

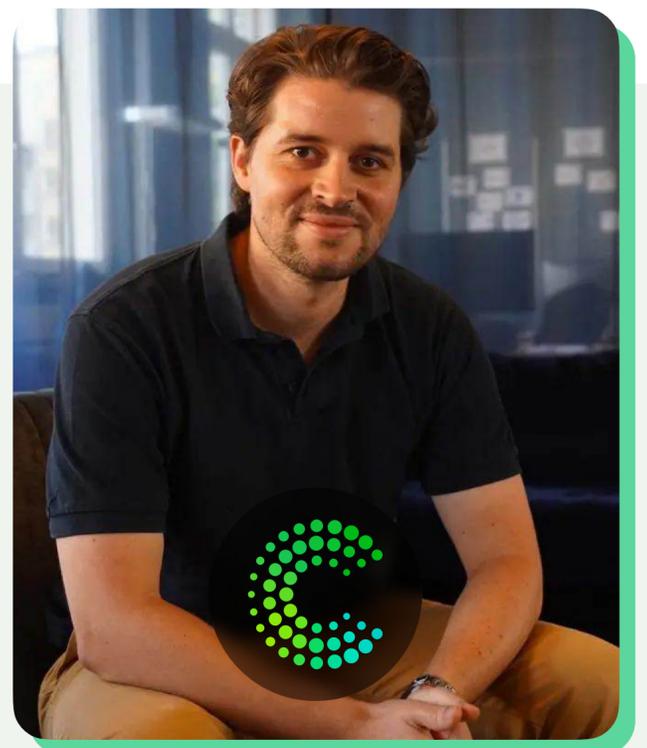
Comment mettre en place un programme de cooptation efficace

Introduction

Le marché du recrutement est particulièrement compétitif, avec des entreprises confrontées à des pénuries de talents. Selon une étude de CleverConnect, 82 % des candidats sont passifs, c'est-à-dire qu'ils ne recherchent pas activement un emploi, mais peuvent être ouverts à de nouvelles opportunités. La cooptation permet d'exploiter cette source de candidats précieuse mais difficile d'accès.

Dans cette masterclass, nous aborderons tout ce que vous devez savoir pour concevoir, lancer et optimiser un programme de cooptation efficace. Nous explorerons également comment engager vos collaborateurs et mesurer le succès du programme afin de maximiser son impact.

Carl Hoffmann, COO et co-fondateur de CleverConnect, a dédié sa carrière à transformer le recrutement grâce à des stratégies innovantes et des outils technologiques. Passionné par la création de programmes de cooptation, bénéfiques pour les collaborateurs comme pour les organisations, Carl apporte une perspective unique grâce à ses années d'expérience à aider les entreprises à construire des stratégies de recrutement évolutives et performantes.



Pourquoi la cooptation est-elle si importante aujourd'hui ?

Dans un marché du recrutement compétitif, s'appuyer sur les recommandations permet d'accélérer les processus de recrutement et de trouver des candidats qui s'intègrent mieux à la culture de l'entreprise. De plus, les collaborateurs recrutés par cooptation ont tendance à être plus performants, plus fidèles et nécessitent moins de temps d'onboarding.

Ce qui rend la cooptation essentielle :

- **Accès aux candidats passifs :** Les collaborateurs ont des réseaux comprenant souvent des professionnels qui leur font confiance, faisant de la cooptation un moyen naturel d'attirer des talents.
- **Qualité des candidats :** Les candidats recommandés ont 5x plus de chances d'être recrutés.
- **Taux de rétention plus élevé :** Les candidats cooptés restent, en moyenne, plus longtemps dans les organisations — jusqu'à 45 % après deux ans, contre 20 % pour les non-recommandés.
- **Recrutement plus rapide :** Le temps moyen de recrutement passe de 39 pour les recrutements via les canaux traditionnels à 21 jours pour la cooptation.
- **Rentabilité :** Moins coûteux par rapport aux chasseurs de têtes.

Les 3 piliers d'un programme de référencement

Un programme de référencement réussi repose sur trois piliers essentiels :

01

Établir des lignes directrices et une communication claire : Définir ce qu'est une cooptation, les postes recherchés et éligibles ainsi que le processus de recommandation des candidatures.

02

Incitations et récompenses : Mettre en place un système de récompenses pour motiver la participation, comme des primes financières, des jours de congé supplémentaires ou des reconnaissances publiques.

03

Tracking et mesure : Utiliser des outils d'analyse pour suivre des indicateurs clés tels que le nombre de recommandations, les taux de conversion et la qualité des recrutements.

Comment mettre en place un programme de référencement

Mettre en place et maintenir un programme de cooptation solide nécessite de développer une "culture de la cooptation" et un plan d'action structuré.

