

Net, algorithmes et vidéo : le prochain scénario du recrutement

Logiciels de tracking, recruteurs indépendants, entretien sous forme de jeux en ligne...
Voici venue l'ère des recruteurs et des candidats augmentés. Pour le meilleur ?



Rappelez-vous : il y a une quinzaine d'années, seules quelques cabinets de recrutement ayant pignon sur rue détenaient de solides bases de données d'offres d'emploi et de profils de candidats. Aujourd'hui, plus de 700 millions de membres s'affichent sur la plateforme LinkedIn, les sites d'emploi fleurissent au côté des cabinets de chasseurs de têtes, eux-mêmes concurrencés par une armée de recruteurs indépendants et le développement exponentiel des CVthèques en ligne... Passés au crible des machines, les profils comme les curriculum vitae des candidats livrent une énorme masse d'informations à des recruteurs

le nez rivé sur leurs nouveaux outils digitaux. « Désormais, ce n'est plus l'information qui a de la valeur mais bien son exploitation », explique Jean-Ghislain De Sayve, directeur régional de Hunteed, une plateforme digitale de recrutement externalisé qui assure le lien entre des recruteurs indépendants et des missions proposées par des entreprises. Joséphine Mpaka, recruteuse de gestionnaires administratifs, de commerciaux et de responsables fonciers, passe parfois par cette entremise, mais assure aussi son sourcing de candidats avec son propre logiciel. Un ATS (applicant tracking system) qui filtre automatiquement les profils en fonction de critères qu'elle prédéfinit, comme la zone géographique et les années d'expérience. Comme elle, Léa Vayrac, basée à Barcelone, recrute pour la France dans le domaine de la finance. Payée « au succès », lorsque le recrutement du candidat est effectif, la jeune femme arpente sans relâche les réseaux. « LinkedIn est une vraie mine d'or pour les candidats passifs. Je n'achète aucune fonctionnalité, je me sers juste de la recherche par mots-clés puis je contacte directement les professionnels que j'ai repérés », explique-t-elle.

Trier encore et toujours

Dans ce recours aux algorithmes, qu'est-ce qui prime ? Le nom ou le prestige d'une école semblent moins compter par rapport à d'autres données tangibles comme l'expérience et les postes occupés. Mais ne croyez pas pour autant que truffer votre CV de mots-clés trompera les logiciels de tri des employeurs ou



des plateformes d'emploi. «Les machines savent maintenant très bien reconnaître un langage écrit et construit», confirme Arnold Zephir, data scientist et cofondateur de Prévizion.io. Si l'analyse lexicale est encore utilisée, mieux vaut désormais privilégier des phrases complètes et descriptives de ses missions. Rien ne sert de gonfler son CV avec des titres ronflants. Si vous utilisez le terme de CEO ou de chef de département et qu'un peu plus loin vous précisez avoir encadré une équipe de seulement une dizaine de personnes, la machine notera l'incohérence.

Constamment en quête d'efficacité et de rationalité, les recruteurs tentent encore et toujours de dégouter la perle rare. Comme l'écrit Emmanuelle Marchal, directrice de recherche au CNRS et spécialiste du recrutement⁽¹⁾ : «En tant que professionnels, ils mobilisent des outils censés réduire l'incertitude sur la qualité des profils.» De fait, alors que le nombre de candidatures pour chaque poste augmente, excepté dans des secteurs en tension comme l'informatique ou la production, le décalage s'accroît entre profils et prérequis en raison des exigences mêmes des recruteurs. «Aujourd'hui, les entreprises regardent l'employabilité de la personne, sa capacité à comprendre très vite les projets de l'entreprise. Il faut un retour sur investissement rapide», explique Karim Cherif, associate partner chez Magellan Consulting, qui intervient auprès des directions des ressources humaines de grands groupes. Pour éviter le turnover, les employeurs cherchent à le prévoir. Là encore, les algorithmes sont appelés à la rescousse. «A partir de

deux variables, on peut évaluer la durée espérée du candidat dans le poste à pourvoir : son historique personnel et les données du marché de l'emploi dans lequel il évolue», confie Arnold Zephir. Ainsi «profilés», les candidats peuvent-ils toujours tirer leur épingle du jeu ? Le sociologue du travail Laurent Duclos, chef de projet Ingénierie de parcours et stratégie d'accompagnement à la Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle (DGEFP), tempère : «Selon une enquête du ministère du Travail⁽²⁾, l'apparition des plateformes n'a pas radicalement changé la physionomie des recrutements dont 50% se font hors ligne. Ce qui est clair, en revanche, c'est le renforcement continu de la sélectivité du marché du travail et ses effets d'évictions, aggravés par le jeu des algorithmes.» D'autant plus que le tri de masse n'est qu'un outil parmi d'autres.

