**La « marque employeur » est un terme utilisé pour désigner l'ensemble des problématiques d'image d'une marque à l'égard de ses employés ou de ses salariés potentiels.**
**La gestion de la marque employeur est donc normalement une problématique des services de gestion des ressources humaines et de communication.**

**L'objectif est de rendre la marque séduisante en tant qu'employeur potentiel.**

Les **Réseaux Sociaux** sont multifonctions, ils peuvent ainsi servir au recrutement, à la fidélisation de collaborateurs, mais aussi au décrutement.

Avec les Réseaux Sociaux, la **marque employeur** a également pris un tournant, les avis sur les entreprises sont consultables par tous, ces dernières doivent donc être de plus en plus vigilantes aux propos véhiculés par leurs salariés sur la toile.

L'enjeu de l'entreprise n'est pas de « collectionner » les meilleurs, mais d'arriver à faire travailler les différents talents ensemble.
En cela, les **médias sociaux** peuvent venir supporter cette valorisation collective des **talents de l'entreprise** en favorisant les interactions, les échanges et la collaboration en général.

Les RH, loin de craindre la **transparence et la libre-circulation de l'information** autorisée par cette nouvelle catégorie d'outils, doivent en tirer profit !

**Une marque employeur bâtie grâce à ses employés**

Le défi aujourd'hui est de comprendre comment créer et entretenir sa **marque** dans un monde où la communication est bouleversée par les **réseaux et médias sociaux**. Les équipes de recrutement devront encourager une plus grande ouverture de l'entreprise afin que le plus grand nombre d'employés puissent **partager leurs expériences avec l'extérieur**.
Cela rendra l'organisation plus authentique, attractive, intéressante et humaine.

**L'émergence d'une nouvelle forme de leadership ?**

De nouvelles influences émergent déjà depuis plusieurs années et la **prise de leadership** se trouve facilité par les nouveaux outils et méthodes de travail. Les structures hiérarchiques habituelles perdront toujours davantage de poids face aux **réseaux de connaissances ou de compétences**, créés virtuellement.
La **marque employeur** n'est pas qu'une présence sur les Réseaux Sociaux : IRL (In Real Life), salons, écoles, annonces… sont tout aussi importants.
La présence sur les Réseaux Sociaux nécessite également un alignement entre les valeurs, la marque employeur, les produits et les services réellement proposés par l'entreprise.

**Modification du paysage du recrutement**

Il faut savoir qu'une **stratégie marque employeur** qui fonctionne dans une entreprise ne fonctionne pas forcément dans une autre et il faut bien **définir sa propre stratégie** en amont.

L'enjeu consiste à passer de la Gestion des Ressources Humaines à la **Gestion des Réseaux Humains.**

**Les DRH doivent se demander : qu'est-ce que je peux apporter, qu'est-ce que je dois raconter ?**
**Une cohérence totale est préconisée, d'autant plus que « ce qui est beau à l'intérieur se voit souvent de l'extérieur ». Il faut être transparent et sincère pour créer une attractivité réelle.**

Les réseaux sociaux sont de nouveaux outils qu'il faut appréhender, il est presque devenu primordial de **suivre une formation** pour anticiper les changements et les nouveautés à venir :

• **Les DRH en première ligne :** Le développement des **réseaux sociaux** entraînent une porosité croissante entre sphère professionnelle et sphère privée. La presse relate de nombreux cas de salariés licenciés pour avoir tenu sur leur **blog** ou sur leur mur **Facebook** des propos parfois critiques à l'encontre de leur entreprise.

Le DRH devra se montrer efficace et apporter des réponses constructives face à ces questions complexes et à ces nouvelles problématiques.

• **Un nouveau référentiel métier :** Cela va conduire à minima à un nouveau rôle pour les collaborateurs, voire pour certains à un nouveau métier, on peut citer l'exemple du **Community Manager.** C'est donc bien, dans un premier temps, une refonte du référentiel métier des fiches de poste à laquelle il va falloir songer en 2013.

Le **métier de recruteur**, évolue donc vers un rôle beaucoup plus actif (fini d'attendre que les CV tombent) il s'apparente à celui d'animateur de sa **marque employeur et des communautés associées : Il devient « Community Manager Recruteur » !**

Tous les outils amenés par le **Web 2.0** ont complètement changé la donne en termes de recrutement et ce n'est qu'un début.

