



Baromètre européen 2023 sur l'expérience candidat – iCIMS

Ce troisième baromètre, réalisé en partenariat avec HEC Junior Conseil, auprès des 250 entreprises européennes issues du SBF 120, FTSE 100 et DAX 30, met en avant l'expérience sur les sites carrières et l'efficacité des processus de recrutement.

Les équipes RH, SIRH et recrutement peuvent utiliser ce rapport pour mieux comprendre ce qui compte pour les talents et comment les solutions technologiques impactent l'expérience candidat, de la recherche d'une offre jusqu'au processus de candidature.

Sommaire

03

Quel est l'état du marché des talents en 2023 ?

Attirer :

- Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression
- Moins il y a de clics pour trouver une offre, mieux c'est !
- Des efforts de transparence à faire
- La vidéo comme élément de différenciation
- Grâce à iCIMS : Uber

04

Engager :

- Les offres d'emploi ? Peuvent mieux faire !
- Simplifier, simplifier et encore simplifier
- Silence radio après la candidature ?
- Grâce à iCIMS : Specsavers

07

09

Nos conseils pour améliorer l'expérience candidat

Amandine Reitz, HR Director, EMEA iCIMS

10

Méthodologie :

- Recueil des données
- Critères

11

À propos d'iCIMS et sources

Quel est l'état du marché des talents en 2023 ?

Avec une récession mondiale en cours, la baisse de la natalité et les effets de la pandémie qui continuent de se répercuter sur la société, les pénuries de talents atteignent un niveau record. Quatre employeurs sur cinq dans le monde déclarent avoir du mal à trouver les talents dont ils ont besoin (ManpowerGroup). Du poste en communication à celui de développeurs, les entreprises ont du mal à pourvoir les postes et à trouver des talents qualifiés.

Pour lutter contre ces pénuries de candidats, les organisations rivalisent pour engager et attirer les meilleurs talents avec de nouvelles méthodes de recrutement. Mais comment les candidats vivent-ils cette expérience ? Comment la jugent-ils ? Notre rapport évalue l'expérience candidat sur les sites carrières des grandes entreprises européennes, de la recherche d'un poste, à la candidature et ce jusqu'au suivi de la part des équipes recrutement.

Les grandes tendances de l'étude

9 %

Moins de 1 entreprise sur 10 inclut le salaire dans l'offre d'emploi

7,9 clics

Il faut en moyenne 7,9 clics aux candidats pour trouver une offre depuis le site corporate

96 %

Une écrasante majorité propose un site carrières « mobile responsive »

43 %

43 % des sites carrières offrent la possibilité de « postuler en 1 clic »

3 %

Seulement 3 % des sites carrières possèdent un chatbot

59 %

Plus de la moitié des entreprises n'ont pas envoyé de confirmation ou de communication de suivi aux candidats après avoir postulé



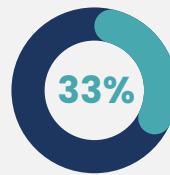
Attirer

Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression

Quel est le premier point de contact entre l'entreprise et les candidats ? Est-ce la page LinkedIn de l'entreprise, un site d'avis ou les sites carrières ? Ces derniers sont la vitrine d'une entreprise et sont souvent la première interaction entre l'entreprise et les candidats. C'est également la première impression qu'un candidat se fait de la marque employeur. Pour être efficace et engageant, ils doivent être visibles notamment sur le site corporate et doivent mettre en avant les valeurs, la culture, promouvoir les postes ouverts et les parcours de carrière proposés.

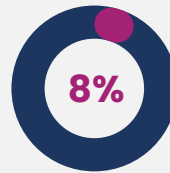
Notre étude révèle que la plupart des entreprises ont pris la mesure de l'importance d'un site carrière optimisé. 33 % des sites carrières ont été notés 5 sur 5 en termes de facilité d'utilisation, avec seulement 8% ayant reçu la note de 1 sur 5. **Lorsqu'on leur a demandé à quel point il était facile de le trouver depuis le site corporate, près de la moitié (48 %) ont noté 5 sur 5.** La note moyenne étant de 3,94.

