

**L'impact des nouvelles technologies  
dans les processus mis en œuvre par  
la profession de conseil en  
recrutement.**

**De la congruence à la dyssynchronie  
d'un système.**



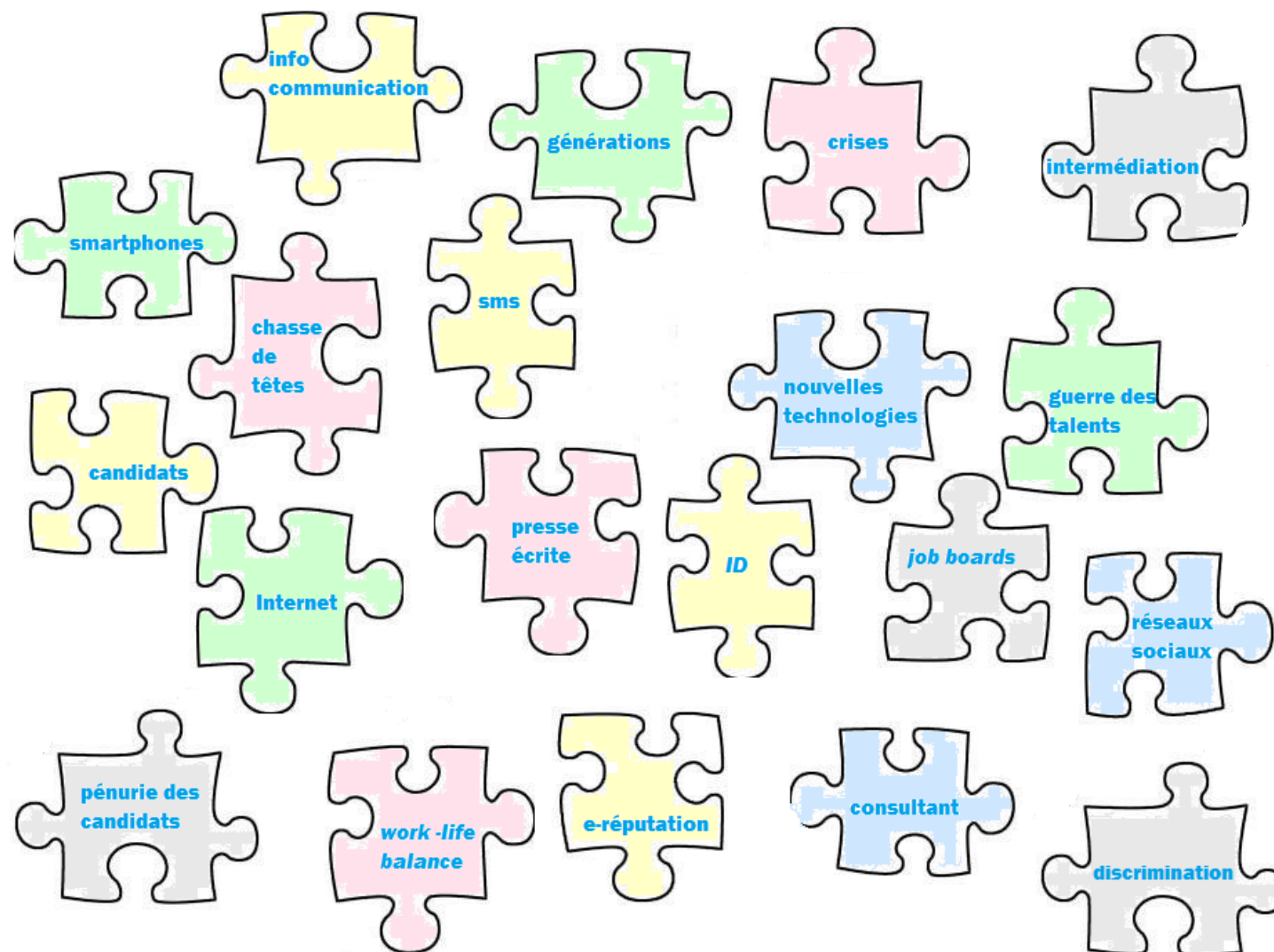


# Motif de la recherche

Un besoin

Deux intuitions

# Motif de la recherche





## La finalité

Intégrer mon travail dans un cadre structuré.

