

# 8 secondes pour séduire : les bonnes pratiques pour mieux recruter



En partenariat avec

MY[RH]LINE  
LE MÉTIER DES RESSOURCES HUMAINES

# Table des matières

Édito	p.3
<b>Des candidats en position de force à séduire</b>	<b>p.4</b>
Une nouvelle génération de candidats	p.5
Des critères de recherche accentués par la crise	p.6
Des attentes plus élevées au long de leur parcours	p.8
<b>Une nécessaire adaptation des méthodes de recrutement</b>	<b>p.10</b>
Où ? Diffuser aux bons endroits	p.11
Quand ? Diffuser aux bons moments	p.13
Quoi ? Diffuser les bonnes informations	p.15
Qui ? Diffuser aux bonnes cibles	p.17
Comment ? Proposer un parcours adapté aux usages de l'époque	p.18
Pour en savoir plus sur leboncoin	p.20
Pour en savoir plus sur ENVIDYA	p.21

Dans un monde où l'attention est une denrée rare, nous sommes constamment sollicités par un flot incessant d'informations. En tant que recruteur à la recherche du candidat idéal, vous savez à quel point il est crucial de captiver l'attention en un temps record. La vérité est implacable : **vous n'avez que 8 secondes pour séduire, pour susciter l'intérêt, pour faire la différence.**

C'est précisément ce défi, cette quête d'efficacité et d'impact, qui a conduit à la création de ce livre blanc. "8 secondes pour séduire : les bonnes pratiques pour mieux recruter" est un guide essentiel qui vous plonge dans les coulisses du processus de recrutement moderne, en phase avec les aspirations actuelles des candidats de 2023.

Dans un contexte économique et social où le rapport au travail n'est plus le même qu'il y a 30 ans (21% des collaborateurs estiment leur travail "très important" en 2023 contre 60% en 1990 selon l'Ifop) et où l'offre est plus élevée que la demande sur bon nombre de secteurs : la pénurie de candidats se fait sentir dans toutes les régions de France.

Certains secteurs d'activité sont particulièrement en tension : ceux de la santé, du BTP, des transports, de la logistique et de l'hôtellerie/restauration. **Par rapport au 4<sup>e</sup> trimestre 2019 - avant la crise sanitaire - le nombre d'emplois vacants a augmenté de 73 %.** Il a progressé de **89 % dans l'industrie, 79 % dans le secteur du service, 75 % dans la construction et 67 % dans le tertiaire marchand.**

Selon les données de la Dares, 28k postes étaient à pourvoir au sein du secteur de la construction au 1<sup>er</sup> trimestre 2023, 28k pour le secteur des transports et de l'entreposage, 26k dans celui de l'hébergement et de la restauration et 62k dans celui de la santé humaine et l'action sociale.

Ainsi, **61 % des recrutements en 2022 sont jugés difficiles** par les entreprises (baromètre Digital & RH, Sopra RH x Usine Digitale). Ces difficultés sont élevées, quelle que soit la taille de l'établissement qui recrute.

En 2023, force est de constater que **les attentes et le niveau d'exigence des candidats ont évolué et rendent le recrutement plus complexe.**

leboncoin vous livre donc ses secrets pour transformer votre approche du recrutement et attirer vers votre entreprise les bons candidats.

**Alors, prêt à relever le défi des 8 secondes ?**

# Partie 1

## DES CANDIDATS EN POSITION DE FORCE À SÉDUIRE



# Une nouvelle génération de candidats

**En France, 1 candidat sur 5 appartient à la Gen Z, cette génération née après 1995, tandis que 1 candidat sur 4 est un Millennial, soit un jeune aujourd'hui âgé entre 25 et 35 ans.**

(Étude Envidya x leboncoin - Parcours candidat Novembre 2022).

En 2025, la génération Z devrait représenter 27 % de la force de travail au sein des pays membres de l'OCDE, selon le World Economic Forum.