Construire une forte culture de la cooptation:

- Développez une culture où les collaborateurs perçoivent la cooptation comme une contribution essentielle à la réussite de l'entreprise, et non comme une simple formalité.
- Mettez en avant les cooptations réussies de manière publique pour encourager la participation et renforcer les comportements positifs.

Actions à mettre en œuvre :

Établir des lignes directrices claires

Assurez-vous que les collaborateurs comprennent qui ils peuvent recommander et comment fonctionne le processus. Évitez de modifier fréquemment les règles, car cela pourrait entraîner du désengagement et de la frustration.

Fixer des objectifs clairs

Les employés sont davantage motivés par la contribution à des objectifs significatifs que par l'argent. Par exemple, aider l'entreprise à se développer dans des domaines spécifiques ou augmenter la diversité au sein de l'organisation.

Pour engager vos collaborateurs :

- alignez les objectifs de cooptation avec la mission de votre entreprise,
- soyez transparent sur les enjeux,
- et montrez comment leurs recommandations ont un impact réel.

Une communication claire et un objectif partagé favorisent une participation et un succès à long terme.

Former et collaborer avec les équipes clés

Les programmes de cooptation réussissent lorsqu'ils sont considérés comme un effort collectif, pas seulement une initiative RH. Collaborez avec les responsables de départements pour intégrer la cooptation dans les objectifs de leur équipe.

Exemple :

Si l'objectif est de recruter des professionnels IT, impliquez le CTO pour promouvoir le programme, encourager la participation et communiquer régulièrement son importance. Faites des managers les responsables de l'engagement de leur équipe et assurez-vous qu'ils donnent la priorité aux cooptations dans leurs objectifs professionnels.

Rechercher et adopter les bons outils

Dans les petites entreprises, les programmes de cooptation fonctionnent souvent bien grâce au bouche-à-oreille. Cependant, lorsque l'entreprise dépasse 100 collaborateurs, avec plusieurs postes ouverts, les outils digitaux deviennent essentiels pour :

- mettre en relation les offres d'emploi et les réseaux des collaborateurs,
- simplifier le processus de cooptation,
- et partager facilement les offres via les réseaux sociaux.

De plus, l'intégration du programme avec un ATS permet :

- un suivi précis,
- l'automatisation des récompenses,
- et la simplification de la mesure des performances.

Pour les entreprises de 500 collaborateurs ou plus, une solution digitale est indispensable pour optimiser et faire évoluer le programme.

Assurer un engagement continu

Créer un programme de cooptation réussi nécessite de maintenir un engagement constant au sein de l'organisation. Les collaborateurs doivent être régulièrement sensibilisés à l'importance des cooptations grâce à une communication cohérente, comme des newsletters sur les opportunités d'emploi ou des campagnes internes, afin qu'ils sachent toujours quels postes sont prioritaires.

La gamification est un outil efficace pour renforcer cet engagement. En attribuant des points pour certaines actions, comme le partage d'offres d'emploi ou la recommandation de candidats, les collaborateurs sont récompensés tout au long du processus, et pas uniquement lorsque l'embauche est finalisée. Cette approche permet de combler le long délai qui peut souvent s'écouler entre la recommandation et le paiement des primes. Les points peuvent ensuite être échangés contre des récompenses telles que des bons d'achat ou des jours de congé, ce qui motive les collaborateurs et encourage leur participation active au programme.

Top 3 des conseils pour réussir un programme de cooptation

01

Communiquez fortement dès le lancement :
Lancez votre programme avec une campagne de communication percutante pour en maximiser la visibilité.

02

Développez une stratégie de récompenses bien pensée : Adaptez les récompenses aux objectifs de recrutement et assurez-vous qu'elles sont significatives.

03

Suivez et mesurez les KPIs : Identifiez les indicateurs clés à suivre, comme le temps de recrutement et la qualité des recrutements, et utilisez ces données pour affiner et améliorer le programme.

Conclusion

Les programmes de cooptation sont un outil essentiel pour toute organisation souhaitant optimiser son recrutement. Ils offrent un accès inégalé aux candidats passifs, réduisent les coûts de recrutement et améliorent la qualité des recrutements.

En mettant l'accent sur une communication claire, des incitations attrayantes et un suivi continu, les entreprises peuvent développer des programmes de cooptation qui répondent non seulement à leurs besoins en matière de recrutement, mais qui favorisent également une collaboration accrue et l'engagement des équipes.

Le succès d'un programme de cooptation réside dans son intégration fluide et valorisée au sein de la culture d'entreprise. Commencez par définir des lignes directrices claires, investissez dans les bons outils et maintenez l'engagement des collaborateurs pour créer un programme couronné de succès.