<https://culture-rh.com/comment-digitaliser-processus-recrutement/#La_digitalisation_definition>

<https://culture-rh.com/recruter-intelligence-artificielle-avantages-inconvenients-exemples-application/>

Notes :

1. Table des matières

[I. Table des matières 1](#_Toc63011964)

[II. Sources 2](#_Toc63011965)

[III. Digitalisation du processus de recrutement 2](#_Toc63011966)

[I.1. Quels avantages ? 3](#_Toc63011967)

[I.2. Simplification et optimisation du processus de recrutement 3](#_Toc63011968)

[I.3. Meilleure attraction des candidats 3](#_Toc63011969)

[I.4. Les outils pour digitaliser le recrutement 4](#_Toc63011970)

[I.4.a. Les logiciels de recrutement 4](#_Toc63011971)

[I.4.b. Les tests de personnalité et tests de recrutement 4](#_Toc63011972)

[I.4.c. Le chatbot 4](#_Toc63011973)

[I.4.d. Les outils de collaboration 5](#_Toc63011974)

[I.4.e. Les outils d’intelligence artificielle 5](#_Toc63011975)

[IV. Recruter avec l’intelligence artificielle : 5](#_Toc63011976)

[II.1. L’IA, c’est quoi ? 5](#_Toc63011977)

[II.2. Pourquoi l’IA dans le recrutement ? 6](#_Toc63011978)

[II.3. Ses avantages 6](#_Toc63011979)

[II.3.a. Faciliter le sourcing 6](#_Toc63011980)

[II.3.b. L’identification des talents 6](#_Toc63011981)

[II.3.c. Analyse poussée 6](#_Toc63011982)

[II.3.d. La neutralité et la distance émotionnelle 7](#_Toc63011983)

[II.4. Ses inconvénients 7](#_Toc63011984)

[II.4.a. Une certaine déshumanisation 7](#_Toc63011985)

[II.4.b. Les biais 7](#_Toc63011986)

[II.4.C. Une préselection trop … Sélective 8](#_Toc63011987)

[II.5. Ses utilisations 8](#_Toc63011988)

[II.5.a. La rédaction d’offres d’emploi 8](#_Toc63011989)

[II.5.b. La gestion du sourcing 8](#_Toc63011990)

[II.5.C. La préqualification et le traitement des candidatures 8](#_Toc63011991)

1. Sources

[1] « Recrutement », *Wikipédia*. janv. 25, 2021, Consulté le: janv. 31, 2021. [En ligne]. Disponible sur: https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Recrutement&oldid=179193823.

[2] J. Ready, « Comment digitaliser ses recrutements ? Astuces & Conseils ! », *Culture RH*, juin 24, 2020. https://culture-rh.com/comment-digitaliser-processus-recrutement/ (consulté le janv. 24, 2021).

1. Digitalisation du processus de recrutement

Il faut pour commencer s’attarder sur les définitions de “recrutement” et “digitalisation” :

* Le recrutement, c’est “*l’ensemble des actions mises en oeuvre pour trouver un candidat censé correspondre aux besoins et compétences considérées comme requises à un poste de travail donné, dans une organisation données.”*[1]

Il s’agit donc, à l’instar d’un projet, d’un processus regroupant des activités, coordonnées et rapprochées pour accomplir un objectif precis, en l’occurrence l’embauche du meilleur candidat possible pour un poste donné.

* La digitalisation, c’est “*le procédé qui vise à transformer des processus traditionnels, des objets, des outils, ou encore des professions par le biais de technologies digitales dans le but de les rendre plus performants.”*[2]

La digitalisation du processus de recrutement est donc le procédé par lequel on va chercher à transformer une ou plusieurs des activités intervenant dans le processus d’embauche d’un candidat pour obtenir un gain de performance par le biais des technologies digitales.

Souvent apparentée à la “transformation digitale[[1]](#footnote-1)”, la digitalisation a commencé dès les débuts d’internet : les courriers postaux sont devenus les emails ; les magasins et leurs vitrines, les sites d’e-commerce.

La digitalisation est un processus presque naturel, en adéquation avec l’évolution de notre société vers toujours plus de numérique.

