



Étude MONSTER/IFOP : Expérience Candidat / Expérience Recruteur

Candidatures & entretien d'embauche : ce que les recruteurs attendent vraiment des candidats



Levallois-Perret, France – 30/09/2015 : Monster, un leader mondial de la mise en relation entre les personnes et les opportunités de carrière, dévoile aujourd'hui les résultats d'une étude miroir¹ sur l'expérience candidat et en fait ressortir, en 3 points clés, les attitudes gagnantes pour répondre au mieux aux attentes des recruteurs.

Les actifs français ouverts à l'idée d'un changement de carrière

Selon une étude IFOP pour Monster, 50% des actifs seraient ouverts à l'idée de saisir une nouvelle opportunité de carrière cette année : 16% postulent régulièrement, 9% ont l'intention de le faire d'ici à la fin de l'année et un quart se déclare en veille sur le marché du travail, ouvert à toute proposition. Alors que l'économie montre de premiers signes de reprise et que les entreprises prévoient 6 recrutements en moyenne pour l'année (et jusqu'à 16 pour les entreprises de 250 salariés ou plus), Monster et l'IFOP ont comparé les attentes déclarées des recruteurs avec la vision qu'en ont les candidats. Pour ces derniers, voici en trois points clés les bonnes pratiques à conserver ou à adopter afin de mieux tirer leur épingle du jeu au cours d'un processus de recrutement.

1. Ce que les candidats font déjà et qu'ils doivent continuer à faire

Travailler en priorité les questions sur le poste et ses enjeux

Pendant l'entretien, la question se pose de savoir [comment orienter son discours pour être le plus convaincant possible](#). Dans ce domaine, la capacité d'un candidat à montrer sa bonne compréhension des enjeux du poste en posant des questions pertinentes est le seul point jugé primordial par une majorité de recruteurs (57%). Ce qu'ont bien compris les candidats, qui sont eux aussi majoritaires (71 %) à penser que cet item est primordial aux yeux des recruteurs. Orienter la préparation de son entretien sur ce point doit donc rester une priorité pour les candidats.

Assurer les fondamentaux : être ponctuel et dynamique

Côté comportement, 75% des professionnels des RH interrogés considèrent **la ponctualité** comme une qualité très importante. Presque autant de candidats l'ont deviné, 67% d'entre eux pressentant que cet item est primordial aux yeux des recruteurs (8 points d'écart toutefois). Ainsi, même si les codes du recrutement changent, cette forme élémentaire de savoir-vivre reste plus que jamais un incontournable avec lequel les employeurs ne sont pas prêts de transiger. Malgré les efforts

d'organisation que cela implique pour l'entreprise, un candidat aura donc tout intérêt à déplacer l'horaire d'un entretien s'il n'est plus certain de pouvoir s'y rendre à l'heure dite.

Enfin, la capacité pour un candidat à montrer **son dynamisme** lors de l'entretien est le second et dernier item qu'une majorité de recruteurs (60%) estime très important de posséder. Les candidats le savent, 60% d'entre eux ayant bien estimé le degré d'importance que les professionnels des RH accordent à ce comportement. Attention toutefois, faire preuve de dynamisme ne veut pas dire surjouer la confiance en soi...

2. Les comportements que les candidats pensent nécessaires de montrer pour « plaire » aux recruteurs, mais qui ne s'avèrent pas aussi décisifs qu'escompté.

La confiance en soi, une valeur surestimée ?

Si 43% des candidats pensent qu'il est primordial, pour 'faire mouche' lors de l'entretien, de **renvoyer une impression de confiance en soi** au recruteur, ces derniers ne sont en réalité que 24% à le penser vraiment, soit un écart de 19 points ! De la même manière, 47% des candidats considèrent que **leur aisance relationnelle** est très importante pour 'marquer des points' en entretien d'embauche, une réalité confirmée par seulement un tiers des recruteurs (écart de 14 points). Timides, rien n'est donc perdu !

Faire preuve d'esprit de synthèse est important mais loin d'être décisif

'Merci de faire court' entend-on souvent dans les entreprises. Le temps a beau être une denrée rare, **la concision et l'esprit de synthèse** dont un candidat devrait faire preuve au cours de l'entretien n'est pourtant pas une qualité si valorisée que cela par les recruteurs. Si quatre candidats sur dix pensent que cette qualité est très importante pour faire bonne impression aux recruteurs, ces derniers ne sont que 28% à le confirmer (12 points d'écart).

Investir son temps de préparation sur les aspects de l'entretien qui « paient » vraiment

D'autres comportements vus comme de simples « plus » par les recruteurs voient ainsi leur importance réelle surestimée par les candidats. Ainsi, 60% de ces derniers croient primordial, pour faire bonne impression, de **venir à l'entretien avec un CV et une lettre de motivation imprimés**, alors que seulement 38% des recruteurs le confirment (22 points d'écart). De la même façon, 68% des candidats pensent que **prendre des notes** est important ou primordial pour faire bonne impression au recruteur, alors que ces derniers ne sont en réalité que 45% à l'affirmer (23 points d'écart). Dans ce domaine, l'écart de perception le plus important concerne le fait, pour un candidat, [d'envoyer un mail de remerciement post-entretien reformulant son intérêt pour le poste](#). Les candidats sont 70% à penser que c'est primordial ou important pour faire bonne impression au recruteur, quand ces derniers ne sont que... 40 % à le confirmer (30 points d'écart). Si aucun de ces comportements n'est évidemment à négliger, il convient donc pour les candidats de ne pas en faire l'alpha et l'oméga de leur préparation à l'entretien.

