



Recherche d'emploi : les réseaux sociaux pas si efficaces



Serait-il risqué de ne pas figurer sur LinkedIn ou Viadeo ? Les étudiants ont pris le pli en tout cas. Une étude, publiée ce 1er juin par la plate-forme de recrutement JobTeaser avec le centre d'expertise de l'**EDHEC**, estime que 90 % d'entre eux fréquentent des réseaux sociaux professionnels ou, à défaut, y ont au moins créé un profil.

Lire aussi : LinkedIn, Viadeo... comment les utiliser ?

Cette enquête – la cinquième du binôme **JobTeaser-EDHEC** – explore une fois de plus les usages des réseaux sociaux dans la recherche d'emploi, et montre certaines évolutions par rapport aux années précédentes. Elle a été menée auprès de 1.362 étudiants ou jeunes diplômés, tous issus de l'université, d'écoles de commerce et d'ingénieurs. Verdict : "[Ils] sont aujourd'hui ultra-connectés et ont de plus en plus le réflexe 'réseaux sociaux' pour identifier des opportunités de carrière."

90 % ont créé un compte en deuxième année

Chiffre significatif, 90 % des étudiants ont créé un compte professionnel dès leur deuxième année d'étude, preuve de son caractère indispensable à leurs yeux. Les élèves issus d'écoles de commerce y sont plus présents que les autres – 97 % en moyenne. Trois répondants sur quatre ont déjà postulé à une offre d'emploi sur un réseau professionnel.

Autre donnée révélatrice, 73 % des sondés lisent régulièrement leur fil d'actualité Facebook, contre 42 % en 2014. Un tiers dit aussi y avoir déjà consulté une offre (d'emploi ou de stage). Mais, sauf professions particulières, Facebook, et encore davantage Twitter, restent marginaux dans ces recherches.

Quant à Snapchat, il ne figure pas parmi les outils observés, souvent considéré comme pouvant seulement porter des candidatures insolites (voir encadré).

Le terrain de chasse des chasseurs de tête

Ces attitudes en ligne ne surprennent pas Nicholas Vieuxloup, professeur associé au master réseaux sociaux numériques de l'université Lille 1, et auteur d'une tribune sur le sujet : "Ces réseaux sont des générateurs d'opportunités, qui étaient bien plus compliqués à obtenir auparavant. Ils rendent le marché beaucoup plus 'liquide' qu'il ne l'était : une information plus facile d'accès, plus riche, plus complexe aussi, avec des données fraîches en permanence... Plus

que d'y consulter des offres, vous vous y faites solliciter."

C'est d'ailleurs un autre phénomène pointé par l'étude : la création d'un profil permet de rentrer dans les radars des chasseurs de tête – qu'ils soient humains ou des algorithmes. Ainsi, "39 % des répondants [y] ont déjà été approchés par un recruteur, souligne l'enquête. Les jeunes sont toujours plus chassés, et de plus en plus tôt."

Lire aussi : Robots recruteurs : comment ils vous chassent

Dans un sens (recherche d'emploi) comme dans l'autre (recherche de candidat), "un recrutement débute par une recherche de mots-clés", résume Nicholas Vieuxloup. Mais ne criez pas à la révolution du recrutement 2.0 trop vite. "Cela ne remplacera pas les méthodes plus classiques de recrutement, comme les jobboards. L'usage des réseaux sociaux ne se substitue pas à l'expertise des professionnels du recrutement..." Et pour cause : d'après la même étude, sur l'échelle des meilleures méthodes de recherche d'emploi, les réseaux sociaux stagnent à la 10e place.

Et Snapchat dans tout ça ?

Le réseau social favori des collégiens ne figurait pas dans l'étude de Jobteaser et de **l'EDHEC**. Il ressort toutefois d'une récente étude PageGroup que 82 % des jeunes n'utilisent pas Snapchat pour leur recherche d'emploi. En même temps, seules 2 % des entreprises y posséderaient un compte... "C'est encore un microphénomène, même s'il y a beaucoup de buzz sur le recrutement via Snapchat", fait observer Susie Tschaggeny, responsable social media chez PageGroup. Seules quelques entreprises au vernis "cool" y conduisent parfois des campagnes de recrutement : les biscuits Michel et Augustin, l'assureur Axa, ou encore le cabinet Accenture.

P. C. avec Étienne Gless