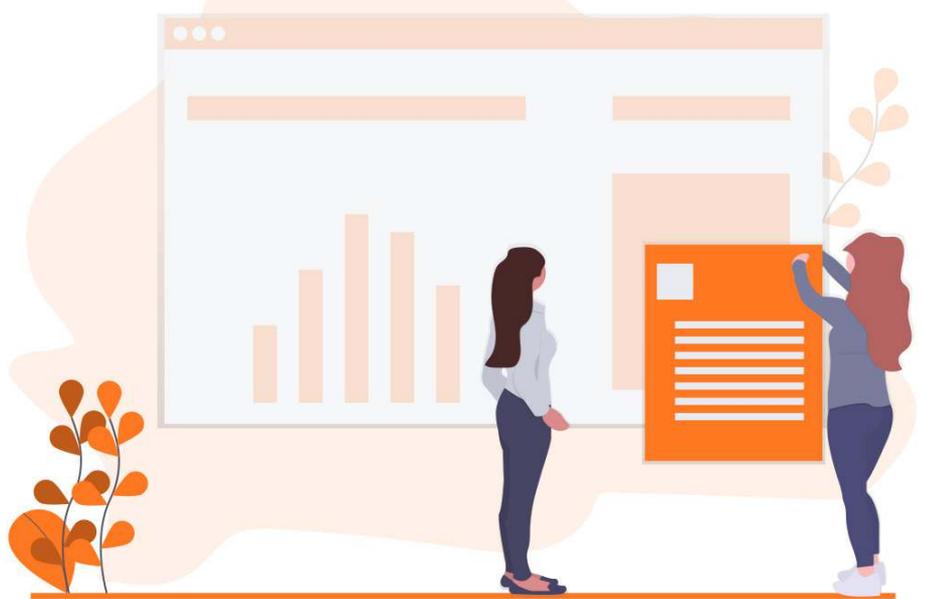


ÉTUDE IFOP & YAGGO

IMPACTS D'UNE MAUVAISE EXPÉRIENCE DE CANDIDATURE SUR LES INTENTIONS D'ACHAT



| EDITO ET CHIFFRES CLÉS |

L'arrivée du marketing dans les Ressources Humaines, avec toutes ses bonnes pratiques, a contribué au changement du référentiel principal.

Toutes les actions dépendent maintenant de l'observation du candidat et plus du poste ouvert. Cependant, les recruteurs ne disposent pas du temps nécessaire pour gérer toutes les candidatures de façon personnalisée, ce qui mène souvent à la frustration chez les postulants.

Nous avons donc décidé d'agir.

Depuis 4 ans, nous discutons avec les professionnels du recrutement pour comprendre leurs besoins et les évolutions du secteur. Depuis 4 ans nous agissons aux côtés des recruteurs pour que **tous les candidats aient la bienveillance qu'ils méritent.** Et depuis 4 ans nous cherchons le lien entre un candidat déçu lors de son processus de recrutement dans une entreprise et l'incidence sur le chiffre d'affaires de cette entreprise, quel que soit le produit ou le service vendu.

Des chiffres existent mais :

- Ils ne concernent pas forcément **le marché français** ;
- Les études sont **trop datées** ;
- La **méthodologie ne nous semble pas claire**

Nous avons donc décidé de lancer notre propre étude avec l'IFOP pour **monétiser la rancœur d'un candidat déçu.**

J'espère que cette étude vous apportera des éléments concrets de réponse, confirmera vos intuitions ou vous aidera (s'il le faut encore) à convaincre le Codir **du lien direct entre Ressources Humaines et chiffre d'affaires.**



Matthieu Penet,
Fondateur de YAGGO



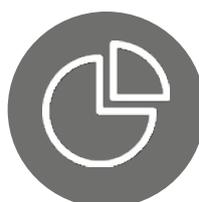
84%

Des actifs interrogés affirment avoir déjà vécu au moins **une mauvaise expérience** lors d'un processus de recrutement.



