

Le recrutement et la recherche d'emploi sur les réseaux sociaux



emploi
Nouvelle Donne
Pays Basque Landes

IAE PAU-BAYONNE
Ecole Universitaire
de Management



Définition réseaux sociaux

Sites internet qui permettent aux internautes de se créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations, des photos ou des vidéos avec leur communauté d'amis et leur réseau de connaissances.

Les principaux chiffres à retenir en 2019

Sur **7,676 milliards d'humains**, on dénombre :

- ❖ 5,112 milliards d'utilisateurs de téléphones (67%)
- ❖ 4,388 milliards d'internautes (57%)
- ❖ 3,484 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux (45%)
- ❖ 3,256 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobile (42%)

Les français se connectent en moyenne 4h28 par jour sur internet. Sur **65,36 millions d'habitants**, on dénombre :

- ❖ 64,70 millions d'abonnements mobiles (99%)
- ❖ 60,42 millions d'internautes (92%)
- ❖ 38 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux (58%)
- ❖ 33 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobile (50%)

Source : Etude Hootsuite et We Are Social/ Étude sur l'usage d'Internet et des réseaux sociaux en 2019 de BDM Média

Top 10 des réseaux sociaux en 2019 dans le monde

Facebook (48%)

YouTube (41%)

Instagram (28%)

Twitter (16%)

Moments (WeChat) (11%)

Snapchat (10%)

Pinterest (7%)

Weibo (6%)

LinkedIn (6%)

QQ Space – Q Zone (5%)



Activités privilégiées sur les réseaux sociaux en 2019

98% privilégient le networking social

87% la messagerie instantanée

70% la lecture ou rédaction de blogs

63% le networking professionnel

54% les rencontres en ligne

Les réseaux sociaux incontournables sur le marché de l'emploi.

Utilisés par la plupart des candidats potentiels, **LinkedIn, Twitter ou encore Facebook** permettraient aux employeurs :

- ❖ de dénicher la perle rare
- ❖ de développer leur image de marque
- ❖ de faciliter les échanges internes à l'entreprise.

Une offre d'emploi ciblée par un hashtag sur Twitter, une recommandation via LinkedIn ou encore un groupe d'échanges sur Facebook...

Les réseaux sociaux ont bouleversé la gestion des carrières. Tant pour les salariés et les chercheurs d'emploi que pour les entreprises, **cette utilisation est devenue un réflexe.**

Attention, veillez à votre e-réputation

LinkedIn et Facebook arrivent en tête des réseaux sociaux les plus vérifiés : un réflexe qu'a, près d'un employeur sur deux.



Les réseaux sociaux un risque pour les candidats ?

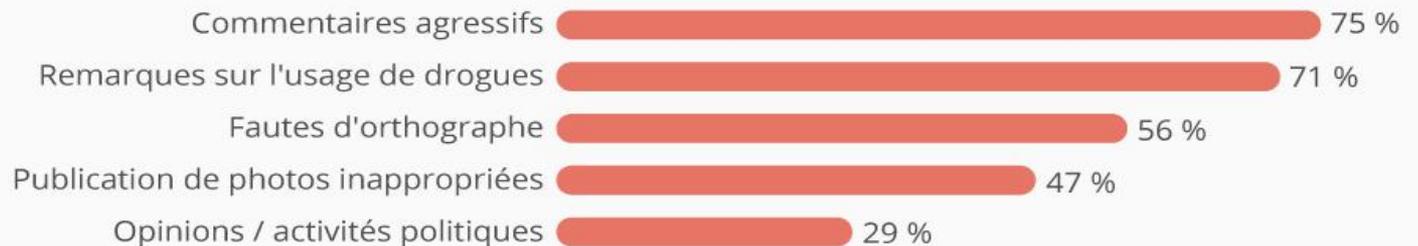
"Disgrâcebook" ou la recherche d'emploi et les réseaux sociaux

% de recruteurs indiquant utiliser les réseaux sociaux suivants pour se renseigner



19 % des employeurs ont déjà refusé un candidat en raison de ses activités sur le web

Activités sur les réseaux sociaux qui poussent les recruteurs à refuser un candidat



