

ÉTUDE YAGGO/CAASK X IFOP

BAROMÈTRE & TENDANCES DE L'EXPÉRIENCE CANDIDAT EN 2022







Le monde du recrutement semble enfin avoir amorcé sa révolution.

Covid aidant, de nombreuses cartes ont été redistribuées ces derniers mois, notamment suite à la Grande Démission -ou Grande Pénurie-, qui a amorcé une crise sans précédent dans l'univers des ressources humaines.

Pourtant, les candidats ne sont pas plus rares qu'auparavant, ni plus difficiles à trouver. Au contraire, il n'y a jamais eu autant de talents différents sur le marché.

Seulement, les postulants semblent de plus en plus se détacher de la vision "travail à tout prix" jusque là dominante, ils sont désormais en quête de sens dans leurs missions, de respect dans leur contributions, de bien-être dans leur cadre de travail.

Des éléments qu'ils doivent pouvoir déceler dès les premiers instants, dès la candidature. Le rapport de force s'est donc inversé, et un process de recrutement jugé contraignant ne fera que renvoyer l'image d'une entreprise contraignante, et donc non attractive. Voilà pourquoi nous souhaitons, année après année, reconnecter les candidats avec les équipes RH. Créer ce lien, cette compréhension mutuelle des attentes de l'un chez l'autre.

Permettre aux entreprises de mieux appréhender ce qui constitue une bonne, et une mauvaise expérience de candidature, afin qu'elles puissent mettre en place des actions concrètes, basées sur des données réelles, ayant un impact palpable.

Dans l'intérêt de tous.



58%

...des répondants pensent que le marché est désormais à l'avantage des candidats.



80%

...pensent que l'expérience de candidature est un bon indicateur de la manière dont une entreprise traite ses salariés.



79%

...déclarent qu'une mauvaise expérience de candidature **génère une réaction négative**.



Matthieu Penet, Fondateur de YAGGO

| METHODOLOGIE |

Pour cette étude, YAGGO et CAASK, experts en Relation Candidat, se sont associés à l'Institut français d'opinion publique (IFOP) afin d'interroger, en ligne, 2005 Français dont 1056 actifs non-fonctionnaires et futurs actifs (avec une structure d'échantillon représentative de la population française). Cette étude a été réalisée sur l'ensemble du territoire, du 6 au 15 avril 2022.

Statistiques démographiques et professionnelles de l'échantillon, sur les 1056 actifs non-fonctionnaires :

Age

Tous les répondants ont entre 18 et 64 ans.

Parité

L'échantillon est composé à 57% d'hommes, et 43% de femmes.

Situation professionnelle

- 81% des répondants exercent actuellement une activité professionnelle
- 11% sont étudiants
- 7% sont en situation de chômage
- 2% sont en recherche d'un premier emploi

Les questions ont été posées aux répondants dans le but de mettre en lumière les pratiques, ressentis et tendances actuelles en matière d'expérience candidat, du point de vue des chercheurs d'emploi.

| OBJECTIFS DE L'ÉTUDE |

L'objet de la recherche est de pouvoir mesurer, chez les candidats, la perception de certains procédés en matière de recrutement, et l'impact qu'ils possèdent sur l'expérience de candidature, la marque employeur, l'efficacité des recrutements, et même sur le chiffre d'affaires.

En effet, la situation du monde du recrutement a particulièrement été chamboulée à partir de l'année 2020, avec un changement de paradigme dans les rapports entre les chercheurs d'emploi et les entreprises.

Il sera donc intéressant de découvrir :



Quelle est la perception du marché de l'emploi par les candidats en 2022 ?

Pourquoi l'expérience candidat devient un enjeu de plus en plus important pour les entreprises, à l'heure où les postulants recherchent davantage qu'un emploi alimentaire et peuvent de plus en plus refuser de rejoindre une société non alignée sur leurs valeurs, leur vision du travail ou leurs aspirations.

Comment les candidats perçoivent-ils la candidature?

