



Moderniser, Dynamiser la fonction recrutement et Recruter avec succès. Nos clients témoignent

Pour une démo de la Suite d'Acquisition de Talents SmartRecruiters, [cliquez ici](#)

En tant que leader mondial des logiciels de recrutement, SmartRecruiters propose une suite d'acquisition de talents complète basée sur le cloud qui permet aux équipes d'attirer, de sélectionner et de recruter les meilleurs talents. Plus de 4 000 entreprises dans le monde font confiance à SmartRecruiters pour réussir leurs recrutements, notamment des marques telles que LinkedIn, Visa, Lesaffre et Talan, en utilisant le marketing du recrutement, le CRM, l'intelligence artificielle, l'ATS, et avec un éco-système de plus de 600 partenaires, le tout sur une plateforme évolutive.

Pour plus d'informations : www.smartrecruiters.com et suivez @SmartRecruiters sur Twitter ou LinkedIn.



KIABI
la mode à petits prix

Accompagner la stratégie Talent Acquisition à l'international

Un outil collaboratif, international et simple d'utilisation

Chez Kiabi, le recrutement est l'affaire de chaque Leader (directeur de magasin). Le recrutement est considéré comme un acte managérial et il était important de proposer une solution digitale qui puisse, non seulement, simplifier la démarche mais aussi impliquer les différents acteurs du processus de recrutement, dans tous les pays où Kiabi est présent. **Cette solution devait donc être unique, facilitatrice et internationale.**

Encadré : Au sujet de Kiabi :

- Siège social : **Hem (59)**
- Nombre de collaborateurs : **10 000 (monde) dont 6 800 (France)**
- CA 2021 : **2,2 milliards d'euros**
- Activités : **prêt-à-porter**
- Régions : **19 pays**

En 2019, les objectifs étaient très ambitieux. Kiabi souhaitait tout d'abord faciliter la gestion des recrutements par le RH ou le Leader, lui permettre de gagner en agilité et en autonomie. Il y avait aussi un fort enjeu de visibilité des offres Kiabi qui devaient être mieux positionnées auprès des talents du marché. Côté candidat, Kiabi avait pour ambition de fluidifier et simplifier l'expérience utilisateur (UX). Enfin, pour l'employé Kiabi, il était important de favoriser la cooptation et la mobilité interne.

Afin de répondre à l'ensemble de ces objectifs, **un premier pilote SmartRecruiters a été implémenté** au Portugal et la solution a ensuite été déployée auprès de 7 pays (Portugal, France, Italie, Belgique, Espagne, Inde et Chine), et ce en seulement 12 mois.

« Nous avons envie d'une solution ATS qui puisse répondre à une problématique globale, afin que chacun de nos pays utilise le même outil, tout en trouvant les réponses à ses besoins spécifiques », déclare Margot Devuyt, Responsable Talent acquisition et Mobilité groupe chez Kiabi.

Autre besoin exprimé par Kiabi : la facilité d'utilisation. Auparavant, il y avait une multiplicité de solutions de recrutement dans les différents pays, et celles-ci étaient utilisées avant tout par un public RH. La stratégie changeait et il fallait que des acteurs non-RH puissent s'approprier leur processus de recrutement. **Les Leaders devaient en effet pouvoir prendre en main la solution sans formation poussée.** « Nous voulions un outil plus moderne, plus facilitant, car nous accordons une grande autonomie aux Leaders sur les recrutements. **L'outil ne devait pas être pensé par les RH, pour les RH.** Il devait être simple, intuitif et facile d'usage. SmartRecruiters coche toutes les cases sur ces critères-là », ajoute Margot Devuyt.



Afin de répondre à l'ensemble de ces objectifs, un premier pilote SmartRecruiters a été implémenté au Portugal et la solution a ensuite été déployée auprès de 7 pays (Portugal, France, Italie, Belgique, Espagne, Inde et Chine), et ce en seulement 12 mois.

Faciliter la gestion des recrutements par les Leaders

Historiquement, seuls les Responsables recrutement accédaient à l'ATS. Ils faisaient une première sélection de CVs et les envoyaient par email aux différents Leaders. Afin de faciliter un suivi des candidatures, des points dédiés au recrutement étaient organisés une fois par semaine, ou toutes les deux semaines. Les Leaders validaient les CVs qu'ils retenaient. Une pré-qualification téléphonique était effectuée par les Responsables recrutement et les Leaders

Objectifs

- 1 Faciliter la gestion du recrutement par le RH ou le Leader
- 2 Simplifier l'expérience utilisateur du candidat
- 3 Favoriser la cooptation et la mobilité interne



100 % des Leaders intégrés dans toutes les étapes du processus



3 fois plus de candidats



100% des Offres sont accessibles à l'ensemble des collaborateurs

rencontraient alors les candidats sélectionnés en entretien.

Depuis le lancement de SmartRecruiters, les Leaders ont fortement gagné en autonomie, à la fois sur les postes qu'ils gèrent en direct mais aussi sur les fonctions du siège. « La prise en main est beaucoup plus fluide qu'avant et le traitement des candidatures plus rapide. De plus en plus de Leaders gèrent par eux-mêmes leurs annonces. Parfois même, ils traitent les CV et ajoutent des commentaires », note Margot Devuyst.

En seulement quelques mois, les Leaders ont adopté la plateforme. Pour accompagner cette adoption, Kiabi a misé sur la formation des équipes de recrutement et des Leaders des différents pays. Celle-ci s'est faite en trois temps. Plusieurs sessions de formation ont d'abord été organisées. Des piqûres de rappel ont ensuite été faites afin d'assurer l'adoption totale de la plateforme. Enfin, plus tardivement, des sessions de retour d'expérience ont permis le partage de bonnes pratiques et d'astuces d'utilisation de SmartRecruiters. Les Leaders ont aussi pu se former grâce à un e-learning "Comment utiliser SmartRecruiters".

"Nos équipes de recrutement aiment travailler sur la plateforme SmartRecruiters car elle est simple à utiliser. De la diffusion d'annonces à l'embauche, en passant par le traitement des CVs, les équipes peuvent utiliser la plateforme en toute autonomie et gérer efficacement l'ensemble de leurs recrutements. La plateforme est réellement intuitive, l'adoption s'est donc faite rapidement et facilement." indique Margot Devuyst.

Résultats



La plateforme est réellement intuitive, l'adoption s'est donc faite rapidement et facilement.



Margot Devuyst,
Responsable Talent acquisition
et Mobilité groupe



Augmenter l'attractivité de la marque

Dans un contexte de guerre des talents exacerbée dans le secteur du retail, chaque entreprise doit générer une forte attractivité.