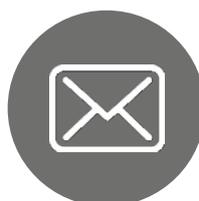
PLUS DE 60%

Des sondés affirment être prêts à **boycotter une entreprise** suite à une expérience de recrutement négative



1/4

Des Français ont **une image dégradée des entreprises** avec lesquelles ils ont vécu au moins une mauvaise expérience de recrutement



9 CANDIDATS SUR 10

Se disent susceptibles de **partager leur mauvaise expérience** lors d'un processus de recrutement **avec leurs proches ou sur les réseaux sociaux**

| METHODOLOGIE |

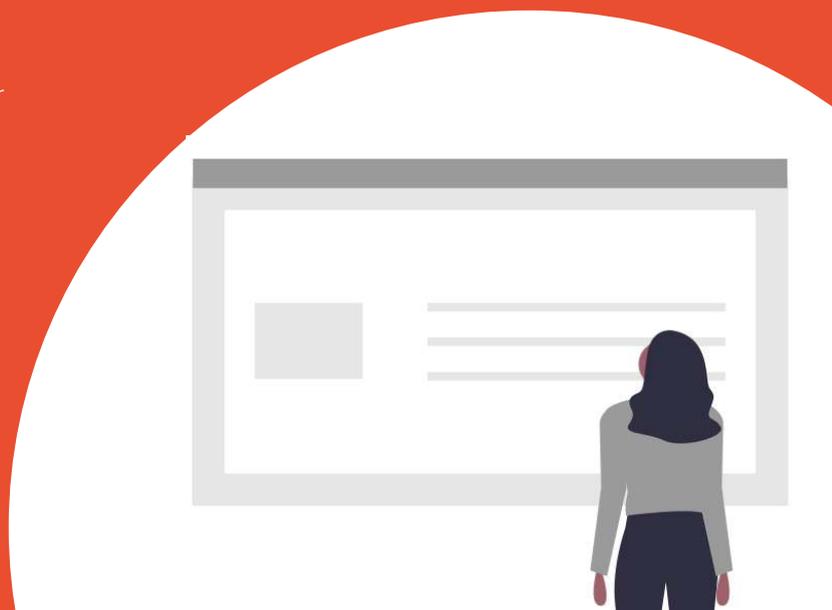
Cette étude, menée par l'IFOP pour YAGGO, a été réalisée en ligne, du 18 au 20 Mars 2020, sur tout le territoire Français. La structure d'échantillon est représentative de la population Française avec **1005 interrogés**, de 18 ans et plus, dont 477 actifs non-fonctionnaires. Seules les réponses de ces derniers ont été prises en compte afin de garantir des résultats pertinents en conformité avec la thématique de l'étude.



BUTS DE L'ÉTUDE

Cette étude a une finalité triple :

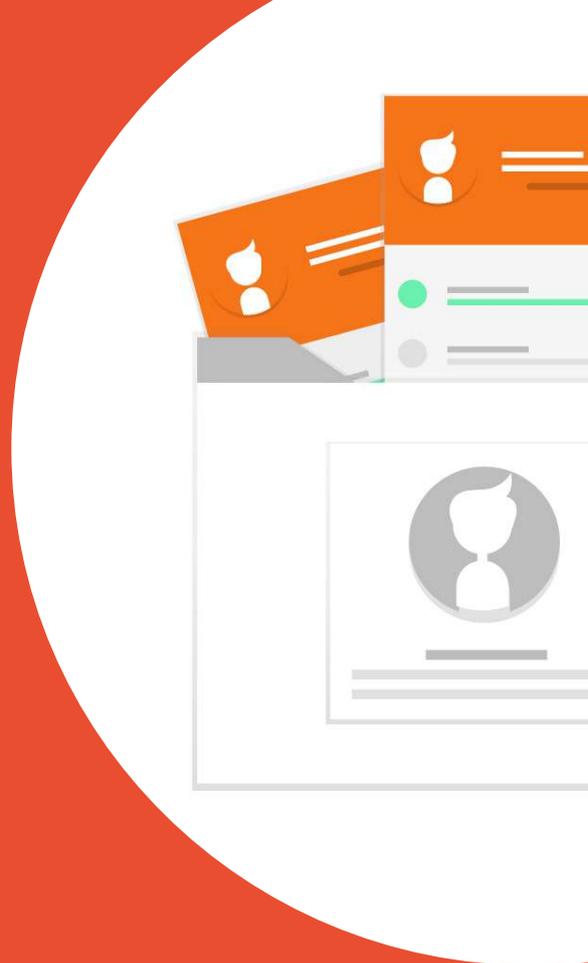
- 1.** Recueillir les avis de candidats (qui ont postulé à des offres d'emploi ou envoyé une candidature spontanée) sur les processus de recrutement des entreprises, notamment via les réponses - ou l'absence de réponses - reçues suite aux candidatures. Puis observer si ces expériences sont vécues comme étant généralement positives ou négatives.
- 2.** Examiner les conséquences d'une mauvaise, ou bonne expérience de recrutement sur l'image de l'entreprise concernée, du point de vue du candidat.
- 3.** Analyser les actions envisagées par les candidats pouvant impacter financièrement les entreprises, en cas de mauvaise expérience de recrutement. Observer si ces actions s'inscrivent dans un cadre privé, professionnel, ou les deux.