Quels éléments sont considérés comme acquis, voire de bonnes pratiques par les RH, alors qu'ils représentent de potentiels freins à la candidature pour les postulants?

Quels différents rapports entretiennent les différentes générations avec le fait de candidater à une offre d'emploi ? Quelles distinctions existent entre les Hommes et les Femmes sur ces sujets ?





Quelles sont les conséquences d'une mauvaise expérience de candidature ?

Quelles sont les impacts d'une mauvaise expérience de candidature sur l'entièreté du processus de recrutement ? Cette donnée est inestimable pour les entreprises, qui peuvent parfois souffrir d'un déficit d'attractivité, sans même le savoir, ou être dans la capacité de repérer l'origine des dysfonctionnements de recrutement.

Les résultats de l'étude seront également comparés à ceux d'une enquête similaire, menée en 2021 afin de noter les progressions, reculs ou stagnations des tendances.





| SOMMAIRE |

1.

Situation du marché de l'emploi : l'expérience candidat en 2022

- Importance de l'expérience candidat dans l'attractivité de l'entreprise
- Perception des candidats d'un marché à leur avantage
- Perception des candidats sur la déconnexion avec les recruteurs, et le peu de prise d'intérêt des enjeux d'expérience candidat des entreprises

2,

La candidature : les principaux freins pour les postulants

- Les freins à la candidature
- Différences hommes / femmes et juniors / confirmés
- Maîtrise des outils numériques

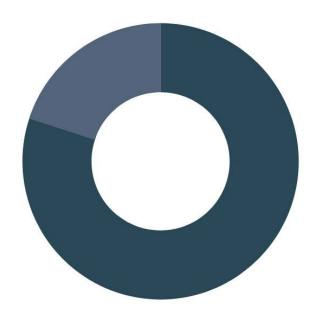
3.

L'expérience de recrutement : ses impacts sur l'entreprise

- Confrontations aux mauvaises expériences de recrutement
- Réactions et actions en cas de mauvaise expérience

1. L'EXPÉRIENCE CANDIDAT EN 2022

En 2022, les chercheurs d'emploi s'entendent sur le point suivant : le marché du travail est en train de tourner progressivement à l'avantage des postulants, et l'expérience candidat devient prédominante pour "jauger" la pertinence d'une entreprise.



80%

...des candidats pensent que l'expérience de candidature est un bon indicateur de la manière dont une entreprise traite ses salariés.

> 84% Chez les **18-34 ans**, le pourcentage culmine à

Il est donc plus que nécessaire, surtout face à une cible de jeunes diplômés/actifs, que les entreprises **rendent plus satisfaisante leur expérience de candidature** afin :

- + d'attirer les profils les plus spécialisés, les plus pénuriques et les plus qualifiés
- + de bénéficier d'une meilleure image et d'une attractivité boostée

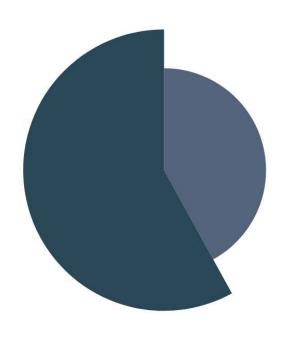


...des actifs non-fonctionnaires et futurs actifs pensent que **le marché de l'emploi est plus à l'avantage des candidats** que des recruteurs.

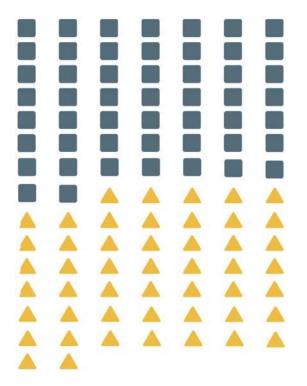


66%

Chez les **cadres**, cela augmente même à 66%



Il existe donc **une prise de conscience réelle** dans l'évolution du rapport de force entre les postulants et les entreprises. Ces dernières devront redoubler d'efforts pour satisfaire leur pool de candidats, au risque de devenir moins attractives sur le marché.



