

LinkedIn ne détrônera pas les cabinets de recrutement

Comment LinkedIn va détrôner Michael Page (par Anatole de La Brosse, directeur général délégué SIA Conseil) montre bien les avancées technologiques que procurent les réseaux sociaux par la multiplication des acteurs et la profusion d'information.

La menace est réelle pour certaines pratiques du recrutement mais elle offre aussi de vraies opportunités pour de nouvelles évolutions du marché et de la demande des entreprises. La croissance du chiffre d'affaires de LinkedIn n'est pas le critère déterminant pour prouver le transfert de CA des cabinets de recrutement à l'avantage des réseaux sociaux. La corrélation ne doit pas exclure le CA des sociétés de placement, d'intérim en tous genres et bien évidemment les cabinets de conseil en recrutement dans une conjoncture difficile.

De plus, LinkedIn n'est pas un outil dédié au seul recrutement par nature, même si les contacts générés peuvent le favoriser. Déduire de l'accroissement d'audience de LinkedIn, la décroissance du recrutement paraît quelque peu lapidaire. Si certaines formes de recrutement peuvent être remplacées par du sourcing rapide et des mises en relation, la concrétisation d'un accord in fine n'est pas assurée.

Le recrutement requiert de nombreuses opérations de plus en plus complexes que peu d'entreprises peuvent satisfaire par elles-mêmes. Dans le même temps, les entreprises en France sont encore peu nombreuses à faire appel à des cabinets de conseil alors que leurs homologues anglo saxons les utilisent pour 85% de leur recrutement et que ces pays ont été les premiers utilisateurs des réseaux sociaux.

Nous sommes loin derrière en France, et nous avons encore des terrains à conquérir. Bien sûr l'offre des cabinets, leur habileté à utiliser les technologies pour gagner du temps dans les tâches sans grande valeur ajoutée doit être améliorée, mais ils assurent de l'intermédiation, de la sélection et fournissent des informations qui permettent aux employeurs de satisfaire leurs recrutements. La valeur ajoutée des cabinets de conseil en recrutement existera encore !

La capacité des LinkedIn, Viadeo, Xing et autres, à mettre en place des outils de tri et de connexion est réelle mais elle ne suffira pas à elle-seule à résoudre avec succès tous les recrutements.

La phase de sourcing se trouve facilitée par l'accès à une matière jusque-là indisponible.

Est-ce la bonne ? Est-ce la meilleure ?

Comment le savoir ? Tout le recrutement dépend pourtant de la qualité du sourcing.

Si les réseaux permettent de faire du repérage encore faut-il que l'information de base soit actualisée par l'adhérent lui-même.

Nous pouvons constater que les participants aux réseaux ne sont pas tous actifs, créent de multiples adresses et peuvent faire perdre un temps précieux à celui qui qualifie le contact.

Les réseaux sont de vrais labyrinthes non seulement par leurs algorithmes mais par la qualité de l'information qu'ils véhiculent. Les occasions de se tromper sont réelles.

Penser un monde parfait, magnifier les réseaux sociaux consiste à leur attribuer toutes les vertus qu'ils n'ont pas.

Que dire des candidats intéressants peu ou pas actifs, des candidatures peu visibles ou invisibles susceptibles de prendre le poste. Tous les professionnels ne passent pas leur temps sur les réseaux ou ne veulent pas être identifiables par leur biais.

SEARCH AND STRATEGY, TODAY FOR TOMORROW

De plus, dans le cas de recherche non active du fait de la conjoncture économique ou de la situation géographique précise, peu de profils détectables permettront de connecter les bonnes personnes.

Alors que tous s'accordent sur l'importance de trouver des talents à cause de la pénurie, l'accès rapide à des cv peut-il répondre à l'exigence des recruteurs ?

Aux USA, des sociétés spécialisées se sont créées pour justement apporter de nouvelles réponses en créant des cabinets dédiés au sourcing téléphonique. Ils actualisent en temps et en heure les organigrammes des groupes pour accéder à des profils non visibles et fournir ainsi des informations fiables et exploitables aux cabinets et entreprises recruteuses.

S'il est nettement plus facile de manier de l'information et notamment de rencontrer un candidat qui cherche un emploi, il reste difficile d'attirer son attention, d'atteindre un niveau d'intérêt suffisant pour le convaincre s'il n'est pas actif dans sa recherche.

Sans compter sur les approches spécifiques, l'accès aux candidats visibles et actifs dans la recherche se chiffre et le coût risque d'évoluer. Tous les employeurs n'ont ni les moyens de souscrire à tous les réseaux existants, ni l'organisation pour traiter seuls toutes les candidatures.

