



Embaucher les nouvelles générations

A chaque génération ses aspirations professionnelles et personnelles. Si les générations X et Y sont déjà sur le marché du travail depuis un certain temps, la génération Z arrive tout juste. En tant que recruteur il est important de comprendre cette génération et de s'adapter pour attirer de futurs talents.

Petit tour d'horizon de la génération Z :

Née après 1995, cette génération a grandi avec internet, aspirant à voyager elle souhaite se reconnaître dans une communauté. S'il serait erroné de faire d'une généralité le comportement de tous les individus de cette génération, il n'en reste pas moins important de comprendre leurs aspirations, leurs envies, leurs préoccupations afin d'adapter le processus d'embauche.

A la recherche de plaisir, d'équilibre, de sens et d'autonomie dans leur activité professionnelle, ils pourront réfléchir à 2 fois avant d'accepter un CDI et accorderont une importance toute particulière à la popularité et aux valeurs de l'entreprise.

En quelques chiffres :

- 28,8%, recherchent une bonne ambiance au sein de l'entreprise qu'ils intègrent.
- 28,4% souhaitent pouvoir évoluer rapidement au sein de l'entreprise.
- 16,2% souhaitent développer de nouvelles compétences.
- 12,3% sont intéressés pour une mobilité à l'internationale.
- 11,7% sont motivés par le salaire.

* Chiffre issu de l'étude Flexjob.

On l'aura compris, cette génération n'aspire plus à la même chose que ses prédécesseurs, la vision de l'entreprise n'est également plus la même. Où l'entreprise était le lieu auquel on consacrait sa carrière entière, elle est devenue un lieu de transition.

Aujourd'hui l'intérêt est à la gestion de projet et lorsque les missions baissent, cette nouvelle génération n'hésitera pas à changer de structure à la recherche de missions plus stimulantes et épanouissantes.

Les to-do :

Maintenant que les aspirations de cette nouvelle génération sont définies, il est temps de passer au recrutement. Le moyen de recruter et de les intégrer ne change pas du tout au tout lorsque vous vous adressez à cette génération. Il existe cependant quelques subtilités :

- **Choisir le bon canal de diffusion de vos offres.** Afin de toucher le maximum de candidats il vous faut trouver les bons canaux de diffusion pour vos propositions d'offre :
 - **Indeed** : très apprécié par les étudiants, c'est aujourd'hui un des sites les plus importants et les plus visités. Sa possibilité de s'abonner à des mots-clés permet aux étudiants de recevoir des notifications à chaque fois qu'une offre de stage ou d'alternance est publiée. **Gratuit**



- **LinkedIn** : réseau social tourné vers le monde professionnel, il est de plus en plus utilisé par les étudiants. Nombreux sont ceux qui consultent les offres disponibles, certains choisissent de diffuser leur propre annonce pour attirer les recruteurs. Via se canal de diffusion vous pourriez même faire de la prospection de candidats. **Gratuit**
- **Job Teaser** : site de recrutement utilisé par de très nombreuses école et universités. Vous pouvez y diffuser vos offres largement ou en exclusivité, en sélectionnant les écoles. La plateforme propose des webinars, des focus sur les métiers en vidéo ou parfois en direct sur leur chaine YouTube. Si vous recherchez des profils de bac+3 et au-delà, vous pouvez tenter l'expérience. **Payant**
- **Walt Community** : dédié à l'alternance, celui-ci regorge de vidéos, de conseils pour les étudiants et les recruteurs et de formations gratuites. Vous avez la possibilité d'y diffuser vos offres. Grâce à ce site vous pouvez cibler des étudiants qui recherchent spécifiquement un contrat en alternance. **Gratuit**
- **Accueillir vos stagiaires et alternants.** Tout comme vos employés, bien accueillir vos stagiaires et alternants est important. Le jour de leur arrivée, organisez un tour de votre structure et présentez le/la à vos collaborateurs. Accompagnez-le afin de l'intégrer à l'équipe. Comme abordé précédemment, beaucoup considèrent la bonne ambiance dans l'entreprise comme levier de motivation.
- **Si possible, ajoutez de la flexibilité dans l'organisation du temps de travail.** Depuis la pandémie, le télétravail s'est imposé en « force » dans une grande partie des structures. Jusqu'alors réservé aux salariés, il s'est étendu aux stagiaires. Proposer quelques jours de télétravail par mois peu montrer que vous faite confiance à la personne et acceptez de lui laisser de l'autonomie. La nuance avec un salarié est que le stagiaire ou alternant doit être tutoré : le tuteur doit donc être joignable et nous lui conseillons de garder le contact avec lui grâce à une messagerie instantanée ou à un appel téléphonique dans la journée. Préférez également le télétravail pour vos stagiaires et alternants à partir du moment où ils connaissent la structure et sont à l'aise avec leurs missions.

La liste n'est pas exhaustive et il existe de très nombreux sites, outils pour vous aider à recruter la nouvelle génération. Le maitre mot est l'adaptation : n'ayez pas peur d'être bousculé dans vos pratiques. L'adaptation va dans les deux sens : soyez-en l'initiateur !