

Les réseaux sociaux

un nouveau terrain de chasse

entretien avec **CHARLES ADELINE**

C

Consultant au sein de la société *Exponentiel*, Charles Adeline nous livre son point de vue quant à l'utilisation des réseaux sociaux dans le domaine du recrutement. "Chasseur de tête", il nous explique les techniques employées et donne quelques conseils aux candidats pour se présenter sous leur meilleur profil.

La Revue : En quoi consiste votre profession ?

Charles Adeline : Le métier de consultant oblige à adopter une démarche perpétuelle de prospection, le plus souvent basée sur le relationnel direct ou au travers de réseaux sociaux, aussi bien pour trouver les clients que leurs futurs collaborateurs. Contact pris avec le client, nous établissons ce que nous appelons un diagnostic interne de l'entreprise. Cette manœuvre sert à s'imprégner de la culture d'entreprise et à établir une fiche de poste conformément aux attentes de celle-ci. Le profil recherché est quant à lui défini grâce

à une relation tripartite entre le directeur des ressources humaines ou directeur du recrutement, le "N+1" du poste, c'est-à-dire le supérieur hiérarchique du futur collaborateur, et le consultant. Ce profil, qui va permettre au consultant d'établir son terrain de prospection et donc de déterminer toute une série d'entreprises cibles, servira ensuite au chargé de recherche à la fois pour trouver le candidat potentiel ou une source qui pourra l'orienter dans sa recherche.

Pour identifier les candidats potentiels, quels autres procédés mettez-vous en œuvre ?

Nous faisons de "l'identif dans le dur". Ce procédé utilisé par nos chargés de recherche consiste à approcher le candidat sans que celui-ci et son entourage parviennent à identifier nos intentions. Dans le cas où nos recherches porteraient sur un directeur

général, nos chargés de recherches peuvent endosser le rôle d'organiseurs de salons sur un thème fictif et prendre attache avec le secrétariat en prétextant l'envoi de cartons d'invitations pour avoir les coordonnées du personnel concerné. Ces informations récoltées, le chargé de recherche contacte la cible en son nom propre, lui expose sa fonction et conclut par la proposition de poste. Un court entretien est établi de façon à valider un certain nombre de prérequis en fonction du poste à occuper. Les compétences validées et conformes au poste, les chargés de recherches transmettent les profils retenus aux consultants. Ces derniers établissent un entretien classique avec les candidats. Il faut savoir qu'un consultant va accorder entre dix et quinze entretiens pour un même poste, car il y a une obligation de résultat et seul deux ou trois candidats sont présentés à la structure prospect. "L'identif dans le dur" est la principale technique utilisée en matière de chasse de tête, les réseaux sociaux viennent en appui et nous permettent de réceptionner plus rapidement les informations. Le gain de temps est probant dans le cas d'utilisation des réseaux sociaux.

Les candidats retenus par les consultants font ensuite l'objet de "prise de références". Nous sommes les garants des candidats que nous proposons aux structures prospects. Présenter un candidat ayant un passé de vandale ou

encore coupable de harcèlement n'est pas très judicieux aussi bien pour la société de conseil que pour l'entreprise prospect. Cependant, nous n'avons pas le droit de faire de prises de références dites sauvages. Pour contacter les personnels référents, qui sont le plus souvent les supérieurs hiérarchiques, il faut que les candidats nous délivrent leurs coordonnées, car nous n'avons pas le droit de les contacter directement. Ce système peut être biaisé car le candidat fournit les coordonnées de personnes qui l'apprécient. Il revient aux consultants d'évaluer la véracité des éléments fournis en poussant l'investigation.

Avez-vous recours aux réseaux sociaux ?

Nous utilisons des réseaux professionnels de type *LinkedIn* ou *Viadeo*, même si initialement ils n'avaient pas vocation à être des interfaces dédiées au recrutement. À l'origine, *LinkedIn* et *Viadeo* servaient à mettre en relation des individus travaillant au sein d'une même structure et/ou ayant des intérêts communs. Ils rendaient plus aisées les interactions professionnelles tant sur la recherche d'un marché ou d'un contact.

