Recrutement 2.0
Janvier 2011

MEILLEURES PRATIQUES

Présenté par Mohammed ALAMI

Sommaire

- Introduction au recrutement 2.0
- Tendances techno WEB 2.0
- Pourquoi le recrutement 2.0 ?
- Exemples cas RH 2.0
- Rh 2.0 et vie privée des candidats
- Meilleures pratiques
- Introduction au référencement
- Référencement personnel
- Recommandations

CGI (Conseillers en Gestion et Informatique) en bref

CGI parmi les 10 plus importantes firmes d'impartition

- Fondée au Québec en 1976
- CA : 4 MM$, Inscrite aux bourses de Toronto et New-York
- Plus de 30 000 membres
- 100 bureaux dans 16 pays
- 1ère au Canada, 4e en Amérique du Nord et 7e à l'échelle mondiale

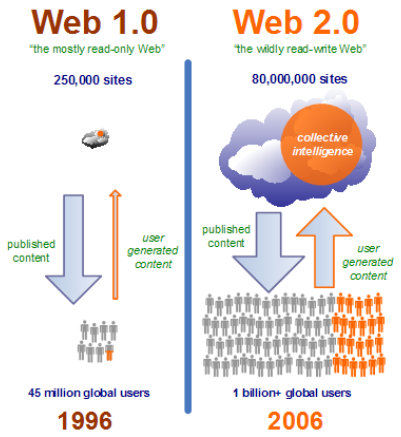
CGI : 1ère entreprise indépendante de services-conseils en Ti et en gestion de processus d'affaires au Canada

Le principal challenge de CGI est de trouver des talents qu'elle pourra affecter aux différentes missions qui lui sont confiées.

1ère partie
Recrutement 2.0

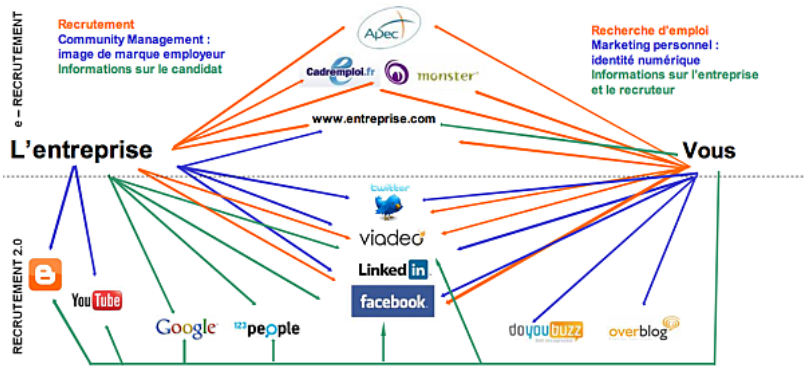
Responsables RH ont évolué avec Web 2.0 : RH 2.0

Le recrutement et Techno web 2.0



- Plus qu'une technologie, concept de mise en commun d'informations
- les réseaux sociaux favorisent l'intelligence collective.
- chacun peut alimenter le contenu d'Internet et ainsi proposer de nouveaux socles de connaissances.
- Le recrutement a évolué : RH 2.0

Recrutement 2.0 en 1 image



Tendances techno WEB 2.0

- Nielsen : Les réseaux sociaux ont dépassé l'email en terme d'activité. Réseautage et blogs –> 4e activité des internautes

Figure 1: Member Community growth twice that of any of the other five most popular sectors

