

GÉNÉRATION



**APPRIVOISEZ DÈS AUJOURD'HUI
VOS TALENTS DE DEMAIN**

**IDÉES REÇUES, ATTENTES, MOTIVATIONS : TOUT CE
QUE VOUS DEVEZ SAVOIR POUR LES RECRUTER**





ILS DÉBARQUENT AVEC LEURS NOUVELLES VALEURS ET LEUR FAÇON DE PENSER PARFOIS TOTALEMENT À L'OPPOSÉ DES STRUCTURES ÉTABLIES.

LA GÉNÉRATION Z

ICI ET MAINTENANT

C'est la génération selfies, tutos et Netflix, mais aussi celle de la créativité, des choix passion et de la débrouillardise. Nés au début des années 2000 ou dès 1995 selon les sources, les membres de la Génération Z succèdent aux Millennials et, alors qu'ils commencent tout juste à investir le marché de l'emploi, sont déjà le sujet d'interminables interrogations pour des employeurs quelque peu dépassés.

Tablette à la main à partir de deux ans, prêts à partager leur avis avec toute une communauté à la moindre fausse note, en proie à la bougeotte au bout de quelques mois en poste... Autant dire qu'ils challengent allègrement les modes de travail traditionnels ! Ils débarquent avec leurs nouvelles valeurs et leur façon de penser parfois totalement à l'opposé des structures établies.

Alors comment trouver ces candidats qui ne passent plus par les canaux habituels pour chercher un emploi ? Comment attirer ces profils capables de se détourner d'une marque à la moindre critique aperçue sur Twitter ? Comment retenir des talents qui portent fièrement l'étendard de leurs 8 secondes d'attention ? Comment impliquer une génération dont les centres d'intérêt semblent tourner principalement autour de la satisfaction personnelle ?

Il pourrait être tentant d'attendre et voir en espérant que les réponses s'imposent d'elles-mêmes d'ici quelques années. Pourtant, c'est maintenant que la révolution s'opère. Et les entreprises qui ne s'adaptent pas très vite vont faire face à un problème de taille : dans beaucoup moins longtemps qu'on ne pourrait le croire, ces « GenZers » constitueront la majeure partie de leurs effectifs et de leur vivier de candidatures.

Pour éviter de rester sur la ligne de départ et de laisser vos concurrents remporter la course aux talents, apprenez à connaître vos salariés de demain et mettez en place dès aujourd'hui les actions nécessaires. Vous verrez, elles ne sont pas aussi compliquées que vous le craignez !

QUI SONT LES Z ?

PORTRAIT DE LA GÉNÉRATION Z EN 10 CLICHÉS



Ils sont fainéants **FAUX**

Non seulement, ils travaillent dur, mais ils n'aiment pas qu'on pense le contraire. C'est même l'idée reçue qui les agace le plus, d'après l'étude La Grande InvaZion de the Bason Project et BNP Paribas. Ils ont des rythmes différents, oui, mais ça ne les empêche pas d'abattre un travail colossal, généralement en moins de temps que leurs aînés !



Ils sont ultra-connectés **VRAI**

Selon l'institut KPCB, ils jonglent en moyenne avec 5 écrans en simultané, 3 de plus que les Y. La bonne nouvelle, c'est que vous avez d'autant plus de chances de capter leur attention... La mauvaise, c'est que si votre message n'est pas cohérent sur tous les supports, ils s'en apercevront vite.



Ils ne respectent pas l'autorité **FAUX**

S'ils n'ont pas le même rapport à la hiérarchie que leurs parents, ce n'est pas synonyme d'anarchie. Seulement, ils ont l'habitude d'avoir accès à tant d'informations en quelques clics que pour gagner leur respect, il faut être 1) plus compétent qu'eux, et 2) plus cultivé que Wikipedia !



Ils sont à la recherche de sens **VRAI**

Cela se ressent sur deux tableaux : leur besoin de savoir pourquoi ils accomplissent les tâches qu'on leur confie, et leur souhait de travailler pour une entreprise engagée.



Ils sont impatientes **VRAI**

On leur accorde une capacité d'attention de 8 secondes. Rien d'étonnant pour une génération habituée à tout obtenir tout de suite, aussi bien grâce aux progrès technologiques qu'en raison de l'évolution des modes d'éducation.



