
L'expérience candidat en France

Enquête Textkernel, mars 2015



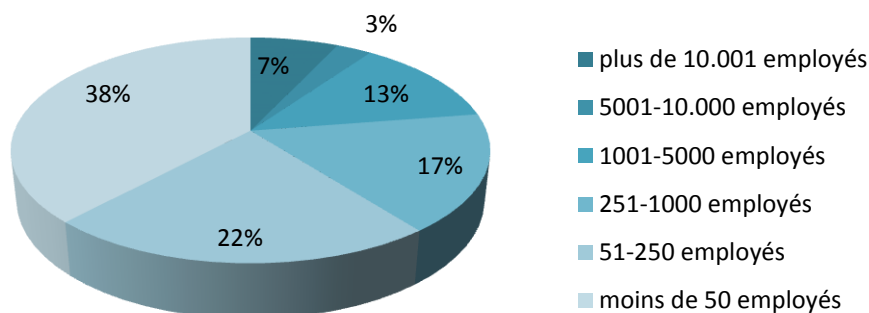
L'expérience candidat est devenue aujourd'hui un enjeu majeur du recrutement. Mais quelles sont, à l'heure actuelle, les pratiques des entreprises françaises en la matière? Comment approchent-elles la question de l'expérience candidat? Où en sont-elles de l'amélioration de leur processus de candidature?

Pour en savoir plus et essayer de dresser un état des lieux de l'expérience candidat au sein des entreprises françaises, nous avons récolté l'avis de 75 professionnels du recrutement et des ressources humaines.

Profil des participants

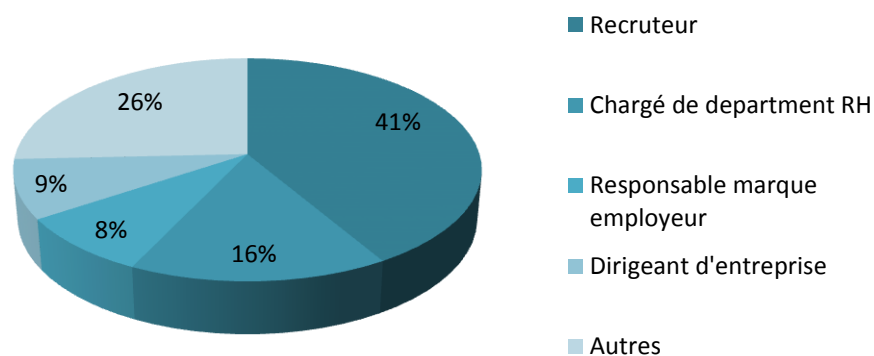
La majorité (60%) des personnes interrogées travaillent pour une PME. Parmi elles, 38% sont employées dans des entreprises de moins de 50 employés et 22% dans des entreprises de 51 à 250 employés. Près de 30% des participants travaillent pour des entreprises de taille intermédiaire (251-5000 employés) et près de 10% travaillent pour une grande entreprise (>5000 employés).

Taille de l'entreprise



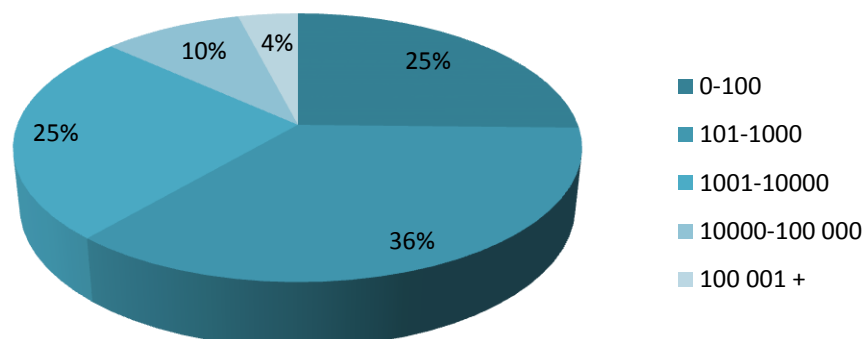
Plus de 41% des personnes ayant répondu à notre enquête sont des recruteurs. Suivent les chargés de départements RH (15.7%). Les responsables marque employeur et les dirigeants d'entreprise comptent chacun pour 8.5% du total des participants.