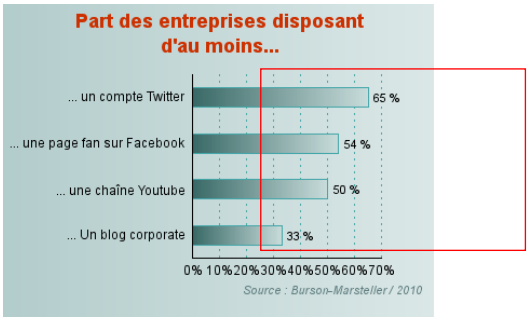
Rank	Sector	Global[1] Active Reach Dec 08	Global[1] Active Reach Dec 07	% Point Increase in Active Reach
1	Search	85.9%	84.0%	1.9%
2	General Interest Portals & Communities	85.2%	83.4%	1.9%
3	Software Manufacturers	73.4%	72.0%	1.4%
4	Member Communities	66.8%	61.4%	5.4%
5	E-mail	65.1%	62.5%	2.7%

Source: Nielsen Online, Global Index, December 2007 – December 2008. E.g. In Dec 08 the Search sector reached 1.9% (points) more of the world's online population than it did in Dec 07

Source : Nielsen, 2009

Tendances techno WEB 2.0

- 2/3 des 100 plus grandes entreprises dans le monde disposent d'au moins un compte Twitter. Plus de 50% ont au moins une page Facebook et une chaîne sur Youtube.

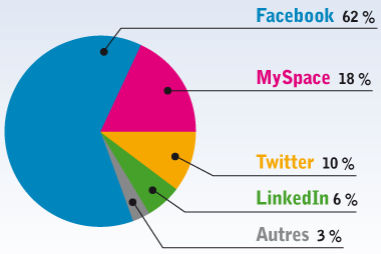


Burson-Marsteller, 2010

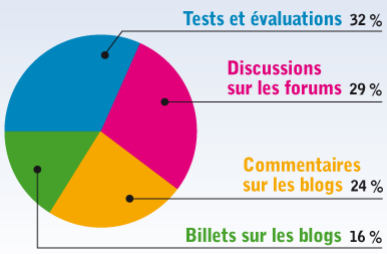
Tendances techno WEB 2.0

- Étude Forrester : mieux cerner les mécanismes d'influence et de bouche à oreille sur le web (réseaux sociaux, blogs)

PARTAGE D'INFLUENCE PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX



PARTAGE D'INFLUENCE PAR LES BLOGS ET FORUMS



Source : Forrester « Peer Influence Analysis », 2010

Pourquoi le recrutement 2.0 ?

- Étude Gartner 2009 : réseaux sociaux modifient considérablement la façon dont les candidats perçoivent une entreprise et ont donc un impact sur les stratégies de marque employeur.

- Coût avantage majeur. LinkedIn facture uniquement l'envoi d'e-mails aux candidats. Twitter, Facebook et Youtube financés par la pub.

Pourquoi le recrutement 2.0 ?

- La génération Y arrive sur le marché de l'emploi (Y désigne les jeunes de 30 ans et moins).
- Les générations Y et Z sont très branchées.
- Au Québec, devant une offre grandissante d'emplois, ils se retrouvent dans une position fort avantageuse .

Pourquoi le recrutement 2.0 ?

- Importance du 'turnover' au Canada et USA pour diverses raisons (démographiques, économiques, culturelles,…).
- Le ministère du travail américain estime que les étudiants actuels auront 10 à 14 emplois avant l'âge de 38 ans.
- Les NTIC ont donné naissance à de nouveaux métiers « Community Manager, Responsable e-business, Responsable référencement SEM/SEO… »

RH 2.0 !

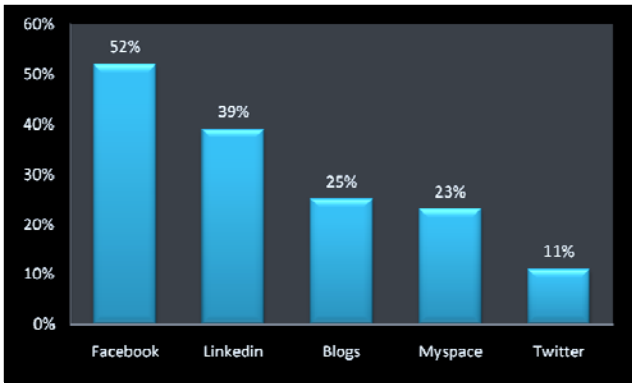
- Étude de *Cross-Tab* sites les plus utilisés par les recruteurs sondés aux USA

