment gérer un avis négatif parce qu'évidemment ça pose des obstacles après dans la recherche de candidats ?" Donc voilà, un petit peu un regard d'ensemble et une réponse pour Coralie.

OK ! Je vais peut-être me charger de la vision d'ensemble et de l'évolution des dernières années.

Très clairement ce qu'on observe c'est que...

Une immense majorité des candidats font de plus en plus des aller-retour entre l'offre d'emploi qu'ils viennent de trouver et une source d'information sur cette entreprise.

Donc, 83 % d'entre eux très précisément disent se renseigner sur l'entreprise avant de candidater.

Et on a à peu près les deux tiers qui disent que la réputation en ligne d'une entreprise est un facteur déterminant dans leur choix d'aller au bout ou non du processus de candidature.

Donc clairement, c'est devenu quelque chose de clé.

On l'observe bien sûr sur Indeed également, puisqu'on a un nombre d'avis et d'évaluations déposés par les candidats, par les employés en poste et les anciens employés qui a explosé, on est à plus de 100 millions d'avis d'évaluation aujourd'hui sur notre site.

Et l'année dernière, ces pages entreprises où on recueille tous ces avis ont été consultées un milliard et demi de fois. Donc, c'est absolument colossale.

Très clairement là, il y a un changement énorme qui a été initié il y a quelques années.

Donc, ça pose c'est vrai quelques challenges pour les recruteurs mais...

peut-être pour servir d'introduction à ce que pourra, je pense, nous dire Éric comme précisions.

Le point à retenir côté recruteur, c'est que la présence d'information, la transparence de manière spontanée sur la qualité de vie ou en tout cas l'ambiance au sein de votre structure sera toujours meilleure que l'absence d'information, c'est-à-dire, pour résumer des mauvais avis générerons finalement quand même plus de candidatures que pas d'avis du tout.

C'est à dire que les candidats trouvent ça plus suspect une entreprise sur laquelle il est impossible de se renseigner, et ils sont tout à fait lucides sur le fait que partout dans tous les environnements, on trouvera des détracteurs et des personnes qui au contraire apprécient leurs expériences.

Tout le monde a connu cette expérience sans doute d'avoir été frustré dans son emploi.

On est tous capable de lire un peu entre les lignes lorsqu'on sent un avis extrêmement négatif, sans doute que cette expérience s'est mal finie pour ce collaborateur.

Les candidats sauront faire la part des choses.

Si à côté de ça, il y a plusieurs autres avis qui sont soit mitigés, soit bons, ça leur suffira malgré tout de se dire : "Au moins j'en sais un petit peu plus sur les points positifs et négatifs de cette entreprise." Alors, mieux vaut un mauvais avis que pas d'avis du tout ?

En fait il faut des avis, il faut un panel.

C'est exactement ce que vient de dire Charles.

Si on prend l'exemple d'un site très connu qui compare les notations des restaurants ou des hôtels, c'est la même chose.

Alors, nous ce qu'on voit c'est que 83 % aujourd'hui lisent les avis et disent que c'est important quand ils se renseignent sur une entreprise.

Et comme pour ce site d'avis même quand il y a de la cooptation, la recommandation, les gens comparent.

Donc, même quand vous sortez de l'école.

On a posé la question à des jeunes ingénieurs qui font de la cooptation, qui sont approchés par des réseaux sociaux professionnels, etc.

même si on leur dit leurs proches, leur famille, leurs copains, leurs professeurs va dans telle entreprise, les gens comparent et regardent.

Et en effet le pire, c'est de ne pas avoir d'avis.

Qu'il y ait des avis négatifs, ça fait partie du jeu, et en effet si vous avez 15 avis seulement, c'est que des avis positifs, ça semble louche.

S'il y a 350 avis et que dedans il y a des avis négatifs, ça fait partie du jeu, c'est sain, voilà.

Après moi, ma recommandation, c'est d'y répondre.

Quand on vous pose des questions, quand il y a un avis négatif, c'est pas un drame.

Nous, on a des règles, on a une charte de qualité.