Dans le cas de *LinkedIn*, nous l'utilisons depuis sa création. Ce site très riche et très fourni permet d'identifier beaucoup plus rapidement nos interlocuteurs professionnels.

Nous avons deux cibles principales sur ce réseau : les "structures prospects" et les

“structures cibles”. Si le terme de “structure prospect” désigne un client potentiel, la structure cible quant à elle, dans le domaine du recrutement par approche directe, c’est-à-dire la chasse de tête, constitue un ensemble de sociétés dans lequel nous allons chercher le profil adéquat. Mais les véritables experts de ces réseaux sociaux sont incontestablement nos chargés de recherches, qui vont les décortiquer et pouvoir en extraire les personnels répondants aux exigences de la structure prospect.

Par contre, nous trouvons les réseaux “populaires”, à l’instar de *Facebook*, dangereux, en raison de la qualité des informations diffusées. En effet, certains d’entre eux diffusent des informations souvent peu gratifiantes qui relèvent du domaine privé. Même si les photos de vacances s’avèrent très souvent sympathiques, certaines idéologies ou opinions politiques sont très souvent dévoilées et peuvent être rédhibitoires dans notre sélection. Certes, on peut voir cela comme une forme de discrimination, mais nous ne pouvons tolérer certaines idéologies relevant par exemple du racisme ou de l’extrémisme. Il faut donc être vigilant quant à l’utilisation de ces réseaux. Nous ne condamnons pas les us et coutumes de chacun, ni leurs passions et leurs opinions quelles qu’elles soient mais ces informations doivent demeurer dans la sphère privée et ne pas être

dévoilées sur la toile. Aujourd’hui, bien que nos prospections ne s’effectuent pas sur ce type de réseau il nous arrive tout de même d’y effectuer des recherches sur les individus qui pourraient nous intéresser, la grande majorité étant souvent dotée de blogs ou de profils *Facebook*.

Comment le candidat doit-il utiliser les réseaux sociaux pour se faire remarquer ?

Les personnes, en recherche d’un emploi ont tout intérêt à utiliser les réseaux sociaux professionnels. Leurs profils doivent être constamment mis à jour car ceci permet de mettre en valeur leur progression. Ils doivent également être détaillés, les évolutions doivent être datées et les recommandations portées aux profils. En effet, il est important de pouvoir disposer des différents avis hiérarchiques, mais aussi de l’opinion des collaborateurs. Cependant, il peut nous arriver de trouver un profil exemplaire sans pour autant que cette personne soit en recherche de poste. Lorsque cette information est portée au profil, cela évite une perte de temps considérable pour les deux parties.

Autre point particulier, le profil doit être le plus authentique possible. Rien ne sert d’arranger ou de masquer certains éléments de son parcours, ce ne serait qu’un désavantage pour le candidat. L’honnêteté et la transparence sont des



Sirpa-gendarmerie - ADC F. Balsamo

« Aujourd'hui, bien que nos prospections ne s'effectuent pas sur ce type de réseau il nous arrive tout de même d'y effectuer des recherches sur les individus qui pourraient nous intéresser, la grande majorité étant souvent dotée de blogs ou de profils facebook. »

valeurs auxquelles nous attachons une grande importance. Par exemple, préciser sur son profil que l'on est plus en poste n'est pas un désavantage, même si ceci pouvait l'être il y a une vingtaine d'années. Actuellement, un cadre supérieur fait très rarement carrière dans la même entreprise. Le licenciement, la rupture conventionnelle, *etc.* entrent dans le processus d'évolution professionnelle d'un cadre. Ces éléments ne sont plus discriminants. Nous sommes à une époque où le marché du travail est peu dynamique et où les entreprises sont souvent sujettes aux restructurations.

Un réseau social est utile lorsque l'on est en recherche d'emploi et constitue une plus-value lorsque l'on est déjà en poste. Il faut perpétuellement travailler son réseau et tout particulièrement lorsque l'on est en poste, car s'il devait survenir une période de chômage, le candidat au réseau entretenu est beaucoup plus accessible et sera plus susceptible d'être démarché par un chargé de recherche. On peut voir cela comme une opération marketing, seul un produit présentable et entretenu va attirer l'attention du consommateur. Dans le cadre d'une recherche de poste, il faut pouvoir appâter et tisser des liens dans son réseau.

