



Attirer les talents grâce aux sites de notation

La pénurie de main-d'œuvre et l'évolution du rapport au travail placent les candidats à l'embauche dans une position privilégiée. Les sites d'évaluation tels que **Glassdoor** ou **Kununu** représentent un moyen efficace pour les employeurs de gagner en visibilité et de se distinguer de leurs concurrents. **Carole Berset**



Le 31 mai 2022, Rolex, Patek Philippe et Lindt & Sprüngli se voyaient décerner les titres d'employeurs les plus attractifs de Suisse lors de la neuvième remise du Randstad Award. Outre les critères de salaire ou de sécurité de l'emploi, la réputation de l'entreprise a gagné en importance, selon l'étude de l'agence internationale de placement.

La moitié des candidats à l'embauche refuserait aujourd'hui de travailler pour une entreprise qui n'a pas bonne réputation, même en obtenant un meilleur salaire. Très bien référencés, les sites de notation constituent une importante source d'informations concernant la culture de l'entreprise et le style de management pour les candidats, dont les entreprises peuvent aussi tirer parti.



Les plateformes

Kununu et Glassdoor – disponibles respectivement depuis 2007 et 2015 en Suisse – permettent aux employés et aux candidats à l'embauche d'évaluer les dirigeants,

les salaires, les entretiens et l'ambiance de travail au travers de notes et de commentaires publiés anonymement.

En retour, les entreprises peuvent alimenter leur page avec des images et des informations, répondre aux commentaires et accéder à des études comparatives afin de se situer sur le marché. A l'instar de la méfiance qu'a suscitée Tripadvisor auprès des restaurateurs au début, certains employeurs hésitent

toutefois encore à revendiquer les droits de gestion de leur compte, souvent par manque de ressources ou par peur des commentaires négatifs.

«Ignorer ces plateformes revient à ne pas contrôler l'image de son entreprise, explique Fanny Comba, spécialiste en marque employeur et fondatrice de Comba Consulting à Romont (FR). Le rôle des ressources humaines tend aujourd'hui à s'inscrire toujours plus dans une stratégie globale d'entreprise, marquée par la digitalisation. La consultation des sites de notation intervient par ailleurs après qu'une offre a suscité un premier intérêt chez le candidat, au moment où celui-ci souhaite s'informer plus en profondeur sur l'entreprise. Soigner sa marque employeur – ainsi que sa ré-



Magazine

PME Magazine
1002 Lausanne
058 269 28 40
<https://www.pme.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 14'062
Erscheinungsweise: monatlich



Seite: 60
Fläche: 39'274 mm²



Auftrag: 1093187
Themen-Nr.: 666.014

Referenz: 87930927
Ausschnitt Seite: 2/2

putation en ligne – est devenu essentiel afin d'attirer les meilleurs talents, d'autant plus en cette période de pénurie.»



L'exemple

Classée dans le top 5 des agences numériques de Suisse selon *ICTJournal*, l'entreprise Liip est présente de façon active sur ces plateformes depuis plus de dix ans. Elle a obtenu les notes de 4,8/5 sur Glassdoor et de 4,7/5 sur Kununu.

«Nous actualisons régulièrement nos données et effectuons une veille pour répondre aux commentaires. Il s'agit d'être le plus transparent possible et de favoriser une culture du feedback. Accepter les retours négatifs et les envisager comme des opportunités de s'améliorer participe à cet état d'esprit», explique Nadja Perroulaz, cofondatrice et responsable du personnel au sein de la PME fribourgeoise de 230 employés.

Assistante de recherche à l'Institut de la communication de la Haute Ecole ARC, Valentine Delacrausaz abonde dans son sens: «Un compte inactif peut donner l'impression que l'employeur ne se soucie pas du bien-être de ses collaborateurs et ne souhaite pas se remettre en question.» La spécialiste encourage par ailleurs les entreprises à croiser les données recueillies sur ces sites avec des évaluations internes: «Les retours

d'expérience ne constituent pas toujours des vérités absolues. Mais ils soulèvent parfois des points d'amélioration que les employés n'osent pas aborder de manière aussi directe.»

De plus en plus de candidats feraient référence à ces sites lors du recrutement. «Pour des postes dans le digital, cela représente environ 30% des candidats», estime Nadja Perroulaz. La visibilité garantie par l'excellent référencement de ces plateformes peut se révéler très intéressante pour les PME, dont les ressources sont souvent limitées. «Google valorise plus les contenus générés par les utilisateurs (comme les évaluations et commentaires) que ceux des sites des entreprises», explique la consultante Fanny Comba. Pour la chercheuse Valentine Delacrausaz, «c'est une manière de se faire connaître gratuitement auprès de candidats qui effectuent des recherches par mots-clés sur Google afin de trouver un nouvel emploi».



30%

Recrutement dans le digital

Pour les postes dans le digital, environ 30% des candidats font référence à ces sites lors du recrutement, estime Nadja Perroulaz, de chez Liip.