

Communiqué de presse

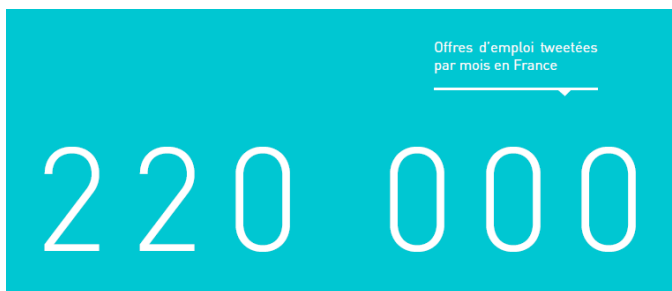
Etude sur le recrutement 2.0

220 000 offres d'emploi partagées chaque mois sur Twitter

Paris, le 19 mars 2015 – A l'heure de la digitalisation des ressources humaines et du recrutement 2.0, les employeurs investissent massivement les réseaux sociaux et se livrent une véritable bataille pour attirer les meilleurs talents. Twitter est ainsi devenu un canal de recrutement incontournable : l'opération #VotreJob organisée le 24 février dernier en est l'illustration. Le groupe Randstad France, spécialiste des services en Ressources Humaines et Linkfluence, leader français du Social Media Intelligence, ont analysé ce phénomène. Résultat, plus de 220 000 tweets d'offres d'emploi ont été récoltés sur un mois, ce qui représente entre 15 et 20 % du total des offres d'emploi publiées sur Internet¹ sur la même période. Avec cette étude, le groupe Randstad France et Linkfluence mettent en lumière les tendances et les bonnes pratiques quant à l'utilisation de Twitter comme canal de recrutement.

Les offres d'emploi sur Twitter en chiffres

220 000 : c'est le nombre de tweets diffusant une offre d'emploi publiés sur un mois en France (extraction réalisée entre le 16 janvier 2015 et le 15 février 2015). Un chiffre important comparé à d'autres sujets de conversation sur Twitter, comme l'émission de télévision populaire le Grand Journal de Canal +, qui produit 65 000 tweets sur la même période.



Clairement, les Ressources Humaines se sont appropriées Twitter comme espace légitime de diffusion des offres d'emploi : 15 à 20 % des offres d'emploi publiées sur Internet se retrouvent aujourd'hui partagées sur Twitter.

A quoi ressemble donc une offre d'emploi sur Twitter ? Sur l'ensemble du panel analysé, seuls 15 % des tweets précisent le type de contrat. Quand c'est le cas, 67 % des contrats cités sont des CDI, 17 % des CDD, 7 % des offres d'intérim. Les offres de stage ne représentent quant à elles que 4 % du volume de tweets.

Autre enseignement : les bassins d'emploi que sont Paris, Lille, Nantes et Lyon sont dans l'ordre les plus mentionnés dans les tweets d'offres d'emploi.

D'un point de vue sectoriel, le tertiaire occupe une place prépondérante. La vente, le marketing, l'e-commerce, l'informatique, la finance et la santé sont les secteurs les plus représentés. Ils sont mentionnés dans plus de 10 % des tweets recensés. Les ingénieurs, les commerciaux (chacun avec près de 1000 tweets), les aides-soignants, les chauffeurs Poids Lourds et les développeurs sont eux les métiers les plus mentionnés dans le panel de tweets analysés.

L'intégralité de l'étude est disponible sur SlideShare :

<http://fr.slideshare.net/GroupeRandstadFrance/etude-groupe-randstad-linkfluence-les-offres-demploi-sur-twitter-45946996>

¹ Estimation produite à partir du logiciel JobFeed qui a mesuré le nombre d'offres présentes sur les sites d'emploi en ligne

Les offres d'emploi les plus influentes sur Twitter

Le groupe Randstad France et Linkfluence ont analysé le top 10 des offres d'emploi les plus influentes. Ce palmarès a été obtenu en croisant plusieurs paramètres (Retweets, favoris, backlinks) permettant de mesurer l'influence d'un tweet. Deux enseignements majeurs ressortent de ce palmarès :

1. Les collaborateurs sont les meilleurs relais des offres d'emploi sur Twitter, et plus largement de la marque employeur. 6 offres

d'emploi sur 10 proviennent d'un compte personnel d'employé. Ainsi, pour être influente, une offre d'emploi aurait intérêt à être diffusée sur Twitter par un collaborateur de l'entreprise. Cette sorte de « cooptation » assure une crédibilité et une diffusion large à l'offre d'emploi. Il s'agit donc pour les entreprises de développer la culture digitale de leurs collaborateurs afin d'en faire de véritables ambassadeurs en matière de marque employeur 2.0. Ce travail d'accompagnement (formation, guide...) doit par ailleurs s'inscrire dans une stratégie plus globale de présence digitale.

2. Les comptes Twitter d'entreprises dédiés à la marque employeur (exemple : @orangejobs_fr) sont très puissants lorsqu'ils arrivent à fédérer une communauté de salariés potentiels. Ils représentent 4 tweets sur 10. Ces résultats montrent à quel point il est important pour une entreprise de développer sa marque employeur sur Twitter. En effet, le réseau social doit faire partie intégrante de la stratégie de présence sur le digital. Au-delà d'un travail d'image et de notoriété, les marques qui fédèrent une communauté autour de leurs comptes sur Twitter peuvent utiliser ce canal comme un outil de recrutement privilégié. Les actions d'animation mises en place autour de la création de contenus à valeur ajoutée pour les candidats peuvent être multiples : témoignages de collaborateurs, actualités du secteur, conseils aux candidats, chat en live...