DÉFINITION : MAUVAISE EXPÉRIENCE DE CANDIDATURE

Pour cette étude, est considérée comme “mauvaise expérience”, toute candidature qui, chez le candidat, a mené à une ou plusieurs de ces situations :

- Ne recevoir **aucune réponse** suite à une candidature
- Recevoir une réponse négative et **informelle/impersonnelle**
- Ne recevoir **aucun accusé de réception** suite à une candidature
- Ne recevoir **aucun retour** suite à un entretien



DÉFINITION : BONNE EXPÉRIENCE DE CANDIDATURE

De facto, l'expression “bonne expérience” de recrutement s'applique lorsque le candidat affirme n'avoir vécu aucune des situations présentées ci-dessus.

Elle correspond également à une candidature à l'issue certes négative, mais qui aura occasionné **un échange formel et personnel** entre le postulant et l'entreprise.





| SOMMAIRE |

1.

Etat des lieux des processus de recrutement

2.

Mauvaise expérience de candidature et notoriété de l'entreprise

3.

Mauvaise expérience de candidature et comportements d'achat

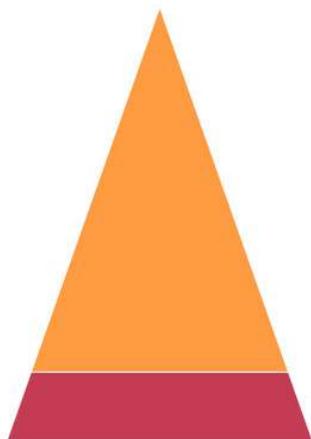
4.

Conclusion

1. ÉTAT DES LIEUX DES PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Globalement, les résultats sont unanimes : l'immense majorité des répondants a déjà vécu au moins une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement avec une entreprise.

1.1 MAUVAISES EXPÉRIENCES DE RECRUTEMENT



84%

... des Français interrogés affirment avoir déjà vécu au moins une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement.

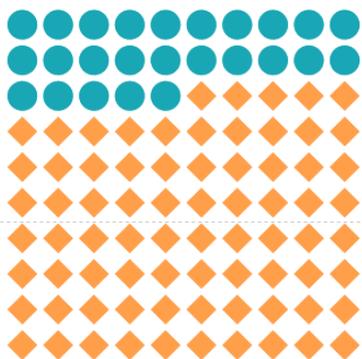
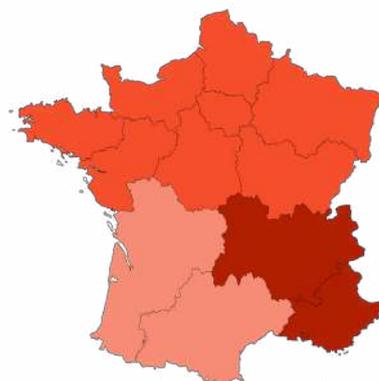
Statistiques par tranches d'âge :

- De 18 à 34 ans : **87%**
- De 35 à 64 ans : **83%**
- Pour les 65 ans et plus : **37%**

