

Le recrutement sur les réseaux sociaux : avantages et stratégie

Farida Mahieddine

Enseignante

Ecole Supérieure du Journalisme et des Sciences de l'Information.

faridamahieddine@yahoo.fr

Résumé

Dans un monde en pleine mutation marqué par la transparence et l'internationalisation, les entreprises se trouvent dans l'obligation de s'adapter aux changements qui s'opèrent dans leur environnement, en s'attelant à modifier leurs modes de gestion et de recrutement.

En effet, l'entreprise qui cherche à capter les meilleurs candidats n'a que recourir aux réseaux sociaux les plus populaires tels que Facebook, LinkedIn, Viaduc ou autres.

L'utilisation de ces réseaux est donc d'une extrême importance, par ce qu'elle permet aux employeurs de gagner en termes d'efficacité et d'efficience, d'atteindre les meilleurs candidats et d'établir un dialogue avec les candidats potentiels.

Cependant, le recours à ces nouveaux moyens de communication n'est pas une mission facile. Il requiert une stratégie bien élaborée qui consiste à fixer des objectifs, établir un plan, évaluer l'image de marque, entrer en contact avec des candidats officiels et évaluer les résultats obtenus.

Le recrutement sur les réseaux sociaux: avantages et stratégie

1. Qu'est ce qu'un réseau social

La notion de réseau social a une acception ancienne. Elle a été élaborée par des sociologues et des anthropologues dans le cadre de réflexions concernant l'organisation des sociétés humaines. Selon Pierre MERCKLE, « Un réseau peut être défini comme un ensemble de relations entre individus, ou comme un ensemble de triade ou d'agencements typiques de plus grande taille, ne connaît vraisemblablement pas de frontières ni de délimitation tranchée ». ¹

Un réseau social est défini comme « une structure définie par des relations entre des individus »².

Il est donc l'ensemble des liens qui lient un individu aux personnes de son environnement, tant professionnel que personnel. En ce sens, chacun d'entre nous évolue dans un réseau social, composé de plusieurs sous réseaux, segmentés eux mêmes en plusieurs éléments. Ainsi, le sous réseau famille se décompose en éléments, tels famille propre (conjoint, enfants), famille proche (parents, beaux-parents, frères, sœurs), et famille éloignée (cousins). Et encore, ces éléments sont susceptibles de varier d'un individu à

¹ MERCKLE Pierre, **Sociologie des réseaux sociaux**, Paris, La découverte, 2004, p.11

² Le Petit Larousse Illustré, Edition Larousse, 2005

l'autre. De même dans un environnement professionnel, les collègues, les fournisseurs, les clients.

L'avènement de l'Internet à haut débit, et son accès au plus grand nombre, ainsi que le développement du Web 2.0 ont permis la création de toute une série de médias permettant de formaliser ces réseaux sociaux électroniques. Ainsi, plusieurs ont vu le jour depuis quelques années sur Internet, Friendster d'abord, puis MySpace. Avant tout grand public, nécessité de marché oblige, ces médias se sont vu adjoindre rapidement des versions plus professionnelles, plus orientées business, telles LinkedIn, Xing, ou encore Viadeo. Ces derniers sont les réseaux sociaux professionnels électroniques. Les communautés MSN de Microsoft peuvent être considérées comme un des premiers réseaux sociaux opérationnels. Nous avons d'ailleurs migré l'une de ces communautés vers l'un des réseaux du marché.¹

Depuis le début des années 2000, l'apparition du Web 2.0 a permis de développer les réseaux sociaux grâce aux différentes communautés en ligne. Le but des réseaux sociaux sur internet est de conforter, retrouver, créer des relations avec des personnes et de pouvoir interagir avec eux à l'aide des messageries virtuelles.²

¹ PISANI Francis, PIOTET Dominique, **Comment le web change le monde L'alchimie des multitudes**, Paris, Pearson Education France, 2008, p 85

² Romain RISSON , **les réseaux sociaux Facebook, Twitter, linkdine, viadeo, goggle+ comprendre et maitriser ces nouveaux outils de communication**, ENI édition, 2eme édition France, 2011 , p31

2. Recruter ou se faire recruter sur un réseau social

Les réseaux sociaux sont un moyen d'être visible sur Internet et de se faire ainsi repérer par des entreprises et/ou de se faire chasser par des recruteurs. Les réseaux professionnels comme LinkedIn et Viadeo permettent par exemple de décrire ses expériences professionnelles pour constituer un CV en ligne. En effet, S'inscrire sur un réseau social professionnel permet de rester en contact avec d'anciens collègues, collaborateurs, patrons, clients ou fournisseurs qui pourront demain offrir des opportunités de collaboration dans leurs entreprises. Le principe de recommandation (supérieur, collègue, collaborateur, client, fournisseur), qui donne une crédibilité à un profil, a une utilité dans la recherche d'emploi car il implique la personne qui émet l'avis¹.

L'inconvénient réside dans le fait que les recommandations sont valables pour un réseau donné et qu'à chaque inscription sur un autre réseau social professionnel, le processus de demande de recommandation est à réitérer.²

¹ Ibid, p50

² Ibid p 50

3. Avantages du recrutement sur les réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement permet aux entreprises de :

3.1 Devenir l'employeur de choix

Lorsque l'entreprise est présente sur Internet, cela envoie un message positif aux candidats potentiels : elle est connectée et sait comment communiquer avec eux. Être l'employeur de choix signifie que les candidats veulent travailler pour l'entreprise en question et vont diffuser ce message dans les réseaux sociaux, ce qui va donner de l'importance à la marque et à ses messages.