1 candidat sur 2 (51%)

...affirme que les recruteurs savent écouter leurs postulants et adapter les processus de recrutement en fonction de leurs attentes.

47%

Les **femmes** sont légèrement plus sceptiques sur ce point (47%)

Ce résultat peut être interprété de deux façons : le verre à moitié vide ou plein. Pour l'angle optimiste, cela vient souligner l'idée que **toutes les clés sont dans les mains des équipes RH** : pour les candidats, les recruteurs sont sensibles à leurs besoins et peuvent réagir de façon adéquate. Il ne reste donc qu'à s'exécuter!

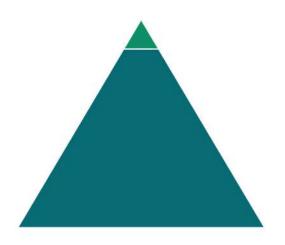


En 2022, les candidats ont pris conscience de **la condition fragile du marché de l'emploi**. La crise sanitaire a levé le voile sur le fonctionnement réel des sociétés et l'importance de métiers peu valorisés sur le maintien de l'équilibre quotidien, si bien qu'une entreprise doit être méticuleusement testée, analysée et observée avant d'être rejointe.

Notamment à travers l'expérience candidat qui est devenue un indicateur, un aperçu de la culture d'entreprise : ne pas considérer ses candidats, c'est ne pas considérer ses salariés.

Cependant, ce sont les entreprises qui peuvent -et doivent- inculquer le changement. Les candidats sont globalement bienveillants et pensent que **les corporations possèdent les moyens d'améliorer leur expérience candidat** pour mieux recruter.

2. LES FREINS À LA CANDIDATURE



84%

...des actifs et futurs actifs interrogés sont susceptibles d'être découragés par la présence d'au moins un des éléments suivants :



54% (ler)

la présentation du CV dans un format vidéo



42% (2e)

fournir des réponses à des questions dans une vidéo

Viennent ensuite d'autres éléments comme :

- + La participation à un jeu (27%)
- + Devoir recopier son CV (26%)
- + Rédiger une lettre de motivation (20%)
- + Devoir passer un test en ligne (13%)

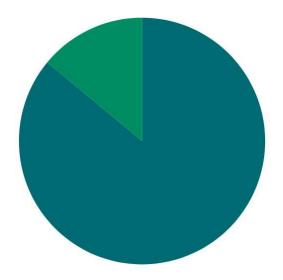
En 2021, les candidats avaient répondu :

- + ler: la participation à un jeu
- + **2e** : la candidature vidéo
- + 3e: la lettre de motivation
- + 4e: l'obligation de recopier le CV
- + **5e** : le passage de tests en ligne

Sur les observations d'ordre général, on note que les femmes sont les plus réticentes à la candidature vidéo. Elles sont 61% (face à la part de 48% pour les hommes) à avoir indiqué cette pratique comme un frein à la candidature, ce qui doit être considéré par les entreprises **souhaitant féminiser leurs équipes pour davantage de parité**.

Les profils séniors, eux, sont moins sensibles à la gamification (34% d'entre eux y sont opposés contre la moyenne générale de 27%) mais moins dérangés par le fait de recopier un CV dans un formulaire (seuls 19% -contre 26% pour les autres tranches d'âge cumulées-ont mis en avant ce procédé).

Pour les 25-34 ans, c'est la rédaction d'une lettre de motivation qui se détache (28% d'opposition contre 20% en moyenne), après les formats vidéo.



Les entreprises doivent donc apprendre à adapter leurs processus de recrutement selon leurs cibles. Trouver des alternatives qui facilitent la candidature des profils séniors, lorsque l'embauche de ces derniers est recherchée.

69%

...des interrogés se disent à l'aise dans l'utilisation des outils numériques de candidature (postuler sur un site internet, entretien en visioconférence...).

