

## Se former

### ● Réagir face au spam : se plaindre ou porter plainte.

Conférence organisée dans le cadre du groupe de travail des acteurs de la lutte contre le spam mis en place par le gouvernement. Accès libre dans la limite des places disponibles (inscription recommandée). Le 16 septembre de 9h à 13h à la Direction du développement des médias (69, rue de Varenne, 75007 Paris). [www.ddm.gouv.fr](http://www.ddm.gouv.fr)

### ● Tenir ses promesses en activité de services : pourquoi et comment ?

Réunion de rencontre organisée par le club des échanges professionnels marketing/management des services de l'association nationale du marketing (Adetem). Le 24 septembre à Paris. [adetem.clubs@devinvi.fr](mailto:adetem.clubs@devinvi.fr)

### ● Le marketing de la famille.

Les bouleversements sociologiques, quels marketing et communication pour séduire et fidéliser tous les membres de la famille, comment réussir sur le marché des jeunes parents. Les 5, 6 et 7 octobre à Paris [www.strategies.fr](http://www.strategies.fr)

### ● Associer vos salariés à une démarche d'innovation.

Comment faire remonter les propositions innovantes des opérationnels, et passer de l'idée à la valeur ajoutée pour l'entreprise. Les solutions d'Inergie, Renault, Accor, Urgo, Michelin, Société générale... Les 24 et 25 novembre à Paris [www.comundi.fr](http://www.comundi.fr)

# e-recrutement Talents sur Internet

Il y a pléthore de sites d'emplois sur le Web. Mais pas facile pour un recruteur d'y faire le bon choix. Méthode clés en main.

Les petites annonces Internet ont déjà fait leurs preuves auprès des recruteurs. Malgré la crise, leur part de marché est passée en France de 11% à 20% depuis 2001. « Plus du tiers des budgets de communication de recrutement est désormais consacré au Web », estime François de Boutray, dirigeant d'Aktor Interactive, agence de communication RH sur la Toile. Encore faut-il faire mouche auprès des meilleurs candidats.

Inutile de se disperser. « Mieux vaut se focaliser sur deux ou trois sites maximum. Un leader généraliste qui cible les profils - âge, niveau d'études, cursus -, un autre spécialisé sur la fonction désirée et éventuellement un site régional pour les entreprises provinciales », prône François de Boutray, qui a publié cet été une étude sur les jobboards (lire En savoir +).

Il importe aussi d'éviter les coups d'épée dans l'eau, en se procurant auprès des sites potentiels leurs études statistiques : audience, ampleur de la CV-thèque, caractéristiques des internautes et surtout nombre d'annonces par secteur. Le 7 septembre, Monster comptait par exemple 154 offres dans le marketing et la communication, contre 447 pour Cadremploi. « C'est un

critère déterminant pour les postulants », assure le patron d'Aktor Interactive,

qui constate par ailleurs que les internautes misent moins que les recruteurs sur la qualité graphique des sites. Il préconise de se glisser dans la peau d'un candidat, mais déconseille les jobboards gratuits qui pèchent souvent par amateurisme.

### Cibler le métier plutôt que le profil désiré

Le coût unitaire d'une annonce varie entre 140 € et 550 €, selon les sites. Mais gare aux prix spéciaux pour l'achat d'un package d'une vingtaine d'offres sur six mois ou un an ! « Les sites poussent souvent à la consommation alors que 85% des retours se situent dans les quatre premières semaines. En outre, si [keljob.com](http://www.keljob.com), par exemple, a eu la cote auprès des candidats cet été, grâce à sa campagne publicitaire pendant les jeux Olympiques, son audience peut fortement baisser d'ici à décembre », avertit-il.

Quant à la rédaction des annonces, une seule consigne : faire court et per-

Un parcours varié c'est bien meilleur pour votre avenir !

Vendredi 10 septembre 2004

149 349 offres d'emploi, 379 sites

The screenshot shows the Keljob.com website interface. At the top, it displays the date 'Vendredi 10 septembre 2004' and the number of offers and sites: '149 349 offres d'emploi, 379 sites'. Below this, there are navigation tabs for 'accueil', 'recherche', 'annonces', 'emploi', 'formation', and 'services'. A main search bar is labeled 'recherche express' with a 'Go!' button. To the right, there are dropdown menus for 'sélection express' with options like 'Chânes thématiques par secteur' and 'Chânes thématiques par région'. Below the search bar, there are several featured job boards: 'Espace candidats', 'Entreprise de la semaine', 'Etes recruté', and 'A découvrir sur Keljob'. The 'A découvrir' section highlights 'L'EMPLOI EN REGION AVEC'.

**Keljob.com a eu la cote cet été grâce à sa campagne pendant les JO. Mais son audience peut fortement baisser d'ici à Noël. Prudence !**

cutant. « Entre 900 et 2000 signes maximum, qui ciblent davantage le métier que le secteur d'activité ou le profil désiré. » La majorité des internautes effectue en effet leurs requêtes par mots-clés.

Attention, sans réponse dans les trois semaines, un candidat ne postulera plus jamais auprès de l'entreprise qui l'a dédaigné. Or, selon une étude de l'agence de communication en ressources humaines TMP Worldwide, « 85% des candidats jugent que les recruteurs leur manquent de considération ». Pourtant, avec la reprise, la balle sera peut-être bientôt dans leur camp.