Ces jeunes candidats attendent des entreprises qu'elles s'adaptent à leurs pratiques digitales de consommation. Il faut désormais réussir à maintenir l'attention d'une personne en recherche d'emploi en 8 secondes (Microsoft Attention Spans Research Report).

**82 % des 18-25 ans ont déjà renoncé à postuler à une offre d'emploi, alors même que cette dernière les intéressait.**

Pourquoi ? **La difficulté à déposer leur candidature et le manque d'optimisation des sites carrière de certaines entreprises** arrivent en tête des raisons citées par les jeunes qui abandonnent leur candidature.

**L'expérience candidat** joue ainsi un rôle clé dans la capacité des entreprises à séduire puis à recruter de nouveaux profils.

D'autant plus qu'attirer des candidats, en grande majorité passifs (qui ne sont pas en recherche active d'un nouveau poste), ne représente pas une mince affaire. En effet, **seulement 19% des Français en recherche d'emploi sont en recherche active**, 57% surveillent les annonces "au cas où" et 23% consultent les offres juste par simple curiosité (étude Envidya x leboncoin, 2022). Par ailleurs, 69% des candidats sont déjà en poste, ce qui accentue la difficulté à les attirer.

# Des critères de recherche accentués par la crise

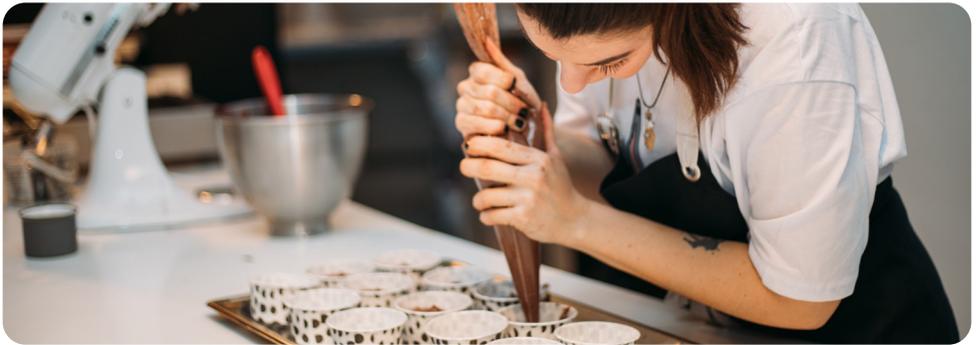
**Dans un contexte socio-économique incertain, le CDI reste le contrat le plus recherché par les candidats à 74%.**

(Étude Envidya x leboncoin - Parcours candidat Novembre 2022).

Mais ce n'est pas pour autant que la flexibilité ne compte pas à leurs yeux. Les talents ne sont plus prêts à tolérer les conditions de travail qu'ils acceptaient auparavant. Ce qui pourrait expliquer pourquoi davantage de salariés ont changé d'entreprise en 2022 qu'avant la crise sanitaire (Dares).

Ce phénomène touche **l'ensemble des secteurs d'activité et toutes les régions**. Il correspond surtout à des départs vers d'autres entreprises privées, le plus souvent dans un secteur différent.

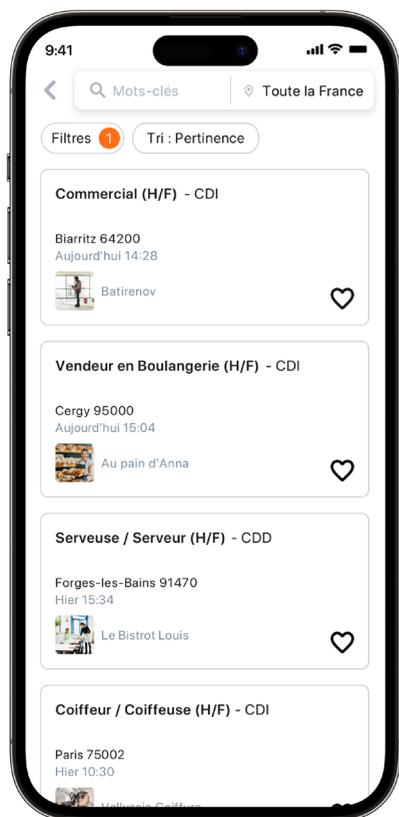
Et si cette mobilité accrue concerne toutes les catégories de salariés, elle est plus marquée pour les plus jeunes et pour les salariés initialement en CDI.