« Nous devons aller vite et donner envie aux candidats. Pour cela, il est nécessaire que ce soit simple, à la fois dans le processus de candidature mais aussi sur les vitrines sur lesquelles nous sommes présents », précise Margot Devuyst.

Face à cet enjeu d'attractivité très fort, Kiabi se repose sur SmartRecruiters pour **accroître la diffusion de ses annonces.**

Kiabi publie sur de nombreux jobboards gratuits (Cadre Emploi, Hellowork, Monster, Fashionjobs)



Kiabi s'appuie sur les statistiques du dashboard intégré à la solution pour identifier facilement les job boards les plus performants

et payants. Avec l'ancien ATS, le multiposting n'était pas disponible sur l'ensemble des jobboards, les équipes de recrutement devaient donc saisir les annonces à différents endroits et ces tâches leur prenaient du temps.

Le module SmartDistribute permet non seulement de bénéficier du multiposting sur l'ensemble des jobboards nécessaires, il permet aussi à Kiabi de prendre des décisions basées sur les données pour choisir les sites qui génèrent le meilleur ROI en matière d'attraction de talents.

Le module SmartDistribute a permis à Kiabi de lier les contrats existants avec les job boards à son ATS. Le processus de publication des offres est alors simplifié pour l'ensemble de l'équipe de recrutement. Kiabi a pu aussi prendre des décisions basées sur les données pour choisir les sites qui génèrent le meilleur ROI en matière d'attraction de talents. **Kiabi s'appuie sur les statistiques du dashboard intégré à la solution pour identifier facilement les job boards les plus performants**, c'est-à-dire ceux qui attirent le plus grand nombre de candidatures pertinentes. Enfin, il est aussi important de pouvoir poster des offres d'emploi sur les job boards choisis de manière automatique et en une seule fois, et de réduire, de fait, les tâches répétitives.

S'appuyer sur le digital pour faciliter le recrutement et le pre-boarding

Kiabi se doit d'aller jusqu'au bout de l'expérience de recrutement, qui comprend l'intégration du nouveau collaborateur. **Leur volonté était de**

connecter SmartRecruiters à notre plateforme digitale de Pré-boarding. "Le fait de pouvoir connecter facilement et rapidement les deux solutions, sans un fort investissement de temps, est un véritable atout", déclare Margot Devuyst.

Qui plus est, **en ayant déployé cette année le module SmartMessage, Kiabi peut désormais engager les candidats ayant fourni leur numéro de téléphone ou leur compte WhatsApp, dans le monde entier et leur fournir une meilleure expérience.** « Cette fonctionnalité nous permet d'être agiles et réactifs et, dans un contexte de guerre des talents, de positionner Kiabi comme employeur de choix. C'est une belle innovation », conclut Margot Devuyst.

Enfin, il était aussi important pour Kiabi **de bénéficier d'un reporting détaillé** afin d'optimiser la stratégie de recrutement. « Nous pouvons générer des reporting sur mesure, de manière quotidienne ou hebdomadaire. Cela nous permet de suivre les indicateurs clés pour appuyer des décisions stratégiques », note Margot Devuyst.

«Kiabi a pour objectif de toujours mieux accompagner les Leaders et les équipes RH dans leurs missions, et c'est en cela que SmartRecruiters constitue un partenaire clé pour concrétiser notre stratégie humaine», déclare Margot Devuyst.



Kiabi a pour objectif de toujours mieux accompagner les Leaders et les équipes RH dans leurs missions, et c'est en cela que SmartRecruiters constitue un partenaire clé pour concrétiser notre stratégie humaine



Margot Devuyst,
Responsable Talent acquisition
et Mobilité groupe





GROUPE 
HOSPITALIER
 PARIS
SAINT-JOSEPH

**Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph
digitalise ses recrutements en seulement
2 mois et 1/2 malgré la crise sanitaire**

Un contexte de fusion et de pandémie

Quand le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph, premier établissement de santé privé d'intérêt collectif de France, a fait le choix de SmartRecruiters en Octobre 2021, les enjeux étaient alors très forts. Suite à une fusion des hôpitaux Paris Saint-Joseph et Marie-Lannelongue le 1er janvier 2020, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph employait près de 4 500 personnes (dont 3 700 personnes à temps plein) et disposait de 961 lits. **Les outils**

employés pour le recrutement étaient nombreux, les pratiques avaient besoin d'être alignées, la crise Covid renforçait les problèmes de pénurie et de volatilité des talents.

Dans un contexte fortement pénurique, se doter d'un outil commun, digitalisé et source d'efficacité pour deux hôpitaux ayant des types de fonctionnement très différents, était un véritable enjeu pour le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph. L'hôpital Paris Saint-Joseph prodigue en effet des soins de proximité, grâce à un service d'urgences et 25 spécialités, tandis que l'hôpital Marie-Lannelongue est spécialisé dans la chirurgie du thorax, des vaisseaux, du cœur et du nouveau-né et travaille beaucoup à l'international via des mécénats ou en accompagnement d'associations caritatives.

Quatre défis majeurs avaient été identifiés :

La centralisation et la visibilité de l'information : Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph travaille avec des coordonnateurs paramédicaux et médicaux, des cadres, des soignants... Il est important que tout le monde puisse consulter les mêmes informations au même moment et que les **managers soient informés de l'avancement de leurs dossiers et qu'ils puissent suivre leurs annonces en ligne ainsi que l'avancement des entretiens.**

La transparence des processus : Dans un contexte de crise sanitaire aiguë, qui accentuait les fragilités de la profession, il était important de déployer un outil qui rassure l'ensemble des personnels concernés.

La simplicité d'utilisation : Il fallait que l'outil soit simple, intuitif et presque ludique, afin de **s'adapter à tous les niveaux de connaissance en informatique des utilisateurs.** Certains cadres proches de la retraite étaient habitués à travailler avec des documents papier. Il fallait leur montrer l'intérêt de l'outil et ses bénéfices.

La multidiffusion native : Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph souhaitait un multidiffuseur intégré à la solution, car c'est très compliqué de gérer plusieurs outils externes à l'ATS. SmartRecruiters proposait un **lien direct et efficace avec leurs différents jobboards.**



En à peine deux mois et demi, la solution a été déployée auprès de 140 utilisateurs.

Au sujet du groupe hospitalier Paris Saint-Joseph

- Siège social: **Paris**
- Collaborateurs: **4 500**
- Activité: **Soins de santé**
- Spécialités: **45**

En à peine deux mois et demi, la solution a été déployée auprès de 140 utilisateurs. Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph est alors élu 90^e meilleur hôpital au monde par Newsweek en 2022.

