



La cooptation au service de vos recrutements



SocialReferral



CareerBuilder®

Vos collaborateurs sont vos alliés pour recruter

Les entreprises se retrouvent face à une nouvelle génération de candidats ultra-connectée, en particulier des jeunes très actifs sur les réseaux sociaux. Ces nouveaux candidats recherchent plus qu'un job, ils veulent travailler avec une entreprise qui partage leurs valeurs et qui propose des opportunités de développement personnel. Les attentes des candidats sont élevées, et avant de postuler à une offre, ces derniers font des recherches approfondies sur les employeurs potentiels.



Comment convaincre ces candidats perspicaces de rejoindre votre entreprise ? En utilisant les membres les plus précieux de votre marque employeur et de vos équipes recrutement : vos propres collaborateurs ! Pourquoi ? Car ils peuvent développer plus vite la confiance que d'autres accordent à votre entreprise : ils sont des ambassadeurs parfaits pour promouvoir votre marque employeur et développer votre CVthèque. Cet e-book vous explique pourquoi la cooptation est l'arme secrète ultime pour votre marque employeur, pour un recrutement efficace et pour des embauches de qualité.



Permettez à vos collaborateurs de devenir des recruteurs

46 % des entreprises disent avoir rencontré des difficultés à pourvoir leurs postes en début d'année 2021*. Les principaux obstacles cités : les candidatures reçues ne correspondaient pas au profil recherché, le faible nombre de candidatures reçues, les candidats rencontrés n'ont pas convaincu. Autant de problèmes que la cooptation peut aider à surmonter... Ce qui explique qu'une large majorité des recruteurs (89 % !) disent y avoir recours.**

En effet, la cooptation permet à la fois de promouvoir votre culture d'entreprise et votre marque employeur et d'attirer de nouveaux talents. C'est aussi une excellente façon de réduire l'écart entre les compétences recherchées et les profils qui postulent, vos collaborateurs sachant exactement de quoi vous avez besoin. 37 % des entreprises ont d'ailleurs admis avoir recruté un cadre connu ou recommandé en amont du processus.***

Les personnes compétentes connaissent d'autres personnes compétentes

L'expérience Small World du psychologue américain Stanley Milgram a prouvé que « Toute personne dans le monde peut être reliée à n'importe quelle autre, au travers d'une chaîne de relations individuelles comprenant au plus 6 maillons ». Des recherches plus récentes ont confirmé ce chiffre. Avec l'utilisation toujours plus forte des réseaux sociaux, cet aspect devient d'autant plus significatif.

Sources :

* Baromètre APEC des intentions de recrutement et de mobilité des cadres – 2ème trimestre 2021

** Sondage Qapa – Novembre 2019

*** Pratiques de recrutement des cadres, APEC – édition 2020

Un tiers des salariés européens de 16 à 29 ans trouvent leur poste grâce à des contacts de leur réseau.

33%

Des postes de cadres sont pourvus grâce au réseautage et aux contacts personnels.

70%

Si 65 % des entreprises disent avoir mis en place une prime de cooptation, les récompenses ne sont pas forcément financières...

- Coffrets cadeau
- Week-end excursions
- Goodies
- Jours de congés supplémentaires
- Dons à des associations



QU'EST-CE QUE...

- Le capital humain : Les compétences et l'expérience qu'apporte un salarié.
- Le capital social : Les liens et contacts sur lesquels un salarié peut compter.

Des chasseurs de tête en interne

Les entreprises peuvent tirer parti des réseaux, en pleine expansion, de leurs collaborateurs, c'est-à-dire de leur capital social. En plus des offres d'emploi classiques, du sourcing actif, et du recrutement sur les médias sociaux, les programmes de cooptation sont aussi un moyen moderne de recruter. Cela implique que le salarié A recommande la personne B et que, en cas de recrutement réussi, il reçoit une récompense, financière ou autre.

S'il a fallu du temps pour mettre en place de véritables programmes de cooptation formalisés, plutôt que de s'en tenir au simple bouche-à-oreille, certaines entreprises ont bien compris l'intérêt de ce puissant outil et poussent même plus loin. Capgemini par exemple organise les Battles de la cooptation, avec des prix pour les collaborateurs qui transmettent le plus de CV débouchant sur des recrutements.

Pourquoi la cooptation ?

Vos salariés sont vos meilleurs ambassadeurs parce qu'ils peuvent parler de manière authentique et détaillée de l'organisation, et parce qu'ils savent ce qu'il faut pour réussir.