3.2 Atteindre les meilleurs candidats

Les utilisateurs des réseaux sociaux sont généralement des « précurseurs » dans le domaine et tendent à être plus habiles avec les nouvelles technologies. Ce sont des caractéristiques que la plupart des entreprises recherchent chez leurs candidats potentiels, et les réseaux sociaux leur offrent un moyen rapide d'entrer en contact avec eux. Il suffit de taper “ Directeur marketing ” et le secteur cible pour retrouver rapidement des profils ad hoc. Il ne reste plus qu'à leur proposer un package approprié et tentant. Le réseau met en lumière et au grand jour les compétences au sein de l'entreprise.

3.3 Améliorer le retour sur investissement

Les réseaux sociaux permettent de réduire les coûts de recrutement et d'augmenter le retour sur investissement

de façon significative. En postant et partageant des offres d'emploi sur Facebook , on obtient de meilleurs résultats qu'en publiant une seule description dans les petites annonces. La valeur potentielle dépasse donc largement le coût.

3.4 Trouver des candidats difficilement accessibles

Lorsqu'il y a beaucoup de compétition, identifier le meilleur candidat peut s'avérer difficile. Les réseaux sociaux, comme LinkedIn et Facebook, permettent d'approcher des candidats passifs ou difficiles à trouver et que l'entreprise ne pourrait probablement pas contacter par d'autres moyens.

4. La stratégie de recrutement sur les réseaux sociaux

Il est important de comprendre la meilleure manière d'exploiter les réseaux sociaux. En effet, il serait facile de se décourager devant tous les outils disponibles aujourd'hui et ceux de demain. Toutefois, les sites Internet et les outils sont seulement une partie de l'équation. Comme pour chaque initiative, il faut passer du temps à définir ses objectifs, afin de pouvoir les atteindre. Selon le Human Capital Institute (HCI), il existe un procédé en sept étapes par lequel il faut passer avant de se lancer dans le recrutement sur le réseau social Facebook :¹

¹Dustin Cann, « What's Your Social Recruitment Strategy? », blog du Human Capital Institute, mars 2010, <http://www.hci.org/lib/what-s-your-social-recruitment-strategy>

1. Quels sont les objectifs (hors RH) de notre entreprise ?
2. Où en est la planification de nos effectifs par rapport à ces objectifs ?
3. Où manquons-nous de talents pour mettre en application la planification de nos effectifs ?
4. Quels types de technologie sont à même d'attirer les candidats dont nous avons besoin ?
5. Jusqu'à quel point sommes-nous prêt à nous engager?
6. Comment faire pour que le contenu de notre site reste d'actualité ?
7. Par où commencer ?

Après avoir répondu à ces questions, on peut suivre les étapes suivantes pour planifier et

lancer la stratégie de recrutement sur le réseau social :

Établir un plan : les réponses aux sept questions ci-dessus serviront de base au plan de recrutement sur les réseaux sociaux. Elles nous guideront concernant les outils à utiliser, le temps à passer sur réseau social et la façon de tenir à jour son contenu.

Évaluer l'image de marque : il faut également rechercher sur Internet le nom de l'entreprise ou les postes qu'elle propose pour savoir qui promeut ses offres d'emploi. Ceci lui donnera un bon aperçu de ce qui se dit sur elle et lui permet d'identifier ses partisans et ses détracteurs, et utiliser ces informations

pour contrôler la manière dont les candidats perçoivent la marque. Il faut également continuer à contrôler l'image de marque pendant toute la mise en place du programme de recrutement sur le réseau social.

Entrer en contact avec des candidats potentiels : il faut être actif sur le réseau social en établissant un dialogue avec des candidats potentiels. Il faut également être franc, réaliste et direct. Les candidats qui utilisent Facebook s'attendent à ce que l'entreprise soit transparente et abordable. Si elle se cache derrière un profil anonyme, ils risquent de se méfier.

Évaluer les résultats : il faut évaluer les résultats pour que l'entreprise comprenne où elle en est aujourd'hui dans ses efforts de recrutement et si le recrutement sur les réseaux sociaux génère une valeur ajoutée. Et ce, en mettant en place des repères en surveillant des indicateurs clés des efforts de recherche et de recrutement actuels.

Conclusion

En guise de conclusion, il serait judicieux de souligner que les réseaux sociaux sont, aujourd'hui, des moyens de communication incontournables pour les entreprises qui cherchent à recruter les meilleurs candidats disponibles sur le marché du travail. Ils permettent, en effet, aux recruteurs de dénicher les candidats les plus qualifiés qu'ils ne pourraient pas contacter autrement.

Cependant, le recrutement sur les réseaux sociaux nécessite un savoir-faire spécifique et une stratégie bien définie, car nous ne sommes qu'aux prémices de leur utilisation.

Bibliographie:

MERCKLE Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, La découverte, France, 2004

PISANI Francis, PIOTET Dominique, **Comment le web change le monde L'alchimie des multitudes**, Paris, Pearson Education, France, 2008, p 85

Romain RISSON , **les réseaux sociaux Facebook, Twitter, linkdine, viadeo, goggle+ comprendre et maitriser ces nouveaux outils de communication**, ENI édition, 2eme édition , France, 2011

Dictionnaires :

Le Petit Larousse Illustré, Edition Larousse, 2005

Blogs:

Dustin Cann, « **What's Your Social Recruitment Strategy?** », blog du Human Capital Institute, mars 2010, <http://www.hci.org/lib/what-s-your-social-recruitment-strategy>

Dr John Sullivan, « **The Many Benefits of Social Network Recruiting: Making a Compelling Business Case** », blog ere.net, consulté le 2 Janvier 2015 à 16h13 EST), <http://www.ere.net/2015/01/02/the-many-benefits-of-social-network-recruiting-making-a-compelling-business-case/>