**La recherche d'une meilleure rémunération, un équilibre entre vie professionnelle et personnelle et la culture d'entreprise** font partie des critères de recherche clés chez les salariés. Aujourd'hui, **60% des salariés seraient prêts à quitter leur entreprise pour un poste leur permettant une meilleure conciliation des temps de vie** (étude Kantar pour la Maison Bleue, 2022).

# Des critères de recherche accentués par la crise

Selon l'étude Envidya x leboncoin 2022, les critères de recherche des candidats sont les suivants :



Pour 61% des chercheurs d'emploi, **la rémunération** a pris plus d'importance parmi leurs critères de recherche suite aux multiples crises économiques et sociales (Covid-19, situation géopolitique, inflation...). **1 candidat sur 3 la considère même comme le critère principal.**

Le second critère ayant pris le plus d'importance suite à la crise est le fait de **travailler près de chez soi** (à 52%). En effet, 43% des candidats recherchent un emploi à moins de 20min de chez eux. Cet intérêt est encore plus prononcé parmi les candidats utilisant leboncoin : **49% des candidats leboncoin recherchent un emploi à moins de 20 minutes de chez eux.**

## Des attentes plus élevées au long de leur parcours

Les candidats souhaitent désormais que l'entreprise s'adapte à leurs attentes et leurs besoins. Même si ces derniers sont autonomes dans leurs recherches, **près de 2 candidats sur 10 ne se sentent pas à l'aise avec l'exercice du CV et 10% expriment avoir besoin d'aide.**

(Étude Envidya x leboncoin, 2022).

Au fur et à mesure que les candidats franchissent les étapes lors du processus de candidature, ils perdent en confiance. **Cette même étude démontre que 74% d'entre eux souhaitent suivre leur candidature, mais 61% déclarent ne recevoir des retours de la part des recruteurs que de temps en temps, rarement, jamais ou presque jamais.**

Une volonté de suivi et d'accompagnement de la part de l'entreprise qui vont de pair avec un besoin de **contact humain et de proximité.**

- Près d'1/4 des candidats cherchent à contacter directement l'entreprise pour proposer leur candidature.
- Une fois leur candidature envoyée, près de la moitié cherchent à entrer en contact avec elle.

**Par exemple, nous observons sur leboncoin qu'afficher le numéro de téléphone dans une annonce permet de multiplier par 2 les candidatures sur les offres BTP/Construction.**

Une attente de proximité claire mais à laquelle les organisations ne sont pas encore, dans leur grande majorité, adaptées à ce jour.



# Des attentes plus élevées au long de leur parcours

## QUE RETENIR ?

“Pour séduire les candidats, vous devez vous rendre visible là où ils se trouvent. En diffusant vos offres sur des supports variés et en valorisant vos messages via des campagnes diversifiées, vous multipliez les portes d’entrée vers votre entreprise. Pour être en mesure de se projeter dans une entreprise, les candidats ont également besoin de transparence. Vous devez donc mettre en valeur tous les éléments qui leur permettront de se projeter : le salaire, les valeurs de l’entreprise et les perspectives d’évolution de carrière.

De plus, les candidats ont besoin de se sentir considérés et impliqués dès l’intention de candidature (en lisant votre offre d’emploi ou en tombant sur une annonce publicitaire). Qu’ils soient cadres supérieurs ou employés, montrer de l’importance à tous les candidats devrait être la base dans chaque processus de recrutement. Et cela, peu importe la catégorie socioprofessionnelle.



**Pauline Roche** - Directrice Jobs & Travel France leboncoin

Pour résumer, les candidats leboncoin - et tous ceux du marché - ont besoin de transparence et de proximité pour être capables de se projeter au sein de l’entreprise.”