UNE DES MEILLEURES SOURCES

La cooptation est l'une des sources de recrutement les plus fiables, permettant jusqu'à 40 % des nouvelles embauches.

DES RECRUTEMENTS DE MEILLEURE QUALITÉ

Les salariés qui proposent des recommandations savent évaluer précisément les compétences, les capacités et les qualifications de ceux qu'ils recommandent. Cela signifie que les nouveaux venus sont souvent meilleurs et/ou mieux adaptés.

LA PRÉSÉLECTION DES CANDIDATS

En partageant vos offres d'emploi, un salarié effectue une présélection importante des candidats avant de transmettre les candidatures. Après tout, une recommandation inadaptée pourrait avoir un impact négatif sur la personne qui a référencé le candidat.

UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE

Un recrutement traditionnel vous coûte entre 4 000 et 20 000 euros. La cooptation coûte moins de 1 500 euros.

UNE DURÉE DU RECRUTEMENT RÉDUITE

La confiance en la personne qui coopte augmente la probabilité qu'un candidat accepte l'offre et trouve rapidement ses marques au sein de l'entreprise. Si la durée d'un recrutement via un jobboard oscille entre 39 et 45 jours, elle n'est que de 29 jours via la cooptation.

UNE MEILLEURE COUVERTURE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Le nombre de candidats potentiels que vous touchez est démultiplié.

UN TURNOVER RÉDUIT

Parce que les candidats recommandés intègrent l'entreprise avec des attentes réalistes, ils sont moins nombreux à partir à court terme : le taux de rétention des salariés cooptés après deux ans s'élève en moyenne à 45 %.

LES 5 ATOUTS DE LA COOPTATION SELON LES RECRUTEURS*

- 88 % : délais de recrutement plus courts
- 76 % : diminution des coûts liés au recrutement
- 59 % : candidats mieux qualifiés
- 43 % : candidats proches de l'entreprise (valeurs, objectifs, etc.)
- 19 % : délais et coûts de formation plus courts

* Source : Sondage Qapa – Novembre 2019



Au cœur des programmes de cooptation réussis : la satisfaction des salariés

Si les collaborateurs sont heureux à leur poste, ils parlent naturellement de l'entreprise de manière positive à leurs amis et connaissances, ce qui mène souvent à des références proactives.

Mais comment être sûr que vos salariés sont vraiment heureux à leur poste ? La loyauté se construit principalement à travers des réussites. Pour exprimer un réel enthousiasme lorsqu'ils parlent de leur employeur à des candidats potentiels, les collaborateurs ne doivent pas seulement occuper un poste bien payé et agréable : il doit aussi leur apporter un sentiment d'accomplissement et une raison d'être.

D'autres articles sur ce sujet :

- [Top 6 des KPI sur l'engagement collaborateur](#)
- [Comment valoriser vos collaborateurs pour leur donner envie de rester ?](#)
- [Le management, un élément-clé du recrutement et de la fidélisation](#)
- [Rétention des talents : adaptez l'environnement de travail](#)
- [Engager des candidats avec un réseau de talents en 3 étapes](#)



6 conseils pour améliorer la satisfaction des salariés

1 DÉFIS

Les tâches monotones et répétitives peuvent être frustrantes. Faites en sorte que vos salariés aient régulièrement de nouveaux défis à relever, par exemple avec de petits projets ou des objectifs annuels.

2 RECONNAISSANCE

Les salariés se sentent appréciés lorsqu'ils sont activement impliqués dans le processus de recrutement et peuvent avoir un impact direct sur le sourcing de la personne qui rejoint l'équipe. Des programmes de cooptation avec des récompenses attractives sont un bon moyen de le leur montrer.

3 RETOURS RÉGULIERS

Les salariés satisfaits apprécient de recevoir régulièrement des retours. Cela leur donne confiance en leurs propres capacités et les aide en matière de développement personnel. Les retours et critiques les aident aussi à mieux comprendre la place de leur poste au sein de l'équipe et de l'entreprise.

4 EQUILIBRE TRAVAIL-VIE PRIVÉE

Horaires flexibles, télétravail, vacances... Ceux qui ont l'impression de réussir à atteindre un bon équilibre entre leur travail et leurs loisirs apprécient plus leur poste.

5 EXPRESSION DES BESOINS ET ENVIES

Faites de la place aux idées créatives, aux critiques et aux solutions proposées. Les personnes qui ont l'occasion d'exprimer leurs besoins et de faire des suggestions, de préférence devant un public ouvert d'esprit, se sentent forcément valorisées.