Objectifs

- 1 Digitaliser les processus de recrutement rapidement et efficacement
- 2 Décharger les équipes des tâches administratives chronophages
- 3 Obtenir le buy-in de l'ensemble des parties prenantes



Solution déployée en moins de 3 mois



Gain d'une 1/2 journée par semaine par chargé de recrutement



Adhésion de 100% des managers

La confidentialité des données au cœur du projet

La volumétrie des recrutements était considérable. **L'hôpital Paris Saint-Joseph employait 3 500 personnes et recrutait entre 500 et 700 personnes par an sur les fonctions support et soignantes.** Il était donc important de digitaliser et de professionnaliser le processus. La confidentialité des données était alors renforcée. En 2021, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph mettait un point d'honneur à ajouter un cran de sécurité supplémentaire pour s'assurer que les informations sur les mobilités en cours étaient confidentielles. Grâce à SmartRecruiters, il a pu créer des champs qui étaient la copie conforme de sa cartographie des emplois. Dans l'outil, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph est aujourd'hui organisé par site (un des deux hôpitaux), par pôle et par service. Des groupes d'accès ont été créés pour s'assurer que les questions de confidentialité étaient traitées dans les règles de l'art.

Chaque utilisateur dispose aujourd'hui de son propre compte et de droits d'accès liés à sa fonction et son périmètre, les droits de chacun sont transparents et clairement formalisés sur le système, ce qui est rassurant pour l'ensemble des managers.

Quand un tel outil est mis en place, il est nécessaire que les personnes utilisatrices soient en confiance. Le niveau de confidentialité que le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph a bâti a fortement contribué à les rassurer les utilisateurs du Groupe.

Un déploiement rapide mais parfaitement maîtrisé

Compte tenu de l'urgence de la situation sanitaire, le déploiement devait être réalisé très rapidement. Pour s'assurer d'une mise en place rapide, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph a bénéficié d'un accompagnement projet très resserré. Des points ont été organisés toutes les semaines avec un chef de projet, ce qui lui a permis de réaliser un travail graduel sur le projet, en abordant toutes les questions nécessaires, des plus simples aux plus compliquées.

Afin que l'application soit la plus personnalisée possible par rapport à la situation, des ateliers de travail ont été mis en œuvre. Ils ont permis de répondre le plus précisément possible aux besoins du Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph. **La personnalisation a été un véritable plus pour leur organisation.** Cela leur a permis d'obtenir une solution à l'image de nos hôpitaux.

Pour que la prise en main de l'outil se déroule simplement, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph a demandé à SmartRecruiters de **former les coordonnateurs, c'est-à-dire les top managers et les recruteurs les plus actifs, ainsi que l'équipe recrutement.** Par la suite, afin que les messages puissent se diffuser dans le reste des équipes, le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph a créé une formation auprès de petits groupes d'utilisateurs composés de cadres de services.



Des points ont été organisés toutes les semaines avec un chef de projet, ce qui lui a permis de réaliser un travail graduel sur le projet, en abordant toutes les questions nécessaires, des plus simples aux plus compliquées.

Décharger les équipes des tâches administratives les plus chronophages

La solution SmartRecruiters permet d'automatiser un ensemble de tâches qui, jusqu'à présent, prenait énormément de temps aux équipes.

La solution facilite par ailleurs la collaboration entre les différentes parties prenantes. Le simple fait de **pouvoir ajouter des commentaires tout au long du processus de recrutement et d'échanger à travers le chat génère des gains de temps très précieux**. Qui plus est, la possibilité de planifier les entretiens depuis la plateforme grâce à l'API avec Office 365 permet aussi de ne pas avoir à jongler entre plusieurs outils. Enfin, la multidiffusion facilite grandement la publication des annonces et **évite à l'équipe recrutement les manipulations d'enrichissement très chronophages**.



Le simple fait de pouvoir ajouter des commentaires tout au long du processus de recrutement et d'échanger à travers le chat génère des gains de temps très précieux.

Des indicateurs fiables et précis

Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph rappelle son besoin de disposer d'indicateurs fiables et précis. L'équipe **souhaitait un outil personnalisable et configurable à souhait, pour pouvoir réaliser des analyses pointues et comprendre les grandes tendances et évolutions de nos recrutements**.

Les deux principaux KPI suivis par le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph sont le délai de recrutement et la qualité des sources. Dans un contexte de pénurie de soignants, il était important de déployer tout ce qui était en son possible pour attirer et garder les talents. Analyser la qualité des sources était indispensable. Le Groupe hospitalier Paris Saint-Joseph a dû multiplier par cinq le nombre de ses partenaires. Pour chacun d'entre eux, il a fallu aussi s'assurer que les choix étaient les bons et, le cas échéant, y consacrer plus de budget.

Le suivi du délai de recrutement était lui aussi crucial dans la période de crise sanitaire. Il était important de suivre l'évolution des postes vacants par semaine.

Dans les mois à venir, les équipes vont lancer des réflexions autour du déploiement d'un module d'onboarding afin d'accélérer l'intégration des nouvelles recrues, ainsi que sur la mobilité interne avec le développement du portail employés.



Dans un contexte de pénurie de soignants, il était important de déployer tout ce qui était en son possible pour attirer et garder les talents. Analyser la qualité des sources était indispensable.



**+73% du nombre de candidatures en
5 mois : véritable coup d'accélérateur
pour les recrutements de Cora France**

Passer dans la modernité avec un outil intuitif et collaboratif

Quand Yann Giraud, Responsable Développement RH de Cora France, est arrivé dans l'entreprise, en 2021, sa priorité a été de mettre en place **une stratégie d'acquisition de talents moderne et proactive**. Au cours de l'été 2021, il lance une consultation auprès de différents acteurs du marché et choisit SmartRecruiters.

« L'un de nos premiers objectifs en matière de recrutement était de développer notre visibilité pour attirer davantage de talents. La multidiffusion était incontournable. Cependant, nous disposions d'un ATS obsolète, non évolutif, dont l'ergonomie n'était plus dans l'air du temps. Cet outil, implémenté en 2014, nous liait par ailleurs à un seul et unique jobboard. La multidiffusion n'était donc pas possible. Il était impératif d'en changer », déclare Yann Giraud.

En 2021, Cora a fait le choix du changement : il était important de **moderniser la politique de recrutement du Groupe et de développer la visibilité de la marque** pour pouvoir se positionner face à la concurrence et attirer les bons talents.