55%

Les **50-64 ans**, sans surprise, sont eux moins sensibles aux nouveaux usages (55%)

76%

Les **18-34 ans** par contre, excellent sur ce point (76%)



Cette année, on observe ainsi peu de changements dans l'évolution des freins à la candidature. Un statu quo qui confirme les principales aversions des postulants pour certains procédés, mais montre également **le manque de réactivité des entreprises** pour s'ajuster aux préférences du grand public.

Une inaction qui peut s'avérer dommageable, surtout dans un marché de plus en plus à l'avantage par les candidats.



3. L'EXPÉRIENCE DE RECRUTEMENT ET SES IMPACTS SUR L'ENTREPRISE

8 candidats sur 10 (80%)

...ont déjà été confrontés à au moins **une mauvaise expérience** lors d'un processus de recrutement.

Chez les **25-34 ans**, c'est encore plus important (**88%**)

Parmi les éléments qui constituent une mauvaise expérience de recrutement, on trouve, par fréquence de citation :



64% (ler)

L'absence totale de réponse

(2e) **48**%

La réception d'une réponse automatique et impersonnelle



45% (3e)

Ne pas recevoir d'accusé de réception





44% (4e)

Pas de retour suite à un entretien

En **2021**, les candidats avaient également placé **l'absence de réponse comme la première cause** définissant une mauvaise expérience de recrutement.

Toutes ces déceptions ont un impact réel et concret sur les entreprises, en effet :



...des candidats affirment qu'une mauvaise expérience de recrutement **génère chez eux une réaction négative**.

Du type:

1 sur 2

...va constater une **dégradation de sa vision de l'entreprise**



...va partager sa mauvaise expérience avec son entourage 1 sur 2

47%

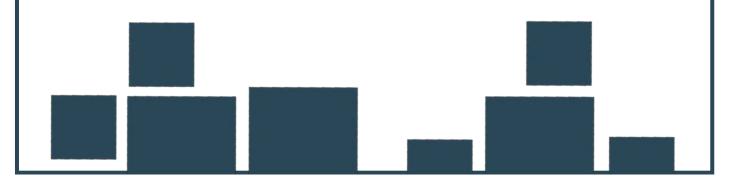
...vont **refuser de postuler**à nouveau au sein de l'entreprise

...vont **réduire leurs achats** de produits, ou **totalement boycotter** l'entreprise

23%

Ces résultats sont dans la continuité de ceux observés en 2021, mais également en 2020.

Plus que jamais donc, les processus de recrutement tiennent une place prépondérante dans **l'image que se font les candidats d'une entreprise**.



| CONCLUSION |

Tout changement profond s'opère lentement, et l'univers du recrutement ne fait pas exception.

Depuis 2019, avec **YAGGO** puis **CAASK**, nous nous attachons à suivre, de façon annuelle, les ressentis des candidats face aux tendances et pratiques déployées dans les processus de recrutement. Et force de constater qu'il persiste toujours un décalage entre les attentes des postulants, et les expériences que leurs proposent les entreprises.

Ce qui, nous l'avons vu, peut s'avérer désastreux.

En effet, certains processus mal ciblés ou dépassés peuvent donc avoir de forts impacts sur de nombreux facteurs déterminants pour les entreprises :

- · Leur **image**, qui se dégrade en cas de déception chez les chercheurs d'emploi
- Leur **notoriété**, au delà même des postulants concernés, par le bouche à oreille et le partage des mauvaises expériences
- Leur **marque employeur**, avec des candidats qui ne souhaitent plus repostuler, et qui diffusent publiquement ou en privé leur frustration
- · Leur **chiffre d'affaires**, via les boycotts, les désabonnements et le passage à la concurrence

Alors, comment faire?

Écoutez vos candidats pour mieux répondre à leurs attentes

Ce sont vos candidats qui vivent leur candidature. Il est donc indispensable de recueillir leur feedback, leurs points positifs et négatifs.

C'est ce qui doit motiver vos choix : de la donnée concrète et réelle. Prendre des décisions, mettre en place des évolutions voire des suppressions d'éléments en fonction du retour de vos postulants, et d'eux seuls.