Les talents sont en quête d'authenticité et de transparence sur la vie des entreprises. C'est notamment le cas pour le recrutement des jeunes diplômés pour qui les questions de diversité sont également importantes. Notre étude 2023, sur les attentes des jeunes diplômés montrait que 32 % regardent sur les sites carrières si l'entreprise est diverse.



des sites carrières ont été notés 5 sur 5 en termes de facilité d'utilisation

vs



des sites carrières ont été notés 1 sur 5 en termes de facilité d'utilisation

“Les nouvelles technologies sont omniprésentes dans nos vies. Pourquoi le recrutement dérogerait-il à cette tendance ? Les candidats sont habitués, dans leur quotidien, à des systèmes intuitifs et à des processus qui fonctionnent simplement. Offrir une expérience optimisée aux talents n'est plus un luxe. Les entreprises devraient utiliser ce rapport pour évaluer leur propre expérience candidat et ainsi recruter plus efficacement. Les mauvaises expériences ont un impact sur les résultats de votre organisation.”



Darren Crowder,
Head of Field Innovation,
EMEA, iCIMS

Moins il y a de clics pour trouver une offre, mieux c'est !

Notre étude révèle qu'il faut 7,9 clics pour trouver un poste ouvert depuis les sites carrières. Cette donnée est en légère augmentation par rapport à notre étude faite en 2021 qui montrait qu'il fallait 5,5 clics pour trouver un poste.

7,9 clics

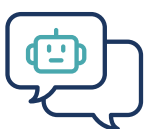


c'est la moyenne pour trouver un poste ouvert depuis le site carrières

Pour plus de 9 % des entreprises, il faut encore plus de 15 clics pour postuler à une offre (le maximum étant de 25). Les candidats ont pu trouver une offre en moins de 3 clics sur 9 % des sites carrières évalués.

Les chatbots une tendance désormais révolue ?

Les chatbots, tels que iCIMS Digital Assistant, utilisent des fonctionnalités de matching pour associer les postes ouverts aux compétences et expériences des candidats. Mais la tendance du chatbot, est-elle passée ? En 2021, 9 % des entreprises évaluées utilisaient un chatbot. Dans notre dernière étude, elles ne sont plus que 3 % à l'utiliser. Pourtant ces chatbots alimentés par l'IA peuvent faciliter l'accès aux offres pertinentes, simplifier l'acte de candidature et améliorer l'expérience candidat, tout en permettant aux équipes talents de réduire le temps et le coût de recrutement.



Seuls
3%

des sites carrières européens ont un chatbot

Des efforts de transparence à faire

Avec l'arrivée d'une nouvelle génération de talents qui arrive sur le marché, une approche beaucoup plus transparente se doit d'être mise en place. Dans notre dernière étude sur les attentes des jeunes diplômés, plus de 44 % des jeunes diplômés français et 46 % des jeunes diplômés britanniques, ne postuleraient pas à une offre si le salaire n'était pas mentionné. Pourtant, seulement 9 % des entreprises sondées ont inclus le salaire dans leurs offres d'emploi. Elles sont 4 % à avoir décrit les étapes du processus de recrutement et seulement 21 % des offres mentionnent si le travail est à distance, hybride ou en présentiel.



ne postuleraient pas si le salaire n'était pas mentionné dans l'offer d'emploi

Les entreprises s'attendent-elles vraiment à ce que les meilleurs candidats postulent à un poste dont ils connaissent à peine le type de travail ? Aujourd'hui, les candidats ont besoin d'informations exhaustives avant de soumettre leur candidature. Fournir ces informations préalables présente un double avantage : d'une part, cela permet aux candidats de postuler en toute connaissance de cause, ce qui économise leur temps et évite des candidatures incompatibles. D'autre part, cela aide les recruteurs à attirer des talents mieux qualifiés et en meilleure adéquation avec les pratiques de l'entreprise.

La vidéo comme élément de différenciation

Depuis maintenant plusieurs années le format vidéo s'est imposé comme le format incontournable sur internet. Il représentait en 2023, 65 % du trafic (*Sandvine's 2023 Global Internet Phenomena Report*). Selon les données de la plateforme iCIMS, les entreprises qui utilisent la vidéo augmentent le trafic SEO vers leur site carrière d'environ 75%. Un site carrière optimisé se doit désormais d'intégrer des vidéos corporate ou des vidéos témoignages provenant des équipes elles-mêmes.