Séduire les talents demande donc d’évoluer dans ses méthodes de recrutement. Mais quelles sont les bonnes pratiques à suivre ? Comment le recruteur peut-il être visible et susciter l’intérêt de sa cible ? Quelles sont les informations clés à indiquer dans une offre d’emploi ? À quoi doit ressembler le parcours candidat ?

A woman with long dark hair and glasses, wearing a bright yellow sweater, is sitting and smiling while looking at a blue smartphone. She is positioned in front of a window with blue blinds. In the foreground, there is a small green plant in a white pot on a white surface.

## Partie 2

# **UNE NÉCESSAIRE ADAPTATION DES MÉTHODES DE RECRUTEMENT**

## Où ? Diffuser aux bons endroits

Alors, où le recruteur doit-il diffuser ses offres d'emploi pour être visible et capter l'attention des candidats actifs et passifs ? Quels sont les canaux de diffusion à plébisciter ?

**Le jobboard, cet incontournable : il reste le 1er canal de recherche d'emploi pour 97% des candidats. Il est suivi par les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram ...) qui représentent 46% des recherches, ainsi que les sites carrières à 25%.**

(Étude Envidya x leboncoin).

De plus, selon l'étude AppCast 2023, 69% des clics sur les offres d'emploi se font sur mobile, ce qui équivaut à 66% des candidatures (+2 pt vs 2020).

Diffuser vos offres d'emploi sur des jobboards qui vous ressemblent et qui promeuvent une certaine proximité vous permettra de cibler des candidats en adéquation avec vos valeurs, dont on sait qu'ils ont plus que jamais besoin de réassurance.

L'entreprise peut investir les jobboards à la fois via la diffusion d'offres d'emploi, mais aussi en créant une page employeur (page hébergée sur les jobboards) afin de faire rayonner sa culture d'entreprise.

Toutefois, multiplier les supports d'exposition pour diffuser les bons messages est indispensable. Les recruteurs doivent prendre en considération d'autres canaux de communication pour cibler les candidats, tels que les réseaux sociaux en se créant un compte professionnel ou en utilisant la publicité ciblée, ou encore les sites visités par de nombreux utilisateurs pour communiquer leurs messages de marque employeur via la publicité.

C'est la complémentarité des supports de communication qui permet, par effet de répétition, de travailler sa notoriété et sa visibilité, permettant d'attirer à soi les bons candidats.

**8 expositions à une marque employeur de façon positive permettent de maximiser les chances de candidatures.**

## Où ? Diffuser aux bons endroits

Une marque employeur forte, attractive, améliorerait de **50 %** le nombre de candidatures très qualifiées (étude Link Humans) reçues par l'entreprise.

Ce qui représente un avantage clé puisque recruter des candidats en adéquation avec votre culture d'entreprise améliore les chances qu'il s'intègre facilement et influe sur sa capacité à se projeter à moyen et long terme chez vous.

Pour résumer, multiplier sa présence sur différents canaux de communication est désormais une priorité pour séduire les candidats.



Comprendre les candidats, connaître leurs habitudes, identifier leurs leviers de motivation et leurs principales attentes est indispensable pour être en mesure de les cibler correctement. Vous ne pourrez personnaliser vos offres d'emploi et vos stratégies de recrutement qu'à cette condition.

Ensuite, vous serez alors en mesure d'adapter vos messages et vos approches en fonction des besoins et des attentes spécifiques de chaque candidat.

De son côté, en se sentant considéré et reconnu en tant qu'individu, il développera une image attrayante et positive de votre entreprise.

**1 candidat sur 2 postule à une offre uniquement s'il a une bonne image de l'entreprise.**

Pour maximiser vos chances, il est donc judicieux de communiquer sur différents supports de communication digitaux. Faire l'impasse sur la diffusion multicanale limiterait fortement votre visibilité et votre capacité à susciter l'intérêt des candidats.

