

Emploi : les recruteurs s'appuient de plus en plus sur Internet

Asseoir un positionnement professionnel, y compris pour les cadres confirmés ou dirigeants, passe aujourd'hui par une présence sur Internet.

C'est l'un des principaux constats établis par **Oasys Consultants** dans la 3^e édition ([document PDF](#), 48 pages) de son étude quadriennale sur l'évolution des méthodes et des opinions des acteurs du marché de l'emploi. Le cabinet spécialisé dans l'accompagnement des transitions de carrière chez les cadres et les dirigeants a administré, par téléphone ou en face-à-face entre décembre 2013 et février 2014, un questionnaire à 120 sociétés de recrutement.

Certains indicateurs sont stables par rapport aux enquêtes réalisées en 2006 et en 2010. Illustration avec les critères de sélection des candidats, qui n'évoluent quasiment pas, malgré une valorisation croissante de la mobilité géographique et de la maîtrise des langues. Le contexte actuel pousse même les entreprises à privilégier des profils « clones » qui ont les mêmes caractéristiques que leurs prédécesseurs.

Des clones à recruter

Les cabinets de « chasseurs de tête » notent toutefois une évolution des attentes... à tel point qu'ils se spécialisent par métiers ou par secteurs (c'est le cas pour 74 % des répondants), tout en diversifiant leur activité : 29 % proposent de l'évaluation ; 22 %, du coaching ; 20 %, du conseil RH. Le management de transition monte aussi en puissance : 14 % des cabinets le pratiquent pour la finance ; 13 %, pour les RH ; 12 %, pour l'informatique.

Dans le profil du candidat, l'expérience métier reste, comme en 2006 et en 2010, l'élément le plus valorisé par les entreprises (99 %), devant la personnalité (95 %). A l'inverse, la formation initiale (81 %) et l'expérience secteur (80 %) perdent en influence. Elles sont moins prises en compte que la maîtrise des langues (90 %), qui revêt une importance grandissante, comme la mobilité géographique en France et à l'international (59 %).

Relativement frileuses face aux profils « d'outsiders », les entreprises préfèrent recruter des « candidats clones » qui peuvent être opérationnels immédiatement : 46 % des consultants ont répondu que leurs clients demandent ce type de profil dans au moins une mission sur trois, selon nos confrères d'[l'Espresso](#).

S'il est difficile de faire évoluer la position des entreprises sur certains critères, les mentalités changent au niveau du sexe (10 % des entreprises ne sont pas prêtes à modifier leur approche), de la formation (29 %), de l'âge (31 %)... et du chômage. L'inactivité est vue comme la garantie d'une disponibilité immédiate et d'un véritable engagement. La majorité des recruteurs n'ont pas d'a priori défavorable à l'égard d'une personne sans emploi depuis moins d'un an.

Internet recrute

Oasys Consultants est formel : il est aujourd'hui difficile, pour un cadre, d'envisager une embauche sans passer par le canal Internet. Notamment les réseaux sociaux, que 95 % des recruteurs exploitent pour identifier des candidats (90 % utilisent « souvent » LinkedIn ou Viadeo), s'informer sur eux (83 %)... et les contacter (89 %).

Les chasseurs de têtes sont 66 % à accorder « systématiquement » de l'importance aux [profils LinkedIn](#) ; 38 % font de même pour Viadeo et 14 % pour les réseaux sociaux professionnels spécialisés par métier ou par secteur. [Google](#) devient aussi un élément important, pour 52 % des recruteurs. C'est plus que les CV en ligne sur des plates-formes comme DoYouBuzz (30 %) et les profils Facebook (22 %).

Le canal Internet est aussi exploité à travers les « candidathèques » sur les sites d'offres d'emplois (69 % des recruteurs y passent « au moins de temps en temps ») et les bases de données en ligne (43 %). Mais les méthodes traditionnelles restent de mise : associations d'anciens élèves (59 %), publication d'annonces (54 %), annuaires professionnels (56 %).

L'e-mail prend aussi de l'importance : les entreprises le préfèrent désormais à la lettre de motivation, avec le CV en pièce jointe plutôt que transmis par courrier postal. Enfin, seulement 3 % des sondés disent apprécier la lettre manuscrite.

Concernant les CV, la forme anti-chronologique fait la quasi-unanimité (84 % des interrogés). Même constat pour le style « classique » avec une seule police, en monochrome (95 %). Les avis sont plus partagés entre le format synthétique (1 page ; 55 %) et plus détaillé (plus d'une page ; 45 %).

Au-delà du CV, de plus en plus d'organisations soumettent les candidats à des tests : personnalité (37 %), compétences (17 %), langues (13 %). Le contrôle de références est effectué dans 94 % des cas, souvent à la demande de l'entreprise (79 %). Il est surtout mené auprès de l'ancienne hiérarchie directe du candidat, selon les références qu'il a lui-même données.

A lire aussi :

[Facebook at Work veut concurrencer LinkedIn et Viadeo](#)

[Recherche d'emploi via les réseaux sociaux : Viadeo domine LinkedIn en France](#)