Profession des participants



La majorité des participants (61%) affirment traiter moins de 1000 candidatures par ans. 25% considèrent entre 1000 et 10 000 candidatures annuellement et 13% plus de 10 000 candidatures par ans.

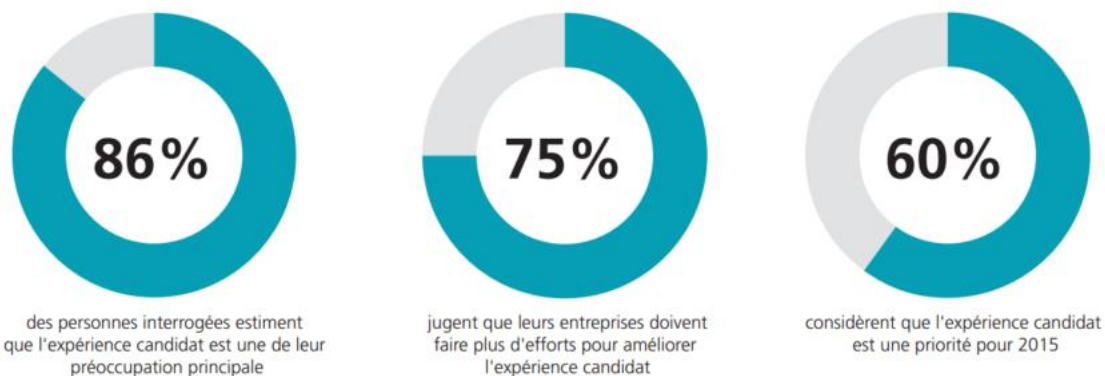
Nb de candidatures traitées par an



Importance de l'expérience candidat

Pour la majorité des personnes interrogées (86%) l'expérience candidat est une de leurs préoccupations principales et 75% estiment que leur entreprise doit faire plus d'efforts pour l'améliorer.

La plupart des personnes interrogées sont conscientes que les candidats qui postulent à leurs offres ne sont pas complètement satisfaits de leur expérience. Ils sont aussi une majorité à penser qu'une meilleure expérience candidat permet non seulement de multiplier le nombre de candidatures mais aussi leur qualité.

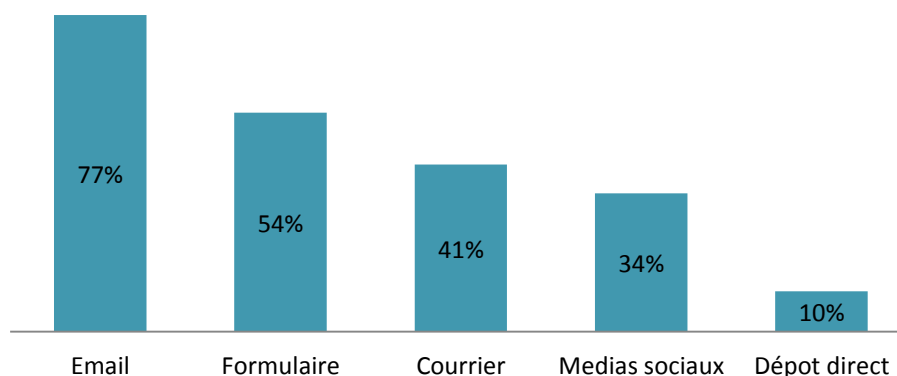


Pour 64% des personnes interrogées, une meilleure expérience candidat est étroitement liée à l'amélioration de la marque employeur et 60.5% considèrent l'expérience candidat comme étant une de leurs priorités pour 2015.

Candidature: pratiques actuelles

La candidature par email reste le moyen le plus répandu pour postuler à un emploi. Près de 51% des personnes interrogées ont mis en place un formulaire à l'attention des futurs candidats sur leur site de carrière. Près de 40% avouent encore accepter les candidatures par courrier et un tiers d'entre eux (32%) permettent aux candidats de postuler grâce à leur profil LinkedIn et Viadeo.