Ils sont égoïstes **FAUX**

Leur implication sur les réseaux sociaux dénote une forte tendance à penser au collectif, même lorsqu'il s'agit de partager des expériences personnelles.



Ils cherchent l'équilibre **VRAI**

La Grande InvaZion a prouvé que dans dix ans, plus de 40 % d'entre eux s'imaginent en mode équilibre, c'est-à-dire « bosser pour profiter à côté », contre 14 % en mode vocation, ou « prêt à tout pour y arriver ».



Ils sont entrepreneurs dans l'âme **VRAI**

72 % des lycéens américains ayant répondu à l'étude de Sparks and Honey Rencontrez la Génération Z, oubliiez tout ce que vous avez appris sur les Millenials ont déclaré vouloir monter leur propre entreprise.



Ils manquent de loyauté **FAUX ... ET VRAI**

Ne vous attendez pas à ce qu'ils passent toute leur carrière chez vous comme l'auraient fait leurs grands-parents. Pour autant, ce n'est pas une question d'infidélité, mais plutôt la recherche de nouveaux challenges. Même en n'y restant que deux ans, un GenZer peut faire beaucoup pour une entreprise qui parvient à mériter son engagement.



Ils sont très différents des Y **VRAI ... ET FAUX**

De nombreux traits attribués aux uns se retrouvent chez les autres. Ils sont juste, chez les plus jeunes, poussés à l'extrême. Une étude de Deloitte a d'ailleurs montré que les Millennials attendent avec impatience l'arrivée de la nouvelle génération au travail. Les Y étaient déjà à la recherche de sens, d'équilibre et de flexibilité. La Génération Z estime que tout cela devrait être acquis.

**ILS NOUENT DES LIENS
DÈS LE DÉBUT DE LEURS
ÉTUDES SUPÉRIEURES
ET SE METTENT TRÈS
TÔT À L'ÉCOUTE DES
OPPORTUNITÉS.**



**LinkedIn et
Twitter au top**

Esther Bailloux, née en 1999, deuxième année d'école d'informatique, en stage de 6 mois chez Lucca, éditeur de logiciels RH.

LinkedIn est important, notamment pour la recherche de stage. On essaie de partager les CV de camarades qui n'ont pas encore trouvé, on voit les offres d'emploi, on agrandit notre réseau, et on contacte des personnes d'intérêt. Twitter est idéal pour les événements : lorsqu'il y a un afterwork ou autre, c'est là que je trouve l'info d'abord. Je me suis aussi inscrite à des newsletters sur des sites qui envoient des annonces correspondant à ce que je recherche dans la région. Cela me permet de connaître les entreprises qui m'entourent. Facebook et Instagram ? C'est uniquement perso ! Je ne demanderai jamais mon patron comme ami.

8:54 ✓✓

OÙ SONT-ILS ?

LES CANAUX POUR DÉNICHER CES NOUVEAUX TALENTS.

Tout bon recrutement commence par un bon sourcing, et c'est là l'une des principales énigmes au sujet des membres de la génération Z : où sont-ils ? En réalité, le problème, c'est qu'ils sont partout, mais qu'ils n'utilisent pas les outils habituels comme vous le croyez.

Premier choc : vous pouvez oublier Facebook...

Alors que vous commencez tout juste à maîtriser ! N'abandonnez pas totalement bien sûr. Le réseau aux plus de deux milliards d'utilisateurs actifs par mois peut encore vous servir pour communiquer sur votre marque employeur et pour toucher d'autres publics, tels que les Millennials. Mais les Z, eux, ont très peu le réflexe de lier Facebook et vie professionnelle : s'ils y consultent occasionnellement les pages entreprises, ils n'y publient pas leur CV et n'y cherchent pas d'offres d'emploi.

Dans les écoles et universités, en priorité

A leur âge, par définition, c'est là qu'ils sont, ou de là qu'ils sortent à peine. Ils nouent des liens dès le début de leurs études supérieures et se mettent très tôt à l'écoute des opportunités. Répondez aux invitations des établissements d'enseignement lorsqu'ils vous proposent de participer à des événements, nouez des partenariats, diffusez vos offres sur leur site... Vous pouvez aussi impliquer vos collaborateurs en leur proposant d'aller présenter leur métier et l'entreprise aux étudiants, voire en les faisant intervenir en classe sur leurs sujets d'expertise.

