

Les 5 tendances qui vont disrupter les RH en 2024

Suite à l'événement "Disrupt HR 2023", Golden Bees lève le voile sur les tendances qui vont disrupter le paysage du recrutement pour inspirer les acteurs des ressources humaines et de la transformation des entreprises

Paris, le 30 novembre 2023 - [Golden Bees](#), accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, a organisé la 3ème édition de Disrupt HR en France, le plus grand talk RH pour imaginer le futur des Ressources Humaines, en partenariat avec [Figaro Classifieds](#), [WAT](#), [Le Lab RH](#) et [Skilz](#) à Paris. L'événement a réuni plus de 250 participants autour de 10 talks inspirants et d'une table ronde dédiés à la disruption RH.

Mais concrètement, où en est-on de l'innovation ? Quelles sont les tendances qui doivent réellement changer la donne en 2024 pour que la disruption soit enfin en marche ?

Pour Nolwenn Pigault, Experte Marketing Tech & Data chez Golden Bees : *" L'innovation est souhaitée mais tarde à se mettre en place dans l'écosystème RH : il semble essentiel de prioriser le travail des organisations sur des tendances qui font consensus mais qui n'évoluent pas suffisamment. Disrupt HR est une façon d'aider les entreprises et les recruteurs à se projeter sur une sortie de zone de confort, pour enfin regarder les choses sous un angle utile."*

#1 - De l'urgence de revoir la gestion de la gouvernance

Les professionnels RH sont aujourd'hui attendus comme des business partners au sein des équipes dirigeantes. Au-delà des mots et des attentes, ces derniers (déjà submergés par une mission "fourre-tout" et tiraillés entre les exigences de la direction générale et les attentes de plus en plus larges des salariés), doivent à présent faire des RH une entité clé pour le business. Mais comment opérer ce changement de posture ?

3 actions majeures pour répondre correctement aux attentes de la direction :

- La posture du RH : être capable de challenger des attentes inatteignables ou mal formulées
- La hiérarchisation des sujets à traiter pour traiter en profondeur les urgences
- Le partage de l'information et plus précisément des retours terrain

Garants de la réussite de l'entreprise à long terme, c'est ainsi que les RH pourront voir leur métier revalorisé, leur rôle repensé et leurs nouveaux enjeux définis.

#2 - Imposer le développement d'une approche ROIste en recrutement

Loin d'être incompatible avec les RH, l'analyse du Retour sur Investissement de chaque initiative menée est essentielle pour justifier de l'impact de la fonction. La data a deux rôles :

- l'optimisation des performances : quel paramètre peut-on retravailler pour obtenir de meilleurs résultats ? Les cibles, messages, leviers sont-ils pertinents par rapport aux objectifs fixés ?
- l'analyse de l'existant ou post-mortem : a-t-on été performant, peut-on être satisfait du projet ? On compare les indicateurs de performance aux objectifs fixés au début du projet. C'est la data qu'on peut partager avec ses homologues pour expliquer ce qui fait qu'une campagne a fonctionné ou non.

En 2024, le pouvoir de la Data devra être au cœur de toute stratégie RH. Non seulement pour savoir combien leur coûte et leur rapporte un recrutement mais surtout pour disposer d'indicateurs clairs pour ne plus piloter ou argumenter à vue et in fine, investir dans ce qui aura le plus de sens pour eux et leur entreprise.

#3 - L'implication des "Hiring Managers" dans le recrutement

Le recrutement n'est plus uniquement une affaire de RH. L'engagement des managers en recherche de nouvelles recrues est essentiel pour faire du recrutement un succès, et ce à toutes les étapes du processus :

- L'identification des besoins et du profil recherché pour rédiger l'offre d'emploi
- La formation aux techniques d'entretien
- Les allers-retours / débrief des équipes en charge du recrutement
- L'onboarding au sein de l'organisation

#4 - L'expérience candidat

L'expérience candidat tend à s'améliorer mais demeure peu personnalisée malgré une prise en compte progressive des attentes de visibilité sur le salaire, les conditions de travail, ou encore les valeurs de l'entreprise. Une expérience réussie passe par une sensibilisation pertinente à la marque employeur qui doit ensuite se retrouver dans l'offre d'emploi personnalisée par rapport aux profils ciblés. La vraie innovation serait de booster l'expérience candidat avec une offre précise et enrichie qui favorise en même temps les candidatures de qualité.

Persona ciblé, soft et hard skills, tutoiement ou vouvoiement, tonalité, émoji, ou toute spécificité liée au recruteur... La personnalisation joue un rôle essentiel dans le succès du recrutement à court, moyen et long terme. Il s'agit de rendre fluide chaque point de contact pour favoriser un engagement positif du candidat.

Autre point clé lié à la fois à l'alignement de la proposition qui est faite au candidat jusqu'au moment où il devient collaborateur, la tendance du sur-mesure se confirme et permet au recruteur de répondre à son besoin sur une offre métier spécifique tout en étant capable de l'adapter aux appétences et compétences spécifiques du collaborateur.