Proposer des pistes de réflexion.

Faire évoluer ma propre pratique.

Introduction

Méthodologie

Apports de la thèse

Perspectives

## Le constat initial

Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

Perspectives

Les pratiques info-communicationnelles de la profession semblent globalement inchangées depuis plus de 30 ans, malgré les nouvelles technologies.



## Les hypothèses de départ

- 1 - La profession n'est pas suffisamment structurée, elle est donc fragile.
- 2 - Les acteurs porteurs de l'information de recrutement évoluent eux sans cesse.
- 3 - La profession fait face à de nouveaux phénomènes économiques, générationnels et sociétaux qu'elle ne comprend pas.
- 4 - Son avenir passera par une meilleure utilisation des outils et de nouvelles pratiques info-communicationnelles.

Introduction

Méthodologie

Apports de la thèse

Perspectives



# Le choix du plan global

- 1 - Les acteurs privés du recrutement externalisé
- 2 - De nouvelles données info-communicationnelles et sociétales
- 3 - Vers un modèle de consulting RH 2.0

Introduction

**Méthodologie**

Apports de la thèse

Perspectives



# La recherche - action

Introduction

**Méthodologie**

Apports de la  
thèse

Perspectives

Un choix assumé,  
né aussi d'une contrainte

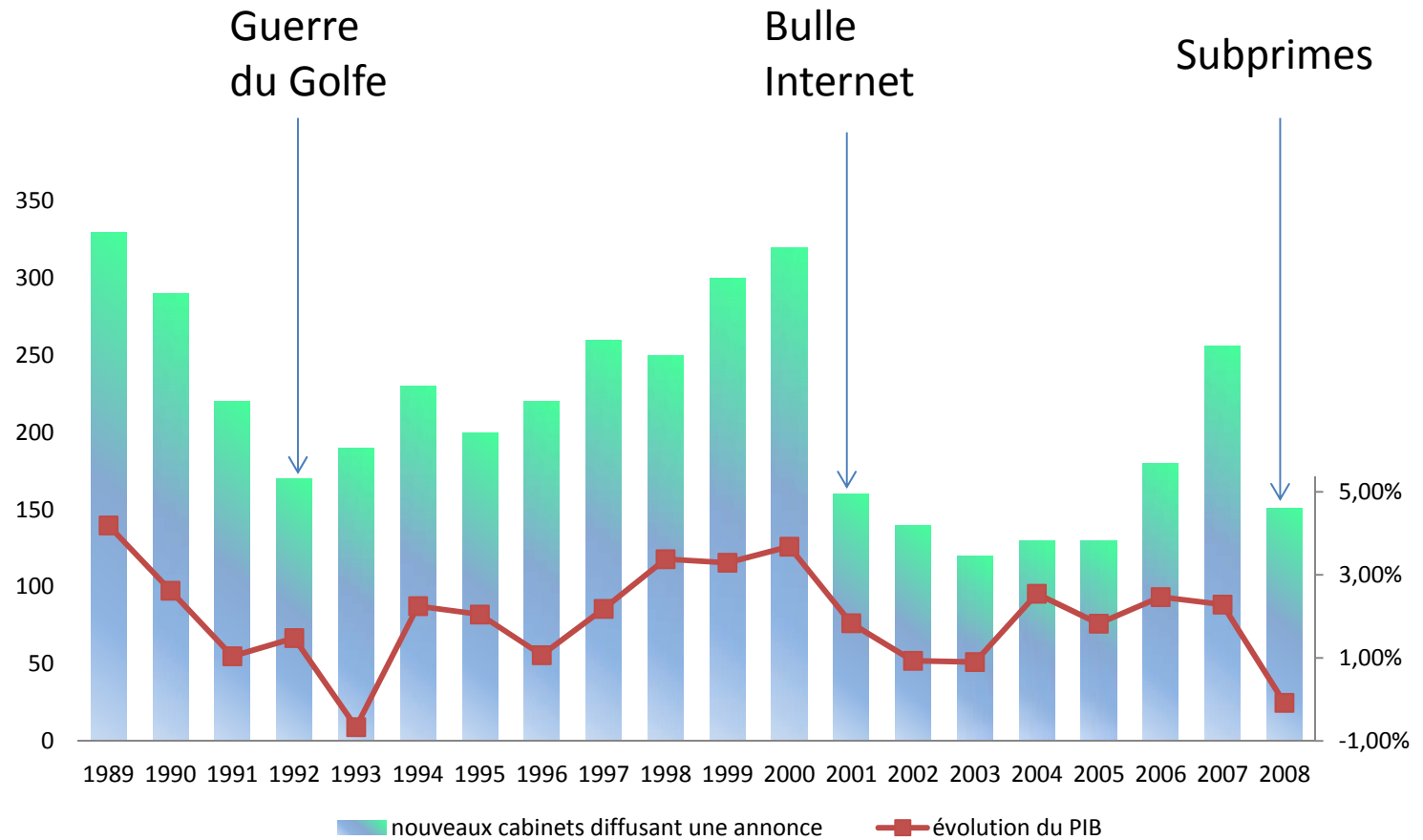
# Les démonstrations de la première partie

