

Questions à...

Serge PAPO, Président et cofondateur de Nomination.fr



❶ Quel regard portez-vous sur les réseaux sociaux ?

Les utilisateurs utilisent les réseaux sociaux professionnels de manière ponctuelle. Ils en ont besoin quand ils cherchent à changer de poste. Une fois qu'ils l'ont trouvé, ils ne procèdent plus à la mise à jour de leur profil.

Ainsi les « RSP » font tout pour créer du contenu et faire en sorte de fidéliser leurs membres. Dans cette perspective, ils essaient d'être une « destination place ».

Malgré le fait que, en moyenne, 40% des profils de ces réseaux ne soient pas à jour, ils restent très actifs, de qualité et répondent à leur vocation première de recrutement (60% de leur chiffre d'affaire) et de plateforme technologique de mise en relation entre les gens.

❷ Quelles évolutions observez-vous en matière de comportements, de profils, d'orientation ?

Le changement majeur des prochaines années porte sur la digitalisation des entreprises. Les enjeux sont énormes, les freins sont culturels, les profils seront nettement différents. Les entreprises devraient oser recruter des plus jeunes dans leurs organes de direction. La seule solution pour faire bouger les choses est de modifier le code génétique des entreprises, au risque de déstabiliser. Je préconise de créer un laboratoire, destiné à analyser les changements et à tester de nouveaux modes de management, de nouvelles offres, dans l'esprit startup. Cela permet de mettre la créativité et l'innovation à l'honneur, sans qu'elle soit étouffée par l'organisation.

À partir des mouvements, j'observe

que l'entreprise recherche bien sûr de nouvelles compétences mais et c'est ce qui me semble original, des profils qui ne viennent pas forcément de la même activité de l'entreprise. Pour les universitaires, il y a là une percée possible, par leur prédisposition à la recherche et à l'innovation. Je constate également l'émergence de nouvelles fonctions, qui placent l'expérience client au centre de la stratégie.

Les DRH ne se laisseront pas déposer de la digitalisation mais devront s'adapter.

❸ Au bout de 12 années d'existence, avez-vous atteint votre objectif, et jusqu'où comptez-vous aller dans les prochaines années ? Quels projets de développement ?

Notre projet se veut plutôt complémentaire que concurrentiel des réseaux sociaux professionnels. Aujourd'hui, Nomination publie des annonces rédigées de manière professionnelle, homogène, synthétiques, qui racontent une nouvelle prise de poste et responsabilités de l'individu.

Dans le cadre de notre projet de développement, nous souhaitons aller plus loin et élargir le périmètre d'information, raconter leur histoire professionnelle et valoriser leurs atouts. Ce que l'on aimerait faire c'est finalement d'affirmer encore plus notre code génétique : c'est de produire des flux d'information et aller vers l'éditorialisation des profils, en accompagnant les individus dans leurs projets, de mobilité ou prise d'emploi, par la diffusion ciblée de leurs profils auprès des entreprises, personnes susceptibles de leur correspondre. ●