C'est pourquoi 64% des recruteurs utilisent le digital pour la communication RH, selon le baromètre Sopra x Usine Digitale.

# Quand ? Diffuser aux bons moments

Une fois que vous savez quels sont les bons endroits pour publier vos offres, il est judicieux de se demander quels sont les meilleurs moments pour le faire.

Pour le déterminer, il est capital d'avoir une connaissance fine des habitudes et des pratiques des candidats que vous ciblez. Et notamment de savoir comment maintenir l'intérêt des candidats qui ne postulent pas tout de suite.

Heureusement, vous pouvez vous appuyer sur les technologies et les leviers de communication digitaux.

Lorsqu'il s'agit de diffusion sur les jobboards, de nombreuses fonctionnalités sont à la disposition des recruteurs. Par exemple, des options de visibilité intelligentes permettant de booster votre annonce à un moment propice.

Ces plateformes proposent certains leviers CRM pertinents pour solliciter les candidats qui ont manifesté leur intérêt pour un de vos postes à pourvoir.

**On sait aujourd'hui que 4 candidats sur 10 postulent plus tard aux offres qui les intéressent.**

(Étude Envidya x leboncoin).

Deux solutions différentes peuvent être mises en œuvre :

## Solution n°1

La première consiste à être en mesure de proposer des solutions clés en main aux talents, afin qu'ils puissent candidater directement et rapidement. En effet, lorsqu'un candidat est intéressé par une annonce de recrutement, il se heurte à plusieurs difficultés pour y postuler, notamment depuis son smartphone. Ces obstacles peuvent prendre différentes formes, par exemple l'obligation de fournir une lettre de motivation, mais aussi celle de répéter les mêmes informations à plusieurs reprises.

Pourtant, un recruteur ne dispose que de 8 secondes pour retenir l'attention d'un candidat. **Proposer un processus de candidature rapide, fluide et intuitif** est donc indispensable pour éviter qu'il n'abandonne sa candidature en cours de route.

# Quand ? Diffuser aux bons moments

## Solution n°2

Une deuxième solution s'offre au recruteur : choisir de revenir vers la personne en temps voulu. La publicité display répond à cet objectif par effet de rappel / répétition. En effet, en envoyant des messages publicitaires à des internautes ayant déjà été en contact avec une précédente annonce, l'entreprise (re)suscite l'attention des candidats potentiels et développe sa notoriété. De plus, la publicité display garantit un ciblage très précis.

Enfin, connaître les habitudes des candidats permet d'anticiper la saisonnalité de certains métiers, fortement marquée. Par exemple, leboncoin enregistre un pic de recherches du mot-clé "saisonnier" en mai et en juin, il fait même partie du Top 10 des termes les plus recherchés sur la catégorie emploi.

"Généralement, les candidats saisonniers anticipent peu leur recherche d'emploi sur leboncoin. Les experts du boncoin peuvent aider les recruteurs à identifier les meilleures périodes pour diffuser leurs offres. Et ainsi, diffuser les bonnes informations, au moment le plus propice."

**Pauline Roche** - Directrice Jobs & Travel France leboncoin



# Quoi ? Diffuser les bonnes informations

Des informations clés sont impératives dans la description de poste pour retenir l'attention des candidats : éléments de réassurance, valorisation des avantages salariés, localisation et conditions de travail...

En effet, les critères de rémunération et la qualité des conditions de travail ont pris de l'importance, et ce, particulièrement depuis la pandémie et la hausse du coût de la vie.

**Selon le baromètre CCLD et myRHline 2023, 87% des candidats déclarent même qu'une offre d'emploi doit préciser la rémunération pour être attractive. Le salaire demeure donc toujours un véritable levier de différenciation.**

leboncoin le confirme, afficher le salaire dans le listing permet à ses recruteurs - annonceurs **d'augmenter de 24% les confirmations de candidature** par rapport à celles qui n'affichent pas le salaire. **Ne pas préciser le salaire revient donc à manquer près d'1/4 des candidatures potentielles.**

Mais ce n'est pas tout : la transparence présente également un grand avantage en termes de réduction des frais. Une étude d'AppCast aux États-Unis démontre qu'être transparent sur les salaires dans le titre de l'offre d'emploi permet de réduire son coût par clic à \$1.49 contre \$2.30 pour ceux qui ne le sont pas.