Donc, il faut que les avis négatifs soient quand même...

enfin répondent à certains critères.

Si c'est discriminatoire, si c'est insultant, etc.

Ça, on l'enlève.

Et si jamais ça passe entre nos mailles, on peut nous alerter pour faire le nécessaire.

Mais voilà, ça fait partie de la vie, et c'est important pour l'entreprise de dire mais c'est une vitrine et que dans mon entreprise il y a les hauts et des bas.

Il peut y avoir des bons et des mauvais parcours candidats.

Il peut y avoir des bons et des mauvais candidats aussi en termes de comportement.

Donc tout est possible.

Après voilà, le candidat fait la part des choses.

Et par contre ce qu'on constate, c'est que de plus en plus...

Charles en parlait, plus d'un milliard et demi de fois où les pages entreprises ont été vues.

En France aussi, ça prend une accélération très forte, alors que la France était un peu en retard culturellement par rapport aux pays anglosaxons.

Depuis 18 mois, même on voit une accélération vraiment exponentielle.

Et toute tranche et tout type de générations confondus, donc pas que la nouvelle génération, parce que nous on représente vraiment l'intégralité des postes, des métiers, et des tranches d'âges.

On voit que ça a un impact important et qu'en moyenne justement ils consultent aux alentours d'une dizaine d'avis.

Donc, ils ne regardent pas qu'un ou deux avis, ils prennent le temps de regarder un certain nombre d'avis pour se faire une idée.

D'accord. Alors, pour revenir sur....

Voilà, vous évoquiez la nécessité dans une démarche de transparence.

Mais Stéphanie qui travaille dans une startup nous interroge sur la façon, la meilleure façon d'être transparent sur le sujet clé comme on a bien compris de la rémunération.

Lorsqu'on sait qu'on ne peut pas proposer une rémunération si attractive que cela, voire qu'on est un peu en dessous du niveau du marché, comment on gère ?

Pour gagner du temps en fait. Moi, c'est ce que je dis toujours aux recruteurs.

Le candidat gagne tu temps et vous gagnez du temps.

À ne pas donner d'information déjà, vous perdez énormément de candidats.

Le marché pour ce type de métier est à 50 000 admettons, tranche de rémunération et vous proposez 40.000.

Si vous mettez une mauvaise tranche de rémunération, si vous ne mettez pas de tranche de rémunération, une grosse partie des candidats qui vont postuler chez vous sera dans cette fourchette de 50 000.

Donc, vous allez perdre du temps, faire des déçus qui en plus vont en parler autour d'eux.

S'il y a des copains qui cherchent, "ne postule pas là-bas ils payent moins cher".

Si vous affichez tout de suite que votre fourchette de rémunération est entre 35 et 40, vous aurez peut-être moins de candidats, mais vous aurez des candidats qui postulent en connaissance de cause.

Donc, la transparence de toute façon elle est recherchée par les candidats.

Et une fois de plus je pense qu'en tant que recruteur, on préfère avoir de la qualité plutôt que de la quantité, parce que la quantité dans le monde du recrutement est une charge de travail, est un coût supplémentaire.

Donc, parfois moins c'est mieux et de toute façon cette transparence, elle est vraiment bénéfique et recherchée par les candidats aujourd'hui.

Cette question de la notation suscite pas mal d'intérêts.

Alain nous pose la question de savoir si on peut effectivement affirmer que les mécontents s'expriment plus que les contents, ce qui est un peu le biais qu'on donne souvent au sujet de ces histoires d'avis.

Ouais, alors c'est vrai que c'est une perception assez fréquente, et on s'imagine en bon français d'ailleurs que ce sera encore plus le cas en France en général, d'entendre d'avantage les mécontents que les contents.

Il s'avère en tout cas dans notre domaine, dans le domaine de la recherche d'emploi et donc, de l'évaluation de...

mon expérience en tant que collaborateur, ce n'est pas tout à fait vrai, on peut le vérifier d'une manière assez simple.

Les notes données sur Indeed aux entreprises qui est vraiment la forme d'évaluation la plus simple, la plus basique qui ne rentre pas dans un niveau qualitatif de description du pourquoi, mais ces notes sont dans l'ensemble plutôt bonnes.