Dans le domaine du recrutement, la digitalisation permet :

* De gagner du temps, en automatisant les tâches répétitives effectuées tant par les candidats que par les recruteurs ;
* De s’affranchir des limitations en matière de distance : avec l'appui des technologies digitales, il est devenu beaucoup plus simple de d’effectuer un recrutement à distance. Il est en effet de moins en moins nécessaire de se déplacer en train ou en avion pour une rencontre ;
* De mieux collaborer : le temps passé à joindre la bonne personne du bon service, ou même à s’y rendre. Un email, ou une plateforme de recrutement permet de regrouper les principaux acteurs d’un recrutement ;
* De limiter les erreurs : il devient plus facile et plus rapide de détecter les erreurs et donc de les corriger
* De maximiser les profits : la digitalisation du processus de recrutement permettra de faire gagner de l’argent au service de recrutement des organisations qui entreprendront de telles démarches.

I.1. Quels avantages ?

Pour le recrutement, les avantages de la digitalisation sont nombreux :

Gain de temps et d’argent

Le premier avantage à noter est le gain de temps et d’argent procuré par cette digitalisation. Le recruteur peut automatiser une grande partie de son processus de recrutement : la gestion des candidats ou des offres (sauvegarde, tri, filtrage, etc.) ou les tests de recrutements peuvent être digitalisés à leurs différents niveaux.

Cette digitalisation permettra au recruteur de s’affranchir d’un certain nombre de tâches répétitives et fastidieuses et ce gain de temps sera rapidement transformé en un gain d’argent.

De plus, les technologies digitales proposent un panel large de manières d’attirer les candidats potentiels (gamification).

I.2. Simplification et optimisation du processus de recrutement

Avec l’automatisation due à la digitalisation, le dépôt de candidature est facilitée pour le candidat, et la gestion des candidatures est simplifiée pour le recruteur.

A cela s’ajoute le nombre sans cesse grandissant d’outils analytiques digitaux, qui permettent au recruteur de s’assurer de la bonne adéquation de son processus de recrutement. Il peut, ou pourra, l’adapter et l’optimiser en temps réel.

L’un des principaux sujets de préoccupation des recruteurs est la marque employeur[[2]](#footnote-2). Avoir une bonne “marque employeur” permet à la fois d’attirer plus facilement les candidats, mais aussi de limiter le turnover.

Grâce aux outils digitaux, le service de recrutement pourra améliorer et renforcer en permanence sa marque employeur : mise en place de page carrières, entre autres.

I.3. Meilleure attraction des candidats

La digitalisation du recrutement permet de mieux cibler les candidats visés, tout en renforçant l’attractivité de l’entreprise auprès de ces derniers.

Une expérience candidat améliorée

Chaque jour de plus en plus en tension, le marché de l’emploi est devenu de plus en plus exigeant. Attirer les candidats peut parfois se révéler compliqué, et pouvoir offrir une expérience améliorée, au travers d’un processus attractif, se révélera être un véritable atout dans ce contexte.

Comment digitaliser la fonction recrutement d’une entreprise ?

L’ensemble du processus doit être digitalisé : de la phase de lancement jusqu'à la validation du futur collaborateur.

Toutes les étapes peuvent être digitalisées au travers de diverses technologies digitales. Des outils “clé en main” existent déjà, qui ne demandent parfois même pas d’installation sur un poste.

I.4. Les outils pour digitaliser le recrutement

I.4.a. Les logiciels de recrutement

“*L’Applicant Tracking System*” (ATS) Un outil relativement indispensable, qui va permettre de digitaliser le recrutement, et de suivre l’ensemble des parcours des candidats qui postulent aux offres proposées.

Les ATS permettent également de prendre du recul sur le recrutement et son processus. Les candidatures sont centralisées, il n’est plus nécessaire pour le recruteur de naviguer entre les divers services logiciels (mail, tableurs, dossiers…).

Les tests vidéos en direct ou différé

L’entretien vidéo est de plus en plus utilisé par les recruteurs. Le test vidéo permet de réellement gagner du temps, notamment dans le fait qu’il évite un déplacement, au recruteur comme au candidat.

Avec les tests vidéo *“différés*”, les candidats doivent s’enregistrer face caméra, tandis qu’ils répondent à une suite de questions définie au préalable. Les recruteurs pourront alors ensuite visualiser les vidéos des candidats à loisir. L’une des vocations du test vidéo différé est de remplacer les entretiens téléphoniques.