6 OBJECTIFS À COURT ET LONG TERME

Les collaborateurs satisfaits ont des objectifs à remplir à la fois à court et long terme. Ce sont en fait les objectifs à court terme qui reflètent ce qui se passe réellement sur le lieu de travail. Ils aident aussi vos salariés à définir leurs propres priorités. Si les objectifs à court terme aident à réaliser la stratégie à long terme, vos collaborateurs se sentiront valorisés plutôt que stressés, et ils le communiqueront à l'extérieur.

Avantages d'une marque employeur forte

La marque employeur est désormais une partie essentielle de la communication avec les candidats et un facteur significatif de l'attraction de nouveaux talents. L'image projetée par chaque entreprise, volontairement ou non, est devenue un critère d'évaluation clé. De plus en plus d'entreprises utilisent donc les médias sociaux pour promouvoir leur marque employeur, leur culture d'entreprise et leur histoire de manière active.

Une marque employeur est réussie lorsque les salariés parlent de leur entreprise avec un tel enthousiasme que leur interlocuteur a aussitôt envie de rejoindre l'équipe. Cela peut aussi être un facteur décisif dans le programme de cooptation. Si vos salariés partagent des éléments de votre marque employeur, en devenant des ambassadeurs de la marque, c'est plus efficace sur le long terme pour mettre en avant l'attractivité de votre entreprise vs la publication d'une offre d'emploi de temps en temps.

D'autres articles sur ce sujet :

- [Marque employeur : apprenez à maîtriser le SEO](#)
- [Renforcer l'image de votre marque employeur en période de crise](#)
- [Marque employeur : comment faire entrer les candidats chez vous ?](#)
- [Diagnostiquez votre marque employeur pour savoir comment la soigner](#)
- [Marque employeur : avez-vous tenté le guest blogging ?](#)

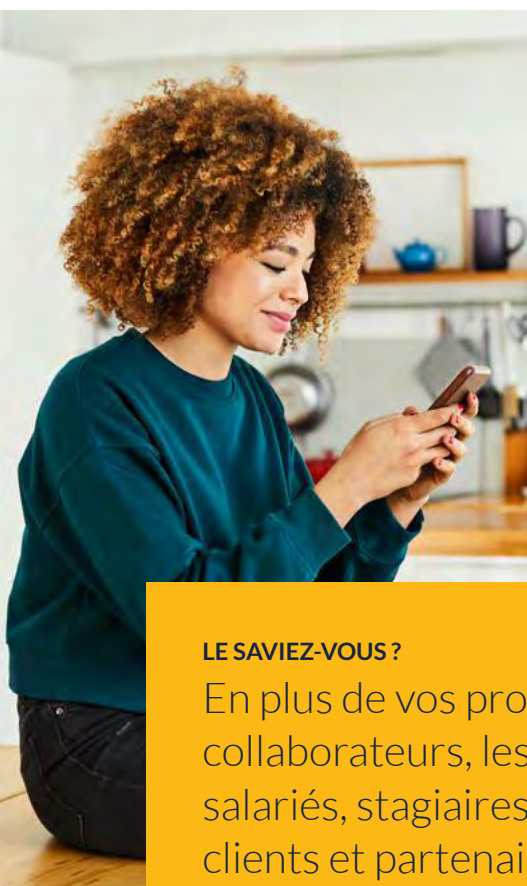


UNE MARQUE EMPLOYEUR FORTE EST

- honnête
- crédible
- pertinente
- reconnaissable
- ambitieuse

Les réseaux sociaux – pour les ambassadeurs de la marque et les recruteurs

Les collaborateurs satisfaits parlent de leur employeur à leurs proches mais aussi sur les réseaux sociaux. S'ils partagent des offres d'emploi et d'autres publications, ces posts gagnent en crédibilité. Une étude d'Olapic a prouvé que plus des trois quarts des internautes font davantage confiance aux messages publiés par des personnes qu'au contenu corporate, et les publications de salariés sont partagées jusqu'à 24 fois plus que lorsqu'elles ne sont disponibles que sur les pages et profils de l'entreprise.



LE SAVIEZ-VOUS ?

En plus de vos propres collaborateurs, les anciens salariés, stagiaires, bons clients et partenaires peuvent être inclus dans le programme de cooptation.

Permettre à vos collaborateurs d'utiliser, sur leur lieu de travail, des réseaux sociaux comme LinkedIn, Facebook et Twitter les incitera à faire des recommandations en partageant les offres d'emploi et d'autres contenus, que vous devez mettre à leur disposition.