Il est très rare, il est assez rare en tout cas de trouver des entreprises donc la note moyenne telle que donnée par les collaborateurs et les anciens collaborateurs est en dessous de 2,5 sur 5.

Donc, en réalité on voit qu'on a des milliers et des milliers de collaborateurs qui prennent quelques secondes, quelques minutes pour aller dire voilà, l'entreprise que je viens de quitter ou alors l'entreprise dans laquelle je viens de fêter mes deux ans mérite quatre étoiles sur cinq.

Sur Indeed, ça se vérifie dans les notes que l'on observe sur notre site.

D'accord. C'est pas tout à fait vrai.

OK. Alors une question de Méline sur la page entreprise et comment la rendre la plus attractive possible ?

Tout le monde peut répondre quelque part, parce qu'il y a le fond et la forme.

Je peux me jeter à l'eau si vous le voulez pour lancer le bal.

On en a déjà beaucoup parlé, donc je ne vais pas trop détailler ce point-là.

Mais premier point, il faut s'en emparer pour jouer le jeu de la transparence.

On sait que les gens chercheront à se renseigner et dans les types d'information qui les intéressent le plus, ce sont tous les signes disons de transparence spontanée, en tout cas d'information, qu'ils arriveront à trouver. C'est pour ça que les avis et les évaluations déposés par les collaborateurs ont autant de succès auprès des candidats, parce que là on se dit que c'est quelqu'un comme moi qui donne son avis.

Et donc bien sûr, on peut aussi aller déposer sur les pages entreprises du contenu qui est un petit peu plus léché, c'est-à-dire, des vidéos corporate qui vont présenter l'entreprise.

Mais un des conseils qu'on pourra donner, c'est d'essayer de les rendre finalement les plus humaines, authentiques possibles.

On voit que les vidéos de présentation des entreprises qui ont le plus de succès sont celles qui ont l'air de présenter de la manière la plus naturelle possible le cadre de travail.

D'accord.

En quoi consiste tel métier, par exemple ?

Je vais aller présenter le département marketing de mon entreprise.

Lorsque ce sont les collaborateurs...

qui parlent de leurs jobs, et non pas la direction de la communication ou bien le Directeur des Ressources Humaines, qui fait une présentation parfois un peu aseptisée ou lisse, disons, de ces jobs-là, cela à plus de succès et ça se manifeste aussi sur la forme.

Ce n'est pas la peine d'essayer d'avoir le plan parfait, ce n'est pas du cinéma et donc potentiellement une forme un petit peu plus artisanale, ou en tout cas qui a l'air effectivement d'être fait de manière très humaine et authentique, a plus de succès.

Donc, créer du contenu mais sans qu'il ne soit nécessairement, exagérément poli et lissé pour montrer qu'on joue le jeu de la transparence, pour essayer de parler de son entreprise en toute authenticité.

D'accord. Alors, ce que vous dites répond en partie mais pas tout à fait à la dernière question qui nous est posée puisqu'on m'a dit que c'est...

la dernière question que nous pourrions prendre après notre temps sera écoulé.

Donc, c'est la question de Corine qui souhaite savoir... Alors, premièrement, si vous faites une vérification sur le contenu de l'annonce ou sa structuration, et ensuite si vous accompagnez le recruteur en lui donnant des conseils pour que l'ensemble de son offre d'emploi soit plus attractive.

Alors, il y a une première vérification qui est effectuée pour toutes les offres d'emploi disponibles sur Indeed, c'est encore une fois l'objectif de répondre à notre promesse candidat.

Oui, tout le contenu d'accord mais un contenu de qualité.

Ce que l'on vérifie déjà de manière automatisée, ça va être s'assurer que ce ne sont pas des doublons d'annonces, que ce ne sont pas des annonces frauduleuses et en tout cas qu'elles respectent évidemment tous les critères de la loi.