3. Ce que les candidats devraient faire davantage pour optimiser leurs chances auprès des recruteurs

Miser sur les candidatures spontanées

C'est le canal de recrutement qui est le plus souvent cité par les recruteurs (64%) parmi les 3 canaux leur donnant le plus de satisfaction (volume et qualité des candidatures). Cette [démarche pro-active, qui prouve la motivation d'un candidat](#) et son attrait pour l'entreprise n'est pourtant privilégiée que par 42% des salariés interrogés (22 points d'écart). Et cette tactique s'avère encore plus efficace quand le recrutement est opéré par un dirigeant, ces derniers étant 71% à déclarer privilégier ce moyen de mise en contact. Le **réseau personnel et professionnel** est également à cultiver car il constitue une façon intéressante d'entrer en contact avec une entreprise via la recommandation d'un tiers. 33% des candidats utilisent activement ce levier contre 46% des recruteurs qui le classent parmi les canaux de recrutement leur donnant le plus satisfaction (13 points d'écart). Voilà deux leviers de réussite au potentiel sous-exploité par les candidats souhaitant s'ouvrir à de nouvelles opportunités professionnelles.

Démarcher les cabinets de recrutement et autres intermédiaires de l'emploi.

Aller à la rencontre des intermédiaires de l'emploi que sont les cabinets de recrutement par exemple constitue la troisième option dont le potentiel paraît sous-exploité par les candidats, qui ne sont que 28% à privilégier cette approche contre près d'un recruteur sur deux (47%) qui la classent dans leur TOP 3. Car le rôle de ces intermédiaires ne s'arrête pas aux offres d'emploi qu'ils publient pour le compte de leurs clients ou à leurs missions de 'chasseur de tête' pour des profils rares ou de haut niveau. Ainsi, les candidats méconnaissent souvent [la capacité d'accompagnement et de conseil que peuvent leur proposer les cabinets de recrutement dans une optique de développement de carrière.](#)

« Les recruteurs cherchent avant tout à savoir à qui ils ont affaire et sont très sensibles à tout ce qui donne gage de fiabilité : arriver à l'heure prouve que l'on est professionnel, poser des bonnes questions sur les enjeux du poste montre que l'on comprend son fonctionnement et que l'on s'y est projeté. Tous ces éléments concourent à renforcer la confiance d'un recruteur et peuvent faire la différence avec d'autres candidats. Pour un candidat, la meilleure posture consiste finalement à rester soi-même, à concentrer sa préparation sur les attentes et besoins décrits par le recruteur lors de l'entretien, à démontrer sa bonne compréhension de ceux-ci en posant des questions pertinentes et en valorisant ses compétences et savoir-faire les plus en adéquation avec les besoins du poste. » indique Karl Rigal, Responsable éditorial du site [Monster.fr](#).

Pour télécharger l'étude, [cliquez ici](#).

Pour télécharger l'infographie, [cliquez ici](#).

¹ Précisions sur l'étude miroir :

*Enquête auprès des candidats : l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1001** personnes, représentatif de la population active française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 29 avril au 11 mai 2015.*

*Enquête auprès des recruteurs : l'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **303** personnes, représentatif des entreprises de plus de 10 salariés. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (taille, secteur d'activité) après stratification par région. Les interviews ont été réalisées par téléphone du 18 au 22 mai 2015.*

[À propos de Monster Worldwide](#)

Monster Worldwide Inc. (NYSE: MWW) est un leader mondial de la mise en relation entre les personnes et les opportunités de carrière, où qu'elles se trouvent. Depuis plus de 20 ans, Monster aide les candidats à améliorer leur vie avec de meilleurs emplois et les recruteurs à dénicher les meilleurs talents. Aujourd'hui, grâce à une présence dans plus de 40 pays, Monster apporte les solutions les plus complètes et les plus sophistiquées en termes de recherche d'emploi, de gestion et d'accompagnement de carrière, de recrutement et de gestion de talents. Monster poursuit son travail de pionnier en transformant le secteur du recrutement grâce à une technologie avancée utilisant des solutions digitales, sociales et mobiles intelligentes - dont monster.fr, notre site phare en France – ainsi qu'une large gamme de produits et services.

Pour plus d'information, visitez le site [monster.com/about](#).

[Rejoignez la communauté Monster sur](#) Twitter, Facebook, et le blog pour l'Emploi.

[Trouvez un job où que vous soyez grâce aux applications Monster](#) : iPhone, iPad, Android.

Contacts presse :

Hopscotch Paris pour Monster France

Isabelle Pestourie, 01 58 65 10 77, ipestourie@hopscotch.fr

Baptiste Romeuf, 01 58 65 00 45, bromeuf@hopscotch.fr

Hopscotch Broadcast pour Monster France

Alexia Poupard, 01 58 65 00 12, apoupard@hopscotch.fr

Émilie Barrail, 01 58 65 00 58, ebarrail@hopscotch.fr