

Comment séduire les talents du « marché caché » ?

Hidden.market est une plateforme de recrutement de profils IT. Sa spécificité ? Une démarche proactive pour aborder le « marché caché » de ce domaine, soit l'ensemble des salariés de l'IT souhaitant rester à l'écoute de nouvelles opportunités, sans pour autant être identifiables par leur employeur.

Hidden.market nous éclaire sur les particularités de ce métier et donne ses conseils aux employeurs.

Avec le terme « marché caché », on fait souvent référence à l'ensemble des opportunités de recrutement externe qui ne sont pas portées à la connaissance des personnes potentiellement concernées, en particulier par la publication d'une offre. Nous avons inversé le paradigme. Nous parlons du marché caché des candidates et candidats plus que de celui des postes à pourvoir.

En effet, Hidden.market permet aux entreprises d'accéder aux 17 % des candidates et candidats en recherche active, mais surtout à un vivier inestimable de talents jusqu'ici inaccessibles : les 61 % à l'écoute du marché et aux 22 % dits passifs. Nous permettons aux entreprises de toucher des candidates et candidats déjà en poste. Ces personnes sont mobiles,

inattendues, flexibles, ouvertes à de nouveaux challenges et à de nouvelles opportunités, mais n'ont pas de temps à perdre.

Le constat du marché caché est-il le même pour tous les métiers et types de profils ?

Au sens où nous l'entendons, cette notion ne les concerne pas tous, mais seulement les métiers et profils « en tension », ceux où la demande est nettement supérieure à l'offre. La majorité des métiers de l'IT est impactée. Nous ne vous apprendrons rien en vous disant qu'on manque de développeuses et développeurs informatiques en France. La part du numérique dépasse les 6 % de notre PIB (produit intérieur brut, nldr) et on anticipe un besoin de plus de 220 000 nouveaux professionnels de l'IT, d'ici 2022.

Le choc de simplification dans les transports, la santé, le commerce, les démarches administratives, le marketing, l'éducation, la formation, la diffusion irréversible du numérique dans la vie quotidienne (la France se situe au-dessus de la moyenne européenne en matière d'usage du numérique) : tout cela crée de nouveaux besoins et de nouveaux métiers. Cette révolution digitale touche un nombre croissant d'entreprises, bien au-delà des startups et des ESN (entreprises de services du numérique, nldr).

Notre rôle est aussi d'accompagner nos clientes et clients dans la recherche de nouveaux profils pour de nouveaux métiers, en développement ou à venir : spécialistes de l'intelligence artificielle, de la géomatique, web evangelists, technologues créatifs, etc.

Nous souhaitons également accompagner les candidates et candidats dans la valorisation de leurs expériences, de leurs compétences techniques, dans l'évaluation de leur valeur sur le marché et surtout dans leur montée en compétences. Cette fonction de conseil va forcément se développer dans les mois qui viennent. Et notre ambition d'aider les entreprises à dénicher la perle rare n'en est que renforcée.

Le salaire est-il encore le critère principal ? Qu'en est-il de l'environnement de travail, du bien-être

et du sens que souhaitent donner les employés à leur carrière ?

Oui, sans contestation, le salaire reste le premier critère d'attractivité des entreprises et de motivation pour inciter les salariés à changer d'employeur. Le salaire a d'ailleurs une double fonction : il attire et il retient. Quelques mois après la victoire de la France à la Coupe du Monde de football, nous ne résistons pas à citer le célèbre entraîneur de football Sir Alex Ferguson : « *Si la rémunération fidélise les meilleurs, elle permet d'abord de les attirer* ».

Cela se justifie d'autant plus lorsqu'on parle de métiers dits « en tension ». L'analogie avec le football prend alors tout son sens. Quand vous êtes peu à être compétentes et compétents dans votre domaine, vous avez le choix entre plusieurs postes et ce qui fait bien souvent la différence in fine, c'est le salaire. C'est également un des rares critères objectifs.

Il est souvent difficile de pouvoir évaluer les autres critères avant d'avoir intégré la société. Avec le salaire, il n'y a pas de mauvaises surprises, il est contractuel. Mais bien évidemment il ne suffit pas, à lui seul, à attirer les meilleures et les meilleurs.

L'intérêt du poste de la mission arrive en seconde position. Enfin, le bien-être au travail et le sentiment d'appartenance à l'entreprise parachèvent ce trio de tête. Partant de ce constat, Hidden.market apporte une réponse transparente sur ces trois points avant même le déplacement en entretien : « Pourquoi moi ? Pour quoi faire ? Pour combien ? »

Quelles sont les bonnes pratiques et les tendances à suivre pour permettre aux entreprises d'attirer les meilleurs talents ?

