

Avec plus de 400 000 membres, la startup Wizbii vise désormais l'international

Basée à Grenoble, la startup [Wizbii](#) a récemment annoncé vouloir se lancer à l'international. Avec plus de 4 000 entreprises diffusant gratuitement leur annonces sur la plateforme, Wizbii souhaite désormais passer une nouvelle étape, qui survient quelques mois après avoir bouclé une [troisième levée de fonds](#) depuis 2011. Rencontre avec [Benjamin Ducouso](#), CEO de Wizbii qui revient sur cette aventure entrepreneuriale.

A quel moment la question de l'international s'est-elle posée pour Wizbii ?

Depuis la création de Wizbii en 2011 nous avons toujours eu l'envie de bâtir une plateforme mondiale pour l'emploi et l'entrepreneuriat des jeunes. Mais avant de nous lancer à l'international, nous devons acquérir l'expérience de manière locale en France auprès de nos deux cibles : les jeunes d'une part, et les entreprises d'autre part, qui sont nos clients.

En 2015 nous avons eu le sentiment d'avoir atteint cette expérience : 400 000 membres en France utilisent Wizbii, 1 jeune sur 5 est passé par le site pour chercher un emploi et 1 500 projets de startups ont vu le jour sur le réseau. Nous avons considéré que c'était le bon moment pour partir vers de nouveaux horizons ! Et nous avons commencé par transformer la société pour nous développer...

Concrètement, quelles sont les étapes clés pour réussir son arrivée dans un pays ?

Aujourd'hui nous nous lançons au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne et en Italie.

La première question a été bien sûr de déterminer nos objectifs. Valait-il mieux consolider notre marché local ou s'étendre ? Nous avons défini que l'objectif prioritaire était de développer notre audience pour atteindre une taille critique dans ces pays. Puis nous avons construit une démarche à suivre et déterminé dans quels pays s'implanter pour commencer. Nous avons pensé en premier lieu à la Suisse et à la Belgique étant donné la proximité géographique mais nous nous sommes rendus compte que nous pouvions faire plus simple au vu des multiples langues parlées dans ces pays. Nous avons isolé des critères comme la démographie, le taux de chômage chez les jeunes ou l'environnement concurrentiel.

[quote]Nous voulions des pays avec des contextes politico-économique différents pour accumuler de l'expérience.[/quote]

Deuxièmement, il nous a fallu faire les changements structurels nécessaires à une expansion internationale. Nous avons impulsé la vision, remis toute notre équipe à niveau en anglais, changé nos reportings. Nous avons recruté des profils internationaux et étudié le marché de ces pays.

Ensuite, le produit et la communication ont bien sûr été adaptés : traduction du site, gestion des spécificités, traduction des supports de communication et du support utilisateur, lancement de blogs en quatre langues étrangères...et des partenariats ont été noués avec des acteurs locaux. C'est une étape cruciale du développement.

Enfin, et nous sommes en plein dedans, nous allons déployer un plan de communication à l'international pour se faire connaître à l'étranger, je peux d'ailleurs vous dire en exclusivité que nous lançons une opération d'envergure mi-octobre qui va permettre à cinq étudiants en Europe de financer ses études.

[quote]A relire : [#Startup : Les 10 conseils d'Olivier Heckmann aux jeunes entrepreneurs](#)[/quote]

Quels sont les vrais enjeux du secteur du recrutement aujourd'hui ?

Nous parlons surtout des 18-30 ans, car c'est la cible de Wizbii. En France ce qui est évident, c'est qu'aujourd'hui ce sont les logiques de compétences, de personnalités, et de bien-être au travail qui prédominent dans les

recrutements. Les jeunes sont mobiles. Le taux de chômage est élevé mais les candidats ne veulent pas rentrer dans une logique du « un travail à tout prix », surtout les plus juniors. Ils recherchent une expérience de vie, un endroit où s'épanouir et s'investir.

[quote]Les entreprises font donc face à ces enjeux : elles doivent d'un côté travailler sur le fond de leur marque employeur en adaptant leurs conditions de travail, et de l'autre faire connaître cette entreprise où il fait bon vivre pour attirer les meilleurs talents.[/quote]

En attestent les derniers chiffres du chômage parus il y a quelques jours, c'est un vrai paradoxe : les jeunes ont de plus en plus de difficultés à trouver un emploi, surtout quand ils ont peu d'expérience. De l'autre, les entreprises ont des problèmes à recruter certains types de profils et à communiquer auprès de cette cible difficile d'accès. Il y a un autre enjeu qui prend de plus en plus d'importance : c'est le recrutement sur mobile. Ce support est partout : sur Wizbii il représente déjà près de 50% du trafic.

Or, les SIRH (outils de gestion des carrières et des candidatures) des entreprises offrent une expérience encore inadaptée pour candidater sur mobile. Et pourtant les sites d'emplois ne peuvent pas se passer de ces SIRH car les entreprises y diffusent leurs annonces et ils doivent donc rediriger souvent des candidats vers des sites carrières non optimisés.

C'est en ce sens que Wizbii travaille : offrir un lieu de rencontre web et mobile entre les jeunes et les entreprises.

1- D'une part les candidats peuvent candidater aux offres du site en quelques clics. Les annonces correspondent à leurs profils car les recruteurs inscrits sur le réseau recherchent des jeunes talents

2- D'autre part, les entreprises recrutent « mieux et moins cher » leurs jeunes collaborateurs grâce aux différents produits de visibilité et à l'expertise que nous leurs proposons.

En dehors de nos frontières, les problématiques de recrutement des pays choisis sont bien différentes : si le chômage s'élève à 49,4% en Espagne, 42% en Italie, il est de 15,5% en Angleterre et seulement 7,3% en Allemagne (selon les chiffres de l'OCDE 2015). Tous ces pays ont donc des besoins différents. Une demande plus forte des jeunes en Italie et en Espagne, et aujourd'hui plus élevée des entreprises en Angleterre et en Allemagne.

Quels sont les chiffres clés de Wizbii à ce jour (Equipe, Montant levé, Membres etc.)

Nous comptons à ce jour 35 collaborateurs répartis sur deux bureaux : le siège

à Grenoble et un bureau commercial en plein de cœur dans le quartier Opéra. 1500 projets de startups sont également nés de la rencontre entre ces jeunes talents sur le réseau social (ce qui est dans notre ADN, l'entrepreneuriat en plus).

Nous travaillons avec un peu plus de 200 clients aujourd'hui pour l'amélioration de leur sourcing, le développement de leur marque employeur et de leur notoriété auprès des jeunes (Décathlon, Accor, Thales, Lidl, Crédit Agricole, Banque Populaire...).