

# « VOTRE NOUVEL EMPLOI VIA LES RESEAUX SOCIAUX ? »

Compte rendu de la conférence organisée par FRES et BAE,  
le 03/02/2015, à Fourqueux (78).

## Les intervenants :

- **Jacques Froissant:** fondateur d'Altaïde, société de conseil et de recrutement, « chasseur de têtes » et pionnier des pratiques 2.0  
Co auteur de « Guerilla marketing pour trouver un emploi ».
- **Laurent Rignault:** spécialiste des réseaux sociaux, fondateur des agences «XPERT is Me»(Agence conseil en marketing et communication digitale, référencement, ) et « SOS-e-réputation ».  
Auteur du « Manuel Social Media marketing, comprendre les réseaux sociaux ».

## Constat concernant la recherche d'emploi :

- En faisant les démarches classiques sur les sites spécialisés emploi et en consultant les petites annonces, on a accès à 30% du marché de l'emploi réel. 40% à 60% des recrutements se font sur le marché dit "caché" : cooptation, réseau etc.
- **Obtenir un emploi est un travail à plein temps**, qu'on doit gérer comme tel : hygiène de vie, horaires réguliers, ce n'est pas une activité secondaire pendant une période de congé
- Pour être efficace, il est nécessaire d'utiliser les bons outils, avec une stratégie construite multicanale, un équilibre entre travail sur ordinateur et rencontres extérieures (ateliers, salons, RDV...)

## Historique sur l'évolution du web et de ses usages :

**Web 1.0** : peu d'utilisateurs, peu de sites (250 000), information descendante du webmaster vers les lecteurs ;

**Web 2.0** : ère du User Generated Content : les utilisateurs sont contributeurs des sites qu'ils consultent, les volumes de sites, de contenus et d'internautes sont démultipliés (80 000 000 sites recensés en 2006) ;

**Web 3.0** : ère du Semantic Web : le Web propose à l'utilisateur proactivement des contenus correspondant à son profil, autrement dit chacun est connu du web via des algorithmes définissant chacun par des mots-clés.  
Le trafic est généré pour plus de 25% par des appareils mobiles (smartphones, tablettes etc) ; 600 000 000 sites recensés.

## Les Réseaux Sociaux Professionnels (RSP) : une révolution pour le marketing et le recrutement

Le marketing et le recrutement sont devenus digitaux, remplaçant les supports, pratiques et outils traditionnels :

- 50% des recruteurs utilisent les réseaux sociaux, notamment les petites PME (par manque de moyens) et les grands groupes (à l'écoute des innovations). Les PME moyennes ont un profil plus traditionnel et sont un peu moins avancées.
- En termes de secteurs, les plus grands utilisateurs de digital sont l'univers high tech / IT et les services B2B (services d'entreprises à entreprises)
- Les recruteurs utilisent les RSP (Réseaux Sociaux Professionnels) pour :
  1. identifier et valider les profils
  2. chasser et contacter des profils
  3. publier des offres d'emploi
- et en effet, ils y trouvent :
  1. un large vivier de candidats (40 millions sur LinkedIn dont 9 millions en France pour 9 millions sur Viadeo, LinkedIn ayant une croissance supérieure, contre environ 600 000 sur des sites classiques recensant les CV)
  2. une prise de contact rapide et facile via la messagerie interne
  3. des profils qualifiés, à jour, complets, de personnes en activité comme en recherche d'emploi, qui ne se trouvent pas ailleurs

- L'usage des RSP par les employeurs vise à accroître le nombre et la pertinence des candidatures en :
  1. travaillant sa marque employeur
  2. accroissant sa notoriété et l'attractivité de l'entreprise
  3. constituant un vivier de candidats abonnés aux « actus » de l'entreprise

L'Oreal par exemple investit 1 M€ par an sur sa politique réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook avec 500 000 followers dans le monde et pense avoir un retour sur investissement de 2 pour 1.

## Les outils qui donnent une dimension nouvelle à la recherche d'emploi :

### LinkedIn

Sur LinkedIn, 40% des usages sont liés au recrutement. Il sert l'identité professionnelle, bien au-delà du CV classique. A noter que le CV classique peut être joint au profil LinkedIn.

