



Logiciel RH vendredi 04 juin 2010

« NomiSearch, un nouvel outil de sourcing plus affiné »



Spécialisée dans le sourcing des profils entre le middle et le top management, **Nomination** a officiellement lancé le jeudi 3 juin son nouvel outil, NomiSearch. Sa particularité ? Une technologie permettant de mieux cibler les profils et de croiser les critères de recherches.

La base de talents de Nomination se compose de 150 000 profils. Comment réunir autant de décideurs qui ne sont pas forcément à la recherche d'un emploi ? « *Nous avons des partenariats avec des associations d'anciens élèves ainsi qu'avec des associations professionnelles comme l'ANDRH ou la DFCG* », explique Serge Papo, président de Nomination. Les profils les plus représentés sont très spécifiques : il s'agit de décideurs situés entre le middle et le top management, qui ne trouvent pas forcément leur place sur les jobboards.

Un moteur de recherche plus intelligent

NomiSearch, le nouvel outil lancé le 3 juin, doit permettre aux clients de mieux cibler leurs recherches dans cette base de talents. La technologie de recherche sémantique a été mise au point par **Sinequa**. Selon Serge Papo, « *elle permet à nos clients de chercher de manière plus fine et de croiser des critères entre les postes passés et le poste actuel.* » Exemple : une entreprise a besoin d'un candidat actuellement directeur général dans une banque qui ait auparavant exercé les fonctions de directeur marketing dans la distribution et justifie d'une expérience d'un an en Asie ? Il lui suffit de rentrer ces critères dans le moteur de recherche.

Autre avantage : « *le moteur de recherche ne se focalise pas uniquement sur l'intitulé : grâce à un dictionnaire des métiers et des secteurs, il se concentre aussi sur la fonction et les missions du poste* ». A quelqu'un qui recherche un directeur commercial, NomiSearch pourra par exemple fournir les résultats de responsables commerciaux possédant les qualifications dont il a besoin. Naturellement, ce module permet aussi de sélectionner des critères plus classiques, comme le diplôme, le niveau d'expérience, ou encore la localisation géographique.

Attention, comme le souligne Serge Papo, « *l'outil n'est rien sans la base de talents. Il s'agit d'une option que nous proposons à nos clients existants. Pour les autres, ils doivent prendre un abonnement* ». Avec une moyenne d'environ 11 000 euros par an pour l'abonnement et 2 400 euros pour le module NomiSearch, la solution coûte approximativement 13 000 euros par an, un prix qui varie en fonction des différentes exigences des utilisateurs.

Séverine Dégallaix