

# Et si Facebook concurrençait LinkedIn

Nos confrères de *Techcrunch* ont remarqué sur leur page Facebook l'apparition d'un onglet « Jobs ». Intrigués, ils ont demandé au réseau social plus de détails sur cette récente fonctionnalité. La firme de Menlo Park a répondu qu'elle expérimentait plusieurs fonctionnalités autour du recrutement. Un porte-parole explique que « *en analysant le comportement sur Facebook, nous avons observé que de nombreuses petites entreprises publient leurs offres d'emploi sur leur page, nous effectuons donc des tests pour que les administrateurs des pages puissent créer des offres d'emploi et recevoir les candidatures des postulants* ».

Ces nouvelles fonctionnalités pourraient clairement concurrencer LinkedIn, ainsi que d'autres éditeurs comme Work4, Workable et Jobscore qui ont développé des onglets « Emplois » intégrables dans les pages Facebook des entreprises. Pour cette fonctionnalité « Jobs », Facebook se serait inspiré d'un test réalisé l'année dernière, « Tags Profile », des balises apparaissant dans son profil et qui s'apparente aux recommandations de LinkedIn.

## Une automatisation des réponses

Pour les entreprises, la fonctionnalité « Emplois » permet d'indiquer la recherche d'emploi avec des détails comme le titre du poste, le salaire, la durée du travail. Les offres sont dotées d'une mise en forme spéciale pour les distinguer visuellement d'un autre contenu de la page. Ces offres d'emploi apparaîtront dans l'onglet « Emplois » de la page créant ainsi un endroit où diriger les postulants.

En complément, les offres de postes comprendront un bouton « Applique maintenant » qui va lancer une application pré-remplissant un formulaire de réponse avec le profil public d'un utilisateur. Un gain de temps pour les personnes qui souhaitent postuler à plusieurs postes sans saisir à chaque fois les informations redondantes. Facebook travaille sur la distinction des messages reçus pour les offres d'emploi de ceux liés au soutien à la page des entreprises. Une redirection des candidatures vers une adresse mail de recrutement est envisagée.

## Une bataille de bases avec LinkedIn

Facebook n'étant pas philanthrope, il pourrait faire payer les entreprises pour promouvoir leurs offres d'emploi dans leur flux d'actualités. Un modèle qui entrerait directement en concurrence avec les offres de LinkedIn. Derrière cette bataille, il y a pour les entreprises et les recruteurs une question de taille et de qualité des bases de données.

D'un côté Facebook affiche plus de 1,1 milliard d'abonnés dans le monde qui sont en général très actifs en donnant beaucoup de détails sur leur travail, leur diplôme, leurs centres d'intérêt, etc. De l'autre côté, tout le monde n'a pas de profil LinkedIn (467 millions de membres), mais avec une qualification des données très supérieure à Facebook. Microsoft ne s'y est d'ailleurs pas trompé en rachetant LinkedIn pour 26,2 milliards de dollars.

Pour Facebook, cette orientation vers le marché du recrutement est guidée par des considérations économiques. Les derniers résultats financiers montrent que le réseau social [va atteindre un](#)

[plafond de verre sur sa croissance](#) et va devoir trouver d'autres relais. Le marché de la recherche d'emploi peut constituer un levier.

**A lire aussi :**

[Linkedin Salary scrute les salaires](#)

[La croissance de Facebook confrontée à un plafond de verre ?](#)

**Photo credit: eston via [VisualHunt](#) / [CC BY-NC-S](#)**