Avant de pouvoir attirer les meilleurs talents faut-il encore les trouver. Et pour cela, une seule solution : être là où ils sont et penser comme ils pensent.

Les candidates et candidats sont sur tous les fronts. Se contenter d'un moyen unique de sourcing serait à la fois une erreur stratégique et une démarche contre-productive. Pour mieux les attirer, certaines conditions sont nécessaires :

Si nous devons n'en citer qu'une, cela serait de miser sur leur capacité

d'adaptation : l'entreprise doit adapter ses conditions et son environnement de travail aux types de profils recrutés. Par exemple, le travail en remote (télétravail) est en forte croissance, notamment auprès des développeuses et développeurs. Les entreprises qui n'anticiperont pas cette mode seront moins attractives.

Adapter sa politique de rémunération aux tendances du marché : un exemple en particulier serait les profils data (sciences, ingénierie, analyse), qui sont de plus en plus sollicités et leur valeur ne cesse d'augmenter ces dernières années. Les métiers liés à l'intelligence artificielle vont certainement suivre la même trajectoire. Il est donc important d'être à l'écoute, pour être en phase avec le marché. Nous avons mis en place un benchmark des salaires dans l'IT, que nous fournissons régulièrement à notre clientèle.

Valoriser sa marque employeur : une marque forte permet de séduire les personnes les plus performantes. Les entreprises les plus populaires auprès des candidates et candidats sont des marques reconnues et qui ont une réputation d'excellence sur leur marché. Et cela dépasse bien sûr les GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon, ndlr).

N'oublions pas que les meilleurs talents sont aussi les plus exigeants. Ils veulent savoir ce qui distingue votre entreprise d'une autre. Que représente-t-elle ? Où se voit-elle dans cinq ans ? Quelle est sa culture ? Quelles sont ses valeurs ? Comment récompense-t-elle les réussites ? Quels défis et opportunités offre-t-elle aux personnes les plus performantes ?

Le défi pour l'entreprise est d'être transparente et de bien communiquer pour transmettre son histoire, son aventure entrepreneuriale. Si son récit est convaincant et son projet porteur, nombreuses sont les personnes qui voudront l'accompagner.

Une « offre salariée » attractive : il s'agit des avantages directs comme le salaire, les RTT, l'intéressement, la participation et les avantages indirects comme le bien-être au travail, les perspectives d'évolutions de carrière, la formation, les possibilités de mobilité.

Quel est selon vous le futur du marché de l'emploi (jobboards, cabinets de

recrutement, applications mobiles, CV vidéo, événementiel, marques employeurs, freelances...) ?

Si nous le savions... Sans avoir la prétention de lire l'avenir avec certitude, nous avons cependant quelques convictions. Ce que nous disons à nos clientes et clients, c'est que recruter c'est prévoir. Nous devons toutes et tous rester en adéquation avec les tendances et les grandes orientations sociales, culturelles et économiques de la société dans laquelle nous vivons. Nous faisons donc comme tout le monde quelques constats irréfutables :

Les candidates et candidats prennent de plus en plus la parole. Via les réseaux sociaux, elles et ils n'hésitent plus à évaluer les entreprises (on le fait bien pour les restaurants).

Le papillonnage se développe. On ne fait plus carrière dans la même entreprise pendant dix ans. Et c'est un challenge pour elle de limiter le turnover.

La flexibilité et la mobilité sont au cœur de l'activité dans le domaine de l'IT, les personnes indépendantes sont donc de plus en plus nombreuses.

Les candidates et candidats sont sursollicités. Ces personnes sont donc très choyées par les entreprises qui souhaitent les recruter.

Par ailleurs, il ne faut pas confondre les outils et leurs émetteurs. Les CVthèques ressemblent de plus en plus à des cimetières de CV (elles sont rarement mises à jour, et les gens ne prennent pas le temps de les retirer). Les jobboards, eux, sont pour certains de véritables success-stories, mais ces panneaux d'emplois souvent généralistes, n'aident pas les entreprises à mieux recruter. En fait, tout dépend des profils recherchés.

Chez nous, les candidates et candidats prennent la parole en annonçant leurs prétentions salariales, leurs attentes en matière d'entreprise et de postes. L'anonymat reste la règle et garantit à toutes et à tous d'être traités avec équité. Ce qui est loin d'être le cas encore aujourd'hui.

Enfin, lors de la première rencontre, en face à face ou par téléphone, la question de la rémunération ayant été abordée au préalable, l'échange va pouvoir porter sur l'essentiel. Pour démarrer ensemble une nouvelle aventure.

Article écrit par MADDYNESS