Sursollicités, les candidats prêtent certes un regard attentif aux rémunérations affichées sur les offres d'emploi au premier abord, mais sans pour autant s'engager tête baissée si la qualité des conditions de travail est insuffisante.

**Selon une enquête Robert Half menée en mars 2023, la recherche d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et personnelle représente la 2ème raison poussant les salariés à vouloir changer d'entreprise, derrière la hausse de leur rémunération.**

# Quoi ? Diffuser les bonnes informations

Le manque de flexibilité figure de son côté parmi les 7 critères les plus cités pour motiver un départ. Concernant les critères qui comptent lors du choix d'un emploi, l'intérêt des missions arrive en 2<sup>nd</sup>e position et le rythme de travail en 4<sup>ème</sup> position (étude Etude Envidya x leboncoin).

## **Mettre en valeur les conditions de travail que vous offrez représente donc un levier clé pour attirer puis convaincre les candidats de postuler auprès de vous.**

D'autant plus en sachant que les employeurs qui signalent que leurs salariés sont exposés à des conditions de travail difficiles sont plus nombreux (85 %) à peiner à recruter. La proximité entre le lieu de vie et le lieu de travail a aussi pris de l'importance aux yeux des candidats. Les entreprises peuvent marquer des points, par exemple, en leur proposant des fonctionnalités facilitant leur capacité à se projeter, comme un calculateur du temps de trajet du domicile au futur lieu de travail.

En amont, il est essentiel d'évaluer le type de profil recherché afin de préparer le descriptif de l'offre d'emploi :

Quel est le niveau de qualification requis ? Le candidat doit-il être expérimenté ou non ?

Quel est le ton à adopter pour susciter et maintenir son intérêt ?

Quelles sont les compétences - techniques ou comportementales - que je recherche absolument ?

“Si tous les candidats vont considérer le salaire comme un critère majeur, un employé dans le secteur de l'intérim va être plus attentif au rythme de travail, aux horaires ainsi qu'aux compétences requises. Ce qui ne sera pas le cas d'un employé avec un contrat permanent dans le tertiaire. Par exemple, un employé de bureau sera en général plus sensible à l'intérêt des missions et à la culture d'entreprise.”

**Pauline Roche** - Directrice Jobs & Travel France leboncoin



Encore une fois, bien connaître les candidats que l'on recherche apparaît nécessaire pour mettre en valeur des arguments qui seront impactants auprès de votre cible. Le recruteur peut également s'appuyer sur l'utilisation de l'intelligence artificielle pour rédiger une offre d'emploi en l'enrichissant d'informations clés et pertinentes. L'IA ChatGPT, créée par OpenAI, permet de générer du texte en suivant des instructions précises. En lui donnant un maximum d'informations sur votre contexte, elle peut être en mesure de rédiger une description détaillée et attractive.

## Qui ? Diffuser aux bonnes cibles



Parce que le bon candidat n'a pas toujours le "profil type" attendu, **une offre sera plus efficace si elle définit précisément la mission**, tout en élargissant les profils ciblés.

Le recruteur doit être en mesure de prendre du recul et d'élargir ses horizons. Si votre profil idéal ne se présente pas, quels sont les autres profils qui pourraient également convenir au poste ?

Toutes les compétences techniques exigées sont-elles vraiment indispensables ? Ou bien, le candidat doté d'une sincère motivation et d'un intérêt réel ne pourrait-il pas être formé par l'entreprise ? Quelles sont les compétences essentielles (savoir-faire, savoir-être...) à cette mission ? Quelles sont les compétences secondaires ?

L'expérience requise est-elle vraiment nécessaire à la performance du futur salarié ?