TOUT LE TERRITOIRE CONCERNÉ

Carte de France du pourcentage de candidats ayant déjà vécu au moins une expérience de recrutement négative

Région Parisienne : **83%**
Nord-Est : **82%**
Nord-Ouest : **83%**
Sud-Ouest : **76%**
Sud Est : **90%**

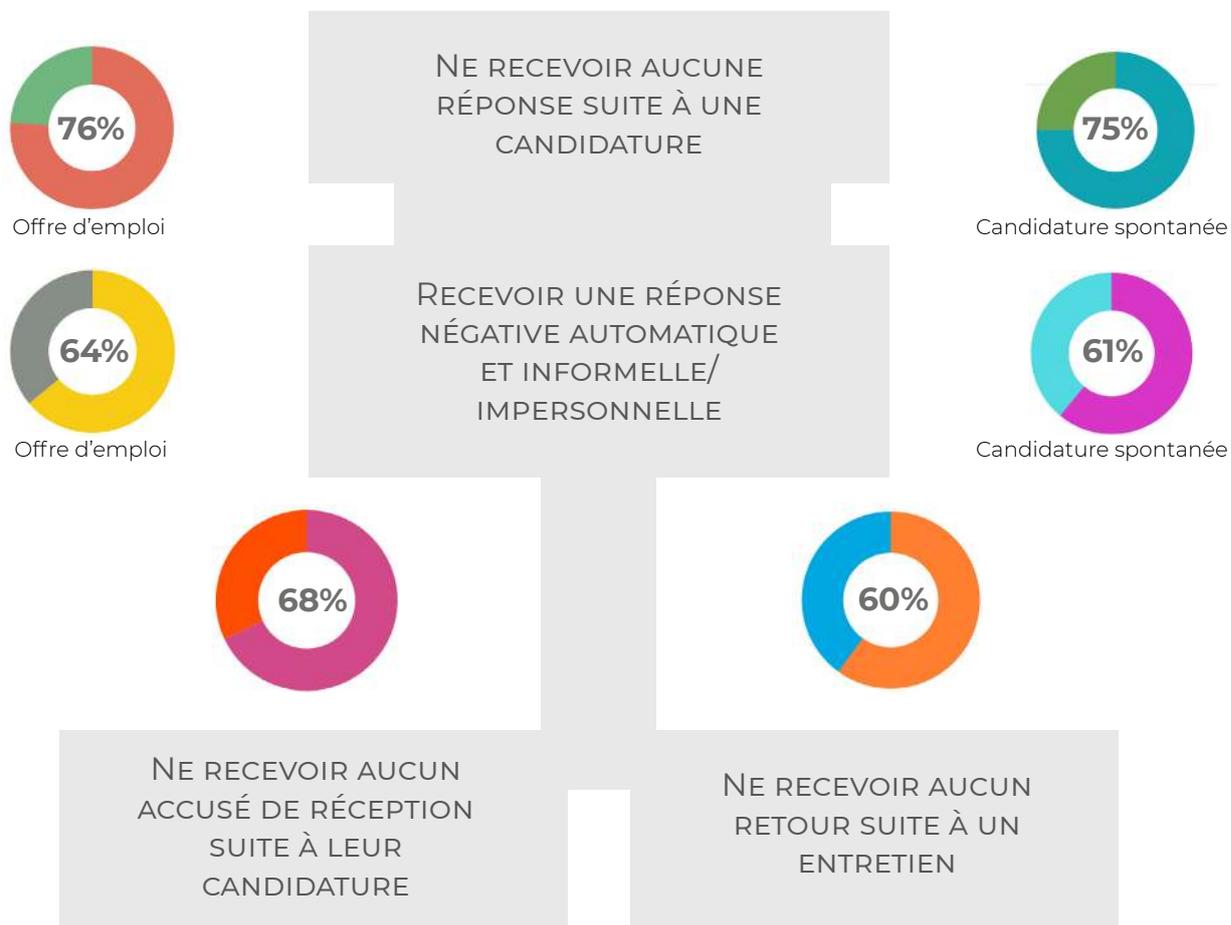


1/4

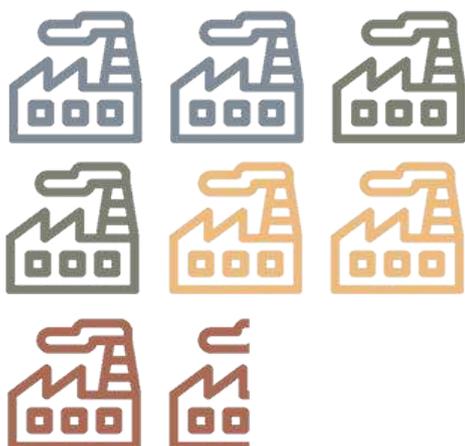
... des répondants à l'étude affirment avoir déjà vécu l'envoi d'une candidature sans obtenir aucune réponse du recruteur, et ce, **à plus de 20 occurrences** au fil de leur carrière.

TYPES DE MAUVAISES EXPÉRIENCES

Ce schéma indique le pourcentage de candidats ayant au moins vécu une fois l'une des situations suivantes :



OCCURRENCES PAR CANDIDAT



7,6 entreprises

En moyenne, un candidat aura un mauvais souvenir concernant 7,6 entreprises différentes. Le tout **faute à l'absence de réponses reçues suite à une, ou plusieurs candidatures.**

- Moyenne identique (7,6) pour les candidatures spontanées.



4,2
entreprises

C'est le nombre d'entreprises qui, en moyenne chez un candidat, ne fournissent aucune réponse aux postulants **suite à un entretien**.



4,8
entreprises

Pour le nombre d'entreprises ayant recours à **des réponses types et/ou impersonnelles**, la moyenne chez les candidats est de 4,8 employeurs.