Dans le cas des recommandations, des retours rapides aux salariés ET aux candidats sont indispensables. Alors assurez-vous d'informer les collaborateurs qui font des recommandations ainsi que les candidats tout au long du processus de sélection. Si une personne cooptée donne les résultats espérés, n'attendez pas

trop longtemps avant de donner la récompense – non seulement, cela augmente la motivation pour de futures recommandations, mais c'est aussi une preuve de confiance et d'appréciation. Au passage, vous pouvez aussi mettre en place un programme de récompense pour le partage réussi de messages en lien avec la marque employeur.

Où vos candidats cherchent-ils leur prochaine opportunité ?

- Réseau personnel ou professionnel (72 %)
- Offres d'emploi (69 %)
- Réseaux sociaux professionnels (60 %)
- Candidatures spontanées (43 %)
- Réseaux sociaux généralistes (18 %)

Sources :

* Les pratiques de veille et de recherche d'emploi des cadres - Juin 2019

** Etude Hootsuite We are social Digital 2021 France

*** LinkedIn - Janvier 2020

LES FRANÇAIS ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Près de 50 millions de Français utilisent les réseaux sociaux, soit les trois quarts de la population
- Ils y passent en moyenne 1h41 par jour
- Les 25-34 ans, votre cible pour la plupart de vos postes, représentent la plus grosse audience sur les réseaux sociaux**
- 30 % de l'engagement sur une page LinkedIn vient des employés de l'entreprise
- Les employés d'une entreprise ont 14 fois plus de chances de partager du contenu de leur entreprise qu'un autre type de contenu***

Vos candidats sur le Web

Les candidats utilisent **21 sources différentes** lors de leurs recherches d'emploi.

ORIENTATION :

POUR ÉVALUER LE MARCHÉ, LES CANDIDATS....

Font des recherches sur Google

69%

Utilisent les sites emploi

53%

CONSIDÉRATION :

POUR FAIRE DES RECHERCHES SUR DES ENTREPRISES POTENTIELLES, LES CANDIDATS...

Se tournent vers les sites carrière

69%

Utilisent les réseaux sociaux

56%

Portée du réseau

Plus de 41 % des utilisateurs de LinkedIn ont plus de **500** contacts.

500 salariés x 500 contacts = **250 000** personnes

41%

La moitié des utilisateurs majeurs de Facebook ont plus de **200** contacts.

500 salariés x 200 contacts = **100 000** personnes

50%

Source : Etude CareerBuilder sur le comportement des candidats

Recommandations de salariés : outils utiles

Votre site carrière

Les pages carrière d'une entreprise sont l'un des premiers points de contact pour les candidats, et l'un des plus populaires. Elles jouent donc un rôle clé dans le processus de recrutement. La première impression qu'ont les candidats de votre entreprise, de votre marque employeur et de votre culture d'entreprise peut être un facteur crucial dans leur décision de postuler ou non. Un site carrière attractif et une marque employeur bien « marketée » vous donneront un avantage compétitif intéressant, surtout pour les postes où les candidats qualifiés ont le choix entre plusieurs offres.

Profils sur les réseaux sociaux

Il est désormais essentiel pour les entreprises, en particulier les plus grandes, d'avoir une présence authentique sur les réseaux sociaux, puisque c'est là que se trouvent les candidats potentiels. Les médias comme LinkedIn, Twitter, Instagram et Facebook, sans oublier les relativement nouveaux TikTok, Snapchat et même Twitch, peuvent valoir leur pesant d'or pour réseauter avec des candidats potentiels et pour la promotion de votre marque employeur. C'est une façon de toucher des personnes qui ne sont pas activement à la recherche d'un nouveau challenge.



Le partage d'offres et de contenus intéressants

Publiez des contenus valorisant votre marque employeur et vos postes à pourvoir auprès de vos salariés et demandez-leur de partager le contenu avec leur propre réseau. Un jeu d'enfant si vous utilisez une solution dédiée offrant à vos collaborateurs une interface regroupant l'ensemble des flux de vos réseaux sociaux permettant de voir en un seul coup d'œil, les nouvelles publications et les offres d'emploi disponibles. Différentes solutions de recommandations existent :

SOURCING DANS LE RÉSEAU DES COLLABORATEURS

Ce type de recommandation implique que les salariés autorisent leur employeur à accéder aux contacts de leur réseau, et que ce dernier utilise cet accès pour rechercher des candidats adaptés.