Introduction

Méthodologie

Apports de la thèse

Perspectives



sources Figaroclassifieds et Insee

# Les démonstrations de la première partie

3 codes APE différents\* :

58.000 entreprises,  
CA : 21 milliards €

mais : 1.500 cabinets de recrutement,  
CA : 550 millions €

CA moyen de la profession :  
< 400.000 €

CA de 80% de la profession :  
< 100.000 €

\*7022 Z ; 7810 Z ; 7830 Z

## Les démonstrations de la première partie

- ✓ Le rôle de chacun des acteurs est clairement déterminé.
- ✓ La temporalité de la relation consultant / candidat est linéaire
- ✓ L'offre et la demande se font face.

Introduction

Méthodologie

**Apports de la thèse**

Perspectives

# Les démonstrations de la première partie

Le système est donc fluide, lisible  
et simple à comprendre.

Tout s'y imbrique parfaitement.

Je le définis alors comme congruent.

Introduction

Méthodologie

**Apports de la  
thèse**

Perspectives

## Les démonstrations de la deuxième partie

Génération Y, *digital natives*, il y a une nouvelle donne générationnelle.

La profession ne la comprend pas.

Elle attribue ses comportements à une culture digitale.

Je démontre que cela est erroné.

Introduction

Méthodologie

**Apports de la thèse**

Perspectives

# Les démonstrations de la deuxième partie

La guerre des talents se poursuit

31% des employeurs ont des difficultés pour recruter des cadres.