Sur les réseaux sociaux professionnels

Attention : pas n'importe comment. La plupart des GenZers, conscients de l'importance du réseau, qui est la clé de la réussite pour 40 % d'entre eux, savent qu'ils en sont au tout début de leur carrière et qu'ils ont donc besoin de contacts. C'est pourquoi ils acceptent facilement les demandes entrantes... Tout en s'assurant qu'elles correspondent bien à leur domaine d'activité. Contrairement aux générations précédentes qui avaient tendance à considérer un nombre élevé de contacts comme une preuve de réussite, eux privilégient la qualité à la quantité. Alors n'entreprenez pas d'envoyer des messages en masse à tous les 18-23 ans de votre ville pour trier ensuite. Vous perdriez du temps et, pire, leur feriez perdre le leur, ce qui aurait un impact négatif sur votre image.

POUR QUI VOUS PRENNENT-ILS ?

VOUS N'ÊTES PLUS POURVOYEUR D'EMPLOI, MAIS DEMANDEUR DE TALENTS

En tant qu'employeur, vous n'êtes plus en position de force, en particulier dans le paysage des profils pénuriques tels que les professionnels de l'IT ou les technico-commerciaux. Et les candidats de la génération Z le savent.

Ce sont des clients

Cela commençait déjà à être vrai avec la Génération Y, mais ses successeurs vont plus loin : chez eux, le comportement de consommateur et la tendance à tout comparer sont une seconde nature, et leurs recherches professionnelles ne font pas exception à la règle. Vous devez vendre une marque – vous en tant qu'employeur – mais aussi un produit – un poste au sein de votre entreprise.

Ne cherchez pas un diplôme

Désillusion vis-à-vis du système éducatif ou excès de confiance dans leur capacité à apprendre seuls ? Peut-être un peu des deux. Toujours est-il qu'à peine un quart des moins de 23 ans pensent que pour réussir, il faut avoir le bon diplôme. Vous allez devoir faire des concessions sur ce point. Pas question de vous limiter à cela lorsque vous examinez un CV : repérez plutôt la volonté de se former, les bons réflexes professionnels, et la capacité à s'intégrer à l'équipe.

Faites évoluer le management

Tout cela ne peut pas être une promesse non tenue : une fois qu'ils vous rejoignent, vous devez admettre qu'ils ont leur mot à dire en interne. Une posture de coach plus que de supérieur hiérarchique, une oreille attentive prête à écouter les idées et surtout à accepter la critique, et une politique de reconnaissance – puisque là encore, en tant que salariés, ce sont eux qui vous apportent quelque chose selon eux – sont indispensables à tout manager ayant affaire à la génération Z.



Une image peu flatteuse

Claire Poirier-Adam,
directrice conseil chez
Happy To Meet You

La vision qu'ont les patrons de cette génération est souvent peu flatteuse. Elle serait compliquée à manager, fainéante, narcissique, égocentrée et incapable de se concentrer. La vérité, c'est qu'elle peut bel et bien être compliquée à manager, mais uniquement parce qu'il faut s'adapter. Avec les générations précédentes, il existait un levier assez efficace : l'espoir pour elles d'accéder au management à leur tour. Avec les Z, cette promesse d'évolution est inefficace, d'abord parce que cette position ne les intéresse pas forcément, ensuite parce que de toute façon, ils ne se projettent pas à si long terme dans l'entreprise.

9:13 ✓✓



REPÉREZ LA VOLONTÉ
DE SE FORMER, LES
BONS RÉFLEXES
PROFESSIONNELS
ET LA CAPACITÉ À
S'INTÉGRER À
L'ÉQUIPE.



**AFFICHER CLAIREMENT
LES OPPORTUNITÉS
DE FORMATION ET DE
MENTORING DANS
VOTRE ENTREPRISE
POURRAIT FAIRE TOUTE
LA DIFFÉRENCE.**



**Une force de frappe
exceptionnelle**
Claire Poirier-Adam

Ils ont une capacité d'absorption absolument formidable. C'est la génération tutos : à midi, vous pouvez donner à un Z une tâche qu'il ne maîtrise pas, à 15 heures il aura appris ! Ils ne travaillent pas comme on travaillait avant : sur cinq jours ouvrés, ils sont peut-être capables de travailler deux jours mais d'abattre le travail que la génération précédente accomplissait en cinq jours. Ils ont une grosse force de frappe en termes de production.

