

PME et réseaux sociaux : mode d'emploi

A l'occasion de son nouveau guide Ressources Humaines, Expectra décrypte les réseaux sociaux sous l'angle des PME

Paris, le 30 mai 2012 – **Alors que 80 % des emplois créés en France ces vingt dernières années l'ont été dans les PME, à peine 10 % d'entre elles seraient présentes sur les réseaux sociaux. Compte tenu des difficultés de recrutement auxquelles se heurtent les PME, cette situation apparaît de plus en plus problématique. Car à l'heure où les réseaux sociaux s'imposent comme un outil de recrutement à part entière, la quasi absence des PME sur les réseaux sociaux les prive d'un relais essentiel pour attirer des candidat(e)s. Devant cette situation, Expectra met les réseaux sociaux à l'honneur dans l'édition 2012 de son guide RH. Outre les grandes questions qui font le quotidien des professionnels des Ressources Humaines (du contrat de travail à la rémunération en passant par le recrutement), cette nouvelle édition apporte des conseils pratiques aux employeurs désireux d'affirmer leur présence sur Facebook, Viadeo et LinkedIn entre autres.**

« Aujourd'hui, ce sont les PME qui créent la majorité des nouveaux emplois. Or, pour différentes raisons, elles ne se sont pas encore approprié les réseaux sociaux. Ce décalage peut être un frein à la création d'emploi et donc à l'essor de l'économie. C'est pourquoi nous innovons en 2012 avec une nouvelle édition du guide RH qui donne aux PME les clés des réseaux sociaux. Au moyen d'une analyse des usages que les PME peuvent en tirer, nous les aidons à faire des réseaux sociaux un véritable levier de croissance », **déclare Didier Gaillard, directeur général d'Expectra.**



Les réseaux sociaux, un allié de poids pour les PME

En France comme en Europe, les PME sont un acteur économique de premier rang. Dans une récente étude, la Commission européenne estime ainsi que les PME représentent deux emplois sur trois en Europe mais 85 % des nouveaux emplois créés entre 2002 et 2010.

Cette enquête désigne **les PME** comme **le premier vivier d'emplois**. Or, à l'heure où la relance de la croissance en France ne pourra se faire sans créer de nouveaux emplois, le développement des PME apparaît plus que jamais comme **le principal moteur de l'économie**.

Sécuriser la croissance des PME exige par conséquent de **lever les obstacles qui brident leur essor**, comme par exemple les difficultés de recrutement. Car malgré leurs atouts (structure à taille humaine, proximité avec les dirigeants, flexibilité, accès rapide à des postes de responsabilité, etc.), les PME voient nombre de hauts potentiels, cadres comme jeunes diplômés, se détourner d'elles. En cause une méconnaissance liée en partie à un déficit de notoriété.

Dans ce contexte, les réseaux sociaux peuvent utilement venir en appui des PME. D'autant plus qu'ils sont aujourd'hui des outils de recrutement à part entière : d'après une étude Expectra¹, **plus d'un employeur sur deux (51%) a recours aux réseaux sociaux lors du processus de recrutement**. Mais seulement 20 % des entreprises de moins de 50 salariés les utilisent à cet effet. Pour ces dernières, les réseaux sociaux restent à apprivoiser.



PME et réseaux sociaux : mode d'emploi

▪ Mêlant conseils d'utilisation, retours d'expériences et rappels à la loi, le guide éclaire les réseaux sociaux sous un jour pratique afin d'aider les chefs d'entreprise à franchir le pas. Car si la majorité des **PME** sont présentes sur Internet, **elles ne seraient que 8 % seulement à avoir investi les réseaux sociaux**, selon une étude réalisée en 2010 par l'institut d'étude LH2. Parce qu'elles n'en perçoivent pas la pertinence, par appréhension, par manque de temps ou d'expertise, les réseaux sociaux sont une *terra incognita* pour les PME.