Modes de candidature

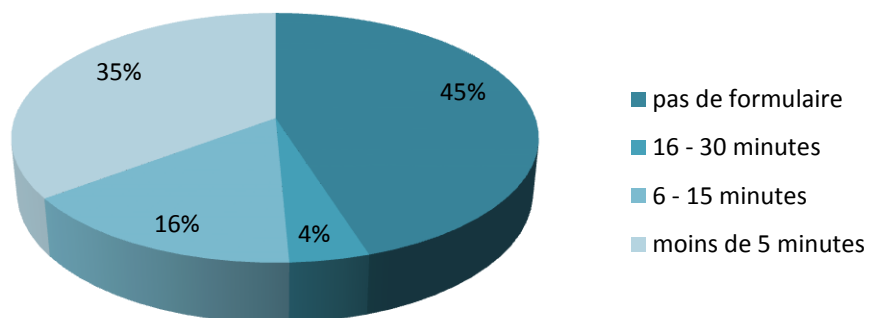


Seulement 34 % des sites de carrière des personnes interrogées sont accessibles à partir de terminaux mobiles et dans 29.5% des cas les candidats peuvent postuler en utilisant exclusivement leur portable.



La majeure partie des participants qui ont mis en place un formulaire en ligne estiment que les candidats passent moins de 5 minutes à remplir les formulaires de candidature en ligne. Seulement 8% estiment que les candidats passent 15 à 30 minutes à remplir leurs formulaires.

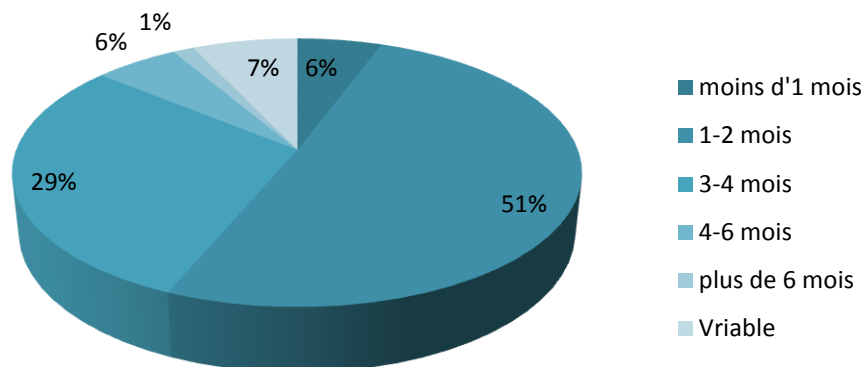
Durée de candidature par formulaire



Le processus de recrutement

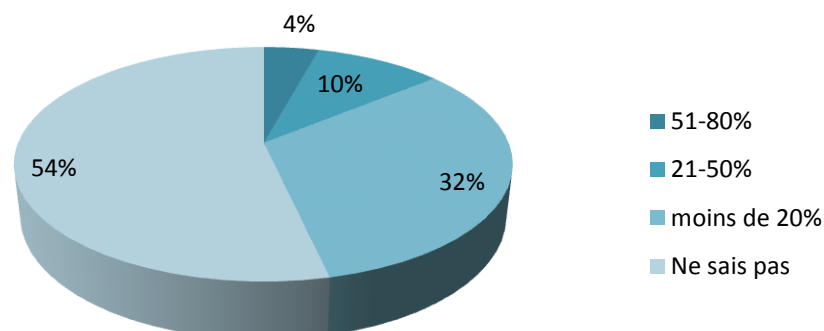
La majeure partie des recrutements se font en 1 à 2 mois. 30% s'effectuent entre 4 et 6 mois et il est rare que les recrutements se fassent en moins d'un mois ou en plus de 6 mois.

Durée du recrutement



Une majorité (54%) des personnes interrogées ne mesurent pas ou n'ont pas les moyens de mesurer le taux d'abandon des candidats. 32% d'entre eux l'évaluent à moins de 20%. Seulement une personne sur dix affirme qu'entre 21% et 50% de leurs candidats abandonnent la procédure de candidature avant de l'avoir complétée.