Ça, c'est une partie du contrôle qui est effectué, mais pour répondre plus directement à la question de Corine sur plutôt la question de l'accompagnement que l'on peut fournir à un recruteur pour que son annonce non seulement bien sûr respecte la loi et certains critères de base.

On va effectivement accompagner nos partenaires.

Donc, les personnes qui travaillent avec Indeed pour sponsoriser leurs annonces, ont toujours un point de contact chez Indeed.

Ils en ont même en général deux, une personne qui va les suivre en permanence, puis un profil un peu plus technique qui va leur donner des conseils sur le titre de poste qui va avoir le plus de succès, qui a le plus de chance de ressortir en tête des résultats de recherche, sur la manière de décrire ce poste pour que les candidats aient plus de chance après l'avoir lu d'aller au bout de la candidature.

Donc effectivement, on propose un accompagnement assez spécifique sur la base de l'expertise qu'on peut avoir.

Industrie par industrie, mais aussi bassin d'emploi par bassin d'emploi.

Mais plus largement, il y a le Hiring Lab que je pense que vous pilotez un peu plus directement Alexandre et donc là finalement, ça fait des conseils un peu plus macro, mais pour suivre les tendances du marché ça peut venir compléter je suppose l'approche plus pratico-pratique que vous évoquez. Qu'est-ce qu'il y a un petit peu dans ce Hiring Lab ?

Alors, le Hiring Lab, c'est tout simplement l'institut de recherche d'Indeed.

Donc effectivement, on va donner aux entreprises et aussi aux chercheurs d'emploi des clés pour pouvoir analyser le marché du travail d'un point de vue économique aussi.

Mais si vous allez sur le blog Indeed, il y a aussi tout un tas d'information qui sont moins axées sur le point de vue économique, qui sont plus du point de vue recrutement et qui vous permettrons justement de faire un peu le raccord entre les deux mondes, entre le macro et le micro.

Donc voilà, si vous voulez des informations sur à la fois le comportement des candidats, le contexte qui est aussi extrêmement important pour pouvoir prendre des décisions, des décisions RH dans le marché du travail français actuel, vous pouvez aller sur le site, sur le blog Indeed, où vous pourrez retrouver l'ensemble de nos publications.

Les webinars spécifiques y sont mis en replay et puis on met également notamment via un blog récent, un article récent dans le blog et avec dix astuces pour créer un contenu efficace de qualité.

Donc, pour répondre à la question de Corine, elle pourra retrouver cet article dans le blog.

Donc Corine, elle va passer une heure sur le blog et le site d'Indeed.

Pas de problème.

OK ! Très bien.

Merci à tous les trois. C'était la dernière question que nous avons le temps de prendre, comme je l'ai annoncé de toute façon tous ceux qui n'ont pas trouvé de réponse à leurs questions peuvent vous solliciter à la suite de ce webinar.

Je crois qu'avant de clôturer vous vouliez faire une annonce, Charles ?

Pour un petit peu les actualités d'indeed.

Ouais, je voulais inviter les participants à ce webinar ou ceux qui vont le regarder en replay à venir nous rencontrer en personne.

Donc ça serait avec plaisir pour échanger sur certains des sujets qu'on a évoqué aujourd'hui mais plus spécifiquement, nous organisons deux événements au cours du mois de juin au cours desquels nos partenaires peuvent venir nous rencontrer.

Donc le 11 juin, au Pavillon Gabriel à Paris, nous faisons un événement Indeed Explore donc le sujet sera comprendre, séduire et engager les talents à haut potentiel.

Vous pouvez donc vous inscrire soit en répondant à l'e-mail que vous avez reçu pour l'invitation à ce webinar, soit simplement en écrivant dans le chat, on vous recontactera. Et le deuxième aura lieu à Marseille le 25 juin à la Casa de Lose.

Très bien. Merci à tous les trois pour l'ensemble de vos réponses.

Il me reste à vous préciser la date de notre prochain rendez-vous, puisqu'un prochain webinar se tiendra le 13 juin et aura pour thème la marque de l'employeur.

Voilà, merci à tous pour votre participation, et merci à vous trois pour vos expertises.

Merci.

Au revoir !