@Statista_FR

Source : YouGov

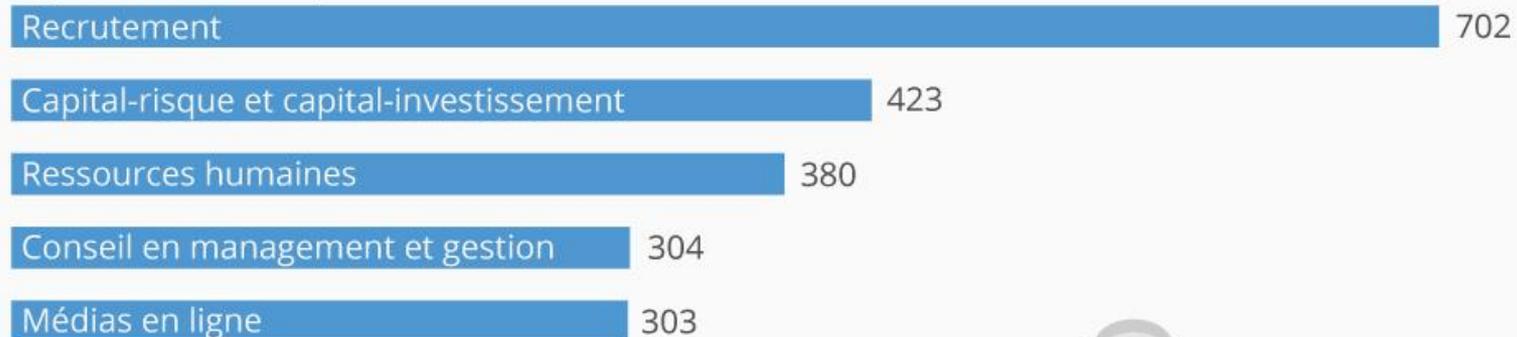
statista

Un intérêt pour l'e-réputation des potentielles recrues qui augmente avec la taille de l'entreprise. Cela s'explique par le fait que les grandes entreprises ont davantage tendance à vérifier les profils des candidats sur les réseaux sociaux.

Qui sont les plus connectés sur LinkedIn ?