L'accès aux outils et aux informations professionnels n'est pas gratuit et ne se gère pas magiquement. La question d'en connaître le vrai retour sur investissement doit être posée...

En effet, les coûts d'accès à une utilisation professionnelle des réseaux supposent des investissements qui ne permettent pas à toutes les entreprises de les exploiter correctement.

Ainsi, les cabinets de demain sauront intégrer toutes les technologies pour exceller dans leurs présentations de candidats présélectionnés et pourront accompagner les employeurs jusqu'à la concrétisation de leurs contrats dans un confort pour décider au mieux.

Il y va aussi de leur image employeur et de leur concentration sur les tâches primordiales de leur activité et fonction.

Les cabinets ont encore de beaux jours car c'est leur mission de prendre en charge le recrutement, d'avoir des réponses en fonction du volume, de la difficulté des recherches et de la complexité du marché.

Ils veilleront à disposer des ressources pour s'adapter à la taille et à la demande du client. De ce fait, la professionnalisation des moyens humains et technologiques de plus en plus pointus risquent d'éloigner les amateurs.

Les entreprises devront choisir selon les postes et les volumes et diversifier leurs partenaires, segmenter les interventions internes et externes, sous-traitance, adopter le RPO développé dans les pays anglo-saxons, et investir en interne pour traiter des postes non stratégiques.

Le marché évolue.

Si les cabinets diversifient leurs offres, c'est que la demande sur le conseil RH s'accroît et que les recruteurs disposent de compétences pour accompagner leurs clients sur des sujets d'organisation consécutifs bien souvent à des recrutements ou à des restructurations.

Certes, le titre de l'article de Monsieur de la Brosse est accrocheur et fait sensation mais il pourrait être plus nuancé pour tous les raisons évoquées....

Bien malin celui qui pourra dépeindre le paysage du recrutement à 10 ans. Je ne m'aventurerai pas sur l'oracle de la disparition de telle ou telle marque.

Meetic a révolutionné le contact entre individus mais n'a pas pour autant favorisé le développement de tous couples durables mariés ou non. Il en va de même sur le marché des contrats de travail.

Nous ne parlerons pas des déconvenues sans frais pour un particulier qui s'aperçoit des fausses déclarations. Par analogie, le risque de déconvenue est réel dans le recrutement et coûte bien plus cher à l'entreprise.

Les réseaux sociaux participent à faciliter la recherche de compétences et c'est une grande opportunité qui est donnée aux cabinets et à leurs clients pour s'organiser, offrir de nouveaux services et prospérer en gérant des communautés vraiment actives, sous réseaux spécialisés et synthèse des plus grands réseaux généralistes et concurrents.

En réponse à l'article *Comment LinkedIn va détrôner Michael Page* publié par Anatole de La Brosse , directeur général de SIA Conseil, sur le Cercle les Echos le 10 octobre 2011. <http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/management/rh/221138570/comment-linkedin-va-detroner-michael-page#comment-44827>

Les résultats du deuxième trimestre de LinkedIn, confirment une tendance lourde, enclenchée depuis plusieurs années : les réseaux sociaux professionnels sont en plein essor.

Avec un chiffre d'affaire de 121 millions de dollars et une communauté de 115,8 millions de membres, LinkedIn en est la meilleure illustration. La France n'échappe pas à la règle puisqu'à côté du géant américain, le site français Viadeo revendique 35 millions de membres. Cela n'est pas sans conséquences sur le marché du recrutement. Après avoir marché sur les plates-bandes des sites traditionnels de recherche d'emploi (comme Monster), les réseaux sociaux professionnels pourraient bien détrôner les grands cabinets de recrutement.

Une concurrence frontale sur toutes les activités des cabinets de recrutement

La force d'un cabinet de recrutement a longtemps reposé sur la densité de son vivier de candidats potentiels. Qu'il soit construit à partir des annuaires des grandes écoles ou de longues séances de phoning, le vivier était considéré comme la principale valeur ajoutée des cabinets de recrutement. Or, aujourd'hui, aucun cabinet ne peut revendiquer un vivier de talents aussi large et international que LinkedIn. En outre, avec une mise à jour instantanée par l'intéressé lui-même, LinkedIn est souvent plus fiable que les annuaires des écoles.