Introduction

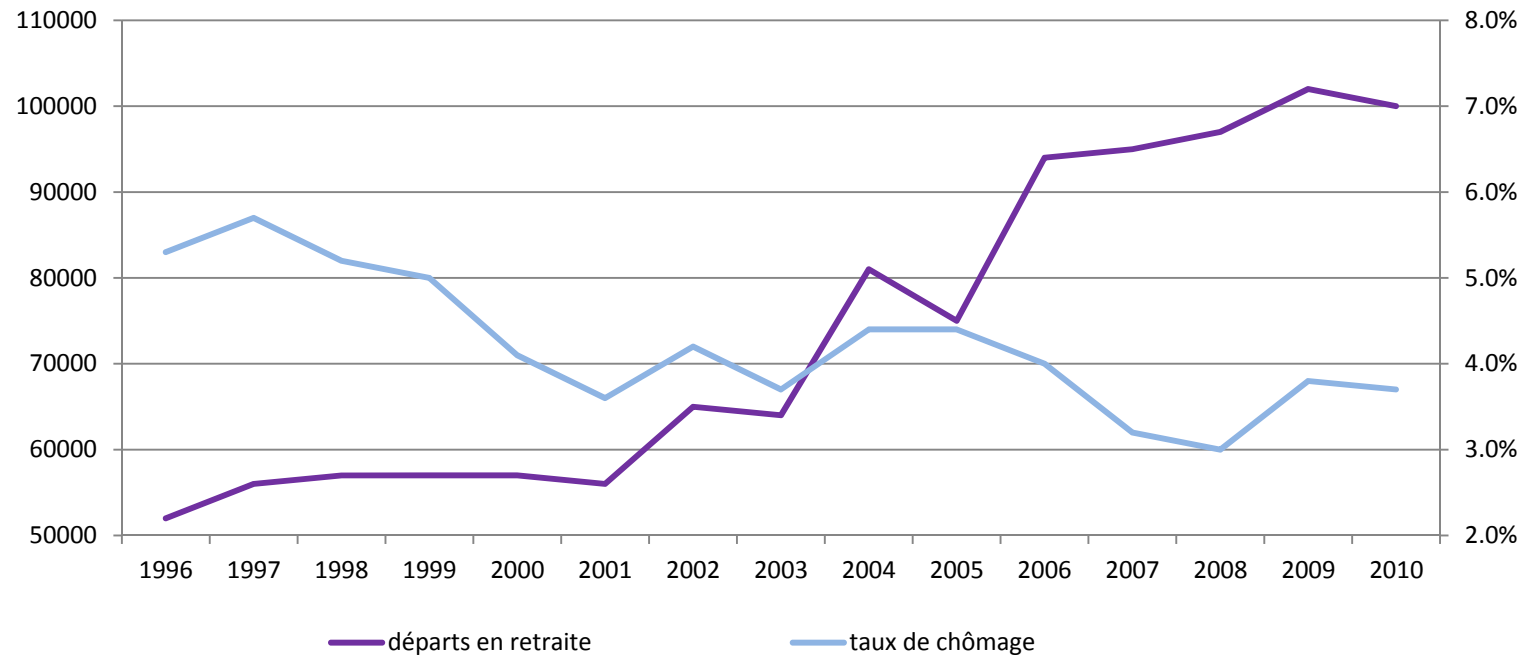
Méthodologie

**Apports de la thèse**

Perspectives

# Les démonstrations de la deuxième partie

## La guerre des talents se poursuit



Départs en retraite et taux de chômage des cadres (sources Apec)

# Les démonstrations de la deuxième partie

Introduction

Méthodologie

**Apports de la  
thèse**

Perspectives



# Les démonstrations de la deuxième partie



Introduction

Méthodologie

Apports de la thèse

Perspectives

## Les démonstrations de la deuxième partie

VOTRE CV EST INTERESSANT...  
MAIS COMMENT JUSTIFIEZ-VOUS  
LE FAIT DE LAISSER MOURIR DE FAIM  
"ZIGOUNETTE", VOTRE GRATE  
VIRTUELLE ADOPTÉE SUR  
FACEBOOK ?