Secteurs et professions générant le plus de relations dans le monde *

Top 5 des secteurs professionnels



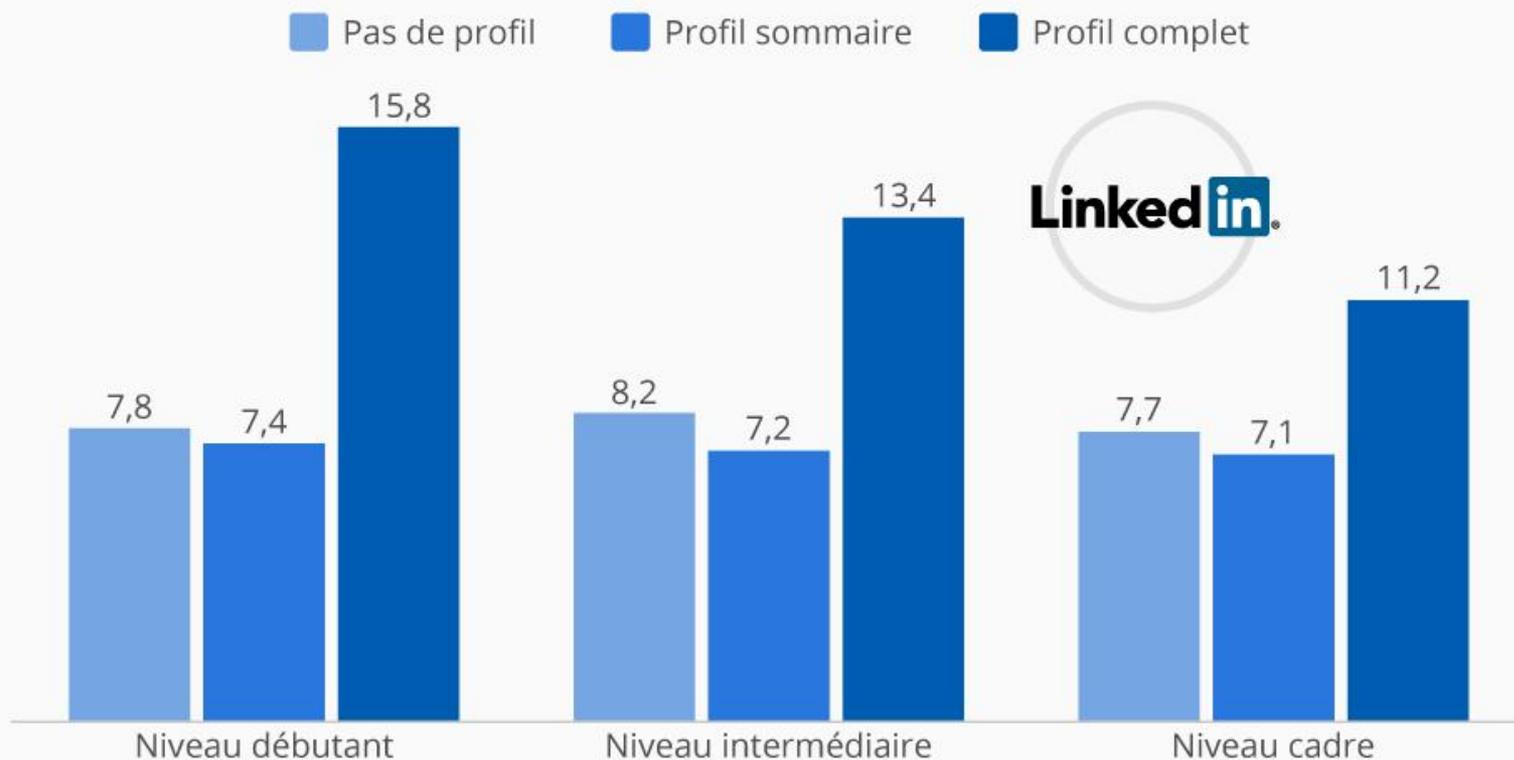
Top 5 des fonctions



**Nombre total
d'utilisateurs**
500 millions

Compléter son profil LinkedIn booste les chances d'emploi

Taux d'obtention d'un entretien selon l'état du profil LinkedIn lié à une candidature, en %



@Statista_FR

* Basés sur l'étude de 24 570 candidatures d'emploi fictives réparties en 3 groupes selon l'état du profil LinkedIn, entre oct. 2018 et mars 2019.

Source : ResumeGo

statista

Gérer mon profil

La photo du profil doit être professionnelle. Elle doit susciter la confiance et le bien-être. Elle reflète votre personnalité. Donc à vos sourires. Elle doit être de **450×450** pixels.

Titre professionnel du profil est la ligne qui s'affiche juste en dessous de votre nom et prénom . Vous avez **120 caractères** pour indiquer votre titre professionnel. Il doit être **accrocheur**, très **précis**, rédigé en adéquation avec votre cible.

Le résumé a une limite de **2000 caractères** . C'est la section qui suit la section d'en-tête. Vous devez prendre le temps de sa rédaction. Le but est de vous présenter, de mettre vos compétences en fonction de votre stratégie de ciblage. **Enrichissez votre résumé** par les fonctionnalités proposées par LinkedIn.

Les compétences sont à détailler et à mettre en avant pour être référencées dans l'indexe des compétences LinkedIn. Des mots clefs vous sont déjà proposés par LinkedIn. Essayez de mettre en valeur vos **10 compétences majeures**.

Les expériences professionnelles. LinkedIn a créé une présentation type. En revanche dans le descriptif faites ressortir les missions que l'on vous a confié, vos résultats chiffrés, vos partenaires, combien de collaborateurs étaient sous votre responsabilité...

La section formation vous permet de valoriser vos compétences et expériences.

Les expériences liées à votre engagement associatif. LinkedIn dissocie cette partie des expériences professionnelles et vous permet de valoriser vos savoir-faire et savoir-être comme pour vos expériences professionnelles.

Ma vidéo de présentation

Elle doit être courte maximum 3 minutes.

Qui je suis ?

Quel est mon projet ?

Pourquoi ?



Avoir un dress code de son secteur d'activité.



Plutôt centrer sur le visage.

Parler distinctement

Faire des phrases courtes



Avoir de la musique et le sourire dans la voix.

Avoir le sourire sur le visage et regarder face caméra.



Attention à la lumière.

Etre au calme pour l'enregistrer

Conseils : Préparer son texte, l'apprendre et surtout l'écrire.

TOUT ce qui est écrit s'exprime bien.

Choisir un vocabulaire positif.



Créer ma marque personnelle

Le web ne dort jamais. Veiller à sa e-réputation

La cohérence de contenus (photo, logo, texte, vidéo ...) sur l'ensemble de ses profils et avec son site internet ou blog. **Se présenter en utilisant les mots clés justes et adaptés à votre secteur d'activité et à l'international.** Ainsi vous créez votre marque personnelle.

S'investir Prendre au moins 15 minutes par jour pour « checker » son profil et répondre aux messages, aux commentaires.

Etre collaboratif. S'inscrire dans des groupes en les ciblant et partager des articles, des informations. Les réseaux sociaux sont espace de partage.



Le contenu de mes profils

Créer un contenu de qualité et pertinent, clair et concis.

Avoir un discours positif en utilisant des mots positifs. Bannir les termes négatifs.

Votre propre contenu vous permettra « d'alimenter » votre profil et de remonter dans les résultats des moteurs de recherche.

Etre actif en publiant au moins un article ou une nouvelle 2 à 3 fois par semaine, idéalement avec une photo.

Merci pour votre attention



Des questions



Copyright Florence SAMSON, chargée de communication de l'Association Emploi Nouvelle Donne Pays Basque. Cadres vers l'emploi.