Percent of recruiters and HR professionals who use these types of sites when researching applicants	
Search engines	78%
Social networking sites	63%
Photo and video sharing sites	59%
Professional and business networking sites	57%
Personal Web sites	48%
Blogs	46%
News sharing sites (e.g. Twitter)	41%
Online forums and communities	34%
Virtual world sites	32%
Web sites that aggregate personal information	32%
Online gaming sites	27%
Professional background checking services	27%
Classifieds and auction sites	25%
None of these	2%

Source : *Cross-Tab,* 2010

Rh 2.0 Canada

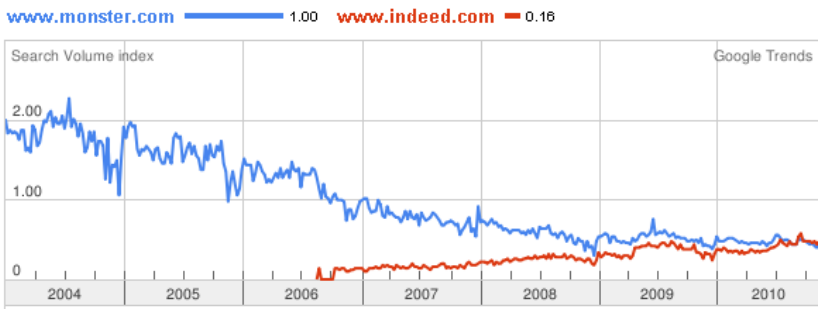
- Enquête CareerBuilder : 28 % employeurs canadiens utilisent réseaux pour rechercher candidats, 3 % planifient de le faire.



Source : CareerBuilder, 2009

Importance référencement (SEO)

- Changement d'habitude de recherche en ligne Vs Portail.



Google Trends, 2010

Exemples cas RH 2.0

Aux USA

- *La CIA* et *National Security Agency (NSA)* : Facebook.
- 25 à 30% des cadres séniors de *HCL Technologies*.
- *Ecommerce recruiter,* exclusivement outils web 2.0 : Blog, flux RSS, Newsletter, Facebook, Twitter et LinkedIn.

- success stories dans le recrutement social : *Prospectus IT Recruitment*, *CK Clinical*… (*socialmediainrecruitment.com)*

Exemples cas RH 2.0

En France

- DRH estiment à 2% la part des réseaux sociaux dans le recrutement global (prévoient de passer à 10% d'ici 2011)
- *Air France* avec son portail dédié au recrutement (inside-airfrance.com), exploite les ressources communautaires pour faire parler de ses métiers en interne et vers le grand public.

Cette réserve des RH français peut s'expliquer par un souci majeur de la protection de la vie privée.

Exemples cas RH 2.0

Au canada

- *Nurun*, RH 2.0 une grande place : consacre près de 80% de sa stratégie aux réseaux sociaux comme LinkedIn, Twitter et Facebook. Utilisent également YouTube

Contrairement à l'Europe, la culture nord-américaine n'exige pas de photo dans un CV.

Exemples cas RH 2.0

- l'Association des firmes d'ingénieurs-conseils du Canada (AFIQ) a initié démarche agressive sur Facebook pour ses grands besoins de relève dans le domaine du génie-conseil.

- L'hôpital du Sacré Cœur : recrutement 2.0 vidéo pour faire face à une pénurie d'infirmières : lipdub (clip vidéo chantant) de la chanson « Un jour, un jour » publié sur Youtube.

  Env. 130 000 Vues !!!