Plusieurs défis ont alors été identifiés, notamment :

- **Faciliter l'implication de tous les acteurs du recrutement et impulser une dynamique de collaboration inter-équipe chez Cora via un outil ergonomique au caractère intuitif et facile à prendre en main.** « C'était vraiment un défi de taille pour nous. Toutes les équipes ne sont pas forcément très à l'aise avec l'utilisation du digital. Si l'outil n'est pas simple d'utilisation, cela peut être une source de frustration et d'inefficacité », assure Yann Giraud.

Il était aussi important de permettre aux Responsables RH et aux Managers d'interagir plus facilement et de manière plus fluide pour raccourcir les temps de traitement des candidatures et améliorer l'expérience candidat.

- **Se doter d'un outil d'assistance pour gérer le volume de candidatures.** Pour certains postes, accessibles par un plus grand nombre de candidats, comme les hôtes de caisse, les employés de libre-service ou du non alimentaire, le volume de candidatures à gérer peut être élevé. « Nous voulions pouvoir gagner du temps dans le traitement des candidatures en bénéficiant des apports de l'intelligence artificielle dans les outils de matching et en priorisant l'ouverture des CVs. Nous voulions aussi pouvoir traiter les candidatures spontanées, activité très forte dans nos magasins, mais qui est très chronophage », note Yann Giraud.

- **Accroître la visibilité et l'attractivité de la marque.** Cora souhaitait pouvoir diffuser sur plusieurs job boards, l'idée étant de promouvoir les annonces de manière efficace, contribuant ainsi à générer davantage de candidatures et développer la marque employeur.

Au sujet du Cora

- Siège social: **Croissy-Beaubourg**
- Employés: **18 000**
- CA 2021: **3,8 milliards d'euros**
- Activité: **Grande distribution**
- Région: **61 magasins en France**
- Modèle de recrutement: **Décentralisé**



Nous voulions pouvoir gagner du temps dans le traitement des candidatures en bénéficiant des apports de l'intelligence artificielle dans les outils de matching et en priorisant l'ouverture des CVs. Nous voulions aussi pouvoir traiter les candidatures spontanées, activité très forte dans nos magasins, mais qui est très chronophage.



- Yann Giraud,
Responsable
Développement RH



Objectifs

- 1 Développer la marque employeur
- 2 Gagner du temps dans le processus de recrutement en fluidifiant les interactions entre Responsables RH et Managers
- 3 Réduire le temps de traitement des candidatures et améliorer l'expérience candidat

Résultats

-  Diffusion d'une moyenne mensuelle de 330 postes (vs 130 postes sur l'ancienne plateforme)
-  448 annonces postées en trois mois
-  Plus de 14 000 candidatures traitées

330 postes diffusés
en trois mois

Accessible par 100%
des collaborateurs

Plus de 14 000
candidature traitées

Un ATS accessible par l'ensemble des 18 000 collaborateurs

Le kick off a lieu en janvier 2022, pour un déploiement sur l'ensemble du territoire français en mars 2022. « Il nous a fallu seulement deux mois pour le paramétrage, l'appropriation de l'outil par notre équipe et la conduite du changement, c'est-à-dire la communication auprès des équipes et la formation des nouveaux utilisateurs », se souvient Yann Giraud. Le contrat a été signé pour Cora France et la centrale d'achats du groupe, Provera.

100% des collaborateurs, soit 18 000 employés, ont désormais accès à l'ATS.

Qu'il s'agisse des équipes RH/recrutement en central, des interlocuteurs RH en magasin ou des managers, tous gèrent **l'intégralité du processus de recrutement via l'ATS**. Et chacun des collaborateurs peut postuler à la bourse d'emploi interne.

« Chez Cora, l'organisation est décentralisée.

Au sein de nos hypermarchés, le directeur de magasin dispose d'une forte autonomie et d'une grande liberté dans ses décisions. Par ailleurs, les pratiques de recrutement ne sont pas forcément les mêmes d'un magasin à l'autre, et le volume des candidatures varient énormément. Les rôles des responsables chargés des ressources humaines sur place sont différents également », précise Yann Giraud.

En effet, dans certains magasins, les responsables RH ont dans leur périmètre l'intégralité des responsabilités de la fonction RH. Dans d'autres points de vente, ce sont plutôt des responsables paie qui viennent en support des managers pour le recrutement. Les managers sont dans ce cas parfois beaucoup plus autonomes et autogèrent leurs recrutements.



Par le passé, les managers recevaient les CVs par email, ils n'avaient pas de droit d'accès à notre ancien ATS et le processus de suivi des candidatures n'était pas efficace. Pour faciliter la transition, nous avons besoin d'un outil intuitif, facile à appréhender pour les collaborateurs non-RH qui devaient participer au processus de recrutement ou recruter en toute autonomie.



- Yann Giraud,
Responsable
Développement RH



Une professionnalisation des pratiques de recrutement

Cora souhaitait **donner une meilleure image de sa marque** employeur, **en professionnalisant ses pratiques de recrutement**. L'impact d'un processus de candidature lent, peu moderne ou compliqué sur l'image de l'entreprise est très négatif et il était important pour Cora de **soigner toutes les étapes du processus de recrutement**, que ce soient le traitement de toutes les candidatures, la rapidité du retour vers les candidats, ou encore la qualité de la gestion des postes pourvus.

« Le déploiement de SmartRecruiters constitue pour nous un changement de doctrine très fort. Il n'y a plus de réception par mail des CV reçus. **Le manager a la main pour émettre une demande de diffusion d'offres et pour gérer les candidatures directement à partir de l'outil**. Et il peut échanger facilement avec son interlocuteur RH », commente Yann Giraud.

De nombreuses décisions stratégiques ont été prises afin de professionnaliser le processus de recrutement, parmi elles :

- **Faciliter le suivi des candidatures par l'équipe centrale**. Avec un pilotage plus précis, plus simple et plus efficace, l'activité de recrutement est améliorée au fil de l'eau.

- **S'appuyer sur la collaboration entre les managers et les RH en mode "cogestion des candidatures"**. "Il était important que nous instaurions une véritable dynamique de traitement des candidatures et de la réactivité. C'est ce dont nous souffrions avec l'ancien outil », analyse Yann Giraud. En implémentant une **interface unique** au sein de nos équipes, Cora a simplifié les échanges et debriefs entre managers et RH. Notes, évaluations, notification immédiate à la bonne personne, cette implémentation d'un outil unique leur a permis de professionnaliser les échanges sur le recrutement et de réagir rapidement.