Nos données montrent cependant que seulement 4 % des offres d'emploi sur les sites carrière incluent du contenu vidéo. Ce levier, encore largement sous-exploité par les entreprises, peut se révéler être la clé du succès, à la fois en termes de

différenciation et d'attraction des talents. L'utilisation de témoignages vidéo permet aux candidats de mieux se projeter dans le poste, d'incarner la marque employeur en images et d'établir une première connexion significative avec l'entreprise.

Selon les données d'iCIMS



les entreprises utilisant des vidéos **augmentent le trafic SEO** de leur site carrière de

75%



Grâce à iCIMS

Uber

Il n'y a pas si longtemps, Uber ne parvenait pas à attirer des candidats aux profils diversifiés. L'entreprise a donc décidé d'améliorer son site carrière afin d'illustrer aux talents ce que signifie travailler chez Uber. En utilisant iCIMS Video Studio, les employés d'Uber ont commencé à créer des vidéos pour enrichir le contenu du site carrière et des offres d'emploi. Cette stratégie a généré une augmentation notable de l'engagement, avec une hausse de 21,7 % du nombre de pages vues et une augmentation de 14,3 % du temps passé sur la page.



21 %
d'augmentation
du nombre de pages
vues



14 %
d'augmentation
du temps passé sur les
pages

Engager

Les offres d'emploi ? Peuvent mieux faire !

Nous l'avons mentionné précédemment, du chemin reste à faire sur l'optimisation des offres sur les sites carrières européens. La note moyenne des "jobs description" est de 3,34 sur 5. Lors de notre étude 2021, cette note était quasiment équivalente : 3,2 sur 5. Dans ce baromètre 2023, seules 15 % des offres ont obtenu la note maximale de 5 sur 5. Au-delà de la transparence du salaire ou la mention des étapes du processus de recrutement, cette note prouve que peu de recruteurs prêtent attention au storytelling pour encourager les candidats à postuler. Pourtant comment imaginer qu'un candidat puisse au minimum se projeter dans l'entreprise sans une offre attrayante qui détaille le quotidien, les tâches et les attentes liées au poste ?

"Il est courant de supposer que l'automatisation et l'intelligence artificielle sont incompatibles avec les interactions humaines. Je ne le pense pas. Les solutions d'acquisition de talents peuvent simplifier et rationaliser les processus de recrutement pour les candidats, tout en humanisant la relation entre les talents et les recruteurs. L'adoption des nouvelles technologies représente la voie incontournable pour maintenir sa compétitivité, se démarquer, et rendre la recherche d'emploi plus fluide et agréable pour les candidats et les recruteurs."



- Eric Gelle,
SVP Sales EMEA, iCIMS

Simplifier, simplifier et encore simplifier

Que ce soit sur les réseaux sociaux, les *job boards* ou les sites carrières, réduire le nombre de clics pour postuler est le moyen le plus simple d'éliminer les obstacles pour les candidats et d'augmenter immédiatement les candidatures. Bien que compréhensible pour assurer un suivi multicandidature, plus de la moitié des entreprises européennes exigent que les candidats créent un compte pour postuler, ce qui peut entraîner l'abandon précoce de la candidature. La bonne nouvelle est que ce pourcentage diminue d'année en année, passant de 76% en 2019 à 56% en 2021, et maintenant à 53% en 2023.



53%

des sites carrières demandent aux candidats de créer un compte pour postuler

Pour compléter une candidature, le nombre moyen de clics en 2023 est de 34. En comparaison, il était de 41 clics en 2019. Mais c'est **le temps de candidature qui a connu une très forte amélioration depuis notre dernière étude, passant de 6 min 11 à 4 min 58**. Les talents peuvent aussi bénéficier sur 43% des sites carrières de la fonction "postuler en 1 clic". C'est un bon moyen de réduire le temps de candidature, d'automatiser les process et ainsi d'améliorer l'expérience candidat.



c'est le nombre moyen de clics pour postuler

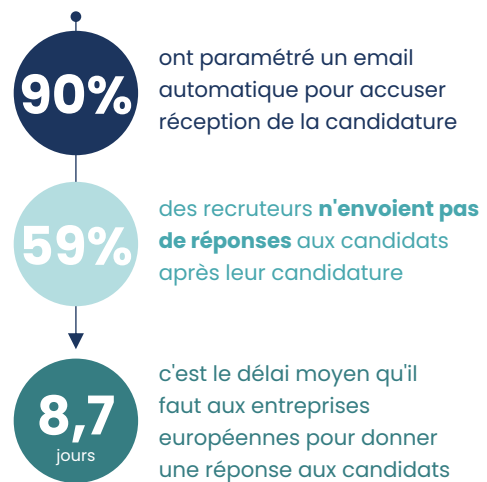
Silence radio après la candidature ?