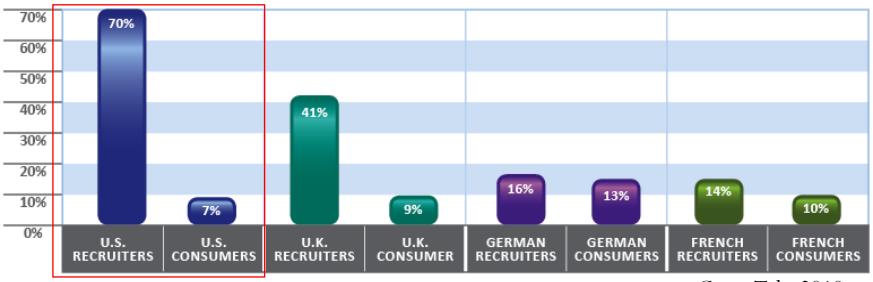
Vie privée sur internet

- l'employeur soumis à la *LPRPDE* (Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques) et à la loi sur la protection des renseignements personnels du Québec.

- Si profil accessible au public :
  seule l'utilisation faite peut être discutée.

Vie privée sur internet

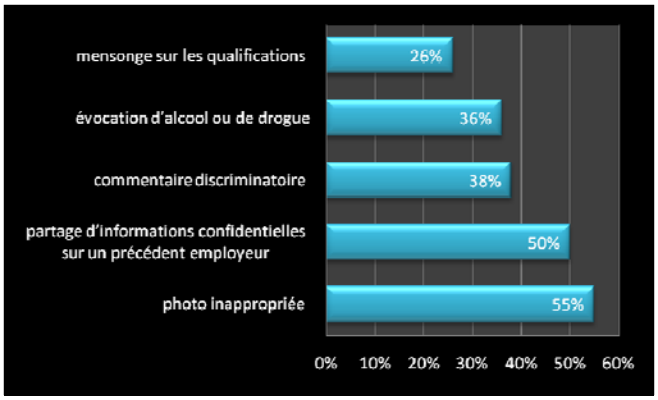
- Aux USA, un grand % de recruteurs et spécialistes RH ont rejeté les candidats à partir des données trouvées sur le web.
- Faible % de candidats pensent que leurs données ont une incidence sur leur recherche d'emploi



Cross-Tab, 2010

Vie privée sur internet

- Au Canada 26 % employeurs canadiens utilisant réseaux sociaux : l'information trouvée les a déjà dissuadés de recruter un candidat.



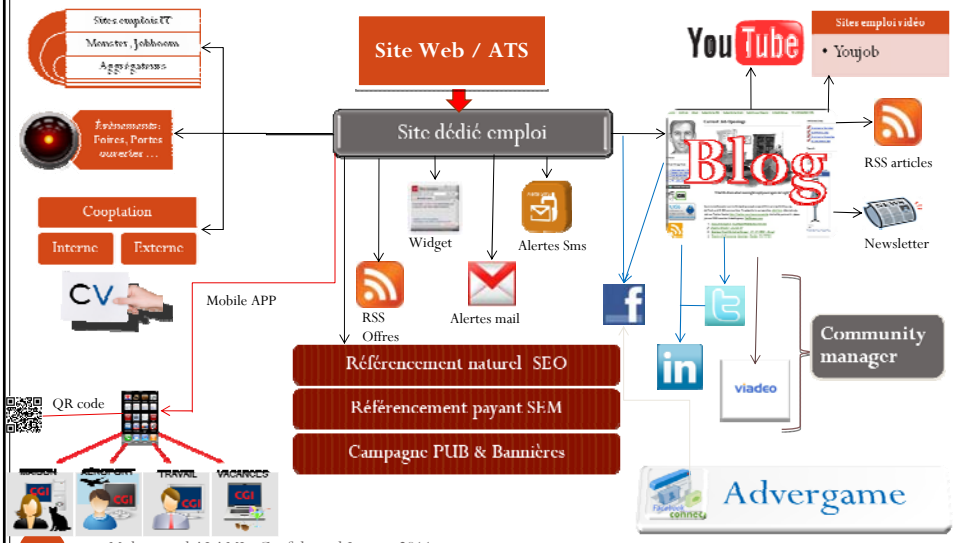
CareerBuilder, 2009

Meilleures pratiques côté employeur

- Site RH d'entreprise
- Référencement naturel
- Newsletter et alertes Mail
- Blog et Flux RSS
- Les programmes de cooptation
- Les réseaux sociaux
- La vidéo Youtube

….