Par rapport au CV classique, il faut absolument **penser "mots clés"**.

83% des utilisateurs séparent le réseau professionnel du réseau personnel, avec un **niveau de confiance 2 fois plus élevé** sur les informations LinkedIn.

Sur Facebook, on parle d'amis. Sur LinkedIn, on parle de **contact professionnel**. Un contact professionnel peut avoir été très bref (simple rencontre sur un salon, par ex.).

- Chacun a des contacts dits forts : famille, amis, collègues.
- mais aussi des contacts faibles, des gens qu'on connaît moins. Et c'est souvent de là que viennent les opportunités : ces contacts ont un regard ouvert, pas d'idée préconçue, ne renvoient pas à un rôle défini.

Nombre de profils LinkedIn :

- 9M en France
- 74M en Europe
- 340M dans le monde
- Et 47 milliards de recherches de personnes en 2013 dont des recherches internationales (car des français qui travaillent à Londres par exemple, et représentent la population d'une ville moyenne française, ou on peut chercher des anglophones vivant en France...)

### Indeed

C'est un moteur de recherches d'offres d'emploi. Il agrège tous les sites classiques (Pôle Emploi, Cadremploi, Monster, APEC etc...).

### Qapa

Contrairement aux sites classiques, Qapa est un site de matching. Il ne recherche pas uniquement sur la fonction, mais sur les compétences. il draine actuellement plus d'offres que « Monster » ou « Cadremploi », soit 900;000 offres d'emploi non pourvues !

### Glassdoor

Très fructueux pour la recherche des mots clés, il est tout aussi intéressant pour préparer ses candidatures et en particulier ses entretiens. A l'origine il s'agissait de noter son entreprise avec un principe d'étoiles. On obtient en recherchant une fiche synthétique sur l'entreprise et on peut y lire des avis de salariés sur leur entreprise sur des critères tels que la rémunération, les possibilités d'évolution, les avantages, les dirigeants...il facilite le « matching ».

## Comment sortir du lot ? Devenir acteur du web

Il s'agit d'avoir un bon « mix » bien sûr entre les CV et lettres de motivation classiques, et l'indispensable présence sur le Web.

Sur 100 internautes :

- 90% consomment du contenu -> lecteurs
- 9% interagissent -> contributeurs
- 1% créent du contenu inédit ->**ACTEURS**

- acteurs de leur carrière
- créent leur marque personnelle
- se différencient par leur expertise

Quand on cherche quelqu'un sur Google, on trouve en 1ere Page des résultats de recherche:

- site avec mots clés
- Wikipedia
- LinkedIn - Viadeo
- Actus
- Facebook
- Twitter
- Video - Youtube
- Photos
- Livres, Amazon
- Publications

### Les indispensables :

1. **un blog/site** (ex : sur blogger, créateur de blog de Google)
2. **LinkedIn, Viadeo, Doyoubuzz**
3. Facebook : attention à la confidentialité, n'autoriser que les amis et non amis d'amis
4. Twitter : à utiliser à bon escient seulement (500 millions tweets par jour, plus de 2,5 millions en France)
5. Google+ : 7mn /mois /utilisateur
6. Youtube (4 millions de vidéos/jour)
7. Photos (Flickr)

### Définir son objectif :

Chercher les annonces "de rêve", **identifier les mots clés qui les caractérisent, et les reprendre dans son profil.**

- construire son e-réputation : son savoir-faire, ses domaines de compétence et expertise
- optimiser sa visibilité spontanée
- conforter son image d'expert lors des entretiens
- donner un écho à ses présentations, RDV, relances, supports...
- apporter de la valeur à son profil et se différencier

### Créer son plan marketing personnel :

|                     | janv | fev | mrs | avr | mai | jn | jlt | aout | sept | oct | nov | dec |
|---------------------|------|-----|-----|-----|-----|----|-----|------|------|-----|-----|-----|
| Actu veille         | x    | x   | x   | x   | x   | x  | x   | x    | x    | x   | x   | x   |
| Cartes de vœux      | x    |     |     |     |     |    |     |      |      |     |     |     |
| Actu CV             |      | x   |     | x   |     | x  |     |      | X    |     |     |     |
| Mailing réseau      |      | x   |     |     | x   |    |     | x    |      |     |     |     |
| Mailing recruteurs  |      |     |     |     |     |    |     |      |      |     |     |     |
| Salon entrepreneurs |      | x   |     |     |     |    |     |      |      |     |     |     |
| Atelier formation   | X    |     |     | x   |     | x  | x   |      | x    |     | x   |     |
| Salon APEC          |      |     | X   |     |     |    |     |      |      |     | X   |     |
| Mois ESS            |      |     |     |     |     |    |     |      |      |     | x   |     |
| Autres...           |      |     |     |     |     |    |     |      |      |     |     |     |