Jeux en ligne et recherches de personnalités

Pour optimiser leur processus d'embauche, les entreprises y ajoutent d'autres méthodes : tests, mises en situation, challenges avec la mise en compétition de plusieurs candidats autour d'un sujet. Ces pratiques, qui scrutent votre identité autant que vos compétences, ne sont pas réservées aux postes de cadres ou d'ingénieurs. Loin de là. Les profils moins qualifiés sont également regardés à la loupe. L'entretien vidéo préalable en différé s'est ainsi largement répandu, notamment dans les grandes agences d'intérim. On y analyse non seulement vos réponses mais aussi votre élocution, vos réactions face aux questions. Chez Adecco, ●●●

●●● pas moins de 1 200 recruteurs ont été formés l'an passé à de nouvelles façons d'évaluer les candidats. Ces derniers sont invités à participer à des jeux en ligne. Une plateforme dédiée aux recrutements de vendeurs propose ainsi de les mettre en situation. «Il faut concevoir une réponse écrite à une réclamation ou réagir face à un client mécontent joué par l'un de nos consultants», détaille Hélène Fourier, directrice du Centre de formation d'apprentis «Recruter autrement» du leader de l'intérim. Dans ce cas, ce qui compte, c'est moins la justesse de la réponse apportée par le candidat que l'appréciation de qualités «porteuses d'une performance supérieure». C'est-à-dire ? «Les compétences techniques ayant une durée de vie de douze à dix-huit mois, nous devons nous concentrer sur les softskills», précise-t-elle. La recherche de ces compétences douces, liées aussi bien à la posture du candidat qu'à son «savoir-être», conduisent à des pratiques de recrutement bien particulières.

Ainsi, chez R-PUR, une start-up qui commercialise des masques antipollution, le cofondateur Matthieu Lecuyer s'est inspiré des méthodes de la Silicon Valley pour mettre au point son propre parcours de recrutement. Après sélection sur CV, chaque candidat a une semaine pour imaginer et produire une vidéo sur un thème donné (il peut se faire aider). Il doit aussi se prêter à une étude de cas spécifique, qui reprend généralement une situation déjà vécue au sein de l'entreprise. Enfin vient l'entretien ponctué de questions destinées à capter «l'expression d'une personnalité». Fini le temps du «êtes-vous chasseur ou cueilleur?». Ce type de questions a vécu. Pour estimer votre capacité de vulgarisation, on vous demandera plutôt : «Je suis ton grand-père, explique-moi simplement le bitcoin...» La question «dans une équipe de foot, à quel poste joueriez-vous?» renseigne, elle, sur la place que vous vous donnez au sein d'un groupe. Ou encore : «Sur une île déserte, vous emportez trois choses, lesquelles?» Ici, pas de bonne ou de mauvaise réponse (de l'eau ou *Le Petit Prince*, de Saint-Exupéry?), comme le précise l'entrepreneur : «Rien n'est réhibitoire. C'est un dialogue qui permet au candidat de répondre et d'expliquer ses choix.»

La limite, pour le chercheur Laurent Duclos, «c'est que l'on ne sait pas bien de quoi cela parle. Cette

Chez R-PUR, on demande à chaque candidat de produire en une semaine une vidéo sur un thème donné

DEUX NOUVELLES RUBRIQUES DANS LE CV DU FUTUR

EXISTENCE DIGITALE :

La mention du nombre de followers sur le CV n'est plus une anomalie. Afficher l'étendue de son réseau, sa capacité à toucher une communauté est devenu un atout, notamment dans les secteurs de la communication, du marketing, de l'informatique ou des nouvelles technologies.

MAD SKILLS : Ces compétences «folles», ou hors du commun, remplacent

progressivement la case «expériences personnelles et hobbies». Plutôt que d'égrener des activités de loisirs, mieux vaut choisir un ou deux centres d'intérêt qui peuvent susciter la curiosité des recruteurs et révéler des traits de votre personnalité. Selon un sondage publié par Indeed en 2019, 54% des recruteurs déclarent qu'une expérience professionnelle atypique a déjà eu un impact positif sur leur décision d'embauche.

recherche de «personnalité» est plutôt le symptôme d'un dysfonctionnement généralisé du process de recrutement. Cela impacte d'autant plus les anciennes normes d'intégration dans le travail qui font désormais s'opposer le potentiel au métier.»