Le test vidéo différé peut même être automatisé au maximum et venir remplacer l’étape de l’entretien : il permet d’éviter d’avoir à prévoir 45 minutes par candidat, pour poser toujours les mêmes questions

I.4.b. Les tests de personnalité et tests de recrutement

Il est également possible de digitaliser l’évaluation des candidats en utilisant des tests de personnalité ou de “recrutement”. S’ils ne sont pas infaillibles, ces tests permettent tout du moins de s’assurer de l’adéquation entre le besoin en recrutement et un aperçu de la personnalité du candidat.

I.4.c. Le chatbot

Ce système permet d’automatiser la totalité, ou presque, des échanges entre candidats et recruteurs. Il résout les problèmes de disponibilité : Un candidat veut poser une question alors que le recruteur n’est pas disponible ? Le chatbot peut alors prendre le relai, et assurer la disponibilité du service.

Plusieurs approches sont possibles, comme les systèmes à base de règles - un ensemble de questions/réponses pré-définies ou la réponse du candidat sera comparée à la réponse préenregistrée - ou des systèmes plus complexes fondés sur des systèmes d’intelligence artificielle.

I.4.d. Les outils de collaboration

Ces dernières années, le nombre d’outils de collaborations destinés aux organisations a décuplé. Qu'il s'agisse de systèmes de messagerie simples (Slack, Pidgin ...) ou plus élaborés (Microsoft teams), la plupart de ces outils permettent la création de “fils de discussion[[3]](#footnote-3)” qui permettent d’échanger directement ou indirectement avec d’autres collaborateurs.

Les échanges peuvent se fluidifier, et on verra ainsi diminuer le taux d’erreur.

I.4.e. Les outils d’intelligence artificielle

L’intelligence artificielle est l’ensemble des techniques et théories qui s’appliquent à développer des systèmes informatiques capables de simuler, à diverses échelles et divers niveaux, certains traits de l’intelligence humaine.

Avec ces systèmes, reposant sur ce qu’on appelle “l’apprentissage”, il est possible de procéder à des analyses poussées sur chaque candidat. Cela va de la recherche de compétences dans un CV à l’analyse du ton voix et du débit de paroles).

Ces outils apportent une aide qu’il ne faut pas sous-estimer aux recruteurs, principalement dans la présélection des candidats.

1. Recruter avec l’intelligence artificielle :

Notion très peu utilisée dans le monde des RH et du recrutement il y a quelques années encore, l’intelligence artificielle offre de nombreux avantages à celui qui souhaite se lancer dans l’aventure, comme l’automatisation de certaines tâches (notamment le sourcing[[4]](#footnote-4) ou le traitement des candidatures)

Elle permet également dans certains cas de mieux identifier les "talents" qui pourraient correspondre avec le poste à pouvoir, ou même l’entreprise en général.

II.1. L’IA, c’est quoi ?

L’intelligence artificielle est l’ensemble des techniques et théories qui s’appliquent à développer des systèmes informatiques capables de simuler, à diverses échelles et divers niveaux, certains traits de l’intelligence humaine.

II.2. Pourquoi l’IA dans le recrutement ?

Il s 'agit dans un premier temps d’une tendance. Les progrès spectaculaires dans le domaine de l’apprentissage automatique ont propulsé l’Intelligence Artificielle sur le devant de la scène ces dernières années, et le monde des RH n’a pas fait exception.

De nombreux recruteurs ont été étonnés et séduits par des exemples de recrutements entièrement automatisés grâce à l’intelligence artificielle.

Cette dernière permet d’effectuer des analyses poussées sur les candidats (débit de parole, analyse des mots utilisés …).

Il s’agit avant tout d’un outil d’aide à la décision, permettant de gagner un temps considérable dans le tri, l’évaluation et la présélection des candidats.

II.3. Ses avantages

II.3.a. Faciliter le sourcing

L’Intelligence Artificielle va principalement faciliter le “sourcing”.

L’identification et la présélection des CVs pertinents est une tâche fastidieuse dans une certaine mesure.