Et Cora ne compte pas s'arrêter à ces premiers bons résultats en termes de professionnalisation. **D'autres pistes d'amélioration ont d'ores et déjà été identifiées** et font désormais partie des



Le déploiement de SmartRecruiters constitue pour nous un changement de doctrine très fort. Il n'y a plus de réception par mail des CV reçus. Le manager a la main pour émettre une demande de diffusion d'offres et pour gérer les candidatures directement à partir de l'outil. Et il peut échanger facilement avec son interlocuteur RH.



- Yann Giraud,
Responsable
Développement RH



prochains chantiers à traiter : exploitation des KPIs via des tableaux de bord, **mise en place du CRM** pour une meilleure gestion des communautés de candidats, cooptation pour faire appel au réseau de collaborateurs et rendre nos équipes ambassadrices, mise en place de l'onboarding des candidats pour une intégration positive et efficace...



En conclusion : Mise à disposition d'un outil de recrutement moderne et collaboratif pour professionnaliser le processus de recrutement et fluidifier l'expérience des candidats

Afin de répondre aux besoins d'évolution de la fonction recrutement et aux impératifs d'attractivité et de promotion de la marque employeur dans un contexte concurrentiel, Cora a su mettre en place un nouvel outil moderne et intuitif, promouvoir la collaboration inter-équipe et remettre à plat les pratiques de recrutement afin de professionnaliser la fonction et les équipes.



**Altarea mise sur la mobilité interne
mais pas que ...**

Promouvoir les parcours internes tout en recrutant de nouveaux profils

Le Groupe Altarea, premier développeur des villes, est un acteur incontournable de l'immobilier. Bien que les recrutements directs soient nombreux avec **plus de 200 recrutements en CDI sur l'année 2021** et que le Groupe soutient plus de **45 000 emplois indirects ou induits en France**, ce secteur d'activité reste encore trop peu connu par les non-initiés.

Karine MARCHAND, Directeur des Ressources Humaines Groupe, a pris ses fonctions en 2016, dans un contexte d'hyper-croissance. Pour mener à bien ses missions, elle a revisité les axes stratégiques RH. **Le nombre de recrutements allié aux besoins d'Altarea de fidéliser ses forces vives** était l'une des priorités pour répondre aux problématiques business et de performance.

La Direction Talents & Carrières a pris place en mars 2017, avec l'arrivée de Lidwine GEORGE qui avait pour mission première de **revisiter les pratiques de captation et d'étudier des solutions efficaces**. "Dès ma prise de poste, le Groupe avait pour intention de recruter plus de 500 nouveaux collaborateurs sur l'année en cours, un ATS était indispensable pour atteindre notre objectif dans les meilleures conditions".

Le Groupe Altarea est présent principalement à Paris et dans les grandes métropoles (Lille, Bordeaux, Nantes, Marseille, Nice, Lyon,) et aujourd'hui progressivement dans des villes moyennes comme Tours, Mulhouse ou La Rochelle. L'activité Commerce du Groupe possède des actifs en Europe (Italie & Espagne).

Le Groupe est présent sur l'ensemble de la chaîne de valeurs de l'immobilier : la promotion immobilière (Cogedim, Pitch Immo, Severini), la rénovation ou la réhabilitation (Histoire & Patrimoine), le commerce (Altarea France), l'Immobilier d'Entreprise, les résidences seniors (Cogedim Club) et Altarea Solutions & Services.

"Nous avons des métiers classiques des fonctions transversales et des métiers d'expertise immobilière comme développeurs fonciers, directeurs ou responsables de programmes, asset manager ou encore commerciaux et gestionnaires." précise Lidwine GEORGE

En 2017, un premier ATS a été déployé en un temps record pour **répondre aux besoins d'Altarea tout en limitant les recrutements avec intermédiaire**.

Au sujet du Groupe Altarea

- Siège social: **Paris**
- Employés: **2 000**
- CA 2021: **3,03 milliards d'euros**
- Activité: **Immobilier (logement, bureaux, commerce)**
- Region: **France, Espagne et Italie**
- Modèle de recrutement: **Centralisé**



En 2019, nous avons décidé de revisiter nos méthodes, usages et stratégie de recrutement. Nous avons lancé un appel d'offres pour étudier les solutions disponibles. SmartRecruiters a été retenu pour son attractivité sur le marché, sa facilité d'usage, et ses partenariats intégrés dont nos principaux partenaires emploi



- Lidwine GEORGE,
Directrice RH et Talents



Objectifs

- 1 Intégrer dès le lancement les managers dans le process de recrutement →
- 2 Accompagner la politique de mobilité interne du Groupe →
- 3 Diversifier nos recrutements →
- 4 Adapter nos espaces carrières à nos entités et nos cibles →

Résultats

-  **100%** des managers & tuteurs sont associés aux équipes projets en charge de leurs recrutements
-  En 2021, **plus de 50%** de nos opportunités ont été pourvues en interne
-  Les profils recrutés sont issus de formation initiale diverse et complémentaire
-  Des espaces carrières dédiés aux filiales ou aux jeunes talents avec une facilité d'accès aux annonces

200 recrutements
par an

100% des managers
utilisent SmartRecruiters

50% des opportunités
pouvues en interne

Rendre les managers plus autonomes dans leurs recrutements

Avant de choisir SmartRecruiters, le Groupe Altarea avait un fonctionnement dit classique : recueillir le besoin, identifier les premiers profils et proposer ensuite une sélection aux managers.

Un des premiers bénéfices de la solution SmartRecruiters a été d'intégrer les managers dès le début du processus de recrutement. « Les managers sont intégrés dans l'équipe projet, avec le recruteur et le DRH en charge du périmètre. Cela permet à chacun de suivre au fil de l'eau la bonne avancée. Même si nous n'avons pas finalisé le recrutement, ils sont rassurés sur le fait que les candidatures arrivent et que les sélections avancent », note Lidwine GEORGE.

Le déploiement de SmartRecruiters a instauré une **meilleure transparence**. « Avant, nous avions besoin de 3 à 4 semaines pour présenter les candidats sélectionnés. Aujourd'hui, ce délai est quasi identique, mais les managers ont entre-temps pu consulter les CV et suivre toutes les étapes intermédiaires », ajoute Lidwine GEORGE.

En ayant un accès continu aux candidatures, les managers sont également en mesure de **participer activement à la sélection des profils**. Ils peuvent consulter les candidatures reçues ou encore prendre attache directement avec les candidats. Ce faisant, ils **gagnent en autonomie**.