9:32 ✓✓

COMMENT LES ATTIRER ?

PRENEZ UN COUP DE JEUNE

Vous ne ferez pas vieillir les Z jusqu'à ce qu'ils arrivent à votre niveau, alors c'est à vous et à votre entreprise de rajeunir ! Du processus de recrutement à la communication en passant par le management, revoyez vos expériences candidats et collaborateurs si vous voulez séduire les talents de demain.

Simplifiez le processus de recrutement

Cela a été dit : la patience n'est pas leur fort. Une page qui tarde à charger, deux questions de trop, et ils vont voir ailleurs. Vous devez absolument adapter votre site carrière à ce comportement, en particulier si vous évoluez dans un secteur où la guerre des talents fait rage, comme l'informatique, ou qui souffre d'une image désuète, comme la comptabilité. Pensez à la mobilité et évitez les formulaires de plusieurs dizaines de questions. Dans l'idéal, proposez la possibilité de postuler grâce à un lien vers un profil ou un CV en ligne. Avec Broadbean, vous pouvez mesurer l'efficacité de vos campagnes de recrutement et voir ce qui fonctionne le mieux.

Proposez des opportunités d'apprentissage

Apprendre tout au long de la vie est leur crédo. Et il ne s'agit pas que d'expertise technique : ils savent qu'ils ont des choses à apprendre en matière de relationnel et de savoir-être, ainsi que des progrès à faire sur leur gestion personnelle. D'après l'enquête de Deloitte sur les Millennials et la génération suivante, ils comptent sur leur employeur pour les aider à développer des compétences dans des domaines comme la communication, le leadership, les capacités d'analyse, et même la finance et l'économie ! Affichez clairement les opportunités de formation et de mentoring dans votre entreprise pourrait faire toute la différence.

Faites-leur confiance

Vous devez clairement apparaître comme un employeur adepte de la flexibilité, aussi bien sur les horaires que sur le lieu de travail, et qui ne cherche pas à exercer le contrôle sur la façon dont travaillent ses salariés. C'est le résultat qui compte, alors dépoussiérez l'image de l'entreprise atteinte de réunionite aigüe et adepte des comptes-rendus que personne ne lit. Les Z ne comprennent pas pourquoi ils devraient faire du 9h-17h s'ils savent pertinemment qu'ils ne sont pas productifs entre 14h et 16h. Laissez-les s'organiser comme ils le souhaitent autant que possible, notamment grâce au télétravail, et vous aurez bientôt l'image d'une entreprise ouverte dans laquelle il fait bon travailler.

COMMENT LES RETENIR ?