Frédéric Saliba

### En savoir +

- > Étude sur les performances des jobboards, 390 €, contact : [www.aktor.fr](http://www.aktor.fr)
- > Sites leaders : [anpe.fr](http://anpe.fr), [apcc.fr](http://apcc.fr), [cadremploi.fr](http://cadremploi.fr), [monster.fr](http://monster.fr)
- > Sites spécialisés en communication et marketing : [strategies.fr](http://strategies.fr), [jobmarketing.com](http://jobmarketing.com), [vente.com](http://vente.com), [relationpresse.com](http://relationpresse.com)

## Stratégies

2, rue Maurice Hartmann - BP 62 - 92133 Issy-les-Moulineaux Cedex. Site : [www.strategies.fr](http://www.strategies.fr). **STANDARD GENERAL** : 01.46.29.46.29. Pour joindre vos correspondants, composer le 01.46.29 suivi de leur ligne directe. **STRATÉGIES**, Directeur général et directeur des rédactions : Philippe Larroque (4663), assisté de Magdy Grandidier (4600) et de Jacqueline Lehericey (4611). **RÉDACTION**. Fax : 01.46.29.46.09. Directeur de la rédaction : François Kermaoal (4769). Rédacteur en chef : Olivier Mongeau (4669). Secrétaire générale de la rédaction et coordination du site Web : Gaël Olivier-Lacamp (4695). Chefs de service : Alain Delcayre (4667), Amaury de Rochegonde (4715). Grands reporters : Cathy Leitus (4670), Carole Soussan (4675). Rédacteurs : Marc Baudriller (4622), Pascale Caussat (4673), Alexandre Debouté (4677), Bruno Fraioli (4651), Delphine Le Goff (4666), Delphine Masson (4624), Marie Maudieu (4676), Frédéric Saliba (4671). A collaboré à ce numéro : Yves Perennou. **RÉDACTION TECHNIQUE**. Editrice déléguée et rédactrice en chef technique : Rosine Bondon. Directeur artistique : Julien Jossot. Rédacteur en chef technique : Eric Pigeon. Secrétaires de rédaction-maquettistes : Philippe Bohn et Annaïck Le Moigne. Révision : Véronique Vicuña-Navarro. Maquettiste : Olivier Grison. Service photo : Laurent Rungliano. Conception graphique : Julien Jossot. **GUIDES**. Coordinatrice : Valérie de Staël. Maquettiste : Sandrine Loric. **FABRICATION**. Directeur de fabrication : Bernard Vergier. Photogravure : PPDL Boulogne-Billancourt. Imprimé en France par l'Imprimerie de Compiègne (groupe Morault), avenue Berthelot, 60205 Compiègne. **DIFFUSION**. Directrice de la diffusion : Christine Vindl. Chef des ventes : Marie-Dominique Rossi. **ABONNEMENTS**. France métropolitaine : 1 an Stratégies + Newsletter : 160 €. Stratégies + Newsletter + 2 guides : 240 €. Étranger : nous consulter. Tél. : 02.37.29.69.30. Fax : 02.37.29.69.35. Vente librairie. Par courrier et par téléphone : Stratégies, Service librairie, 28481 Thiron Cedex. Tél. : 02.37.29.69.30. Sur place : Stratégies, Issy-les-Moulineaux, de 9h à 18h. Vente NMPP. A.M.E. N° Vert professionnel : 0800 590 593. **BASE DE DONNÉES**. Responsable : Catherine Simonnet. **SERVICES COMMERCIAUX**. Directeur commercial et marketing : Cyril Gardère, assisté de Martine Goujon (4711). **PUBLICITÉ**. Directeurs de clientèle : Cyril

Huet (responsable du développement), Emmanuelle Berthelot, Laurence Nicolas. Chefs de publicité : Ludvine Saint-Yves, Arthur Vignes. Planning et trafic : Sophie Wrzesinski. Assistante commerciale : Sethi Oustani (4742). **SERVICES CLASSES, OFFRES D'EMPLOI, DEMANDES D'EMPLOI ET FREE-LANCE**. Chef de publicité : Elodie Mérat (4734). **COMMUNICATION EXTERNE ET GRANDS PRIX**. Directrice : Emmanuelle Prache, assistée de Claudette Grélaud et de Mathieu Jean-Charles. **FINANCES ET ADMINISTRATION**. Directeur : Joël Jégo. Contrôle de gestion : Pascale Seyler. Comptabilité : Patrick Allouche. Achats : Alison Clusel. **RESSOURCES HUMAINES**. Directrice : Jacqueline Guessard. Responsable pour Stratégies : Sophie Pierron. Chargée du recrutement : Caroline Tomkevitch (4649). **DÉPÔT LÉGAL** : septembre 2004. ISSN 0180-6424. N° de commission paritaire : 0705 1 79914.

Le service documentation de Stratégies n'est désormais accessible qu'en ligne. Pour vos recherches et les consultations des articles parus dans l'hebdomadaire veuillez consulter le site [www.strategies.fr](http://www.strategies.fr), rubrique « archives ».

**STRATÉGIES est édité par la division Presse de Reed Business Information, SA au capital de 4 099 168 €.** Président-directeur général : Anemiek Wortel. Directeur général de la division Presse : Sandrine Rampont. Administrateurs : Anemiek Wortel, Laurent Verney, Reed Elsevier France. RC Nanterre B339611956. Directeur de la publication : Anemiek Wortel.

L'éditeur décline toute responsabilité en cas de perte, de détérioration ou de non-retour des documents qui lui sont confiés. Il se réserve le droit de refuser toute demande d'insertion sans avoir à motiver son refus. La citation de marques, noms de firmes... est faite sans aucun but publicitaire et ne signifie en aucun cas que les procédés soient tombés dans le domaine public. Ce numéro contient un encart jeté Comundi + Marketing de la famille et un encart jeté pour abonnement à Stratégies.

Reed Business Information