La solution SmartRecruiters permet à chacun de travailler efficacement, en mode projet. Tout le monde a accès à la même information au même moment, ce qui apporte beaucoup d'agilité et d'optimisation



- Lidwine GEORGE,
Directrice RH et Talents



La mobilité interne : un enjeu incontournable pour fidéliser

Autre avantage, et non des moindres : la solution se met entièrement au service de la stratégie ambitieuse de mobilité interne du Groupe. « **Notre objectif était bien évidemment de pourvoir tous les postes, mais aussi de fidéliser l'ensemble de nos collaborateurs.** Développer la carrière était un enjeu fort pour nous », explique Lidwine GEORGE. « Les professionnels qui travaillent dans l'immobilier restent généralement dans ce secteur d'activité tout au long de leur carrière. Quand ils quittent une entreprise, c'est pour occuper un poste similaire chez un concurrent.

Or, nous avons la possibilité, au sein du Groupe Altarea, de leur offrir de nombreuses opportunités. Investir dans une politique de mobilité interne et prendre soin de notre capital humain en proposant des parcours de carrières est une priorité absolue portée par la Direction RH et la Gérance », analyse Lidwine GEORGE.

Par le biais de SmartRecruiters, les collaborateurs ont **un accès privilégié à un espace emploi qui leur est dédié**. Ils peuvent se faire connaître en quelques clics, recommander leurs connaissances internes ou externes, et animer leurs réseaux sociaux en diffusant les annonces. Chaque mois, le Groupe diffuse **une newsletter interne ALTAJOBS** pour informer chacun des opportunités.

« Quel que soit le moyen d'interaction - candidature directe, appel au service RH, passage par le manager, **la relation se crée suite à la diffusion de l'annonce**. Nous savons que c'est l'offre qui fait la différence. Et comme nous travaillons sur un secteur d'expertise, plus les salariés ont envie de poster les offres plus nous avons de chances de recruter des profils qualifiés rapidement », ajoute la Directrice RH et Talents.



En 2021, la moitié des opportunités ont été pourvues en mobilité interne. Cela crée un effet de cascade : les mobilités internes créent de nouvelles offres à pourvoir



- Lidwine GEORGE,
Directrice RH et Talents



Doper la marque employeur pour plus de visibilité

Enfin, le dernier défi que SmartRecruiters permet de relever est celui de la marque employeur.

Les métiers de la promotion immobilière et de l'activité « commerce » ne sont pas toujours bien connus du grand public et, par conséquent, des candidats. « SmartRecruiters nous a permis d'améliorer la visibilité de notre marque employeur et de faire davantage connaître nos métiers à un public plus large. Par ailleurs, le recrutement était longtemps focalisé sur les profils ingénieurs. **Aujourd'hui, nous avons diversifié nos recrutements** avec notamment des profils universitaires ou écoles de commerce », précise Lidwine GEORGE.

« Nous utilisons l'option Score Match que propose SmartRecruiters pour les postes qui amènent de nombreuses candidatures. Cela amène une **sélection rapide des profils**. Même si cette avancée par le biais de l'intelligence artificielle aide, nous restons attentifs à garder un regard humain sur les candidatures. » poursuit-elle.

La marque employeur d'Altarea a été mise en valeur grâce à une **plus large diffusion des annonces**, SmartRecruiters assurant une publication automatique des offres sur de nombreux sites spécialisés.

Une des autres fonctionnalités que le Groupe Altarea apprécie particulièrement est d'avoir la possibilité de **spécialiser les sites carrières par marque ou par population**. « Les différentes filiales du Groupe ont leur propre identité. Le site carrière dédié donne accès à une personnalisation. » ajoute Lidwine GEORGE.

Chaque année, le Groupe Altarea recrute **plus de 300 Alternants Stagiaires** : créer un site dédié à cette cible donne un accès plus efficace et facilite leurs candidatures.

Dans les mois qui viennent, le Groupe Altarea entend développer de nouveaux usages à travers notamment le module Smart CRM qui permet de **créer et d'animer des communautés**. C'est un usage qui peut faciliter la communication avec certaines de nos cibles comme les plus jeunes, les développeurs fonciers ou encore, les métiers dont les recrutements sont fréquents.



Une expérience collaborateur multiple

Nous recherchons tant à Paris qu'en régions, des profils passionnés par l'univers de l'immobilier. Pour chaque collaborateur nous rejoignant, nous leur proposons de vivre une « expérience collaborateur » unique dans un Groupe développeur de Talents, le seul capable de proposer des parcours sur l'ensemble des Métiers de l'immobilier.

Les axes forts de notre politique RH : une Académie accompagnant la transformation des métiers, un séminaire d'intégration Groupe, un package de rémunération complet, l'accès à la promotion et à la mobilité interne placé comme une priorité, des responsabilités confiées très rapidement, un programme 'Jeunes Talents' permettant l'accueil chaque année plus de 300 alternants et stagiaires et qui constituent le 1er vivier de recrutement.

#teamaltarea #Topemployeur2022



SGS

Pour recruter les meilleurs, SGS joue la carte de la simplicité

De la simplicité à tous les étages

En septembre 2019, SGS s'est tournée vers SmartRecruiters sous l'impulsion de James Allibon, Global Head of Talent Acquisition, qui avait déjà expérimenté la solution par le passé. L'objectif du groupe était alors de simplifier les différentes étapes de son processus d'embauche : de la diffusion des offres d'emploi sur les canaux de communication à la sélection et à l'évaluation des candidats, en passant par la promotion de la marque employeur, la collaboration entre les équipes RH, l'identification des talents en interne... « En s'outillant de l'ensemble des briques de la solution SmartRecruiters, nous ne voulions pas créer une révolution technologique pour nos équipes. Notre volonté était avant tout de leur apporter de la simplicité au quotidien afin qu'elles puissent travailler en toute agilité », explique James Allibon. Le module dédié à la diffusion d'annonces « SmartDistribute », qui fut l'un des premiers à être déployé par SGS, illustre parfaitement cette simplicité. Plutôt que de chercher à identifier les jobboards qui génèrent le meilleur retour sur investissement en matière d'attraction des talents.



Objectifs

- 1 Simplifier le suivi des candidatures et le processus d'embauche →
- 2 Améliorer l'expérience candidat et manager →
- 3 Donner de la visibilité aux opportunités offertes via la mobilité interne →

Résultats

-  Une réduction du processus de recrutement : **45 jours** contre 60 jours avant
-  Des postes pourvus 'à temps' pour **35 % des managers**, contre 14 % avant
-  Des managers plus impliqués dans les processus RH : **Plus de 90%** des managers utilisent régulièrement la plateforme.