LA LOYAUTÉ, ÉTERNELLE INQUIÉTUDE

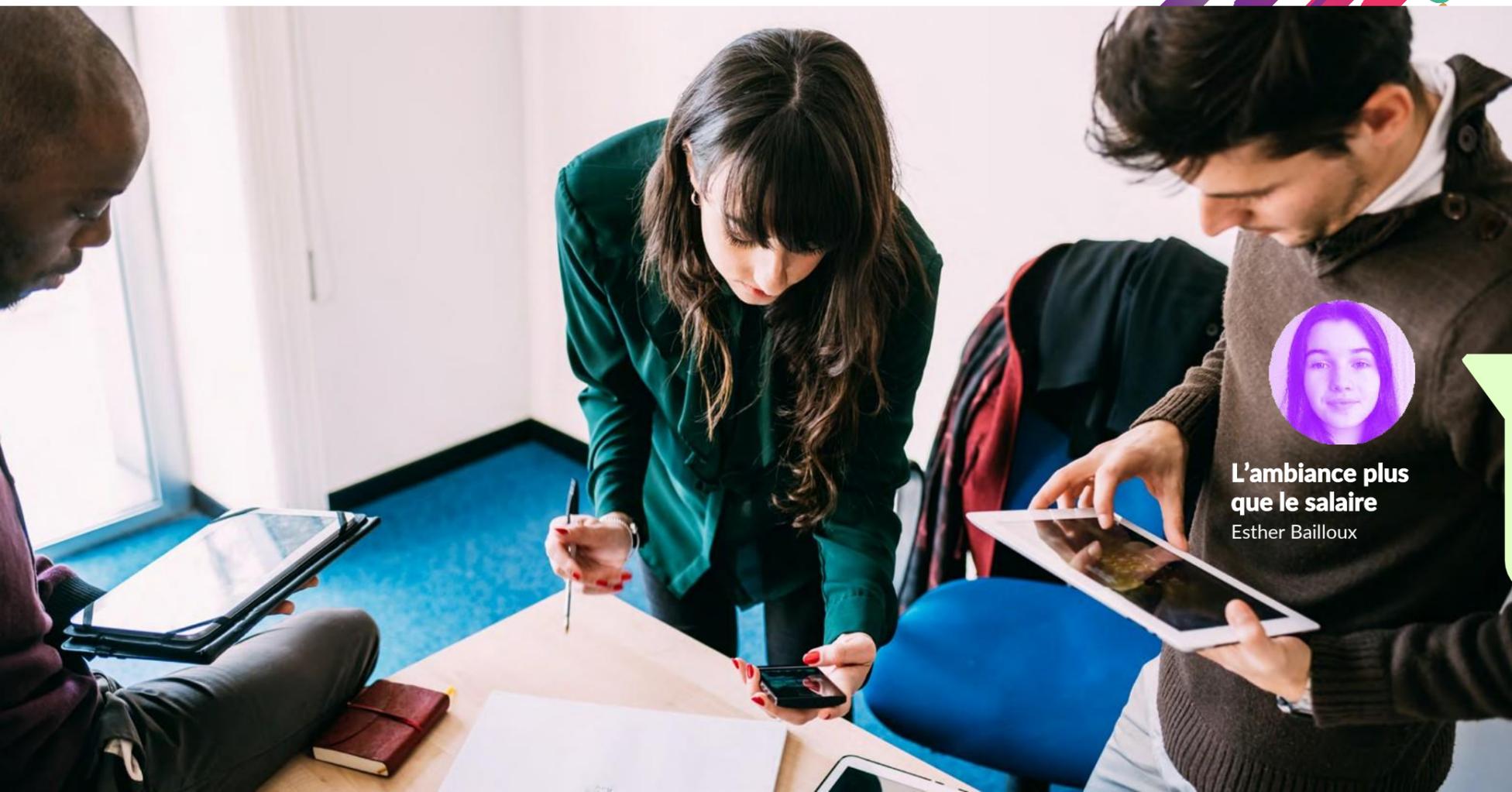
Les chiffres ont de quoi alarmer les employeurs : 61 % des Z pensent quitter leur entreprise d'ici deux ans et seuls 12 % ont l'intention de rester au-delà de cinq ans.

Soyez transparent

L'accès à toutes les données concernant l'entreprise, et surtout à celles nécessaires pour bien accomplir leur travail, est indispensable : avec les outils qu'ils ont à leur disposition et leurs réflexes digitaux, les Z ne comprennent tout simplement pas les situations où ils manquent d'informations. Même – voire surtout – en cas de difficultés, ne leur cachez rien, ou vous perdriez leur confiance et leur fidélité.

Assumez et préparez la relève

Vous ne changerez pas leur façon de considérer leur carrière. Vous pouvez mettre en place tous les efforts nécessaires pour les retenir, mais au final, il reste un risque que l'herbe soit plus verte ailleurs. Alors ne vous laissez pas prendre au dépourvu : instaurez un système de transmission des connaissances, adoptez un mode de fonctionnement agile permettant de transférer rapidement des tâches à quelqu'un d'autre en cas de départ inattendu, et continuez de bien les traiter : ainsi, même s'ils ne restent pas indéfiniment, ils ne vous laisseront pas non plus tomber du jour au lendemain !



L'ambiance plus que le salaire
Esther Bailloux

A choisir, je préfère être dans une ambiance agréable avec un salaire un peu moins important plutôt que dans une mauvaise ambiance mais mieux payée. Ici, même en tant que stagiaire, on me demande mon avis, et c'est agréable d'être écoutée. On voit que les gens ont plaisir à faire leur métier. En fait, si je trouve une entreprise qui me plaît, j'essaie d'y rester le plus longtemps possible, mais si ça ne me plaît pas, je ne m'attarde pas !

9:44 ✓



METTEZ EN PLACE DE RÉELLES ACTIONS POUR L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE.



