Monster Switzerland AG

10.05.2011 – 07:45 Uhr

Monster.ch Etude Recruiting Trends Suisse: La plupart des postes pourvus via les bourses d'emploi; les réseaux sociaux encore peu importants pour la recherche de personnel

Zurich (ots) -

- Monster.ch, le célèbre portail suisse pour l'emploi, présente pour la cinquième année consécutive les résultats de l'enquête «Recruiting Trends Suisse 2011», réalisée auprès des 500 plus grandes entreprises du pays

- Internet est de loin le média le plus important pour la recherche de personnel

- Les réseaux sociaux sont davantage utilisés pour l'acquisition d'informations sur les candidats que pour la recherche de personnel

Internet est le média le plus prisé non seulement pour publier des offres d'emploi mais aussi pour engager la plupart des nouveaux collaborateurs, principalement par le biais des bourses d'emploi. Si les entreprises utilisent encore modérément les réseaux sociaux pour la recherche de personnel, elles y recourent volontiers pour se procurer des informations sur les candidats.

Ces résultats et bien d'autres informations intéressantes sont issus de l'étude représentative «Recruiting Trends Suisse 2011» menée auprès des employeurs, que Monster Suisse publie pour la cinquième année consécutive. Cette étude a été réalisée entre fin novembre 2010 et mi-mars 2011 auprès des 500 plus grandes entreprises suisses par le Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) des universités de Bamberg et de Francfort-sur-le-Main. Le sondage met en évidence les tendances et défis principaux en matière de recrutement en Suisse et indique les prévisions des milieux économiques quant à l'évolution du marché de l'emploi.

En 2010, environ un poste vacant sur cinq (20,7%) faisait encore l'objet d'une offre d'emploi classique dans un média imprimé. Les entreprises ont publié alors 86,8% des postes vacants sur leur propre site web et 69,4% sur une bourse d'emploi en ligne. S'élevant à 25,3%, la part des emplois proposés via des agences de placement était toujours supérieure à celle des offres parues dans les médias imprimés. Les chasseurs de têtes ont été sollicités pour 5,8% des recrutements et les offices régionaux de placement (ORP) pour 5% des postes vacants. Les réseaux professionnels (Xing, LinkedIn, etc.) ainsi que les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) jouaient clairement les seconds rôles dans le domaine du recrutement, avec respectivement 2,4% et 2%.

Graphique: parts des postes vacants publiés sur différents canaux de recrutement voir PDF communiqué

Même si les entreprises publient la plupart des postes vacants sur leur propre site web, les bourses d'emploi en ligne constituent le canal externe le plus utilisé. En 2010, 32,8% des emplois, soit près d'un poste sur trois, ont été pourvus via une annonce publiée dans une bourse d'emploi, 30,4% des recrutements résultent d'annonces publiées sur le propre site web de l'entreprise, 15,7% sont le fait d'agences de placement et 10,7% sont liés à des annonces publiées dans la presse écrite. Il a été fait appel à des chasseurs de têtes pour 4,5% des engagements, ainsi qu'à d'autres canaux (p.ex. recommandations de collaborateurs ou foires spécialisées) pour 3,5% des postes vacants. En comparaison, les ORP (1%), les réseaux professionnels en ligne (0,7%) et les réseaux sociaux (0,6%) obtiennent des résultats beaucoup plus modestes.

Graphique: parts des recrutements selon les canaux voir PDF communiqué

«Les bourses d'emploi en ligne permettent effectivement de pourvoir le plus grand nombre de postes vacants. Les annoncées publiées via ce canal engendrent un trafic supplémentaire considérable pour les sites web des entreprises et sont également souvent à l'origine d'un grand nombre de candidatures soumises par le biais de ces mêmes sites», explique Falk von Westarp, Country Manager Switzerland chez Monster Worldwide, à propos des résultats de l'étude. «Les bourses d'emploi en ligne permettent de réaliser jusqu'à deux tiers des recrutements.»

Quel est le rôle des réseaux sociaux en matière de recrutement?

43,9% des responsables du personnel interrogés déclarent utiliser les réseaux sociaux sans problème et leur

attribuent un effet positif en termes de recrutement. 32,1% estiment même que ces plateformes facilitent le travail des recruteurs.

Graphique: opinion générale des responsables du personnel à propos de l'utilisation des réseaux sociaux pour le recrutement voir PDF communiqué

Ces canaux sont toutefois peu utilisés pour la publication d'annonces. 6,6% des personnes interrogées publient régulièrement des annonces sur Xing et 3,3% sur Kununu. Les plateformes Facebook, LindekIn ou StudiVZ/MeinVZ ne sont citées chacune que par 1,6% des sondés.

Graphique: utilisation des réseaux sociaux pour la publication d'annonces voir PDF communiqué

De même, les entreprises ne recourent que modérément aux réseaux sociaux pour la recherche active de candidats. 11,5% utilisent toutefois régulièrement le réseau professionnel Xing. Quant aux plateformes Facebook et Linkedin (3,3% chacune), Kununu et Twitter (1,7% chacune) et Experteer (1,6%), elles jouent un rôle négligeable dans la recherche active de candidats.

Graphique: utilisation des réseaux sociaux pour la recherche active de candidats voir PDF communiqué

En revanche, les réseaux sociaux semblent être des outils très prisés pour se procurer des informations sur les candidats: 27,9% des entreprises consultent régulièrement les profils des candidats sur Xing, 18,3% lisent les pages personnelles sur Facebook et 4,9% utilisent LinkedIn. Les réseaux Experteer et Twitter (3,3% chacun), Google Buzz et Kununu (1,7% chacun) ainsi que StudiVZ/MeinVZ, YouTube et Blogs (1,6% chacun) suscitent un intérêt moindre.

Graphique: utilisation des réseaux sociaux pour la recherche active d'informations sur des candidats spécifiques voir PDF communiqué

Téléchargement du communiqué de presse: http://news.monster.ch

Contact:

Monster Worldwide Switzerland AG
Michel Ganouchi
Head of Marketing
Bändliweg 20
8048 Zurich
Tél.: +41/43/499'44'08
Fax: +41/43/499'44'44
Mobile: +41/79/608'63'57
E-Mail: michel.ganouchi@Monster.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001987/100624385 abgerufen werden.