UN RESENTI GLOBAL

Les résultats sont unanimes ! Peu importe les critères de sélection et de filtrage, **les candidats actifs affirment en grande majorité avoir vécu au moins une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement**.

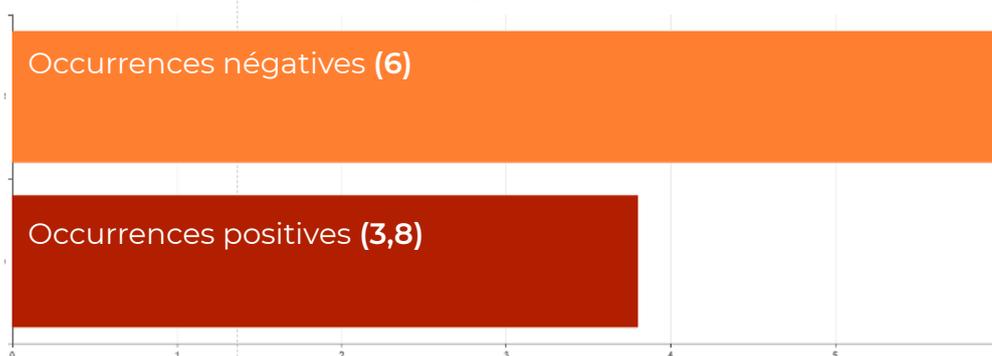
Mais ces cas ne sont cependant pas isolés ou uniques, car l'étude démontre également que les occurrences de mauvaises expériences sont nombreuses, en moyenne 6 par candidat. Ceci confirme un problème systémique lié aux processus de recrutement en entreprise, et à l'absence de réponses/de suivi formulés aux candidats après leur candidature.

1.2 BONNES EXPÉRIENCES DE RECRUTEMENT

Fort heureusement, tous les processus de recrutement ne s'avèrent pas créateurs d'expériences négatives. Ainsi, environ $\frac{3}{4}$ des personnes interrogées affirment avoir par exemple déjà reçu une réponse négative personnalisée de la part d'une entreprise.

Cependant, **les occurrences sont plus rares que celles des mauvaises expériences**, ce qui démontre que les entreprises qui répondent de façon personnalisée à leurs candidats représentent une minorité.