C'est avec les **métiers de la communication et du marketing** qu'il faudra travailler; pour faire la promotion de sa marque et se rendre désirable pour augmenter le nombre de candidats qui postulent.
Le **sourcing** (terme utilisé dans les achats, les RH et les services informatiques (IT) pour désigner le fait de trouver soit des fournisseurs, soit des candidats) va devenir de **l'assesment de sourcing.**

**Les candidats face aux réseaux sociaux**

Avec 5 millions de français sur **Viadeo** et bientôt autant sur **LinkedIn** (qui acquiert dans le monde un nouveau membre par seconde !) on a largement dépassé l'effet de mode.

85% des candidats sont prêts à suivre une entreprise sur **Facebook** mais 85% des candidats considèrent cela risqué d'entrer en contact avec un employeur sur Facebook :

- par crainte de se faire rejeter pour de mauvaises raisons (60%),
- par inconfort à partager des données privées (50%),
- ou encore parce qu'ils ont le sentiment que la présence de l'entreprise sur Facebook n'est qu'une **opération de communication** (45%)

Par rapport à 2011, les **jeunes diplômés** français se rendent plus spontanément pour leurs **activités carrières** sur **Twitter** à 8% (+5%), **Facebook** à 22% (+12%), **Viadeo** à 39% (+14%) et **LinkedIn** à 57% (+25%).
Les utilisateurs des réseaux spécialisés **Viadeo** et **LinkedIn** n'utilisent pas toutes les fonctionnalités de ces sites : 90% disent s'en servir principalement pour consulter des **offres d'emploi**.

**Quid du recrutement mobile ?**

La **croissance du mobile** et des usages mobiles est exponentielle. De même, les tablettes vont également envahir l'entreprise.

Pourquoi les **entreprises** passeraient à côté de cette tendance ?
Clairement, le **recrutement mobile est en ligne de mire** : tant pour les candidats – afin de postuler et répondre aux offres via leurs smartphones, que pour les entreprises et les recruteurs.

De plus, les **campagnes marketing mobile** seront intégrées dans une **stratégie marketing globale** tout en offrant une expérience unique à l'utilisateur.

**Sans oublier les Big Data !**

Comment je fais parler, de façon efficiente, **les jobboards et les réseaux sociaux** avec mon site carrière, puis avec mon système d'information RH ? Comment je croise les données pour obtenir des informations pertinentes et utiles à mon organisation ? Le tout avec une **masse d'informations croissante** ?
Parler de Big Data est à la mode, certes, mais c'est surtout à une révolution plus profonde à laquelle nous assistons. Ce qui change aujourd'hui, c'est la masse de données accessibles et leur exploitation plus facile. Le **e-commerce** par exemple est de plus en plus drivé par l'analyse des données.

Appliqué au **recrutement**, on commence à imaginer des outils analysant la présence sur les réseaux sociaux des **candidats potentiels,** permettant de déterminer s'ils sont adaptés aux besoins de l'entreprise.
On pourrait aller jusqu'à l'évaluation du potentiel de réussite dans un poste ! Vous y avez pensé, **Evolv l'a fait** !
Le CV est bientôt mort au profit de profil de **réseaux sociaux professionnels** enrichis (LinkedIn, Viadeo…).
Evolv, spécialiste du recrutement et de l'**optimisation des performances des employés**, propose aujourd'hui d'utiliser l'analyse des données émises par vos employés pour déterminer les facteurs clés de succès de ceux ci.

L'analyse des **Big Data** permettrait de mieux recruter et d'améliorer la **performance des entreprises**. C'est aussi un argument de plus dans la lutte contre la discrimination au recrutement. Les perspectives offertes par l'analyse des données sont à prendre très au sérieux et finalement mettent en lumière le fait que **l'humain est plus important que le diplôme ou l'expérience**.

Comme le suggère Jacques Froissant, Fondateur du Cabinet de recrutement ALTAIDE et Partenaire d'EXPERT si Me, après le **Recrutement 2.0 et le Social Recrutement, bientôt le Data Recrutement** ?

**Expertisme accompagne les DRH dans l'intégration du Digital à leurs fonctions grâce à ses audits et ses analyses, à la définition de stratégies de recrutement 2.0 et leur mise en œuvre, ou encore le développement d'outils digitaux (Blog, Réseaux Sociaux..) et le suivi des campagnes de recrutement. Expertisme forme également de nombreuses équipes RH à ces nouveaux outils et assure le Community Management de la Marque employeur, le juridique et le recrutement pour certains de ces clients.**