

Expérience de candidature & réputation : Quels risques pour l'entreprise ?

YAGGO dévoile les résultats de son étude dédiée aux conséquences, pour les entreprises, d'une mauvaise expérience des candidats :

- ▶ 84% des actifs non fonctionnaires ont vécu une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement
- ▶ Pour 1/3 d'entre eux, l'image de l'entreprise s'est dégradée à leurs yeux
- ▶ 60% des personnes interrogées se disent prêts à boycotter l'entreprise en cas de mauvaise expérience lors de leur processus de recrutement

Paris, le 08 juillet 2020 – **YAGGO, spécialiste de l'expérience candidat au service la performance RH et de la marque employeur, dévoile aujourd'hui les résultats de son enquête réalisée en partenariat avec l'IFOP, au début de ce printemps. Menée auprès de 1005 Français, dont 477 actifs non-fonctionnaires, cette étude questionne les conséquences de l'expérience candidat sur les entreprises, alors même que 8 personnes interrogées sur 10 affirment avoir déjà vécu une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement : Qu'est-ce qu'une mauvaise expérience de candidature ? Quelles en sont les conséquences sur l'image de l'entreprise ? Est-ce susceptible de modifier le comportement des candidats à l'égard de la marque ? Comment ?... Retour sur les principaux enseignements de cette étude exclusive.**

6 Français sur 10 prêts à boycotter une entreprise après une mauvaise expérience de candidature

84% des actifs non fonctionnaires affirment donc avoir déjà vécu une mauvaise expérience de recrutement. Une expérience négative essentiellement définie par une absence totale de réponse à leur candidature, une réponse négative automatique et impersonnelle ou encore le silence de l'employeur suite à un entretien. Des comportements des services RH qui ne sont pourtant pas sans conséquence sur le comportement des candidats à l'égard des entreprises concernées.

En effet, pour **près d'1/3 des candidats, l'image de l'entreprise suite à une mauvaise expérience de candidature s'est trouvée dégradée.** Un changement de perception entraînant un changement de comportement, notamment en matière de consommation, de ces derniers à l'égard de l'entreprise. Ainsi, les répondants ayant vécu une expérience négative à l'occasion d'une candidature affirment qu'ils seraient susceptibles de transformer leurs comportements d'achat, **60% d'entre eux étant prêts à boycotter les produits et/ou services de l'entreprise :**

- 57% dans leur vie personnelle ;
- 49% dans le cadre de leur travail.

Une conséquence commerciale potentielle, à laquelle s'ajoute un enjeu de notoriété important, puisque **40% des candidats interrogés se disent également prêts à partager cette expérience sur les réseaux sociaux.**

L'expérience de candidature : un enjeu de marque, commerciale et employeur

Si les expériences de candidature satisfaisantes existent malgré tout (74% des personnes interrogées ont déjà reçu une réponse négative personnalisée), elles demeurent néanmoins de 10 points inférieures aux mauvaises. Un phénomène encore trop fréquent donc, et faisant porter un risque important sur les entreprises, notamment du point de vue leur marque employeur.

C'est pour répondre à cette problématique, au cœur des enjeux de croissance des entreprises, que YAGGO développe, depuis 4 ans, une solution permettant aux recruteurs d'optimiser et d'améliorer leur marque employeur en :

- Apportant une réponse individualisée aux candidats recalés ;
- Et en maintenant la conversation avec eux, notamment via des campagnes de fidélisation.

A date, YAGGO a ainsi déjà apporté près de 500 000 réponses pour le compte de ses clients BtoB, BtoC et acteurs du recrutement, en France.

« Depuis 4 ans, nous discutons avec les professionnels du recrutement pour comprendre leurs besoins et les accompagner dans un secteur en mutation. Nous avons décidé de lancer notre propre étude avec l'IFOP pour donner des arguments monétaires aux recruteurs et placer les réflexions RH au centre de la stratégie de l'entreprise », explique **Matthieu Penet, fondateur de YAGGO**.

Lien vers l'étude complète : <https://bit.ly/3gzmgRq>

Pour toute demande d'information, d'interview ou pour recevoir les résultats complets de l'étude, veuillez contacter :

Agence LEON

Amandine TAUZIN – Marianne FELCE-DACHEZ

amandine@agence-leon.fr – marianne@agence-leon.fr

06 83 88 82 55 – 06 07 15 28 42

A propos de YAGGO

YAGGO, créé en 2016 par Matthieu Penet, est un service permettant aux entreprises de préserver et améliorer leur marque employeur en témoignant considération et bienveillance à leurs candidats. Pour cela, YAGGO propose, en marque blanche pour le compte de ses clients recruteurs, d'agir à deux niveaux :

- YAGGO apporte une réponse personnalisée et assortie de conseils à chaque candidat non retenu ; puis sélectionne et trie les CV les plus pertinents par viviers de métiers afin de pouvoir leur pousser ultérieurement des offres d'emploi correspondant davantage à leur profil ;
- YAGGO s'engage par ailleurs à maintenir la conversation avec les profils pertinents en mettant en place des campagnes de fidélisation constituées par l'envoi régulier d'actualités sur l'entreprise et de nouvelles offres d'emploi pertinentes.

En soulageant les recruteurs d'une partie de la gestion des candidatures, YAGGO entend les accompagner tant au niveau de leur efficacité que de leur réputation.

Depuis sa création, YAGGO a déjà apporté près de 500 000 réponses personnalisées pour le compte de ses clients (B2C, B2B, acteurs du recrutement) tels que Boulanger, Colas, Carrefour, Oui.sncf, Jacques Raud Consulting...

Fort d'une levée de près d'un million d'euros en 2019, YAGGO est aujourd'hui composé d'une équipe de 12 personnes. Un effectif qui devrait doubler en 2020.

Site internet : <https://www.yaggo.co/>

Twitter : [@yaggoco](https://twitter.com/yaggoco)