→ Les cinq avantages clés pour les PME

1) Identifier des profils/candidats visibles nulle part ailleurs : A l'heure où le recrutement 2.0 se démocratise, les réseaux sociaux permettent « *de cibler à la fois des membres en recherche active d'emploi ou en recherche passive* ». Plus que les jobboards, ils sont donc un « provocateur de rencontres ». Autre atout, ils permettent de vérifier et valider certaines informations sur le profil des candidats.

2) Se constituer un vivier pour le long terme : Les règles d'or du sourcing sur les réseaux sociaux, selon Expectra ? Prendre du recul, identifier sa cible de candidats, conserver une attitude professionnelle et, surtout, garder patience ! « *La relation recruteur-candidat s'y inscrit dans la durée et se nourrit d'échanges sur le moyen et le long terme* ».

3) Défendre son image d'employeur : Dans un contexte de guerre des talents, les grands groupes comme les PME s'appuient de plus en plus sur leur marque employeur pour se rendre attractifs. A cet égard, « *les réseaux sociaux sont devenus, aux yeux des entreprises, des plateformes idéales pour développer leur marque employeur* », rappelle le guide.

4) Veiller : regarder ce qui se dit sur vous. Ces outils permettent aux PME d'accéder à une veille active sur leur marque, leur activité, leur marché et leurs concurrents avec un investissement minimum.

5) Créer un sentiment d'appartenance/fierté pour ses salariés : Les salariés sont de plus en plus nombreux sur les réseaux sociaux à prendre la parole sur leur entreprise. Et l'image qu'ils en renvoient peut influencer celle des candidats. D'où l'importance pour les employeurs « *d'accompagner la parole des salariés afin qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs de la marque* ».

¹ Etude Expectra sur les tendances RH pour 2012, réalisée avec TNS Sofres entre le 21 septembre et le 21 octobre 2011 auprès d'un échantillon de 1 459 collaborateurs ou décideurs RH d'entreprises clientes et prospectes d'Expectra (1 233 interviews online, 226 interviews en face à face).

A propos d'Expectra

Expectra est le leader en France de l'intérim spécialisé et du recrutement en CDI de cadres et agents de maîtrise. Fort de ses 10 ans d'expérience, Expectra est la seule société de recrutement spécialisée depuis ses origines dans les domaines les plus pointus : Informatique&Télécoms, Ingénierie&Industries, Comptabilité&Finance, Commercial&Marketing et RH&Juridique. Chaque année, Expectra réalise plusieurs milliers de recrutements de profils hautement qualifiés en CDI ou Travail Temporaire, exclusivement cadres et agents de maîtrise. Expectra est présent dans les 25 plus grandes villes françaises à travers 30 bureaux et départements spécialisés avec 400 consultants et chargés de recrutement organisés par ligne d'expertise métiers.

En savoir plus : www.expectra.fr

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 un chiffre d'affaires 2011 de 3,37 milliards d'euros. En 2011, le groupe et ses filiales (4000 collaborateurs -trices) auront délégué 80 000 collaborateurs intérimaires par jour et recruté 13 600 professionnels, en s'appuyant sur son réseau national et local de plus de 900 agences et bureaux.

Engagée depuis plusieurs années dans la lutte contre les discriminations, Randstad est la seule entreprise française de services en ressources humaines à avoir obtenu les labels « Egalité Professionnelle » (2008) et « Diversité » (2009), en reconnaissance des actions menées en faveur de la promotion de la Diversité au sein de l'entreprise.

En savoir plus : www.grouperandstad.fr

Contacts Presse

Groupe Randstad France
Direction de la Communication Externe
01 41 62 22 07

Sophie Durand – 06 37 86 44 00
sophie.durand@randstad.fr
Sébastien Buffet – 06 01 35 25 39
sebastien.buffet@randstad.fr

Relations Presse - Agence Wellcom
01 46 34 60 60

Esthel Joubert-Gaillard – ejg@wellcom.fr
Sonia El Ouardi – se@wellcom.fr
Raphaëlle Couloigner – rc@wellcom.fr
 <http://wellcom.fr/presse/randstad/>