**Des recherches
préliminaires**
Esther Bailloux

Avant de postuler, j'avais cherché ce que faisait exactement l'entreprise pour être sûre de travailler sur les technologies qui m'intéressaient. J'avais regardé leur site web et vu leur descriptif avec la Cantine, un réseau qui avait fait une intervention dans mon école et parlé d'eux.

9:53 ✓✓

QUE CHERCHENT-ILS ?

LA MARQUE EMPLOYEUR, PLUS IMPORTANTE QUE JAMAIS

Selon Deloitte, 80 % des membres de la Génération Z pensent que la réussite d'une entreprise ne devrait pas seulement être mesurée en termes de performance financière.

Pour eux, les objectifs d'une compagnie devraient inclure un impact positif sur la société et l'environnement, des idées, produits et services innovants, la création d'emploi, le développement des carrières et l'amélioration générale de la vie des personnes, et surtout l'accent mis sur l'inclusion et la diversité.

La diversité au cœur des valeurs recherchées

Sur ce dernier point, ils estiment, tout comme les Millennials, que des efforts en ce sens sont révélateurs d'une façon de penser novatrice plus que d'une simple volonté d'atteindre des quotas. C'est même l'un des critères qui pourrait les convaincre de rester plus longtemps dans leur entreprise. Alors ne vous contentez pas d'afficher une politique ouverte en surface : mettez en place de réelles actions pour l'égalité professionnelle, que ce soit sur des critères de sexe, de handicap, d'âge, d'orientation sexuelle, ou encore, et surtout, car c'est l'un des éléments les plus cités par cette population, de niveau d'éducation.

L'intérêt des missions, une priorité

Toujours à la recherche de défis à relever, les Z veulent s'assurer qu'ils évolueront dans un milieu leur permettant de travailler sur des projets qui les passionnent et de progresser en permanence. Vos meilleurs ambassadeurs : vos salariés. Mettez les à contribution grâce à des témoignages écrits ou même, idéalement, à de courtes vidéos sur votre site Carrière, relatant une récente mission particulièrement intéressante ou parlant de leur quotidien au sein d'une équipe innovante.

UNE FOIS QUE VOUS AUREZ COMPRIS LES LEVIERS, LES RELATIONS S'APAISERONT ET L'ENTREPRISE AVANCERA.



Adeptes du changement

Jean-Baptiste Beuzelin,
cofondateur de
Génération Zébrée

Aujourd'hui, on s'est libéré du fait qu'on va changer de travail et ne pas faire la même chose tout au long de sa carrière. Beaucoup de personnes qui viennent sur notre site cherchent des métiers liés à la préservation de l'environnement, du littoral, des animaux... On a envie de faire des choses par passion, et on sait que si ça ne nous plaît pas, ce n'est pas un drame, il y aura toujours des moyens de changer.

13:37 ✓✓



CONCLUSION

GÉNÉRATION PASSION

Au final, le problème n'est ni cette génération, ni la précédente, ni la suivante, mais un manque de communication efficace entre toutes. Une fois que vous aurez compris les leviers de chacun et fait évoluer votre marque et vos actions en conséquence, les relations s'apaiseront et l'entreprise avancera.

Les premières années seront peut-être chaotiques, mais souvenez-vous de la déferlante de la Génération Y, qui avait presque créé un vent de panique dans les RH, et dites-vous que vous gérerez cette nouvelle vague d'arrivants « rebelles » comme vous avez géré la première : en vous mettant à l'écoute et en vous appropriant ses outils.





A PROPOS DE LESJEUDIS

Groupe LesJeudis accompagne le recrutement de ses clients depuis 25 ans avec des solutions sur mesure à chaque étape : accès à des candidats, publication d'offres, gestion des candidatures et promotion de la marque employeur.

En plaçant l'innovation et le service client au cœur de sa stratégie, il propose des services RH optimisés pour répondre aux besoins de plus de 1000 entreprises, de l'ESN aux Grands Groupes. Si vous cherchez un partenaire pour le sourcing, l'analyse des candidatures et la stratégie de marque employeur, LesJeudis est l'interlocuteur idéal.

Besoin de plus d'infos ?

Vous souhaitez en savoir plus sur nos solutions du groupe et comment nous pouvons vous aider dans votre stratégie de recrutement ? Contactez-nous !

[DEMANDER UNE DÉMO](#)

 LesJeudis

GÉNÉRATION

Z



LesJeudis