90% des managers
utilisent SmartRecruiters

Solution déployée dans
23 pays

Jusqu'à 20 000 recrues
par an

Au sujet de SGS

- Siège social: **Genève**
- Employés: **89 000+**
- Périmètre: **2600 bureaux et laboratoires**
- Activité: **leader mondial de l'inspection, du contrôle, de l'analyse et de la certification**
- Region: **Europe**



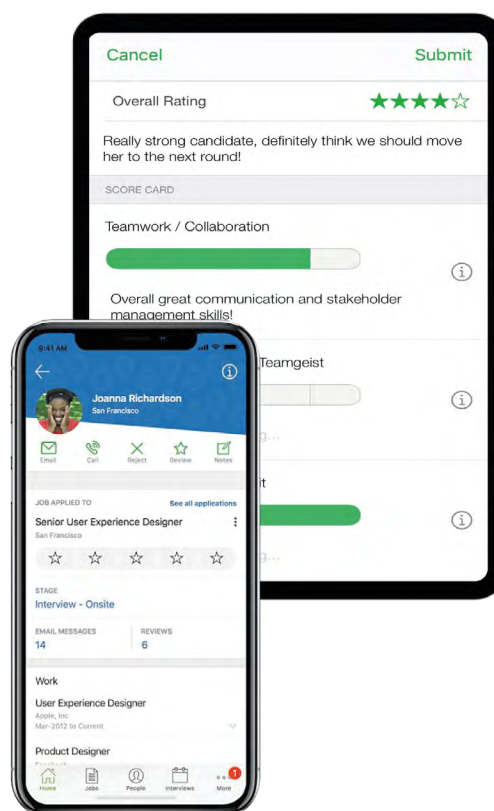
Ne pas traiter les candidats comme des clients potentiels est une erreur. Si nous avons choisi la société SmartRecruiters, c'est parce qu'elle porte cette philosophie.

- James Allibon,
Global Head of Talent
Acquisition



Un assistant digital pour sourcer les meilleurs talents

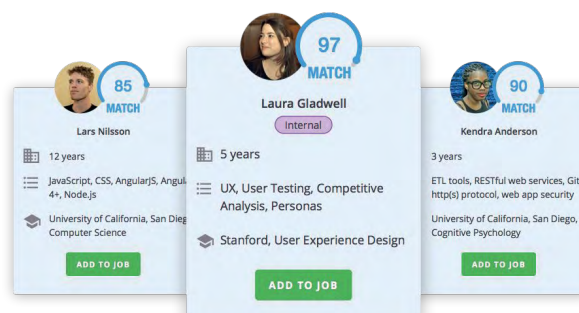
Pour trouver les meilleures recrues dans un contexte où le marché de l'emploi se tend, SGS a misé sur le module « SmartAssistant » de SmartRecruiters. Basé sur l'intelligence artificielle, cet outil aide les équipes RH à prioriser les profils à étudier, donc à gérer les flux importants de manière plus efficace. Une nécessité pour SGS, qui peut recevoir, en l'espace d'un seul week-end, plus de 500 candidatures sur des postes d'inspecteurs, de techniciens de laboratoires, de chargés d'affaires, de responsables marketing... « Cette fonctionnalité évite aux bons candidats de passer à travers les mailles du filet. Puisqu'elle sonde nos bases de données, elle nous permet de sourcer efficacement les talents, quel que soit l'endroit où ils se trouvent », témoigne James Allibon. Avec « SmartAssistant », le recrutement devient également un processus plus objectif. Puisque l'outil rapproche les besoins de l'entreprise des compétences des candidats et attribue un score d'adéquation à chaque profil, il lève les biais cognitifs auxquels sont confrontés les professionnels RH de SGS.



Développer la mobilité interne

Le module « SmartAssistant » n'a pas seulement permis à SGS d'optimiser son recrutement externe. La mobilité interne, que le groupe tient à développer, a, elle aussi, été valorisée à l'échelle internationale. Véritable composante de sa marque employeur, l'évolution de carrière est considérée, par SGS, comme un lien entre le succès des salariés et celui de son entreprise. Or, jusqu'ici, aucune solution n'avait réussi à capitaliser sur ce vivier de salariés.

« Nous disposions d'un demi-million de profils au sein de notre base de données. Mais paradoxalement, nous ne nous tournions pas suffisamment vers eux lorsque nous formulons des besoins en matière de recrutement. Par ailleurs puisque certains pays géraient ce processus via des fichiers Excel, nos salariés n'avaient pas connaissance des postes qui leur étaient ouverts », explique James Allibon. SmartRecruiters et « SmartAssistant » a apporté de la transparence à ce processus. « Il permet là aussi à nos équipes RH de se concentrer sur les candidats les plus intéressants, donc de gagner du temps dans la pré-sélection », indique-t-il.

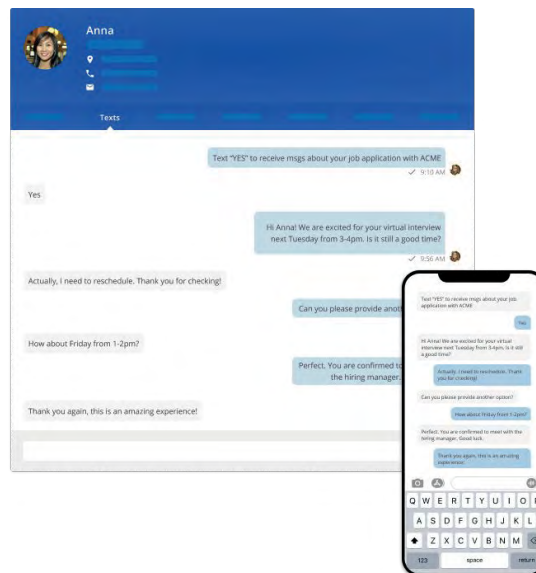


La fonctionnalité préférée de SGS : SmartMessage



Si la solution de SmartRecruiters propose une expérience candidat aussi qualitative, c'est parce qu'elle rend le recrutement conversationnel. Grâce à SmartMessage, nos équipes RH peuvent atteindre instantanément nos candidats, par SMS et WhatsApp. Non seulement cette fonctionnalité nous permet d'exploiter tous les canaux de communication, mais elle nous assure des taux de lecture et de réponses élevés. Par ailleurs, elle nous aide à atteindre des candidats qui sont peu joignables par mail dans un laps de temps record. Cerise sur le gâteau : elle ajoute de la convivialité à notre processus de recrutement.