Nombre moyen de bonnes ou mauvaises expériences de recrutement par candidat



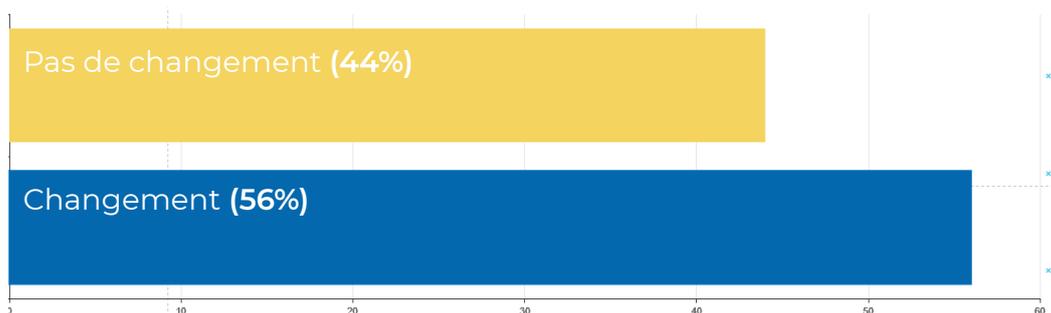
2. MAUVAISE EXPÉRIENCE DU CANDIDAT ET NOTORIÉTÉ

Pour l'instant, l'étude a prouvé qu'environ 4 répondant sur 5 ont déjà vécu, et ce à de nombreuses reprises, des mauvaises expériences de recrutement. Mais quelles en sont les conséquences pour les employeurs ?

2.1 L'IMAGE DES ENTREPRISES APRÈS UNE MAUVAISE EXPÉRIENCE DE RECRUTEMENT

Il est intéressant de noter qu'une mauvaise expérience vécue dans le processus de recrutement n'est pas sans conséquence. En effet, quasiment **un Français sur deux voit son avis sur l'entreprise évoluer après une interaction négative**.

Evolution de l'image de l'entreprise après une expérience négative



CONSÉQUENCES



Amélioration Aucun changement Dégradation

Ainsi, de manière générale, **l'image d'une entreprise est écorchée chez 1 candidat sur 3 après un processus de recrutement jugé comme négatif ou problématique.**

De plus, lorsque l'avis du candidat change, il a deux fois plus de chance d'évoluer vers une image dégradée que vers un statut amélioré...

3. MAUVAISE EXPERIENCE ET COMPORTEMENTS D'ACHAT

Si l'image d'une entreprise peut être affectée par sa gestion des processus de recrutement, on ignore encore jusqu'où peuvent aller les candidats déçus d'avoir vécu une expérience de recrutement peu personnalisée. Cette dernière partie de l'étude se penche justement sur la question :

3.1 PARTAGE DE LA MAUVAISE EXPERIENCE



86%

...des personnes déjà confrontées à au moins une mauvaise expérience dans le processus de recrutement se disent **prêtes à partager leur mécontentement**.



85%

...de ces personnes se disent extrêmement ouvertes à l'idée de **partager leur(s) mésaventure(s) avec leurs proches** (famille, amis).



