



COOPTATION : COMMENT BOOSTER VOS RECRUTEMENTS ?

Faire appel à vos collaborateurs pour trouver les meilleurs talents, y avez-vous pensé pour faciliter vos recrutements ? Ce système, appelé cooptation, prend de l'ampleur en France : 37 % des recrutements cadres¹ passent par ce type de recommandation. Pourquoi y songer ? Face à des difficultés de recrutement, notamment pour les profils rares ou pénuriques, ces dispositifs semblent intéressants tant pour l'entreprise que pour les personnes recrutées.

COOPTATION : KÉZAKO ?

La cooptation est un programme qui permet aux salariés de recommander une personne de leur réseau pour un poste au sein de l'entreprise. Par un système de récompense, l'employeur incite ses collaborateurs à mettre en relation une personne de confiance avec les équipes de recrutement. Notons que les salariés ne sont pas les seuls à pouvoir recommander des personnes. Les entreprises peuvent aussi s'appuyer sur les réseaux sociaux ou s'adresser à des réseaux de « coopteurs » externes pour trouver la perle rare. On parle de « sourcing social » : un levier clé dans le renouvellement des pratiques de recrutement.

COMMENT CRÉER UN PROGRAMME DE COOPTATION DANS VOTRE ENTREPRISE ?

Même si les campagnes ou programmes de cooptation facilitent les recrutements, ils sont assez lourds à mettre en place. Pourquoi ? Il s'agit d'un projet transversal qui implique de multiples acteurs (en fonction de la taille de l'entreprise) : RH, recruteurs, managers, équipes communication ou marketing, juridique, etc. L'entreprise doit disposer du soutien de tous ces acteurs pour bâtir un système de cooptation cohérent.

4 étapes clés pour monter sa campagne :

1. Identifier les postes concernés par la cooptation : Quels services, postes clés ou encore métiers pénuriques ? Cela concerne-t-il des métiers stratégiques ?
2. Bâtir un processus simplifié : À qui s'adresser ? Comment recommande-t-on une personne ? Quel est le délai de la réponse ? Quid du montant de la récompense et des

conditions ? Les montants varient aussi selon divers critères tels que le secteur, l'expérience du « coopté », ses compétences, ou encore la difficulté à trouver des candidats.

3. Se mettre d'accord sur des indicateurs : nombre de « coopteurs », nombre de « cooptés », délais de réponse, ou encore nombre d'embauches visées.
4. Communiquer sur la campagne en interne et en externe : trouver un nom pour chaque campagne, identifier des outils de communication (newsletter, e-mailing, réseaux sociaux, vidéos et/ou illustrations, par exemple), créer une émulation autour de la cooptation, etc.

RÉCOMPENSE ET RÉSEAU INTERNE : DEUX INCONTOURNABLES POUR RÉUSSIR VOTRE COOPTATION

Les entreprises qui n'offrent pas de contreparties n'ont en moyenne que 21 % de taux de cooptation⁽²⁾. La question de la récompense reste donc primordiale. Pour qu'elle soit incitative, il est préférable de l'appliquer rapidement, dès qu'un salarié décide de coopter. Même si elle est minime, c'est ainsi que vous pourrez engager les personnes dans la démarche. De plus, une récompense n'est pas forcément monétaire. Elle peut tout à fait prendre la forme d'avantages (chèque cadeau, restaurant, massage, etc.) en fonction de ce que vous avez à offrir et de vos salariés. Ensuite, il est intéressant de mettre en place un système de récompenses en gradation : de la cooptation à l'embauche, en passant par la validation de la période d'essai, voire plus. L'enjeu ? Assurer des candidatures qualifiées.

Autre levier de réussite : la création d'un vivier de « coopteurs » internes, à savoir des personnes capables de recommander des personnes de leur réseau, de communiquer. Il s'agit de créer une communauté de salariés « coopteurs » et de les valoriser : n'hésitez pas à créer des opportunités de reconnaissance avec des soirées, des mises en avant, ou encore des récompenses spéciales pour les meilleurs « coopteurs ».

COOPTATION : UN ROI TANGIBLE POUR LE RECRUTEMENT !

Selon Softy, une politique de cooptation réduit de 90 % le temps de recrutement. En effet, un recrutement par cooptation dure 29 jours contre 39 jours avec un « jobboard », ou encore 55 jours par le site carrière. De même, la cooptation augmente de 60 % la qualité des candidatures : les personnes recrutées par ce biais restent en moyenne plus longtemps dans l'entreprise⁽³⁾. Après 3 ans, 47 % des personnes étaient encore en poste (contre 14 % avec un recrutement classique par « jobboard »). Pour finir, une étude Careerfy met en évidence qu'une personne « cooptée » aurait 23 fois moins de risques de quitter son poste.

Si ce mode de recrutement participatif permet de dénicher efficacement des talents, il faut néanmoins veiller à maintenir l'inclusion tout comme la diversité des profils. En

effet, la cooptation peut rapidement créer un phénomène de « clonage ». Les équipes RH doivent donc mettre en place des garde-fous et varier leurs modes de recrutement.

*EN 2017, SELON UNE ETUDE DE L'APEC

⁽²⁾ L'ECOLE DU RECRUTEMENT « TOUT SAVOIR SUR LA COOPTATION »

⁽³⁾ ÉTUDE JOBVITE « WHY EMPLOYEE REFERRALS ARE THE BEST SOURCE OF HIRE »

[Laure Girardot](#)

Experte en communication RH et marque employeur

Edition TISSOT