Recruteurs et recrutés : même combat

Pour repérer les capacités des candidats, le marché du recrutement fourmille d'inventions aussi variées que les recruteurs qui les emploient. Témoin, l'agence d'intérim Synergie qui, en partenariat avec une mission locale, fait jouer, toute une après-midi sur un stade de Corbeil-Essonnes, des équipes de jeunes candidats contre ses propres employés d'agence lors de tournois de foot amicaux... Sur le bord du terrain, les entreprises observent. Faut-il alors s'y montrer plutôt offensif ou collaboratif? Mystère. En tout cas, les chargés de recrutement mouillent aussi le maillot, comme Melliti Wiem, qui y a participé. Partisane d'une stratégie pour «casser les barrières entre les candidats et les recruteurs», la jeune femme met régulièrement en scène sur TikTok les postes recherchés par son agence. Revêtue tantôt d'un gilet orange comme un manutentionnaire ou d'une tenue de chantier, ses vidéos ont donné des idées à son employeur pour lequel elle assume désormais la casquette d'«ambassadrice TikTok». Aujourd'hui, pour aller chercher les candidats, il faut partager le même terrain de jeu. Quitte à s'y perdre un peu parfois.*

✦ Par Julie Krassovsky

(1) *Les Embarras des recruteurs. Enquête sur le marché du travail* (Editions de l'EHESS, 2015).

(2) Enquête OFER du ministère du Travail, https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/pdf/de-236_recours_a_internet.pdf

Pour être recruté, soyez liké!

Pas de followers, pas de boulot! Devra-t-on à l'avenir cultiver notre «aura digitale» pour décrocher un job?

A lors que 600 millions d'utilisateurs chinois se trémoussent sur l'application TikTok, l'empire du Milieu envisage de mettre en place dans les années à venir un score économique et social individuel qui pourrait potentiellement restreindre l'accès à certains emplois. Un scénario orwellien qu'on espère irréalisable, mais dont on envisage parfois les prémices en constatant combien notre vie sociale et professionnelle est déjà régie en partie par les réseaux sociaux. Sur les plateformes, les loisirs et le travail se mélangent. Les candidats s'affichent en ligne, soignent leur image et en font parfois un relais professionnel utile. De leur côté, les recruteurs observent. 80% d'entre eux consultent les différents profils des candidats avant de les rencontrer, selon une étude menée par LiveCareer*, un site de conseil en rédaction de CV. Les digital natives ne s'y trompent pas. Comme Samuel Benmoussa, étudiant en licence dans le domaine du design et de la mode. Présent sur Instagram depuis huit ans et seulement trois mois sur LinkedIn, le jeune

homme a déjà déniché trois stages auprès de stylistes ou de directeurs artistiques via le réseau. «Je passe beaucoup de temps à suivre les stories de professionnels dont le travail me plaît. Ils me suivent parfois en retour et "likent" mes photos. L'entretien se fait ensuite, mais en réalité il n'est pas décisif.» De fait, la décision de lui proposer un stage est surtout motivée par ce que renvoient son profil et l'identité de ses followers. Pour Samuel, pourtant, pas question de multiplier les abonnés. «Je ne veux pas qu'on me prenne pour un influenceur! Les posts qui m'intéressent n'appartiennent pas au domaine du marketing, ce n'est pas l'image que je veux donner.»

MONTREZ SON BON PROFIL

Chaque secteur professionnel a en effet ses usages. L'autorité britannique régissant la publicité (ASA) considère ainsi qu'à partir de 30 000 followers vous êtes officiellement considéré comme un influenceur. En deçà, on parlera de micro-influence. Avec ses 2 300 contacts sur LinkedIn, Sébastien Verger, responsable commercial et directeur technique chez Dell Technologies, est identifié comme un expert de niche. Le responsable, qui partage en moyenne deux publications

par semaine, bénéficie de cette «aura digitale». «Il y a en effet certains événements professionnels auxquels je suis convié, ou envoyé par mon groupe, compte tenu de mon audience.» Un relais à peu de frais pour son employeur. «En fonction de l'environnement professionnel, un candidat possédant déjà un bon réseau sera plus facilement repéré par l'entreprise», atteste Franck Magnan, cofondateur de Bonanza, spécialiste du recrutement des 18-35 ans sur les réseaux sociaux. Alors que l'activité en ligne fait désormais partie du domaine public, l'usage que l'on fait des réseaux sociaux prédéfinit même la pertinence des offres d'emploi que nous recevons. Avec un danger toutefois : que notre valeur sur le marché du travail soit réduite, aux yeux des recruteurs, à notre profil digital. Pour le sociologue Laurent Duclos, c'est un trompe-l'œil : «La compétence, c'est le couple que forme un individu avec son environnement de travail. On l'oublie un peu trop.»*

✦ Par Julie Krassovsky

*<https://www.livecareer.fr/cv/recrutement-reseaux-sociaux>

