

Avec Randstad Direct Workforce, le groupe Randstad ambitionne de devenir leader de l'intérim digital d'ici 2025

- Le groupe Randstad lance sa plateforme d'intérim 100% digital
- L'intérim digital devrait représenter 7% du marché du travail temporaire en 2022
- Objectif : devenir leader de l'intérim digital d'ici 5 ans

L'intérim digital représentait à peine 1% du marché du travail temporaire en 2018, selon Xerfi, mais son développement va s'accélérer dans les années à venir. Il devrait se situer autour de 7% à horizon 2022. Dans un marché global du recrutement lui-même en croissance, le groupe Randstad lance Randstad Direct Workforce, sa plateforme d'intérim 100% digital, avec une ambition : s'imposer comme leader de l'intérim digital d'ici cinq ans. Le groupe Randstad entend disrupter les "pure players" digitaux en proposant un service taillé sur mesure pour chacun de ses utilisateurs, entreprises comme candidats. Randstad Direct Workforce s'appuie sur l'expérience du groupe dans le numérique et intègre, dans un seul outil, les solutions digitales développées et éprouvées ces dernières années pour proposer une expérience utilisateur inédite. Au sein de Randstad Direct Workforce, le parcours de recrutement, exclusivement assuré par le chatbot Randy, est calibré pour garantir des recrutements propres aux spécificités de chaque entreprise. Elle gère tous ses recrutements et planifie ses besoins en autonomie. Le candidat reçoit des informations précises sur les offres et les entreprises et postule directement depuis son smartphone. Si toutes les étapes sont digitalisées et gérées en autonomie par les entreprises et les candidats, Randstad Direct Workforce se distingue par le service client. A la moindre difficulté, clients et candidats peuvent être mis en relation avec un consultant dédié.



Frank Ribuot

« Le recrutement est une science subtile. La digitalisation du secteur s'est faite, jusqu'à présent, par le seul prisme du matching. C'est une erreur. L'être humain est complexe et trouver le bon profil ou la bonne entreprise ne peut se réduire à une simple recherche par mots clés. Nous plaçons l'utilisateur au centre de notre plateforme. En la calibrant sur mesure pour chaque entreprise, nous les aidons à exprimer ce qu'elles recherchent précisément chez un candidat. Le candidat a une vision claire du contenu du poste et de l'entreprise. Il ne faut pas se tromper de débat, les entreprises veulent optimiser leurs coûts. Le digital est un moyen pour y parvenir. La nouvelle génération de candidats recherche une expérience fluide, transparente et instantanée. Nous allons les fidéliser par la qualité de service. C'est la différence du groupe Randstad, une innovation digitale résolument tournée vers l'humain. Nous allons révolutionner le monde des plateformes d'intérim grâce à cette approche », analyse Frank Ribuot, Président du groupe Randstad France.

Avec Randstad Direct Workforce, le groupe Randstad crée une plateforme d'intérim digitale, adossée au numéro 1 mondial du travail temporaire et du recrutement. La plateforme permet de digitaliser l'intégralité du processus de recrutement et de rendre les entreprises autonomes. Elle répond aussi aux appétences et aux habitudes d'une nouvelle génération de candidats très aguerrie aux usages numériques. Mais la comparaison avec les autres acteurs numériques du secteur s'arrête là, tant l'approche du recrutement digital diffère.

Séduire les clients par le prix, les fidéliser par l'expérience

Randstad Direct Workforce s'adresse à une cible d'entreprise dont les besoins de recrutements temporaires sont récurrents. Ces sociétés commencent à s'intéresser aux plateformes digitales qui peuvent proposer des coûts de recrutement plus serrés en leur permettant de gérer seules leurs embauches. La limite de cette démarche réside dans la qualité du recrutement et l'expérience utilisateur.

A distance, sans l'aide d'un consultant ni la validation des compétences et du savoir-être, comment être certain de recruter le bon candidat ?

En proposant un processus entièrement digitalisé, Randstad Direct Workforce optimise les coûts de recrutement. Mais le groupe Randstad y ajoute deux dimensions : une sélection sur mesure des candidats et un service client personnalisé. Pour cela, la plateforme s'appuie sur les solutions digitales développées ces dernières années par le groupe.