En 2023, 90 % des entreprises du SBF 120, FTSE 100 et DAX 30 ont automatisé l'accusé de réception après une candidature. C'est un chiffre constant par rapport à notre étude de 2021 mais qui pourrait être sans doute plus élevé tant ce process est simplifié grâce à la modernité des ATS. C'est également un gain de temps non négligeable pour les recruteurs.

Mais là où le bât blesse, c'est le feedback d'un recruteur après la candidature. Nos données montrent que 59 % des entreprises n'envoient pas de réponse aux candidats, laissant ainsi ces derniers dans l'incertitude. Et parmi les entreprises qui envoient des réponses, le temps moyen est de 8,7 jours. C'est 2 jours de plus par rapport à notre étude de 2021.

3 entreprises ont adressé une réponse après 30 jours. Au-delà de 35 jours, nous avons considéré qu'aucun follow up ne serait fait. Cela représente tout de même 138 entreprises sur les 233 évaluées.

En ne donnant pas de réponses, les entreprises prennent le risque de perdre des candidats de qualité, la plupart d'entre eux imaginant que leur candidature n'a pas été retenue. Ce process de feedback d'un recruteur peut également être automatisé et géré en « masse » grâce des solutions de recrutement avancées.



Grâce à iCIMS

Specsavors

Specsavors avait des difficultés pour engager ou identifier les candidats intéressés par un ou des postes spécifiques. iCIMS Marketing Automation a permis à Specsavers de créer des campagnes de recrutement automatisées qui offrent aux candidats potentiels une expérience personnalisée et aident l'entreprise à se démarquer de la concurrence. En un an, Specsavers a réduit les appels non qualifiés de 97 %, a dépensé 70 % de moins en frais de publicité et a recruté 55 % en plus par rapport à l'année précédente.

↓ 97% de réduction des appels non qualifiés

↓ 70% de baisse de dépenses de publicité

↑ 55% d'augmentation de recrutement par rapport à l'année précédente

Nos conseils pour améliorer l'expérience candidat



Amandine Reitz,
HR Director, EMEA, iCIMS

Le contenu vidéo pour humaniser son processus de recrutement

“En 2023, la vidéo est essentielle. Pourtant, 96 % des entreprises hésitent encore à l'adopter. Les candidats désirent un aperçu de votre culture, et une courte vidéo répond souvent à leurs attentes. Elle ajoute une grande valeur à vos processus de recrutement, permettant de transmettre rapidement des informations engageantes. De plus, elle humanise l'expérience du candidat en lui montrant les personnes avec lesquelles il travaillera. Des outils tels qu'iCIMS Video Studio aident les employeurs à créer des vidéos de recrutement efficaces, y compris pour l'engagement des talents internes.”

Maintenir la communication avec les candidats (même non retenus !)

“Un long processus de recrutement et une communication peu efficace conduisent très souvent à la perte des meilleurs candidats. Un candidat non retenu pour un poste aujourd'hui, sera peut-être le candidat retenu de demain. Il faut donc maintenir le canal de communication ouvert avec les meilleurs d'entre eux. Surtout dans un marché en pénurie ! Avec iCIMS Marketing Automation, les recruteurs peuvent configurer un certain nombre de modèles d'emails pour les candidats. Alors assurez-vous de continuer à communiquer avec les talents avant, pendant et après leur candidature.”

La technologie au cœur de la stratégie de recrutement

“En créant des processus simplifiés et en réduisant les étapes chronophages, vous éliminerez les obstacles à la candidature des talents. Rappelez-vous qu'en quelques clics, il est possible de commander un taxi ou une pizza. Cela devrait être la même chose pour postuler. Avec 43 % des entreprises utilisant des méthodes de candidature en un clic, nos données montrent qu'une partie a compris l'importance d'un processus de candidature facilité. L'élimination des obstacles peut faire toute la différence dans la capture des meilleurs talents.”