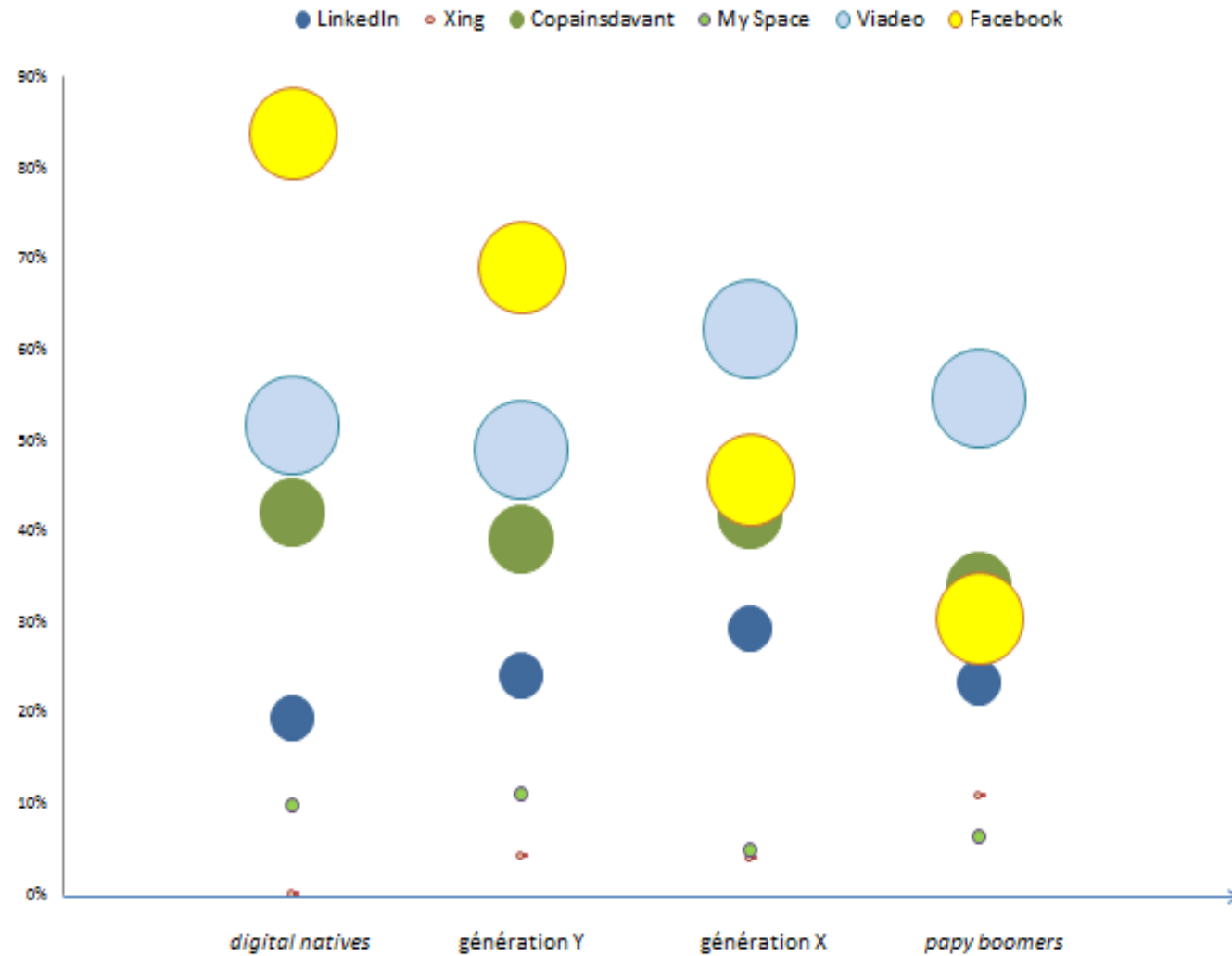
Introduction

Méthodologie

**Apports de la  
thèse**

Perspectives

# Les démonstrations de la deuxième partie



Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

Perspectives

# Les démonstrations de la deuxième partie

## L'enquête candidats

Pour 47% des candidats la présence sur un RSP permet d'établir une relation de meilleure qualité avec le recruteur.

Introduction

Méthodologie

**Apports de la thèse**

Perspectives

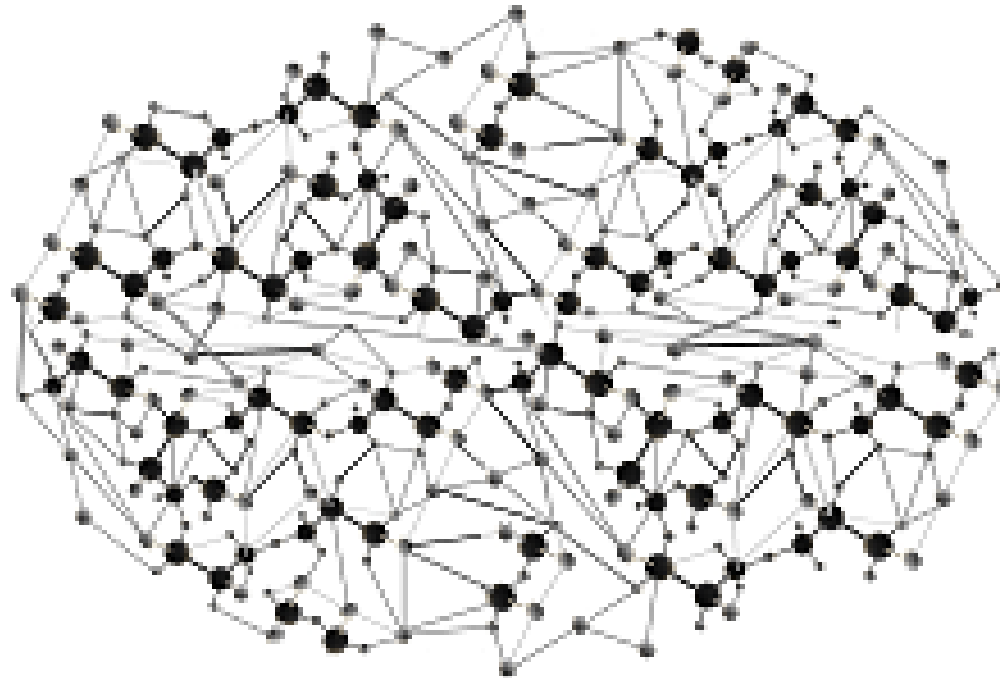
# Les démonstrations de la troisième partie