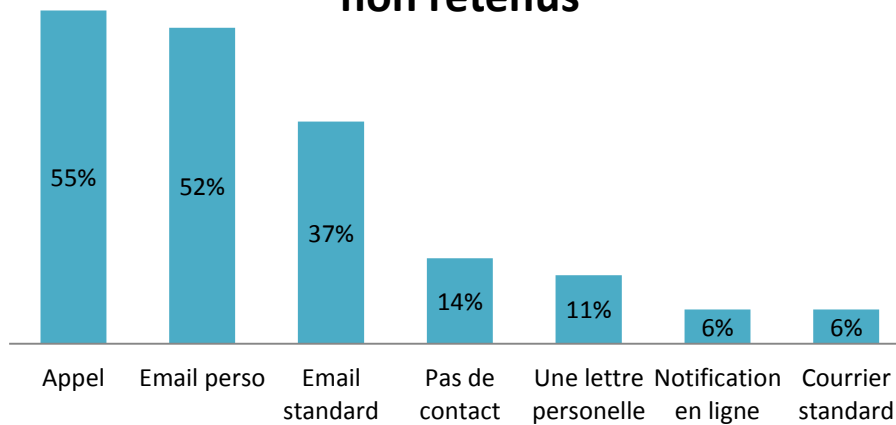
Taux d'abandon



L'appel téléphonique est utilisé par près de 55% des personnes interrogées pour annoncer à un candidat qu'il n'a pas été retenu. L'email personnalisé fait aussi partie des moyens les plus plébiscités avec 51% des personnes interrogées affirmant l'utiliser. L'email automatique

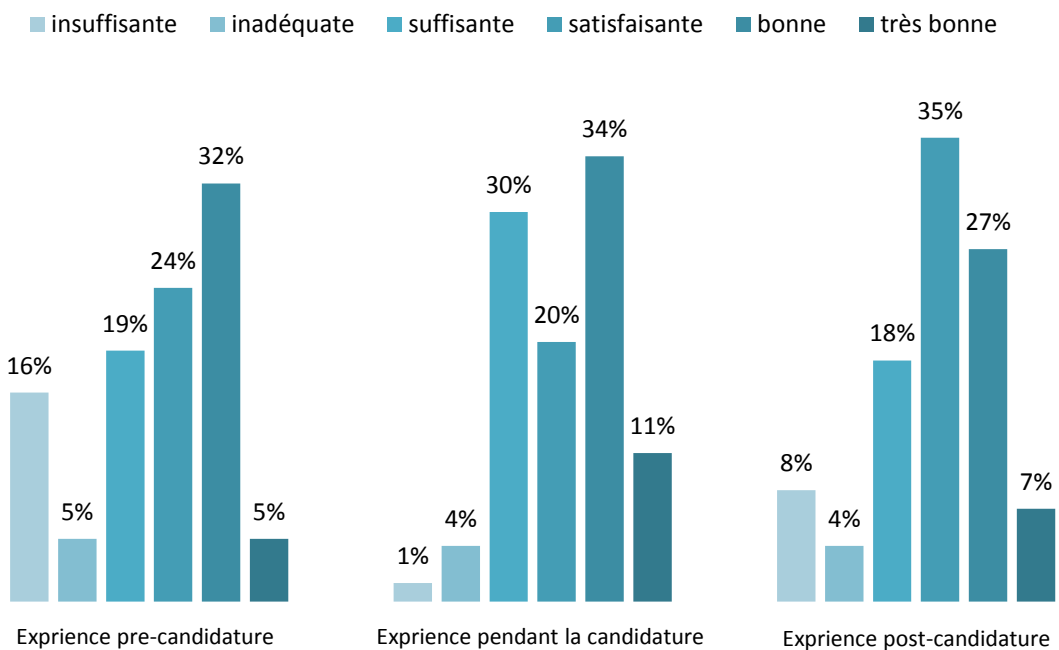
n'arrive qu'à la troisième place avec 35% des participants en faisant usage. Seulement 14% des personnes interrogées avouent ne pas communiquer avec les candidats non retenus.

Communication avec les candidats non retenus



Alors que la majorité des personnes interrogées considèrent que l'attention portée à l'expérience candidat avant, pendant et après la candidature est plus que suffisante, c'est surtout dans le domaine de l'expérience pré-candidature que se situent le plus d'avis négatifs. Seulement 8% des personnes interrogées récoltent des retours d'expérience de candidats au sujet de leur processus de candidature.

Comment les professionnels évaluent les différentes phases du processus de recrutement



Source

Enquête réalisée entre le 28 janvier 2015 et le 28 février 2015 auprès de 75 professionnels du monde du recrutement.

Textkernel est spécialiste des technologies sémantiques et Big Data dans le domaine du recrutement et de l'emploi. Textkernel fournit aux professionnels des ressources humaines des outils aisément intégrables à leurs systèmes de recrutement et permettant d'améliorer l'expérience candidat et d'augmenter leur taux de conversion.

www.textkernel.fr/candidate-experience

Remerciement:

Nous souhaitons remercier
aide dans la conduite de cette étude.