Il s'agit de répondre à un besoin exprimé, bien avant de suivre certaines tendances qui pourraient ne pas être adaptées à vos cibles (par exemple le CV vidéo ou la gamification).

Personnalisez, visez le sur-mesure pour tirer votre épingle du jeu

Chez **YAGGO**, on aime penser que les candidats devraient être abordés avec le même égard que les clients, que les prospects : offrir une expérience, un accompagnement, une certaine bienveillance.

Un mouvement vers la considération qui passe par la personnalisation. Celle des échanges, celle de la candidature. C'est un enjeu de démarcation fort, surtout auprès de la concurrence.

Pour y arriver, il faut prendre le risque de repenser le recrutement. Le transformer en un point de rencontre, où se rejoignent candidats et entreprises, après avoir chacun fait quelques pas l'un vers l'autre.

Alors personnalisez ! Vos réponses, votre parcours, vos process. Imprégnez-les de votre culture d'entreprise pour faire la différence.





Répondez à l'appel de vos candidats

À grand pouvoir, grandes responsabilités. Les recruteurs sont les éléments différenciants de l'entreprise, vous avez donc la mainmise sur l'expérience de candidature, sur la satisfaction de vos candidats.

Précédemment, nous parlions de verre à moitié vide ou à moitié plein face à la statistique sur l'écoute des métiers RH, et leur volonté de faire changer les choses pour le mieux.

Et bien, pour nous, le fait que les candidats perçoivent majoritairement les recruteurs comme souhaitant activement incarner les moteurs du changement, cela nous rassure.

C'est presque une main tendue : "on vous dit ce que l'on souhaite vivre, ce que l'on ne veut plus voir et maintenant, c'est à vous de jouer car on sait que vous pouvez y arriver".

Ainsi, même s'il a fallu une pandémie mondiale pour arriver à ce grand coup d'accélérateur, la logique reste perpétuellement la même : tout évolue, tout le temps.

Aujourd'hui, les candidats (et plus particulièrement les profils pénuriques) ont le pouvoir, et ils le savent. Ils dictent leurs règles, rejoignent les entreprises qui les respectent et ignorent (ou pire) celles qui n'ont que des promesses.

Mais ce changement est en fait une bénédiction. Vraiment.

C'est l'opportunité de repartir sur le bon pied, de mettre en place des processus plus adaptés, plus inclusifs, plus respectueux. Réaffirmer ses convictions, sa culture et ses valeurs. Être proactif, via l'expérience candidat, pour mieux recruter, et s'affirmer en tant qu'entreprise.

On parle souvent de grande démission, d'impossibilité de recruter, de marché en rupture... mais en réalité, c'est un monde d'opportunités qui s'ouvre doucement, devant nous. Et en tête d'affiche, on trouve peut-être la plus excitante de toutes : celle d'enfin reconnecter recruteurs et candidats.



À propos de YAGGO

YAGGO répond de façon personnalisée à toutes vos candidatures et fidélise les profils pertinents pour votre entreprise.

Nos services s'articulent autour de 3 thématiques majeures :

- Une réponse pour chaque candidature, quels que soient les volumes.
- Un maintien de la relation avec les profils pertinents via la fidélisation des viviers de recrutement.
- L'analyse et l'optimisation de la stratégie de recrutement, pour en finir avec les erreurs de staffing et les budgets qui s'envolent.

DEMANDEZ UNE DEMO

À propos de CAASK

CAASK accompagne les services de recrutement innovants qui cherchent à mieux comprendre les vrais ressentis et attentes des humains lorsqu'ils postulent. Concrètement, l'équipe vous accompagne :

- Pour créer des questionnaires et récupérer l'avis de vos candidats
- Pour les diffuser à vos candidats selon leur statut (état de la candidature, type de poste, type de contrat, canal d'acquisition...)
- Pour analyser les données récupérées et en tirer des actions concrètes.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter!

DEMANDEZ UNE DEMO





yaggo.co | caask.co

Inès Ploque Responsable Marketing et Communication ines@yaggo.co 01 64 11 77 11