La valeur ajoutée des cabinets pourrait alors se concentrer sur le « profiling », c'est-à-dire l'identification des candidats par rapport aux profils recherchés par le client. Cependant, force est de constater que les index de recherche développés sur les réseaux sociaux sont de plus en plus pertinents. Par ailleurs, en mettant en place des groupes d'intérêt qui rejoignent leurs membres, les réseaux offrent des fonctionnalités de « profiling » intéressantes pour les recruteurs.

La dernière chasse gardée des cabinets était le « matching » c'est-à-dire la qualification des profils par rapport aux critères de recherche, permettant de transformer les profils identifiés en candidats pour le recruteur. Sur ce plan aussi LinkedIn a trouvé une nouvelle recette. Plus besoin d'entretien de qualification, les recommandations postées sur le réseau et le jeu du networking (appartenance d'une personne à son réseau à un certain degré) permettent de faire une présélection. Bien entendu les réseaux sociaux ne pourront pas remplacer la relation « intuitu personae » captée lors des entretiens mais s'il ne reste plus que cela, les recruteurs pourraient ré-internaliser largement cette activité.

SEARCH AND STRATEGY, TODAY FOR TOMORROW

Les réseaux sociaux sont devenus des outils essentiels du recrutement...

Le recours aux réseaux sociaux lors d'un processus de recrutement est devenu incontournable. Les professionnels l'ont bien compris, puisqu'ils les utilisent de plus en plus. L'enquête Emploi et Réseaux sociaux de RégionsJob.com publiée cette année montre que 49% des recruteurs utilisent les réseaux sociaux en 2011. La tendance va s'accroître puisque 39% des recruteurs sondés pensent que les réseaux sociaux vont avoir plus d'importance dans la recherche de candidats que les cabinets de recrutement.

Les cabinets de recrutement eux-mêmes utilisent les réseaux sociaux pour l'identification des candidats. Selon l'étude 2011 d'Oasys Consultants, ils sont 81% à privilégier les réseaux sociaux pour assurer cette tâche. Dans ces conditions, difficile de démontrer une valeur ajoutée par rapport à un recruteur qui utiliserait directement LinkedIn ou Viadeo.

...qui s'appuient sur des modèles économiques performants

Réseau social ne rime pas avec œuvre sociale. LinkedIn a bâti une véritable entreprise commerciale. Ainsi, en mars dernier, LinkedIn a ouvert son premier bureau commercial à Paris, fort de ses 2 millions d'inscrits en France. Sa mission : développer la marque sur le marché français et renforcer sa stratégie d'expansion européenne. Cette présence physique vient compléter un modèle économique diversifié : Les comptes « premium » (20% des revenus), la présence de la publicité (32% des revenus), les annonces payantes pour les entreprises... autant de moyens d'assurer un revenu financier conséquent, appuyé sur une communauté de membres qui ne cesse de croître.

Avec ce modèle, les possibilités de sources de revenus semblent infinies. Le dernier exemple en date ? Le développement de la fonctionnalité « Apply With LinkedIn », qui permet aux entreprises d'intégrer directement sur leur site un plug-in pour postuler en ligne. Une belle façon d'écartier tout recours potentiel à un cabinet de recrutement, puisque le candidat et l'entreprise entrent directement en contact par le biais du réseau social.

Vers une restructuration du marché du recrutement

Nul ne peut nier l'évidence. Les cabinets de recrutement eux-mêmes ont compris que leur position était menacée. Face à ce constat, ils diversifient leurs activités. Ainsi, 74% des consultants en recrutement affirment développer d'autres activités que le recrutement, comme les évaluations (34%), le conseil en RH (22%), le coaching (20%) ou la formation (10%), d'après l'étude 2011 d'Oasys Consultants.

Pour autant, il est peu probable que les cabinets désertent un marché de l'ordre d'un milliard d'euros. C'est donc probablement une restructuration du marché du recrutement qui s'annonce. On peut s'attendre à un resserrement de l'activité autour de quelques grands cabinets, qui auront les moyens de mener à bien leur politique de diversification. Ceux qui n'y parviendront pas laisseront sans nul doute leurs parts de marché aux réseaux sociaux qui frappent avec insistance à la porte. Et lorsqu'on compare les progressions des chiffres d'affaires du géant du recrutement Michael Page avec celles de LinkedIn, le constat est clair : sur les 3 dernières années Michael Page affiche une baisse de chiffre d'affaire de 15%, contre une hausse de 143% pour LinkedIn.

Dans ce contexte, LinkedIn aura détrôné Michael Page avant 2015, marquant ainsi l'avènement des réseaux sociaux professionnels comme outil de recrutement.

SEARCH AND STRATEGY, TODAY FOR TOMORROW