**Les candidats peuvent s'autocensurer s'ils ne disposent pas des hard skills demandées ou de l'expérience nécessaire. Tandis que les recruteurs, eux, ont davantage tendance à noter un manque de soft skills de la part des candidats.**

# Comment ? Proposer un parcours adapté aux usages de l'époque

Les candidats attendent désormais **un parcours aussi fluide et intuitif que celui qui leur est proposé au quotidien sur leur smartphone** par les réseaux sociaux, sites de e-commerce, plateformes VOD, de restauration, livraison...

Au global, ils sont nombreux à utiliser leur mobile pour consulter les offres d'emploi mais aussi pour y postuler. Ceci dit, il existe des différences notables selon leur catégorie socioprofessionnelle.

Les employés de bureau postulent moins via le mobile que les autres. Les fonctions marketing sont notamment celles qui postulent le moins via mobile : seulement 33% des candidatures sur ce secteur se font via mobile selon l'étude Appcast.

À l'inverse, les candidats dont le poste implique un travail debout ou un déplacement ont tendance à bien plus utiliser le mobile dans leur parcours : **88% des candidatures en intérim se font via mobile**. D'où l'intérêt de proposer un parcours de candidature simplifié au maximum, notamment pour les **postes pénuriques**.

Les canaux de contacts à privilégier sont multiples. **Une présence en ligne diversifiée et multicanale permettra d'accroître votre visibilité et de susciter l'attention des candidats**. L'entreprise a tout intérêt à investir les jobboards qui sont utilisés par **97% des répondants lors de leurs recherches**, les réseaux sociaux tels que LinkedIn et Facebook ainsi que les sites carrières. (Étude Etude Envidya x leboncoin - Parcours candidat Novembre 2022).

**28 millions de Français se connectent tous les mois sur leboncoin et 75% d'entre eux consultent la plateforme sur leur mobile.**

(Médiamétrie 2023).

"Une offre avec les bonnes informations, alléchante mais conforme à la réalité, un processus de candidature simple et efficace, un contact aisé et fluide ainsi qu'un suivi de candidature transparent !"

**Pauline Roche** - Directrice Jobs & Travel France leboncoin



leboncoin, fort de sa simplicité d'utilisation répond parfaitement à ce souhait des Français de pouvoir postuler rapidement et facilement. Il est d'ailleurs aujourd'hui devenu le 3ème canal le plus utilisé en France pour chercher un travail.

**leboncoin**  
Emploi

**MY [RH] LINE**  
LE PARTI DES RH EN FRANCE

# Conclusion

Aujourd'hui, les candidats sont moins confiants quant à leur avenir professionnel et ont besoin de **réassurance**.

Dans ce contexte incertain, créer de la proximité avec les candidats - de la description d'annonce à la stratégie de marque employeur en passant par l'accompagnement - est plus que jamais clé pour **renouer le lien entre recruteurs et candidats**.

Le virage du digital est certes vertueux, mais il amène parfois un sentiment de déshumanisation qui dessert l'image des entreprises qui recrutent : peu d'informations sur la culture d'entreprise, processus de recrutement flou, peu de retours sur les candidatures, peu de moyens de contacts proposés. **La proximité et l'humain** doivent être remis au cœur du recrutement.

Retranscrire cette proximité avec une description professionnelle comportant les informations principales sur le poste, les conditions de travail et la culture d'entreprise fera la différence.

Mais pour éviter de les perdre en cours de route, le parcours candidat doit s'adapter à leurs pratiques quotidiennes. Se rendre visible sur **différents supports** est ainsi plus que nécessaire pour les recruteurs, avec une concurrence accrue, puisque l'offre dépasse la demande et que les candidats se font de plus en plus discrets.

Il est essentiel de se rendre visible et d'imprégner sa marque employeur auprès des candidats à travers des **supports multiples**, allant des jobboards, à la petite annonce, en passant par la publicité et la page employeur.

