Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)
Vendredi, 12 Juillet 2013 00:00 -

Le recrutement via les réseaux sociaux, ou recrutement 2.0, bouleverse progressivement les habitudes et les méthodes de travail des recruteurs, tant dans les entreprises que dans les cabinets de recrutement. Certaines grandes entreprises, telles que le Club Med, Accor ou Disneyland Paris, mettent désormais les réseaux sociaux professionnels (Viadeo, Linkedin…), mais aussi grand public (Facebook, Twitter…) au cœur de leur stratégie de recrutement. Ce qui leur permet de toucher des candidats dans le monde entier.
Les "événements de recrutement", physiques ou virtuels, remplacent, dans certains cas, la publication de petites annonces. Les PME, les collectivités locales ou les cabinets de recrutement, quant à eux, sont encore peu présents sur les réseaux. Ils limitent souvent leur utilisation à du “repérage” de compétences, pour des profils spécifiques (cadres commerciaux, informaticiens, notamment).
Les réseaux sociaux sont d’abord des lieux de communication, qui ne sont efficaces que dans le cadre de stratégies à long terme. D’où l’importance, pour les entreprises, d’allier le recrutement 2.0 à la construction d’une "marque employeur", d’une part, et à l’animation d’une communauté de candidats potentiels, d’autre part. Quant aux candidats, ils doivent surveiller leur "e-réputation".

au sommaire :
- Le recrutement 2.0. Un enjeu de communication
- Le recrutement 2.0. Un outil à manier avec discernement
- Faire du recrutement 2.0, c'est gérer une communauté de candidats potentiels
- Le recrutement 2.0 en est à ses balbutiements
- ADT et CDT adoptent progressivement le recrutement 2.0
- Les réseaux sociaux ouvrent les nouvelles frontières du groupe Accor
- Le Club Med recrute les talents du monde sur Facebook, Twitter et Youtube
- Disneyland Paris recrute activement sur tous les réseaux sociaux

en savoir plus

Consultez la source sur Veille info tourisme: Enquête Recrutements 20