Site expérientiel point d'entrée



Meilleures pratiques côté candidat

Pensez au référencement naturel pour booster votre notoriété

Donner de la visibilité à votre nom/projet : contenu et mots clefs.

- Site personnel récapitulatif (Domaine.tel)
- Blog (Wordpress) et micro blog (Twitter)
- Réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo)
- Sites de partage (Flicker, Slideshare)
- Participation dans les forums et QA (Quora)
- Agrégateurs de nouvelles (Digg)
- Sites de favoris (del.icio.us)
- Plateforme vidéo (Youtube, Tubemogul)

Stratégie de présence

- Promouvoir votre expertise en utilisant les techniques du référencement naturel.
- Construisez votre identité numérique avec cohérence : Billet de blog, contribution sur Hub Viadeo, réponse à une question sur Quora…
- Mettre en avant les contenus
- Utiliser un seul point d'entrée

2ème partie
Référencement naturel

Le référencement n'est pas qu'une affaire de technicité, c'est à votre portée !

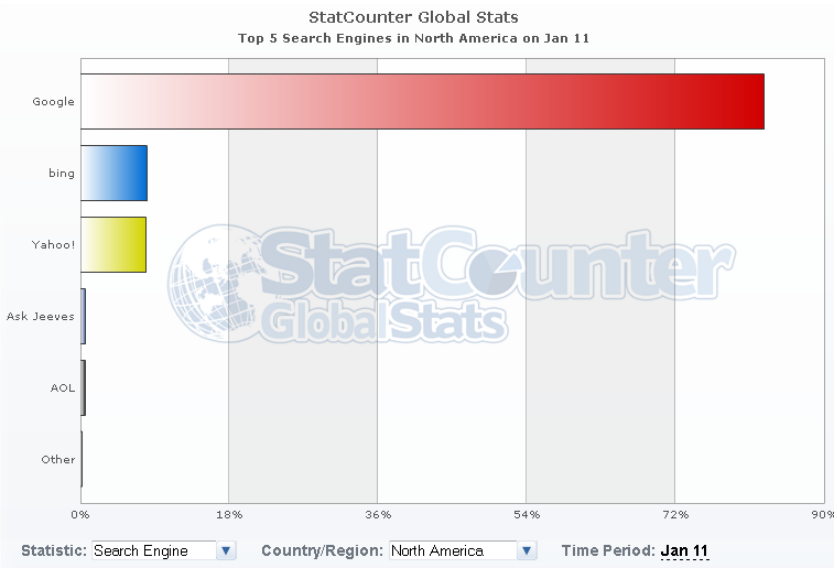
Introduction au Référencement

Visibilité sur les moteurs de recherche

- Optimiser stratégie de présence > 1ers résultats de recherche naturelle.
- 80% des recruteurs effectuent leurs recherches via les moteurs
- Seulement 10% iront au delà de la première page (Chitika, 2010).