### Créer sa veille

Créer sa veille permet de se positionner en force pour les futurs entretiens ; il s'agit d'être précis et exhaustif sur les compétences ciblées : celles que le recruteur recherche et qui vont être recensées et prouvées (étape de « l'avant- vente ») si bien que le recruteur, lors de l'entretien, va se concentrer sur les points forts qui emportent l'adhésion (la vente proprement dite).

2 outils gratuits :

**Google Alertes** : commencer par mettre une alerte sur soi-même !

**Alerti**: fonctionne de la même façon, guide vers les sujets professionnels et innovations liés à son profil.

### Créer son blog

Créer son blog vient renforcer les apports de la veille, et la visibilité du profil.

Le blog alimente les réseaux sociaux professionnels (et autres) en contenu, les réseaux redirigent les visiteurs, notamment recruteurs, vers le blog.

L'offre de service, le référencement, « sa propre marque » s'enrichissent ainsi de l'interaction avec les réseaux professionnels et réseaux interpersonnels.

3 outils gratuits permettent de diffuser le contenu dans 5 réseaux simultanément (dont LinkedIn et Viadeo en tête):

- Hootsuite.com
- Netvibes.com
- Buffer.com

### Bénéfices acquis de la démarche :

- un profil cohérent, complet
- une visibilité accrue, maximale pour les recruteurs, le profil ainsi créé apparaissant systématiquement bien placé et de manière cohérente sur l'ensemble des sites
- les recruteurs utilisent la recherche avancée, d'où l'importance, encore soulignée, du titre de tête précis et des mots clés qui doivent apparaître tout de suite dans leur recherche.

### Pour mieux utiliser LinkedIn et Viadeo :

- Créer son profil en français et en anglais ;
- réaliser un profil complet ;
- présenter largement son expérience, pas de contrainte de pagination !
- penser mots clés en permanence, dans le titre, dans le résumé, dans chaque expérience ;
- ne pas sous-estimer son réseau, avoir confiance dans la bienveillance des contacts ;
- mettre une belle photo professionnelle, toujours la même, c'est un peu comme un logo (7x plus de visites) ;
- si quelqu'un est intéressé, envoyer un message personnel, voire un message type mais clair : "merci d'avoir consulté mon profil, en quoi puis-je vous aider ?". ;

- se rappeler qu'on peut publier des articles ;
- on peut attacher un CV « classique » à son profil si on le souhaite,
- partir à la recherche d'un recruteur ou contact intéressant !

### Rechercher un profil : les clés d'une bonne recherche :

- Utiliser la recherche avancée ;
- partir large et recentrer ensuite en choisissant bien ses mots clés ;
- croiser les informations entre la recherche, les recommandations etc...
- cibler les profils intéressants ;
- envoyer des messages personnalisés, transparents et directs (Jacques Froissant avec 11000 contacts ne reçoit que 15-20 messages par semaine) ;
- respect de l'éthique des réseaux sociaux ;
- exploiter les groupes ;
- toujours répondre à tous les messages.

### En synthèse, la « guérilla marketing » pour trouver un job, c'est :

- penser hors cadre
- se donner les moyens
- être engagé
- utiliser les ressources du web
- exploiter la mine d'or qu'est LinkedIn
- préparer les entretiens : 90% des candidats ne préparent pas leurs entretiens !!!!! (ne pas confondre entretien de recrutement éventuel avec entretien d'embauche !)
- être rigoureux et organisé
- avoir la bonne attitude

***Enfin il est possible d'avoir une formation spécifique ou un accompagnement personnel sur tous ces aspects par les intervenants.***

Voir le catalogue de formation 2015 : <http://formations.expertisme.com/>