

Comment le candidat a pris le pouvoir sur l'industrie du Job Board ?

Entretien avec Xavier Massaut, Head of Product Experience

Les grands acteurs médias comme Netflix, Google et Amazon ont un point commun : ils anticipent les besoins des utilisateurs. Aujourd'hui en effet, le consommateur exige des processus en ligne rapides et faciles, tant pour faire ses achats en ligne que pour chercher un emploi.

Xavier Massaut, notre Head of Product Experience explique comment il a réussi à optimiser l'expérience de recherche d'emploi des candidats sur StepStone.

À l'heure actuelle, les consommateurs ont l'habitude de chercher des conseils, de faire des recherches, de passer commande et d'acheter tout ce dont ils ont besoin sur internet. « Ils veulent un service en ligne convivial et personnalisé. Pour leurs achats d'une part (un domaine dans lequel Amazon arrive clairement en tête), mais aussi lorsqu'ils cherchent un emploi. Il est donc plus important que jamais de se concentrer sur l'expérience utilisateur. C'est elle qui détermine le succès de votre entreprise », explique Xavier Massaut.

Selon une étude réalisée par Walker, une société de conseil en Customer Intelligence, l'expérience client sera en 2020 un facteur de différenciation clé plus important que le prix ou le produit. Et Xavier Massaut poursuit : « Plus vous répondez aux attentes des vos visiteurs, plus votre entreprise aura du succès. L'exemple de Netflix l'a d'ailleurs démontré : en 2011, elle a ignoré les desiderata et les besoins de ses clients en séparant ses activités DVD et streaming et en augmentant ses prix de 40 %. Résultat : elle a perdu 800.000 abonnés. » (Source : Business Insider)

« L'expérience utilisateur peut booster votre entreprise, mais aussi l'anéantir. »

Un parcours personnalisé

Une étude menée l'an dernier par StepStone auprès de 14.000 participants a révélé que 56% des chercheurs d'emploi ne postulent pas pour un job, même s'il correspond à leur profil, si l'annonce ne leur semble pas séduisante. Mais comment créer un produit qui enchante les candidats ? Pour mieux comprendre et satisfaire ses internautes, StepStone a mené des études approfondies. « Comme Netflix, Google et Amazon utilisent des techniques de conception guidées par les données afin d'améliorer l'expérience utilisateur.

« La première chose dont nous avons besoin était de suivre le comportement de nos candidats sur le site », explique Xavier Massaut. L'équipe Produits de StepStone a donc interviewé 100 candidats et recruteurs, analysé 100 heures d'enregistrements vidéo et utilisé l'oculométrie. « Nous avons ainsi défini un parcours entièrement personnalisé : une conception optimisée pour toutes les offres d'emploi, qui nous permet d'améliorer l'expérience utilisateur en la faisant passer d'un niveau ordinaire à un niveau extraordinaire. »

L'expérience utilisateur : un levier capital

StepStone a également imaginé d'autres systèmes personnalisés afin d'accompagner ses utilisateurs à chaque étape de leur parcours. « Lorsqu'un candidat arrive sur notre page d'accueil, les emplois qui pourraient l'intéresser apparaissent directement. Nous envoyons également ces offres recommandées par mailing. C'est un peu le même principe que les séries 'recommandées' que Netflix propose à un utilisateur lorsqu'il a regardé un programme donné », précise Xavier Massaut. StepStone suit également les recherches récentes du candidat sur le site. Ce système est similaire à celui utilisé par Google. Les algorithmes sont affinés en permanence pour faire concorder les résultats de recherche et les besoins spécifiques de l'utilisateur.

« Pour une expérience utilisateur réussie, l'un des principes de base est de garder le contact avec lui, même après le lancement d'un nouveau produit », poursuit Xavier Massaut. À l'instar de Netflix qui demande du feedback à ses abonnés lorsqu'ils ont téléchargé un programme, StepStone envoie des enquêtes aux candidats après qu'ils ont postulé. Et le succès est au rendez-vous : « Des milliers de candidats ont répondu à nos enquêtes. Notre service clientèle transmet toutes les informations à l'équipe Produits, qui peut alors commencer à développer de nouveaux produits. »

Xavier Massaut conclut : « Dans le contexte actuel de la 'guerre des talents', l'expérience client est la clé pour trouver l'adéquation parfaite entre les entreprises et les candidats. L'expérience client étant le principal levier de l'avenir numérique, nous travaillons sur toutes les interactions utilisateur afin de leur offrir la meilleure expérience de recherche d'emploi sur le marché. Notre ambition est d'être le site d'e-recrutement de référence pour tous nos candidats et clients. »

StepStone, au plus proche des candidats !

Comprendre le comportement du candidat, connaître ses attentes et les problèmes qu'il peut rencontrer lors de sa recherche d'emploi, c'est pour StepStone le meilleur moyen de faire évoluer ses produits, d'innover jour après jour et de pouvoir offrir aux recruteurs des candidatures toujours plus pertinentes.

Nous nous adaptons au quotidien et mettons un point d'honneur à être toujours à l'écoute de nos clients et de nos candidats !

DÉCOUVREZ NOS DERNIÈRES INNOVATIONS

Pour plus d'informations, contactez-nous !

Tel : 01.44.70.72.45

Mail : commercial@stepstone.fr