Introduction au Référencement

Les moteurs qui comptent



Quelques chiffres

- 200 millions de noms de domaines déposés
- plus de 70 millions de sites en ligne
- 2000 milliards de pages indexées par Google
- 600 millions d'utilisateurs Facebook, 150 millions pour Twitter
- 80 millions de membres LinkedIn, 40 millions pour Viadeo

Quelques notions de base

- À la base du PageRank (PR) **un concept très simple :** un lien émis par une page A vers une page B est assimilé à un « vote » de A pour B.
- Les balises META renseignent les moteurs sur le contenu textuel des pages du site, principalement les balises *Title*, *Description* et *Keywords*.
- La sémantique du code est un ensemble de pratiques permettant de rendre le code plus 'lisible' en hiérarchisant le contenu mis en forme

Étapes pour l'optimisation

La collision des graphes

- Le succès de Google s'est construit sur son « *link-graph* », le profil des liens vers un site web qui est à la base de l'algorithme PageRank et de sa pertinence.
- Facebook de son côté tente de pousser son « *Social Graph* », la pertinence des contenus évaluée selon leur pouvoir d'attraction social.
- les « like », signets sociaux, partages et autres retweet remplaceraient les liens comme étalon de mesure.

Des univers privés

- les moteurs de recherche ont peu, ou pas accès,
- les applications iPhone et contenus Ipad système propriétaire

Bataille de contenus

- **Comment faire pour référencer vos conversations LinkedIn, les mises à jour de statut Tweeter, les questions que vous posez dans Quora ?**

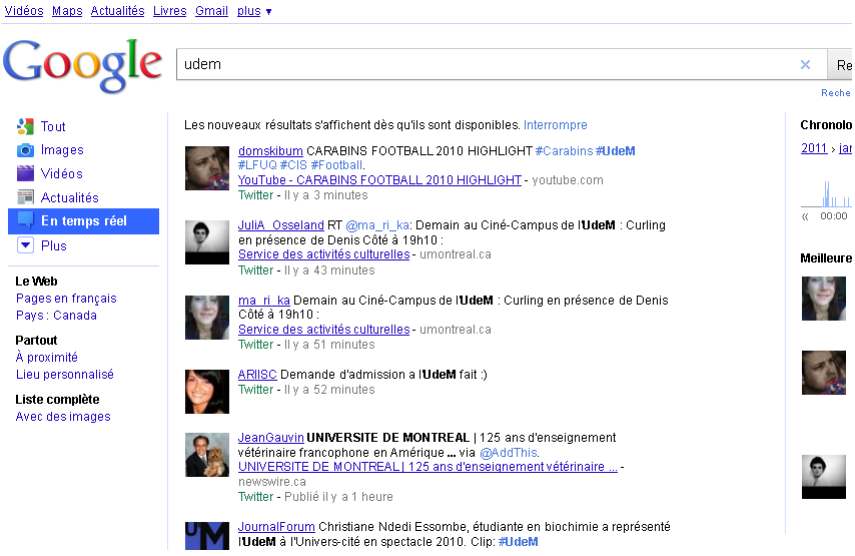
Classement de la recherche sociale

- Google et Bing offrent un moyen d'obtenir des résultats qui ont été postés ou partagés par vos amis, La recherche est directement influencée par les gens que vous connaissez:

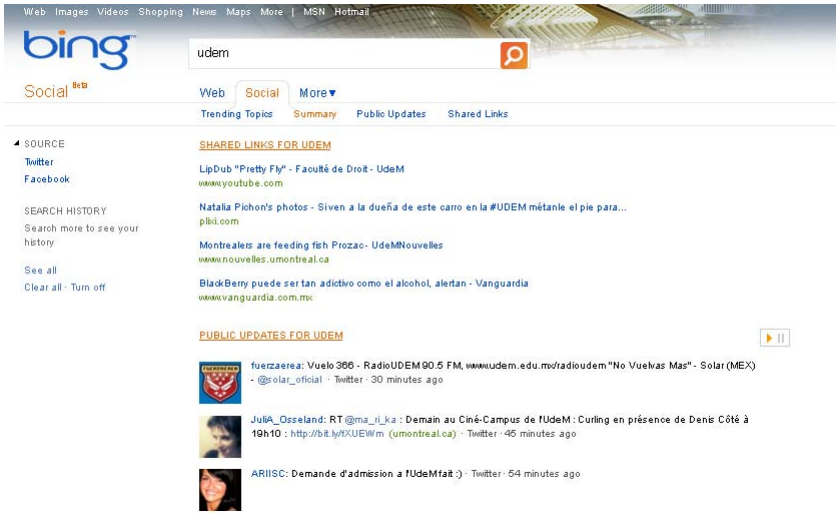
Google realtime

bing Social

Google Temps réel



Bing Social



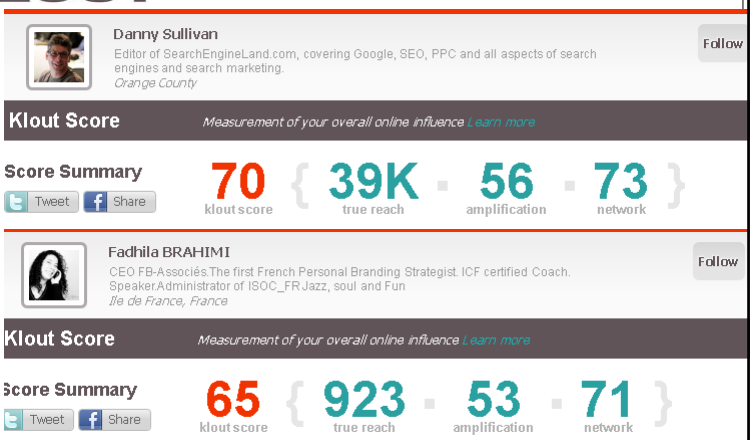
Signaux sociaux

- Bing et Google utilisent des «signaux sociaux» pour le classement des résultats réguliers de recherche, (Source Danny Sullivan, Décembre 2010)

- Les deux moteurs ont déclaré se baser sur « l'autorité » du profil Tweeter pour définir le classement régulier des pages liées à celui-ci. (*SocialRank / HumanRank / AuthorRank*)
- Pour Facebook (liens "*Nofollow*" aussi) pas de calcul !

Indice d'influence en ligne

KLOUT



Moteurs de personnes

Nom, email, téléphone ou adresse physique.

- Gratuits : **123people.com**, **yebol.com, pipl.com**, wink.com, peekyou.com…
- payants : **spokeo.com**, intelius.com, zoominfo.com…

123people

yebol BETA

pipl

spokeo

Détectives en ligne

- **Rapleaf.com** offre ses services aux entreprises pour le profilage de clientèle ou pour le recrutement.

- « RapLeaf Inc, a relié l'identifiant unique Facebook (dizaines de millions d'utilisateurs via Farmville, Texas HoldEm Poker et FrontierVille) à sa propre base de données internet qu'elle revend. RapLeaf aurait transmis ces informations à une douzaine d'autres entreprises »

  (Source : Wall Street Journal, Octobre 2010)

Recommandations

Candidat 2.0 : référencement et cohérence

Identifiant professionnel

- l'identité numérique plurielle, active et changeante.
- Les objets communicants de plus en plus nombreux
- **Ils permettent, une fois assemblés, de (re)construire l'identité numérique très précise d'un individu !**
- Identité qui peut être utilisée au détriment de la personne recruteur qui élimine un candidat.

Liste des mots clés

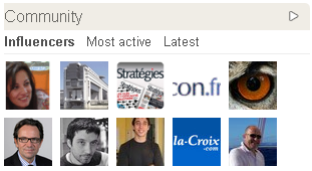
Penser au contenu et aux mots clefs

- Liste de mots clés qui balisent le parcours et valeur ajoutée
- Reprendre ces mots dans les présentations orales
- Les reprendre dans profils LinkedIn, Viadeo…
- Tenir un blog et chaque article compte une occurrence
- Diffuser contenu en postant les liens sur les réseaux
- Utiliser titre description médias sociaux (images, Vidéos..)