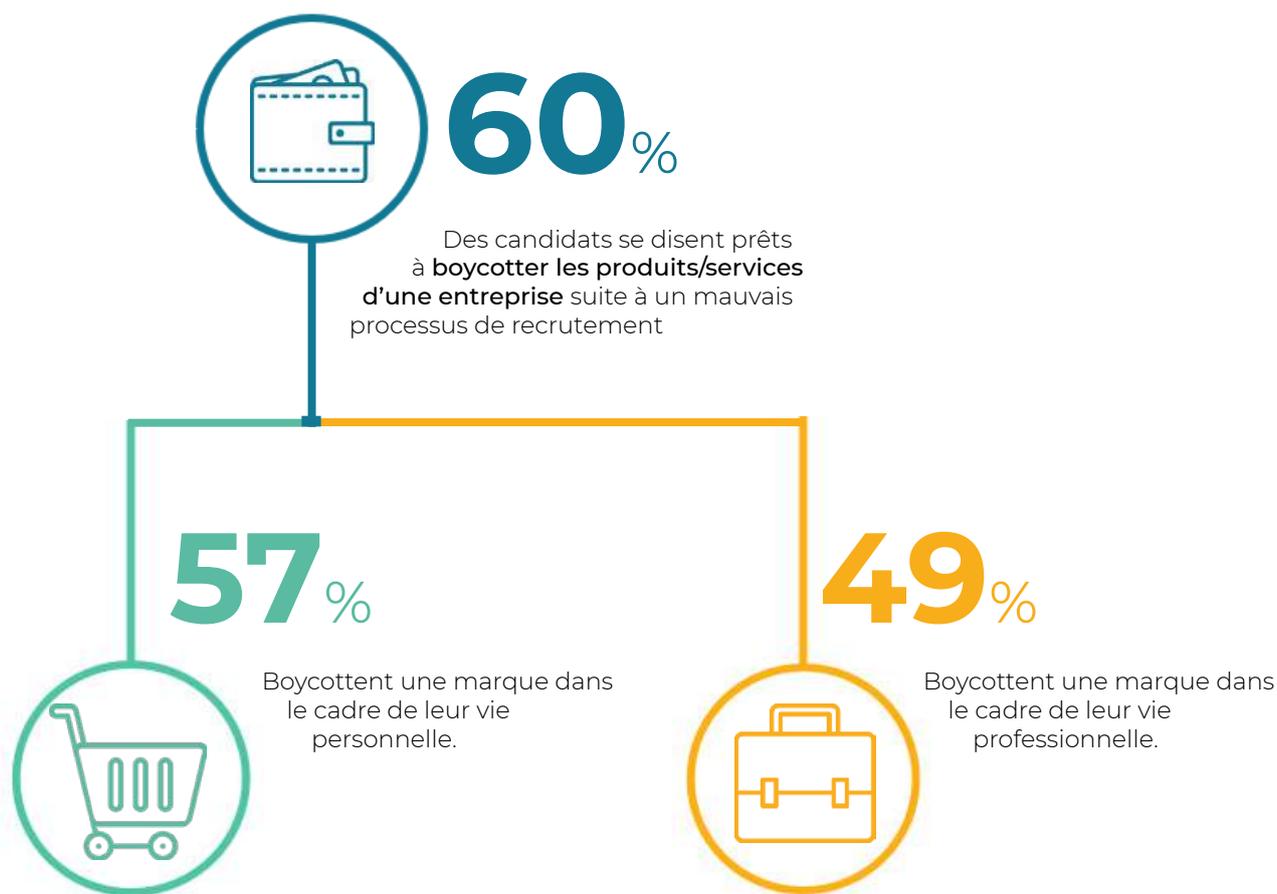
40%

...des candidats confrontés à une mauvaise expérience dans le cadre d'un processus de recrutement seraient partants pour **exprimer leur déception de manière publique sur les réseaux sociaux**.

PAS DE DROIT À L'ERREUR

Ici, il est intéressant de noter que **la première expérience négative est déjà décisive**. Qu'il s'agisse de candidats habitués aux processus impersonnels ou de candidats les découvrant, à chaque fois, les actifs se disent déterminés à partager leur mécontentement soit publiquement, soit à leurs proches.

3.2 MODIFICATION DES COMPORTEMENTS D'ACHAT



Encore une fois, les répondants **se montrent très réactifs, et très engagés sur le plan personnel lorsqu'une entreprise peine à combler leurs attentes**. C'est un coup direct au chiffre d'affaire qui annihile tous les efforts d'acquisition et de fidélisation. C'est un choc qui ruine toute stratégie de vente, et ce en un éclair. Mais cela constitue un rappel pragmatique de **l'importance d'une vraie considération de tous les postulants**.

4. CONCLUSION

Cette étude menée par l'**IFOP** pour **YAGGO**, démontre l'importance des mauvaises expériences en matière de processus de recrutement chez les salariés Français. Elle prouve, par les statistiques, à quel point une seule mésaventure peut avoir un impact bien réel sur une entreprise, et engendrer des déconvenues majeures. A travers notamment, **une perte de notoriété et une dégradation de l'image publique de la société**, mais également **une baisse du chiffre d'affaire suite aux boycotts perpétrés par les candidats déçus**.