LES RECOMMANDATIONS PERSONNELLES CONCERNANT DES CONTENUS PERTINENTS ET DES OFFRES ADAPTÉES

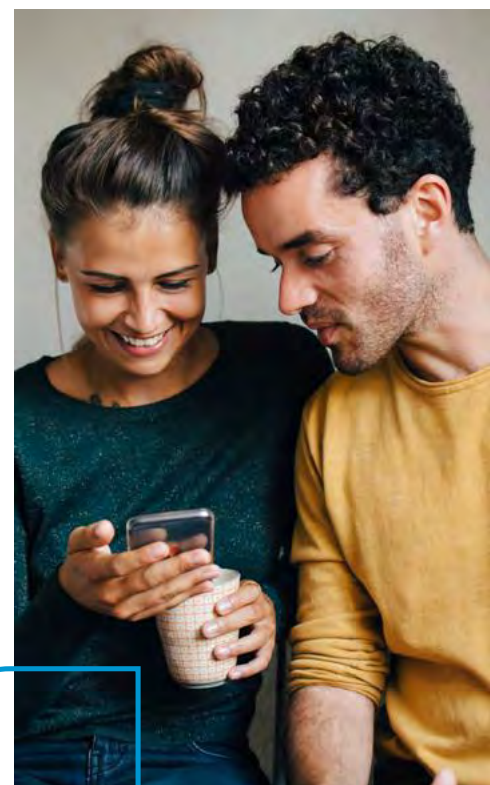
Dans ce cas, les collaborateurs transfèrent les messages sur la marque employeur et/ ou les offres d'emploi à leurs contacts, assortis d'un message personnalisé, une fois qu'ils se sont assurés de leur pertinence.

LA COOPTATION « EXTERNALISÉE »

Ce programme de cooptation ne concerne pas seulement vos propres collaborateurs, mais aussi des personnes qui connaissent bien l'entreprise et qui utilisent également les réseaux sociaux : par exemple les intérimaires, fournisseurs, ex-collaborateurs, et bons clients.

Evaluer le succès

Des rapports et analyses peuvent vous aider à découvrir quels sont les canaux particulièrement efficaces, ou quel est le jour où vos publications sont les plus partagées. Utilisez ces informations pour optimiser votre programme de cooptation et pour trouver encore plus de candidats adaptés.





Faire de vos collaborateurs des ambassadeurs et des chasseurs de tête

Vos salariés sont-ils totalement impliqués ? Transformez vos collaborateurs en ambassadeurs de votre marque ! La solution SocialReferral permet à vos collaborateurs de partager le contenu de votre entreprise et vos offres d'emploi sur leurs réseaux sociaux.

UNE SOLUTION TOUT-EN-UN

Une seule solution, aux couleurs de votre marque, depuis laquelle vos collaborateurs partagent votre contenu et vos offres auprès de leur réseau.

FACEBOOK ET WHATSAPP

Egalement disponible sur Facebook, Messenger et WhatsApp, parmi d'autres canaux pour partager votre contenu.

RÉCOMPENSE SYSTÉMATIQUE

Un système de récompenses est intégré à la solution ce qui permet à vos collaborateurs d'être récompensés pour toute cooptation réussie.

OPTIMISÉ MOBILE

Facile à utiliser au quotidien : la solution est en responsive design et accessible via une application mobile sur iOS et Android.

TRACKING DES COOPTEURS

Analysez les performances de votre programme et identifiez les collaborateurs qui sont vos meilleurs ambassadeurs.

CHÈQUES-CADEAUX AMAZON

Récompensez facilement vos collaborateurs grâce aux chèques-cadeaux Amazon™ directement intégrés à la solution.

La solution permet également aux recruteurs de **capitaliser sur la communauté de collaborateurs** pour **promouvoir la marque employeur**, **encourager la mobilité interne** et **piloter la cooptation**.

[Découvrir la solution SocialReferral](#)



À propos de CareerBuilder®

Le Groupe CareerBuilder est le leader mondial en solutions de gestion du capital humain.

Forts d'une expertise de plus de 25 ans sur le marché, avec 2 300 collaborateurs dans le monde et une présence dans 23 pays, nous avons placé l'innovation et le service client au cœur de notre stratégie. Si vous êtes à la recherche d'un partenaire capable de vous

accompagner aussi bien sur la récolte et l'analyse des données que sur la gestion des candidatures, d'apporter des réponses à toutes vos problématiques de recrutement et de vous aider à gagner la guerre des talents, CareerBuilder s'impose comme l'interlocuteur idéal.

[Découvrir nos solutions](#)

Angle-Right Pour plus d'informations, visitez recruteur.careerbuilder.fr