Top 10 des tweets emploi les plus influents* du mois

01	 @Jeannelepoix On cherche mon ou ma remplaçante : Graphiste - Webdesigner H/F - Michel et Augustin - CDI http://shar.es/1bY73j	06	 @Thomas_Rudelle Si quelqu'un cherche un poste de Responsable de communication Digitale, beau poste à pourvoir à la Dircom @AXAFrance
02	 @orangejobs_fr #CDI Construisez les réseaux de demain : Orange recrute des technicien(ne)s et ingénieur(e)	07	 @Ludivine__B Alerte #CDI : @radiofrance recherche un journaliste sportif à Nancy pour France Bleu Sud Lorraine.
03	 @Spitak Je suis à la recherche d'un Social media manager sur #Marseille pour un #CDI / 2 ans d'exp / Agence ! Djivan[at]spitak.fr RT plz	08	 @11footballclub L'équipe @11footballclub recherche : Traducteur H/F Anglais/Espagnol/Italien courant #CDD #Paris #recrutement
04	 @Julie_Reboul On recherche une nouvelle recrue dans l'équipe marketing chez @TwitterFrance. À vos RT ! #job	09	 @netpublic L'Agence du numérique recrute son directeur http://ow.ly/llypp #emploi
05	 @orangejobs_fr #CDI Construisez les réseaux de demain : Orange recrute des technicien(ne)s et ingénieur(e)s http://orange.jobs/jobs/search.do	10	 @AlexandreMarsat #emploi #presse Le Journal du net recrute 3 #journalistes en CDI @journaldunet

L'analyse de Guilhem Fouetillou, cofondateur de Linkfluence et de Kaëlig Sadaune, chef de projet communication digitale pour le groupe Randstad France



« A travers cette étude, nous avons voulu montrer que 2015 sera une année charnière pour la digitalisation des RH. Une plateforme comme Twitter draine aujourd'hui des centaines de milliers d'emplois se diffusant de communautés en communautés et de personne à personne, à l'écart des canaux traditionnels du marché de l'emploi. Bien qu'encore minoritaires, ces pratiques tracent les nouveaux chemins du recrutement en entreprise », analyse Guilhem Fouetillou, cofondateur de Linkfluence.



« Il n'est pas neutre d'observer que les offres d'emploi qui ont le plus d'influence sur Twitter sont portées avant tout par des salariés. Ce résultat démontre que les directions des ressources humaines ont un rôle primordial à jouer dans l'accompagnement de la digitalisation de leurs collaborateurs, qui sont devenus des relais à part entière de la marque employeur 2.0 », commente Kaëlig Sadaune, chef de projet communication digitale pour le groupe Randstad France.

Méthodologie : cette étude a été réalisée sur une période d'un mois du 16 janvier 2015 au 15 février 2015 (31 jours) à l'aide de Radarly, la solution d'écoute, d'analyse et d'engagement de Linkfluence. L'ensemble des offres d'emploi parues sur Twitter en France sur la période ont été captées en temps réel. Leur contenu a été traité afin de déterminer les types de contrats, secteurs, métiers et localités les plus mentionnés. Enfin l'algorithme de mesure de la viralité de Radarly a été utilisé pour déterminer les tweets d'offres d'emploi les plus influents (RT, favoris, backlinks...) et ayant touché le plus grand nombre de personnes (reach).

A propos du groupe Randstad France

Le Groupe Randstad France fait partie du Groupe Randstad, deuxième acteur mondial sur le marché des ressources humaines, fondé aux Pays-Bas en 1960. En France, il se place parmi les leaders en matière de services en ressources humaines avec en 2013 un chiffre d'affaires de 2,83 milliards d'euros. En 2013, le groupe (3 800 collaborateurs-trices) aura délégué chaque semaine 62 000 collaborateurs intérimaires et recruté 15 000 professionnels, en s'appuyant sur son réseau national et local de 830 agences et bureaux.

En savoir plus : www.grouperandstad.fr /  @GroupRandstadFR

A propos de Linkfluence

Linkfluence, startup leader français du Social Media Intelligence, propose des solutions uniques de monitoring, d'analyse et d'activation des médias sociaux. Au travers de sa suite logicielle Radarly et de ses services associés, Linkfluence capte et analyse plus de 100 millions de publications par jour pour aider les marques à prendre de meilleures décisions. Entreprise française fondée en 2006, elle compte plus de 75 collaborateurs en France, en Allemagne et au Royaume-Uni et affiche une croissance de plus de 50% par an. Linkfluence compte plus de 250 références dans le monde dont : Danone, Sanofi, Orange, Accor, McDonald's ou encore Groupama.

En savoir plus : www.linkfluence.com /  @linkfluence

Contacts Presse

Pauline Bodin – Communications Manager Linkfluence

01 80 40 07 71 – pauline.bodin@linkfluence.com

Enguerran Cottarel – Agence Idenium

01.56.21.19.93 – enguerran@idenium.com

Groupe Randstad France

Sébastien Buffet – 06 01 35 25 39

sebastien.buffet@randstad.fr

Relations Presse - Agence Wellcom

01 46 34 60 60

Gaëlle Legris – gl@wellcom.fr

Julie Fontaine – jf@wellcom.f

<http://wellcom.fr/presse/randstad/>