Introduction

Méthodologie

**Apports de la  
thèse**

Perspectives



**Le système est devenu dyssynchrone**

# Les démonstrations de la troisième partie

Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

Perspectives



# Les démonstrations de la troisième partie

Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

Perspectives

*Personal branding*

*Employer branding*

*Recruiter branding*

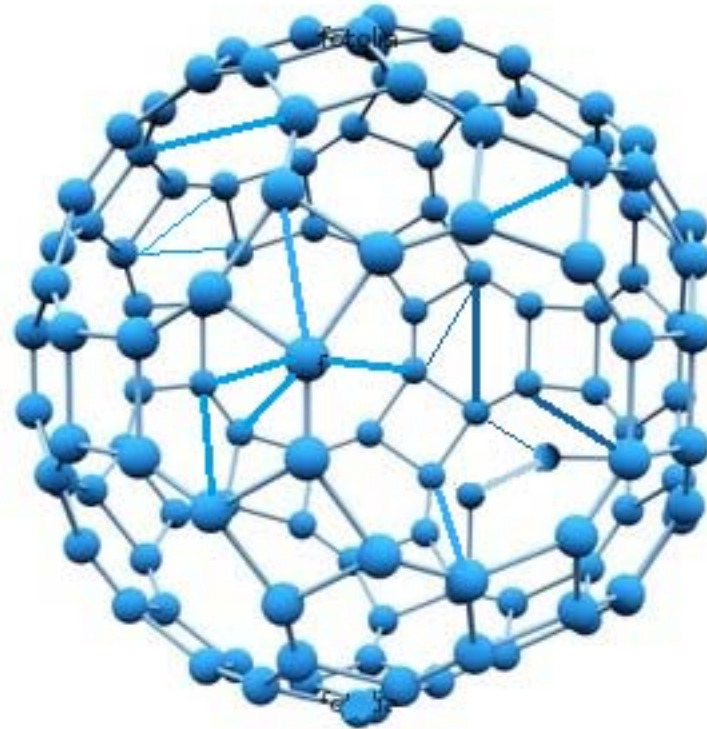
# Les démonstrations de la troisième partie

Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

Perspectives



## La dyssynchronie peut être harmonieuse

# Vérification des hypothèses

Les quatre hypothèses de départ sont validées.

Au-delà, j'ai démontré la nécessité de s'appuyer sur une représentation professionnelle forte, qui pourrait se positionner comme une véritable marque.

Dans ses objectifs de reconnaissance de la profession, elle devra œuvrer pour la formation des consultants et leur certification.

Introduction

Méthodologie

**Apports de la thèse**

Perspectives

# Pour la profession



Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

**Perspectives**

Elle doit muter en intégrant les nouvelles technologies pour faire évoluer ses pratiques vis-à-vis des candidats...

... en prenant garde de ne pas faire des questions d'éthique de simples arguments marketing.

# Sur le plan universitaire



La vision globale d'une problématique.

La réflexion sur une autre temporalité de l'info-communication.

Des pistes pour des travaux (plus) académiques.

Introduction

Méthodologie

Apports de la thèse

Perspectives

# Sur le plan personnel



Introduction

Méthodologie

Apports de la  
thèse

**Perspectives**

Ça, c'est compliqué...