

**Programme de formation**  
**Repenser son recrutement, du sourcing à**  
**l'intégration en passant par le parcours**

# Keynote – La nécessité de transformer nos modèles managériaux



1h30

*Repenser son recrutement, du sourcing à l'intégration  
en passant par le parcours*



## Contexte

Niveau d'exigence du client, intégration de l'IA dans notre quotidien professionnel, « Conseiller augmenté », révolution technologique... l'évolution des métiers de la relation client est flagrante. Cependant, un rapide flash-back nous montre que ces métiers sont eux-mêmes extrêmement jeunes car la professionnalisation des services clients est apparue dans les années 90. Le métier de Conseiller client a 30 ans. 30 ans, c'est aussi la moyenne d'âge de nos collaborateurs en poste aujourd'hui. C'est pour ces nouvelles générations de Conseillers que nous devons **réinventer les modes de recrutement et d'intégration**.

Concilier les exigences du client, celles des postulants et les impératifs de l'entreprise, c'est là le vrai challenge !



## Contenu

- Le vrai du faux : « grande démission », « quiet quitting » & « act your wage », le désengagement au travail est-il une réelle tendance dans nos centres de relation client ? La place du travail a évolué, certes, mais quelles en sont les conséquences directes sur l'embauche ? Que disent les chiffres du recrutement et du turn-over dans nos secteurs ?
- Le métier de Conseiller client a évolué, les mentalités et les comportements également. Les processus traditionnels décrivaient un parcours sélectif et ciblé : annonce → étude de CV → entretien à distance → tests d'aptitude → entretien individuel. Ces dernières années ont vu s'épanouir des process accélérés voire déstructurés. Quel bilan peut-on en tirer ? Comment mesurer le ratio de performance de ces méthodes ?
- Devenir Conseiller client est rarement un choix délibéré. C'est souvent un choix par défaut, une voie temporaire ou un métier choisi sur des critères ayant peu trait aux caractéristiques techniques mais davantage sur des aspects pratiques ou relationnels. De ce fait, les viviers de candidatures sont à rechercher en dehors des sentiers battus : sites spécialisés, cooptation, salons étudiants, réseaux sociaux... Quels sont les sourcing les plus adaptés ? Comment construire son message ?
- Au-delà de la génération de candidatures de qualité, l'organisation doit savoir transformer l'essai et offrir les meilleures conditions d'intégration au nouvel entrant. Comment tenir la promesse de l'embauche dans un équilibre gagnant-gagnant ? Eviter la sur-promesse, assurer la cohésion avec l'équipe existante, gagner le pari des premières semaines pour assurer des bases solides pour l'avenir ?

## Cas d'excellence – L'innovation dans les pratiques

Tiphany Tourniquet, Responsable du recrutement de KONECTA GROUP nous explique comment, en tant qu'interface avec leurs marques clients, le processus de recrutement a été revisité en perpétuelle recherche d'efficience.



1h30



Contenu

- La pénurie de candidats est réelle. **Les motivations** pour intégrer un service client au sortir de l'école ou en reconversion ont évoluées au cours des dernières années.
- Challenger ses pratiques de recrutement en permanence est devenu un **enjeu vital** pour nos centres de relation client qui ont besoin de stabiliser leurs effectifs tout en abordant pleinement le virage de l'expérience client à l'heure de la **digitalisation**.
- En tant qu'outsourcer, KONECTA recrute ses collaborateurs pour leurs propres centres de contacts avec la mission de **valoriser les prestations réalisées** pour ses clients. Dans ce contexte, comment mettre en avant **la marque employeur** pour attirer des profils pour qui un poste de conseiller de clientèle ne doit plus être un job mais un **véritable métier** ?
- Entreprise implantée sur tout le territoire national et international, les pratiques de recrutement doivent s'adapter non seulement aux profils recherchés, selon les missions confiées par les clients donneurs d'ordre, mais aussi aux **spécificités locales**. Les différents sourcings ainsi que les types de communication sont testés et validés localement avec des **best practices** partagées entre les sites de production.
- Misant fortement sur les **partenariats locaux**, il est essentiel d'animer le réseau pour s'assurer d'annonces pertinentes, de sessions d'informations avec les candidats qui soient parfaitement alignées aux attentes des postes et de l'entreprise. Les partenaires doivent **véhiculer les valeurs** et disposer d'une **compréhension fine** des profils recherchés.
- Bien que l'ensemble de la profession se mobilise pour mieux faire connaître les **métiers de la relation client**, le poste de Conseiller reste méconnu ou mal compris. Comment s'appuyer sur les collaborateurs eux-mêmes pour faire franchir la porte de nos centres de relation client à leurs proches ? Organiser des **journées porte-ouvertes** ou mettre en place un **programme de cooptation** reste le meilleur moyen d'expliquer la valeur de ces métiers sur lesquels reposent nos organisations.



2h

## Temps 1

- Travail en sous-groupes - Réflexion sur le recrutement actuel dans chaque entreprise participante :
  - Sourcing, profils recherchés, parcours et étapes, critères de sélection
  - Chiffres clefs : nombre de collaborateurs en place, nombre de postes ouverts/an, turn-over, ratios sur le processus par étape
  - Analyse des points forts et des difficultés rencontrées dans le process actuel
- Restitution et enrichissement par le groupe



## Contenu

## Temps 2

- Travail en groupe – 4 thématiques à creuser
  - L'attractivité des métiers : une phrase pour présenter le métier de Conseiller client, une phrase pour présenter l'entreprise, les valeurs portées par le service client, des exemples de cas concrets à traiter par un Conseiller client. Construction d'un CAB (caractéristiques / avantages / bénéfices) du métier
  - La recherche des profils : liste des savoirs, savoir-faire, savoir être souhaités + affectation d'un ordre de priorité pour chacun
  - Les sourcings : les sourcings actuels, les sourcings testés : avantages et inconvénients. Les nouvelles opportunités envisagées.
  - Le processus de recrutement : objectif recherché → méthode → participants → éléments de mesure
- Restitution de chaque groupe sur sa thématique



1h30

- Reprise des 4 thématiques sur une mise en commun avec un enrichissement de la réflexion au regard des éléments apportés par chaque groupe (principe d'auto-alimentation).
- Formalisation d'une feuille de route sur :
  - La conception des annonces de recrutement
  - Les sourcings à privilégier / à tester
  - Le parcours de recrutement



Contenu

- Synthèse de la journée

## Intervenants



**Tiphany TOURNIQUET**  
**Responsable Recrutement**  
**KONECTA GROUP**



**Joëlle SIWIOREK**  
**Directrice Conseil**  
**P1 CONSEIL**



**Christophe NEPVEUX**  
**Délégué Général**  
**AFRC**