- James Allibon, Global Head of Talent Acquisition



Deux mois de déploiement

Grâce à sa facilité de configuration, la solution de SmartRecruiters a pu être déployée en un temps record. Et ce malgré le contexte sanitaire lié à la Covid-19, qui a mis en stand-by certains projets du groupe. « Il n'est pas nécessaire d'avoir un Doctorat en informatique pour configurer l'outil. Nous n'avons d'ailleurs pas eu besoin de mener une phase de test. La simplicité d'usage de la solution nous a permis d'être agiles dès le départ », assure James Allibon, qui a été accompagné d'un HRIS Manager pour mener le déploiement de la solution. Pour accompagner ses équipes RH et managériales, SGS a déployé des modules de micro-learning de 2 à 3 minutes pour aider les futurs utilisateurs à traiter les candidatures. Puis, le déploiement s'est poursuivi à plus grande échelle, avec l'appui d'un ou deux HR Managers pour chaque pays. « Le premier module SmartRecruit a d'abord été déployé dans 16 pays en l'espace de huit semaines. Puis, nous l'avons généralisé à d'autres pays pour en atteindre 23 aujourd'hui, soit environ 35 000 employés. Si nous sommes allés aussi vite dans la phase de déploiement, c'est parce que la solution a d'emblée créé de la valeur pour nos équipes RH et nos managers », explique James Allibon. D'ici le mois de mai, 16 autres pays devraient rejoindre l'aventure dont ceux de l'Asie du Nord, la Russie et la Turquie, ce qui portera à 60 000 le nombre d'employés concernés par la solution en interne. « 92 % des besoins de recrutement du groupe SGS seront ainsi adressés par la solution », indique-t-il.

HIRING SUCCESS STORY

 **SmartRecruiters**
YOU ARE WHO YOU HIRE



**Le recrutement, un enjeu
stratégique pour les Hôpitaux
Universitaires de Genève.**

L'Enjeu

La direction des ressources humaines, qui fait partie des fonctions transversales de l'institution, tout comme la finance et la communication, couvrent l'ensemble des 13 départements médicaux des HUG, dont les besoins en recrutement diffèrent notamment selon la spécialité de chacun. Et chaque département médical a un responsable RH qui gère le cycle de vie des collaborateurs du département. Cette équipe RH est complétée par une équipe administrative RH.

Les HUG ont donc des secteurs spécialisés dans les ressources humaines qui travaillent de manière transversale pour l'ensemble des départements. « Sur le recrutement, la mobilité professionnelle et la gestion des talents, nous travaillons de manière transversale pour les treize départements. C'est à dire qu'un responsable RH fait appel à nos services quand il a besoin de travailler sur un process de recrutement et d'avoir une expertise sur la mobilité professionnelle. Ou alors de mener chez nous les projets de gestion des talents de l'institution » explique Claire Hébert Stauss, responsable recrutement, mobilité professionnelle et gestion des talents aux Hôpitaux Universitaires de Genève.



La Solution

Dans le cadre de la modernisation du recrutement, les HUG ont réalisé un appel d'offres auprès des principaux acteurs du marché, et sélectionné la plateforme d'acquisition des talents (ATS) SmartRecruiters. Lancé en novembre 2019, le projet de refonte du processus de recrutement des HUG a été élaboré et accompagné d'une réelle stratégie de conduite du changement (mise en place d'ateliers et réunions...) menée par les RH. Le calendrier défini, l'objectif de la mise en production générale était fixée au 10 avril 2020.

Cependant au mois de mars 2020, afin de faire face à l'urgence sanitaire, les HUG ont dû créer une cellule de crise RH, et décidé d'avancer la mise en production de SmartRecruiters, afin de palier à la pénurie de ressources médicales et soignantes.

Au sujet de HUG

- Siège social: **Genève**
- Employés: **12 000+**
- Périmètre: **8 hôpitaux + 2 cliniques**
- Activité: **Centre hospitalier universitaire et hôpital**
- Region: **Suisse**



Avec l'arrivée de la pandémie, le fait d'avoir la plateforme de SmartRecruiters pour gérer nos recrutements nous a permis de répondre aux enjeux de la crise

- Claire Hébert Stauss,
responsable recrutement,
mobilité professionnelle et
gestion des talents



Les Resultats

« Avec l'arrivée de la pandémie, le fait d'avoir la plateforme de SmartRecruiters pour gérer nos recrutements nous a permis de répondre aux enjeux de la crise » confie Claire Hébert Stauss, responsable recrutement, mobilité professionnelle et gestion des talents aux Hôpitaux Universitaires de Genève.

« Grâce à la mise en place d'un vrai projet de conduite du changement au sein des HUG, d'une bonne préparation avec une phase de test de la plateforme bien avancée, l'équipe RH a pu faire face à cette pandémie en terme de gestion des recrutements » poursuit-elle. « La plateforme SmartRecruiters permet de traiter non seulement un très grand nombre de candidatures, mais donne l'accès à l'ensemble de l'écosystème RH et réunit des outils de sourcing, les jobboards, les pages carrières des HUG, LinkedIn, ou encore des outils de reporting... Cela permet de gagner du temps, d'embaucher plus rapidement et d'améliorer les décisions d'embauche » ajoute Claire Hébert Stauss.

« SmartRecruiters est une plateforme de recrutement collaborative autant pour les managers que pour les RH, qui permet de réaliser et de suivre les actions de recrutement de A à Z aux HUG. L'approche par communauté permet une précision et un ciblage des messages en fonction des métiers. Elle permet une stratégie de contenu centrée sur le partage d'information en fonction de types de postes et de centres d'intérêts. En fait, si j'avais une recommandation, ce serait de dire aux recruteurs de tout centraliser sur la solution SmartRecruiters ; certes c'est un changement d'habitude, mais un gain de temps énorme » explique Claire Hébert Stauss.

Objectifs

1 Modernisation du recrutement des HUG



2 Traitement d'un très grand volume de candidatures



3 Refonte du processus de recrutement



Résultats



Une réponse aux enjeux de la crise sanitaire de COVID-19. Déploiement de SmartRecruiters très rapide`



Gestion d'un pic de candidatures avec plus de 7 000 candidatures liées à la crise sanitaire en 2020



Connexion à son propre écosystème, travail en mode collaboratif afin d'attirer, sélectionner et recruter les meilleurs talents



La plateforme SmartRecruiters permet de traiter non seulement un très grand nombre de candidatures, donne l'accès à l'ensemble de l'écosystème RH et réunit des outils de sourcing, les jobboards, les pages carrières des HUG, LinkedIn, ou encore des outils de reporting... Cela permet de gagner du temps, d'embaucher plus rapidement et d'améliorer les décisions d'embauche

- Claire Hébert Stauss
responsable recrutement, mobilité professionnelle et gestion des talents