Pour aller plus loin, aujourd'hui, on peut faire du profiling de candidats cibles pour s'ouvrir à de nouveaux profils et donner des perspectives de candidature différentes et plus adaptées

aux attentes des candidats tout en activant une solution simple aux pénuries identifiées sur le marché de l'emploi.

#5 - L'intelligence artificielle

Nous ne pouvons pas parler des tendances qui vont disrupter les RH sans évoquer l'intelligence artificielle et les nombreuses possibilités qu'elle offre aux RH. L'IA en 2024 devra se positionner en allié des RH, notamment pour :

- la rédaction d'offres d'emploi
- la présélection de candidats
- disposer d'un ATS conversationnel
- la gestion de la mobilité interne

Finalement, il s'agira d'automatisation des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée pour permettre aux professionnels des RH de se focaliser sur l'humain et de gagner en efficacité. Loin de remplacer les RH, les outils basés sur l'IA complètent et renforcent leur expertise. L'adoption de l'IA demeure cependant assez restreinte chez les RH : seuls 5% des leaders RH l'utilisent au quotidien (étude Gartner), qui auront besoin de formation et d'en comprendre les bénéfices réels.

5 tendances essentielles que Golden Bees et les partenaires de Disrupt 2023 vont continuer de porter, en les rendant opérables pour leurs parties prenantes.

A propos de Golden Bees

Accélérateur des stratégies digitales et publicitaires RH depuis 2015, Golden Bees, filiale de Figaro Classifieds, œuvre à mettre les RH au cœur de la performance de l'entreprise.

Nous permettons aux recruteurs d'améliorer la performance de leur stratégie de communication marque employeur et de sourcing, grâce à notre expertise tech, data et média, quels que soient leurs partenaires actuels ou futurs.

Notre mission est simple et pourtant essentielle : favoriser la rencontre sur le marché de l'emploi en connectant notre data et connaissance du marché RH à la dimension publicitaire.

<https://www.goldenbees.fr/>

Sophie Artonne : sophie@sophieartonneconsulting.com - 07 81 33 29 83

Nathalie Merle : nmerle@nmc-communication.com - 06 14 19 96 29

A propos des partenaires

[Figaro Classifieds](#), filiale du Groupe Figaro, est un média et une market place spécialisé sur 3 marchés (Education, Emploi et Immobilier) qui génère 9 millions de visiteurs uniques sur l'ensemble de ses sites. La mission de Figaro Classifieds est de vous aider à faire le bon choix aux moments clefs de votre vie : réussir vos études et accéder à votre premier emploi, choisir le job qui vous ressemble et trouver le bien qui vous correspond. Nous souhaitons ainsi être la meilleure source d'opportunités pour construire votre futur !

Entreprise digitale de 300 collaborateurs, drivée par la data, Figaro Classifieds s'appuie sur des valeurs de Conquête, Proximité et Confiance à la fois pour nos clients, nos utilisateurs et nos collaborateurs.



[L'Agence WAT](#) fait partie du groupe We are together, 1er groupe indépendant de communication corporate et RH*, fédérant 3 marques : All Contents, WAT et The Social Republic, agence spécialisée en Social Media, et un collectif de plus de 220 talents. Convaincus que la communication a la capacité de mobiliser l'humain pour transformer les entreprises et la société, ils œuvrent au quotidien pour placer la confiance au cœur des dispositifs et ainsi faire de la communication un moteur de progrès et de changement positif. * *Elu Groupe de communication d'entreprise de l'année en 2021*

[Le Lab RH](#) est une association Loi 1901 née en 2015 du regroupement des acteurs innovants dans le domaine des Ressources Humaines dans le but de fédérer, dynamiser et promouvoir l'innovation RH en France.

Notre ambition : Inspirer les RH pour les rendre acteurs du futur du travail !

Nous avons la conviction que les entreprises n'ont jamais eu autant besoin qu'aujourd'hui de penser à l'évolution de leurs organisations, leurs modes de travail et leurs pratiques RH. Il nous est donc apparu essentiel que les nombreux acteurs de l'innovation en France aient l'opportunité de se rencontrer et de se faire connaître auprès des entreprises et institutionnels. Le Lab RH est un écosystème regroupant des startups, entreprises, écoles et autres acteurs travaillant autour de l'innovation dans les RH.

Dans une ère où l'attention des talents de la génération Z est captée par les réseaux sociaux & les créateurs de contenus, [Skilz](#) se positionne comme le liant entre ces nouveaux besoins communication RH et ceux de cette génération. En tant qu'agence social media et influence spécialisée dans le recrutement et la marque employeur, nous permettons à nos clients d'intégrer le fil d'actualité de leurs futurs talents grâce à des campagnes créatives et de la production de contenus toujours plus performants.