Construire un site carrière dynamique et engageant

“Le site carrière est un élément important dans le parcours du candidat. Dans l'ensemble, nous constatons que les talents sont plus susceptibles de postuler pour une entreprise si le site carrière est facile à utiliser et fournit aux candidats les informations qu'ils recherchent. Avec seulement 21 % des descriptions de poste mentionnant si un emploi est à distance, hybride ou au bureau, les entreprises doivent réfléchir davantage à la façon dont les candidats vont se projeter dans leurs postes.”

“Les candidats sont très souvent reconnaissants quand je leur envoie un feedback même négatif. En faisant preuve de transparence tout au long du processus de recrutement, vous redonnez non seulement le contrôle au candidat, mais vous réduisez également les pertes de temps, tant pour vous que pour lui.”

Méthodologie

Recueil des données

Après avoir listé les entreprises du SBF 120, du FTSE 100 et du DAX 30, les trois plus gros indices boursiers européens, des étudiants d'HEC Junior Conseil ont postulé sur les sites carrières de 233 d'entre elles. Chaque étudiant a collecté les mêmes données et évalué 18 critères. Le processus a commencé sur le site corporate de l'entreprise et s'est terminé 35 jours après l'envoi de la candidature - après cette période, nous avons supposé que le candidat ne recevrait pas de communication de suivi.

Les 18 critères évalués :

Attirer


- Facilité à trouver l'espace carrière depuis le site corporate (note de 1 à 5)
- Facilité pour naviguer sur le site carrière (note de 1 à 5)
- Présence ou non d'un chatbot ?
- Présence d'une version mobile du site ?
- Présence d'une vidéo sur l'offre ?
- Nombre de clics pour trouver une offre depuis le site corporate
- Présence du salaire sur l'offre ? (non, oui avec un montant, oui avec un range)
- Mention du mode de travail remote/ travail hybride
- Explication des différentes étapes du processus de recrutement
- Quelle note attribueriez-vous à la job description ? (note de 1 à 5)

Engager

- Nombre de clics pour postuler depuis l'offre d'emploi ?
- Possibilité de "postuler en un clic" (via LinkedIn, Indeed, etc.) ?
- Doit-on se créer un compte pour postuler ?
- Temps pour postuler (depuis l'arrivée sur l'offre)
- Un mail automatique est-il envoyé suite à la candidature ?
- Au bout de combien de temps un retour est-il fait ?
- Comment le retour est-il envoyé ? Si le retour est négatif, est-il personnalisé ?
- Le retour est-il envoyé par un interlocuteur RH identifié ou depuis une adresse email générique ?

Le processus de candidature

- Les étudiants ont postulé à des postes de commerciaux en CDI.
- Le nombre de clics comprend les clics sur chaque champ du formulaire et ceux pour arriver jusqu'à l'offre d'emploi.
- Le temps de candidature a été calculé à partir de l'arrivée sur la page à compléter jusqu'au moment où la candidature a été soumise.
- Sur les 250 entreprises composant le SBF 120, le FTSE 100 et le DAX 30, 233 ont été évaluées totalement.



Notre étude a **exploré l'expérience candidats, de la recherche d'un poste à la candidature**, sur certaines des plus grandes entreprises européennes.

▶▶▶▶ Données issues de la plateforme iCIMS

iCIMS Insights offre une compréhension approfondie du marché des talents grâce à des données tirées de la plateforme iCIMS. La base de données d'iCIMS sur les activités des entreprises et des candidats comprend des centaines de millions de points de données sur les offres d'emploi, les demandes d'emploi et les recrutements.

▶▶▶▶ Autres sources

- [ManPowerGroup Talent Shortage Survey 2023](#)
- [iCIMS UK Class of 2023 Report](#)
- [iCIMS French Class of 2023 Report](#)
- [iCIMS 2021 Candidate Experience Report](#)

▶▶▶▶ À propos d'iCIMS

iCIMS, éditeur de la plateforme de recrutement iCIMS Talent Cloud, donne aux entreprises les moyens d'attirer, engager, recruter et développer les meilleurs talents pour construire une équipe performante et diversifiée. iCIMS accélère la transformation digitale de sa communauté composée de près de 6000 clients, dont 40 % du Fortune 100 qui emploie plus de 33 millions de personnes dans le monde.

Vous souhaitez en savoir plus ? Rendez-vous sur www.icims.com/fr/