



Entreprise DU FUTUR

Matinale DRH

TABLE RONDE
COMMENT ATTIRER LES MEILLEURS JOUEURS ?



COMMENT ATTIRER LES MEILLEURS JOUEURS ?

Attirer les meilleurs joueurs, c'est la mission par excellence des ressources humaines. Trouver les ressources nécessaires pour assurer l'activité et la croissance de l'entreprise. Pour lui permettre de gagner le match face à ses concurrentes, face aux équipes concurrentes.

Eric Gras, expert du marché de l'emploi, chez Indeed, **Léna Basile**, DRH de Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes, **Amandine Bostfaucher**, DRH de Lavoirel Hotel, ont fait part de leur expertises et retours d'expériences et bonnes pratiques sur ce sujet.

Eric Gras : Le marché de l'emploi ne sera plus jamais le même que celui qu'on a connu ces 50 dernières années. C'est fini, si l'on se réfère aux courbes démographiques, il y a 400 000 créations nettes d'emploi, même avec une croissance à 0. Donc oui, **il est urgent de faire de l'apprentissage pour résoudre l'inadéquation offre et demande et urgent de recruter DIFFÉREMMENT**. Les RH en ont conscience, les opérationnels beaucoup moins.

Ils doivent revoir leur niveau d'exigence car il y a un véritable « Skills gap » (*différence entre le degré d'exigence des recruteurs, et les compétences réelles des candidats*). En effet, plus de 90% des candidats ne postulent pas parce qu'ils ne se reconnaissent pas dans l'offre, parce qu'ils n'ont pas les compétences demandées. Le skill gap, c'est ce qui explique que l'on est toujours à 7% de taux de chômage. Il y a les jeunes de moins de 25 ans et les seniors qui sont laissés de côté. « *Jeune débutant accepté mais avec deux ou trois ans d'expérience* » ... ça ne marche pas.

Nous sommes clairement passé d'un marché de sélection à un marché de séduction. Plus le process est long plus on perd les meilleurs candidats. **Il faut traiter les candidats comme on traite ses clients. On n'impose pas on négocie. C'est la loi de l'offre et la demande.**

Amandine Bostfaucher, quand est-ce que vous avez pris conscience de ce décalage et de la nécessité de repenser vos exigences ?

Ça me parle, être moins dans l'exigence, c'est le braquet que l'on a du prendre. Mais nous devons faire évoluer les managers. Dans l'hôtellerie, le processus est encore très codé.

Pour réussir à recruter, nous avons mis en place plusieurs actions. Nous sommes partenaire de #jenesuispasunCV depuis 2-3 mois, nous communiquons dessus car dans l'hôtellerie c'est plutôt innovant. **Nous envoyons nos directeurs d'hôtels sur les jobs dating et nous recrutons également sur des mises en situation.**



Eric Gras, chez Indeed, vous avez justement développé un outil qui permet aux recruteurs de recruter sans CV ?

Oui, car c'est le début du parcours candidat pendant lequel il y a le plus d'abandons. Nous nous sommes donné un objectif permettre au candidat de rencontrer quelqu'un. Car c'est le trou noir. **91% des candidats ne reçoivent pas de réponse à leur offre. Le ghosting candidat est un juste retour des choses.** Il est important de ne pas négliger les candidats dès le départ.

Chez Indeed, le candidat répond à 5 questions qui correspondent à 5 compétences non négociables pour le poste. **Si le candidat remplit ces 5 critères, il obtient direct un RDV avec le recruteur, qui a renseigné son agenda avec des créneaux disponibles, donc le candidat a juste à se positionner.** La technologie peut permettre de remettre l'humain au centre, car on retire biais et apriori.

Léna Basile, vous aussi – et pourtant on est dans un secteur, la banque, où on pourrait penser que c'est plus compliqué - sur certains postes, vous recrutez sans CV.

On a participé à un job dating sans CV avec Indeed, c'est intéressant pour faire évoluer nos pratiques, mais le problème n'est pas au niveau RH. Pour nous aussi, l'enjeu, c'est d'embarquer nos managers car au-delà de recruter des profils atypiques, il faut que les managers soient prêts à les recruter.





Nous travaillons beaucoup avec des assessment center. **Concrètement, c'est une journée de mise en situation collective pour évaluer et apprécier les softs skills et proposer une promesse d'embauche à la fin de la journée.**

Nous adaptons également nos formations : 50% de nos recrues ne connaissent pas les métiers du secteur bancaire. Nous avons donc revu notre programme de formation.

Les trois professionnels ont également insisté sur l'importance de la cohérence de discours entre la direction et les collaborateurs pour avoir une marque employeur forte. Eric Gras rappelle que 94% des candidats regardent les avis avant de postuler. Ces avis se basent sur 4 piliers : Formation, pour augmenter l'employabilité ; Perspectives d'évolution ; Diversité ; Egalité femmes-hommes.

Amandine et Léa ont toutes les deux travaillé leur marque employeur. A la banque populaire, Léa a actionné le levier des ambassadeurs.

Maud Aigrain : Léa, vous avez une politique très volontariste en la matière...

Ce sont en effet les salariés ambassadeurs qui portent la marque employeur de la banque et de leur métier.

Concrètement, nous les avons formés à la communication sur les réseaux sociaux, notamment LinkedIn, nous leur demandons d'être présents sur nos événements dédiés au recrutement, sur notre page employeur, les candidats peuvent poser directement une question à un de nos ambassadeurs.

Amandine, vous avez fait savoir aussi que vous aviez « entendu » que les rythmes de travail de votre secteur (fractionnés, avec de longues pauses, le soir, le WE, la nuit) étaient devenus un frein très fort pour les candidats... Et vous avez réussi à en faire presque un élément d'attractivité puisque vous avez décidé de les valoriser, ces contraintes.

Oui, après le covid, **la grille des minimas a augmenté au niveau de la branche, de façon significative. Mais ce n'était pas suffisant alors nous avons mis place des primes WE et des primes « coupures », on a donc valorisé financièrement les contraintes. Ça marche, le bouche-à-oreille fonctionne. On a nettement moins de mal à recruter !**



MERCI À NOS PARTENAIRES

Partenaire co-producteur :