La conjoncture économique et sociale est-elle un frein à votre activité ?

La période de crise que nous vivons actuellement est un avantage mais aussi un inconvénient. L'avantage réside dans la palette de candidats potentiels disponibles. Notre champ d'action est donc beaucoup plus vaste et c'est là tout l'intérêt d'entretenir son profil sur un réseau social même si l'on est plus en poste. Si cette démarche n'est pas effectuée par le candidat, il devient beaucoup plus difficile aux consultants et à leurs chargés de recherches d'identifier ces personnes. Les consultants ne passent pas d'annonces pour trouver les futurs collaborateurs. Ils doivent disposer d'un support pour faciliter leur travail de recherche car ce sont eux qui sont en position de demande vis-à-vis du marché et non l'inverse.

Et concernant les jeunes diplômés ?

Notre cabinet ne recrute pas de "juniors" c'est-à-dire que nous ne démarchons pas les jeunes diplômés. En effet, les structures prospects font principalement appel à nous pour des postes à responsabilité ou des postes d'experts. Il n'est pas évident pour une entreprise de trouver les candidats correspondant aux spécificités de ces postes même via son service recrutement. C'est une des raisons pour lesquelles elles font appel à des structures comme *Exponentiel*. Le consultant sait en fonction de la fiche de

poste définie où chercher les candidats et qui chercher. Certains cabinets proposent des postes aux juniors, comme *Michael Page*. Un tel type de prospection nécessite leur présence sur des *job board* qui sont des sites généralistes drainant l'essentiel des offres d'emplois comme *Monster*, mais également sur les réseaux d'anciens élèves comme *Copain d'avant*. La difficulté à recruter un junior réside en cette absence d'éléments concrets composant leur carrière professionnelle, le jugement du consultant ne réside que sur le ressenti, le feeling. Le junior a lui aussi tout intérêt à être sur les réseaux sociaux, il s'agit même d'un impératif. Mais toujours en faisant attention à son e-réputation.

Assurez-vous une veille informatique pour être au fait des évolutions de carrière ?

Sur les réseaux sociaux, il n'est pas simple d'établir de veille informatique, principalement parce que les inscrits ne réactualisent pas quotidiennement leurs informations. Les consultants suivent les candidats présentés aux structures prospects pour être au fait des évolutions de carrière. D'ailleurs beaucoup reviennent vers leurs consultants référents lorsqu'ils ne sont plus en poste. Les réseaux sociaux sont intéressants et efficaces pour retrouver les candidats perdus de vue.

L'utilisation des réseaux sociaux va-t-elle supplanter les démarches de recrutement traditionnelles ?

Une grande majorité des postes qui sont pourvus, le sont grâce à l'intervention dans le processus de recrutement ou de chasse, des réseaux sociaux. Ceci ne signifie pas qu'ils vont supplanter les démarches traditionnelles. Les cabinets de conseils auront toujours besoin de rencontrer leurs interlocuteurs. Il doit subsister une interaction, un profil Internet reste fictif.

Les réseaux sont incontestablement utiles pour contacter des personnels au-delà des frontières. Beaucoup de cabinets de conseil basés en métropole prospectent *via* Internet aussi bien les structures en demande, les structures cibles que les candidats. Des procédés comme la vidéo conférence qui s'y ajoutent, renforcent l'interactivité, les frontières tombent. Le seul inconvénient reste le décalage horaire.

En tant que consultant, je pense que les réseaux sociaux vont monter en puissance. L'interaction sera d'autant plus impressionnante. Notre profession continuera à en user car les réseaux sociaux constituent un gain de temps considérable pour mener à bien nos démarches.

N.M.



CHARLES ADELINE

Consultant

Charles Adeline est spécialiste du recrutement par approche directe depuis plus de 10 ans dans les secteurs du luxe, de la mode, de la grande consommation et des médias. Il a commencé sa carrière dans le conseil en ressources humaines chez BPI, puis dans le recrutement chez *John Stork Intl*, avant de co-fonder *Colisée Conseil* puis rejoindre *Futurestep (Korn/Ferry Intl)* pour créer et développer le département luxe et mode. Il était dernièrement *Senior client partner* chez BKRH.