➢ Laisser une trace cohérente en relation avec le parcours

Référencement Twitter

- Identifier l'audience **: Twitterholic, Tweepz**
- Créer un profil explicite et indexable : Nom + liens
- S'entourer d'amis : niveau d'interaction - qualité réseau
- Entretenir sa communauté : actif, publier 2 à 3 fois par jour
- Montrer l'utilisation de Twitter : Signature, FB, Technocrati
- Référencement : 20-30 premiers caractères utiles / 140c
- Connexion aux réseaux : syncro Linkedin #in



Le journal propre Paper.li

- *Paper.li* agrège les contenus partagés sur Twitter et Facebook.
- Paper.li outil de curation qui élimine les tweets inutiles (source : Techcrunch)
- Paper.li a remporté le concours de startups de Le Web 2010 catégorie « Produit le plus viral » .
- Bien choisir le titre et le contenu pour les abonnés. Améliorer sa visibilité en étant sur journaux de notoriété.
- Les liens dans les pages Paper.li sont en « Dofollow »

Sventovit Philippe Le Mesle
HTML5 & SEO is out! http://bit.ly/aB6KKA ▸ Top stories today by @mohammedalami @html5showcase @emiledecorse
23 Jan

paper.li

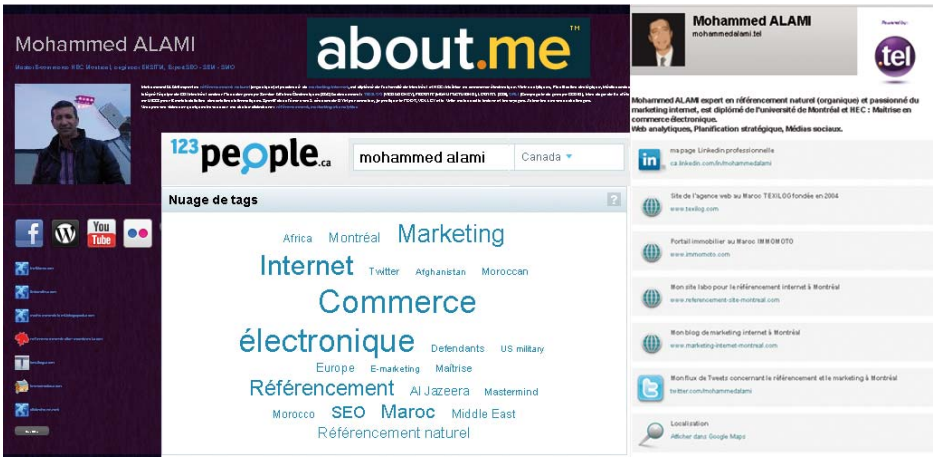
Domaines *.tel*

- 2010 : fragmentation et prolifération services gratuits sur Web
- Notamment pour promouvoir ses compétences professionnelles
- Plusieurs de ces services sont tombés en cours de croissance
- Pour 1 $ par mois, .tel simple et abordable
- contrôle de réputation et présence en ligne.
- propriété de point de contact unique (nom.tel)
- Les domaines .tel indexés par Google et Bing rapidement
- 100.000 nouveaux domaines enregistrés par semaine en 2010
- Les visites aux domaines .tel a augmenté de 75% en 2010

Domaines *.tel*

- Adresse avec géolocalisation Google
- Numéro de téléphone et emails
- Liens vers site web et des pages précises du site.
- Des liens vers profils sur les réseaux sociaux
- Une description de l'expertise (Bio)
- Mots clefs liés à son domaine ou activité
- Export informations au format XML

Vérifier sa présence



Merci de votre attention

Des questions ?

Mohammed ALAMI |
(CESAT) | Groupe CGI inc.
1350 René-Levesque Ouest,
22ième étage | Montréal
(Québec) H3G 1T4
T 514 415 3000 poste 1012231
F 514 415 3948