Aujourd'hui, **toutes les entreprises ont l'obligation de prendre soin de leur candidats. C'est un domaine universel, non limité aux sociétés B2C**. Car les expériences négatives ne sont donc plus à prendre à la légère : elles laissent une marque, indélébile, sur la crédibilité, sur la bienveillance, l'empathie d'une marque. A tel point que les multiplier peut avoir des conséquences inattendues, allant jusqu'à des plaintes ou un shaming public sur les réseaux sociaux.

JE POSTULE DONC JE SUIS

Il est primordial, pour une entreprise, quel que soit son secteur, de limiter au maximum la frustration des candidats qu'elle génère. Or, aujourd'hui, **quasiment tous les actifs affirment avoir déjà vécu l'embaras d'un processus de recrutement impersonnel et déshumanisant**. Candidater est une démarche personnelle, chronophage et difficile, une ouverture vers l'autre qui, lorsqu'elle n'est pas appréciée ou considérée, peut engendrer de vives réactions.

Négliger les candidats peut donc heurter l'image de la société, mais... **aussi ses ventes**. Car le calcul est simple : plus une marque attire les candidats, plus les refus sont nombreux, ainsi que les postulants dépités.

Ainsi, en utilisant les données de l'étude, il devient possible de **calculer les pertes nettes en matière de chiffre d'affaire**, qui, pour une entreprise ouvrant 100 postes par an, s'estiment environ à :



*Si un poste ouvert génère 100 CV reçus = 99 candidatures écartées x 84% (pourcentage de candidats déçus) x 57% (pourcentage de candidats prêts à boycotter une marque dans le cadre privé) x 100€ (panier moyen) = 4700€/poste. 100 postes = 470 000€.

*1 Si un poste ouvert génère 100 CV reçus = 99 candidatures écartées x 84% (pourcentage de candidats déçus) x 57% (pourcentage de candidats prêts à boycotter une marque dans le cadre professionnel) x 100€ (panier moyen) = 4100€/poste. 100 postes = 410 000€.

Et cette perte du chiffre d'affaires ne concerne QUE le boycott des candidats déçus et pas celui de leur entourage. En effet, aujourd'hui, la frustration n'est donc plus d'ordre personnelle. **Elle se partage, elle se transmet**. Et de plus en plus nombreuses sont les entreprises subissant le "*name and shame*", par exemple sur les réseaux sociaux,



où le bad buzz n'est jamais loin en cas de manque évident de considération pour les demandeurs d'emploi.

Toutes ces mésaventures peuvent toutefois être évitées en adoptant le bon mindset. En effet, -et surtout en considérant la situation actuelle- choisir aujourd'hui la considération par la personnalisation est un choix fort. C'est prendre position, au nom des candidats exaspérés, pour des relations renouvelées entre postulants et recruteurs. Un pas vers l'autre, dans le but de développer une attitude qui amène à l'inversion des effets : **une image redorée, une marque employeur boostée et des discussions publiques positives**, par bouche à oreille ou sur les réseaux.

Cette étude, tout comme les nombreuses données disponibles sur le sujet, prouve que nous sommes désormais entrés dans une nouvelle ère, celle du **recrutement bienveillant**. Un recrutement qui respecte l'unicité de chacun, et considère chaque candidat, comme un vrai client.

On y est, tout est prêt, plus d'excuses.

Alors pourquoi attendre davantage pour **franchir le pas** ? 



#LAPERSONNALISATIONBORDEL



eric champion
@ericchampion2

En réponse à @Decathlon

Et répondre aux cv envoyés pour des offres d'emploi que vous avez mis en ligne... heuuuu ça vous prend combien de temps ? Car j'ai répondu à l'une d'entre elles et #ZÉRO réponse ! 🙌👏👏👏

YAGGO

La bienveillance n'est pas un gros mot

YAGGO accompagne les équipes de recrutement pour :

- ✓ Vous garantir que chaque candidat aura une réponse personnalisée
- 👤 Vous assurer de fidéliser les profils pertinents

[voir le site](#)

www.yaggo.co

Inès Ploque

Responsable Marketing et Communication

ines@yaggo.co

01 64 11 77 11