Au cœur de la plateforme, Randy, le chatbot de pré-recrutement

Concrètement, Randstad Direct Workforce s'appuie sur Randy, le chatbot de pré-recrutement intelligent développé par le groupe Randstad. Cet agent conversationnel permet, à travers un échange fluide, d'évaluer un candidat sur la base d'une série de tests métiers. Le groupe Randstad calibre le chatbot pour chaque entreprise cliente et chaque qualification recherchée. Il prend en compte ses contraintes techniques ou organisationnelles spécifiques, son environnement de travail ou encore sa culture d'entreprise. Sur cette base, l'entreprise reçoit uniquement des candidatures qui correspondent exactement à ses besoins. Le candidat peut aussi compléter son dossier à travers un pitch vidéo. Il peut sélectionner trois questions, parmi une trentaine, pour exprimer sa personnalité en une minute. Cela permet au recruteur de prendre en compte cette dimension dans le processus de sélection.

L'expérience utilisateur, un enjeu déterminant pour la fidélisation

Enfin, si la gestion du recrutement se fait en toute autonomie, c'est le contact humain qui fait la différence de Randstad Direct Workforce. Le groupe Randstad a ainsi créé deux nouveaux postes au sein de ses équipes : le Client Success Manager (CSM) et le Talent Success Manager (TSM). Ce sont des consultants dédiés, l'un aux entreprises clientes, l'autre aux candidats. A la moindre question, talents et entreprises peuvent être mis en relation instantanément avec ces conseillers pour résoudre tout désagrément. Randstad Direct Workforce se positionne ainsi comme « la plus humaine des agences d'intérim digitales ».

En mode pilote, cette approche a été testée et validée avec trois entreprises. Cette phase a permis de tirer plusieurs enseignements. D’abord, Randstad Direct Workforce ne vient pas concurrencer le réseau traditionnel des agences. La plateforme séduit de nouveaux clients ou des entreprises qui s’étaient tournées vers les solutions digitales pour diminuer leurs coûts de recrutement. De même, elle attire une nouvelle génération de candidats. Plus de la moitié des talents qui ont fait acte de candidature pendant la phase de test n’étaient jamais entrés en contact avec Randstad. L’autre moitié s’était détournée des agences traditionnelles et revient dans le giron de Randstad par le levier digital.

Dans un premier temps, Randstad Direct Workforce concentre son développement dans trois secteurs : **la logistique, l’agroalimentaire et l’industrie**. Ces trois secteurs continuent d’être très sollicités malgré la crise et affichent des besoins de recrutement élevés. Côté candidats, la plateforme s’adresse en priorité à sept métiers très recherchés : **agent de fabrication, agent de production agroalimentaire, agent de production industrielle, cariste, employé libre-service, manutentionnaire et préparateur de commande**.

A propos du Groupe Randstad France

Le groupe Randstad France fait partie du groupe Randstad, numéro 1 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 2019 un chiffre d’affaires de 3,7 milliards d’euros. En 2019, le groupe (15 000 collaborateurs, dont 4 000 au titre d’AUSY et 7 600 CDI-Intérimaires) aura délégué en moyenne 75 000 salariés intérimaires chaque semaine et recruté 30 000 professionnels en CDI/CDD, en s’appuyant sur son réseau national et local de 900 agences et bureaux.

Cinq des filiales du groupe Randstad France (Randstad, Randstad Inhouse, Expectra, Appel Médical et JBM) sont certifiées Top Employer.

Retrouvez-nous sur :



www.grouperandstad.fr

[@GroupRandstadFR](https://twitter.com/GroupRandstadFR)



<http://resources.grouperandstad.fr>

[@resources_FR](https://twitter.com/resources_FR)

Contacts presse

Groupe Randstad France

Direction de la Communication
Tél. 01 41 62 22 10

Clément Moulet : 06 99 64 67 77

Delphine Elatri : 06 69 03 14 87

Agence Wellcom

Tél. 01 46 34 60 60

Sonia El Ouardi : sonia.elouardi@wellcom.fr

Donna Clément : donna.clement@wellcom.fr

Rachel Housinou : rachel.housinou@wellcom.fr