Être présent sur les réseaux sociaux plébiscités par les candidats permet en effet à l'entreprise de multiplier sa visibilité et son nombre de candidatures. D'autant plus en sachant que 1 jeune sur 3 utilise les réseaux sociaux pour trouver un stage ou une alternance.

La visibilité est une priorité pour les recruteurs qui ne peuvent pas uniquement s'appuyer sur les jobboards.

**L'entreprise ne peut plus attendre que les candidats viennent à elle. Pour rappel, seuls 19% des candidats sont actifs.** Élargir son audience est ainsi plus que vital pour maintenir un vivier de candidats, qui peuvent potentiellement se trouver sur les plateformes généralistes qui rassemblent la majorité des Français, soit une force de frappe énorme.

L'attention des internautes et des candidats est en berne, chaque seconde compte. Saisissez l'opportunité de vous démarquer, de captiver l'attention et de séduire les talents qui feront la différence pour votre entreprise. Les 8 secondes sont désormais à vous !

# Pour en savoir plus sur leboncoin

Avec un Français sur deux qui s'y rend chaque mois, leboncoin est le site français le plus visité (Médiamétrie NetRatings 2023). Véritable espace d'échange, des millions de personnes y trouvent tout ce qui peut accompagner leur quotidien, pour vendre ou acheter de quoi s'équiper, se loger, se déplacer mais aussi pour trouver le travail qui leur va ou partir en vacances.

## Les chiffres clés de la catégorie emploi du boncoin :

- **2 actifs sur 3** visitent leboncoin chaque mois<sup>\*</sup>.
- **2,3 M de vues** sur la catégorie emploi leboncoin<sup>\*\*</sup>.
- **70% de l'audience** ne recherche un emploi que sur leboncoin<sup>\*\*\*</sup>.
- **800 000 Français** trouvent un travail grâce au boncoin chaque année<sup>\*\*\*\*</sup>.
- **+100 000 entreprises** ont déjà recruté via leboncoin<sup>\*\*\*\*\*</sup>.

leboncoin fait partie du groupe Adevinta, groupe européen spécialisé dans les sites de petites annonces opérant dans 11 pays à travers 25 marques. Le portefeuille d'Adevinta s'étend sur plus de 25 marques numériques, couvrant un milliard de personnes et attirant environ trois milliards de visites mensuelles.

\* Couverture internet global Médiamétrie avril 2022.

\*\* Médiamétrie - Visiteurs uniques sur la catégorie emploi en Septembre 2020, 2021 et 2022.

\*\*\* Médiamétrie NetRatings - Août 2022.

\*\*\*\* Archipel&Co Étude d'évaluation de la contribution économique et sociétale du boncoin - 2019.

\*\*\*\*\* Source interne leboncoin.

Pour en savoir plus ou pour contacter nos équipes commerciales  
rendez-vous sur [leboncoinsolutionspro.fr](https://leboncoinsolutionspro.fr)



**Pour faire des études un levier puissant** de renforcement ou de transformation de la marque nous **avons créé Envidya, un institut d'études indépendant** qui accompagne les marques et les organisations dans la conception, la réalisation et la transformation de leurs études en stratégie ou en projets concrets.



Envidya propose une **autre façon de travailler** permettant d'aller plus vite, plus loin. Son réseau est composé d'experts de haut niveau dans différents domaines qui partagent tous cet état d'esprit professionnel.

## Notre raison d'être

**Créer des études**

**Qui donnent l'impulsion**

**Pour passer à l'action**

Lydia

OUMAKHLouF

Fondatrice

Envidya



### Contact :

lydia.oumakhlouf@envidya.com

www.envidya.com

06 18 30 31 53

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [envidya.com](https://www.envidya.com)



# Merci !



Pour en savoir plus ou pour contacter nos équipes commerciales  
rendez-vous sur [leboncoinsolutionspro.fr](https://leboncoinsolutionspro.fr)



**leboncoin**  
Emploi

MY [RH] LINE  
LE MEILLEUR DES RECRUTEMENTS NUMÉRIQUES