

Souriez, vous êtes filmés!



STEEVES EMMENEGGER
FONDATEUR DE
EMMENEGGER COMPÉTENCES
CONSEILS

Glassdoor, le «TripAdvisor» de l'emploi est arrivé en Suisse cette année. Ce site conçu aux Etats-Unis en 2008 permet d'obtenir une présentation succincte des entreprises, les emplois qu'elles proposent, un avis ou une recommandation sur elles en tant qu'employeur, le niveau d'adhésion à leurs présidents-directeurs généraux, la qualité perçue d'un entretien d'embauche (ou sa difficulté), les salaires et les avantages sociaux qu'elles

offrent, etc. Toutes ces informations sont alimentées par des collaboratrices et collaborateurs qui travaillent déjà au sein de l'organisation ou par des gens qui ont été en contact avec elle. Glassdoor va donc mettre votre entreprise ou votre organisation en vitrine...

Al'heure de la pénurie de talents, cette nouvelle évolution n'est pas anodine. Bien sûr, ce type de site ouvre la porte à des dérives potentielles et permet à tout un chacun, sous le couvert de l'anonymat, de s'exprimer de manière vindicative ou subjective. Mais rappelons-nous que «tout ce qui est excessif est insignifiant», comme le relevait Talleyrand, et que selon le principe de *La sagesse des foules* de James Surowiecki, plus le

nombre de personnes qui s'exprime sur un sujet est élevé, plus l'information est de bonne qualité. En conséquence et dans quelque temps, nous pourrions considérer que les informations disponibles sur ce site seront globalement fiables.

L'entreprise et ses directions des ressources humaines ou de la communication vont devoir entrer dans une ère encore plus concrète s'agissant de la gestion de l'«employer branding» (la marque employeur). Différentes stratégies sont possibles, allant d'un rôle très proactif, visant à répondre systématiquement aux commentaires et à alimenter le site en informations, ou très passif, en partant du principe que si l'on fait un

travail de qualité en matière de gestion des ressources humaines, la perception de l'entreprise sera forcément positive.

D'un point de vue plus opérationnel, Glassdoor pourrait apporter un gain de temps potentiel aux recruteurs qui ne devraient rencontrer plus que des candidats vraiment intéressés qui postulent en connaissance de cause. Par ailleurs, les commentaires placés par les collaboratrices et collaborateurs de l'entreprise peuvent être un bon baromètre du climat social et les entreprises pourront en savoir plus sur leurs concurrentes qui chassent les mêmes talents qu'elles. Il sera cependant nécessaire de définir une politique claire en matière de publication de photos, le site incitant

les salariés à en publier pour illustrer des conditions de vie et de travail dans l'entreprise. Du côté des candidats, c'est une nouvelle source d'information non négligeable qu'ils auront à disposition et qu'ils ne vont pas hésiter à utiliser. Ceci leur permettra d'en savoir plus sur ce qu'ils peuvent raisonnablement attendre d'un poste et ils pourront enrichir les entretiens d'embauche avec des questions plus précises. En tout état de cause, ces nouveaux outils forceront les organisations à adopter une politique de transparence et à aligner leurs pratiques avec leurs messages: un réel atout pour les entreprises qui développent des politiques de gestion des ressources humaines éthiques et ambitieuses. ■