L’intelligence artificielle permet au recruteur de gagner un temps précieux, en utilisant par exemple un système de sourçage “autonome” : il se “nourrira” automatiquement des nouveaux CVs et la classifier automatiquement dans des catégories correspondant aux offres d’emplois ou de poste qui pourraient leur correspondre, ou mettra en avant les “meilleurs talents” en fonction de données passées en entrée.

II.3.b. L’identification des talents

Identifier les candidats (les “talents”) qui correspondent le plus aux postes à pourvoir est une mission délicate qui peut se montrer difficile.

Automatiser le tri de l’ensemble des candidatures reçues permet au recruteur d’augmenter ses chances de trouver le candidat idéal.

II.3.c. Analyse poussée

Les Big Data ont initié un changement de paradigme en matière de quantité de données. L’intelligence artificielle, de part son lien étroit avec les Big Data et sa capacité à extraire des corrélations à partir de ces structures de données “impraticables” pour des méthodes analytiques traditionnelles, permet des analyses plus “poussées” que les analyses traditionnelles.

L’analyse de l’intonation de la voix, du débit de parole ou des *curriculum vitae* des candidats forment une somme d’informations dont le recruteur pourra tenir compte pour que sa décision soit plus efficace.

II.3.d. La neutralité et la distance émotionnelle

L’utilisation de l’intelligence artificielle permet de s’affranchir des préjugés desquels peuvent être sujets les recruteurs. Un recrutement automatisé par une intelligence artificielle sera donc en théorie plus objectif.

Mais les systèmes d’apprentissage automatique peuvent eux aussi être victimes de biais, ne serait-ce que du choix des données données en alimentation à l’IA, qui pourrait fausser l’objectivité du système.

Plus on accordera de responsabilités à une IA, plus le calibrage des outils devra être précis et rigoureux.

II.4. Ses inconvénients

Ces avantages trouvent leurs symétries dans les inconvénients suivants :

II.4.a. Une certaine déshumanisation

De par son essence, l’humain restera toujours au centre du recrutement. L’expertise humaine est nécessaire à ce processus.

Cependant une partie des actifs, notamment les plus jeunes, est demandeuse d’une continuité entre les outils de leur quotidien et l'agilité du cœur de l’entreprise. L’intelligence artificielle, de par sa flexibilité et son adaptabilité, peut permettre d’automatiser et de digitaliser au maximum le processus de recrutement pour répondre à cette tendance. Or, il faut veiller à ce que, bien qu’il se digitalise, le processus de recrutement ne se déshumanise pas.

Digitaliser au point de déshumaniser serait prendre le risque de passer à côté du coeur même du recrutement : l’humain.

La “rencontre”, à l’avantage de parfois venir heurter notre zone de confort et nous permettre de nous dépasser. Certains profils apparaîtront parfois comme ininteressant ou instables pour un système d’intelligence artificielle, alors qu’ils pourraient réveler une personnalité qui ne ferait qu’enrichir, dans tous les sens du terme, l’entreprise.

II.4.b. Les biais

L’entraînement du modèle d’intelligence artificielle, le bloc logiciel qui va produire des prédictions du type “quel candidat correspond le mieux a quelle fiche de poste”, est une étape cruciale et doit etre effectuée avec beaucoup de rigueur.

Si l’échantillon fourni en guise de données d’apprentissage n’est pas, ou pas assez aléatoire, on risque de voir se dégager des propositions biaisées.

Ce qui est arrivé à [ENTREPRISE A RETROUVER] en est l’exemple même : dans le but de digitaliser leur processus de recrutement, cette entreprise est passé par un analyseur de CV qui devait proposer les meilleurs candidats. Cet analyseur avait été entrainé avec les CVs des ingénieurs de l’entreprise, qui étaient majoritairement des hommes. Le modèle par son entrainement à généré une règle qui s’apparenterait à “un bon ingenieur est un homme”, et s’est mis a ne proposer que des profils masculins.

Dans une moindre mesure, le risque est aussi de voir l’entreprise acquérir toujours le même type de profil, se privant ainsi d’une diversité qui pourrait être bienvenue.

II.4.C. Une préselection trop … Sélective

En se concentrant sur les compétences opérationnelles, techniques ou manageriales, l’extraction d’informations à partir d’un CV, par exemple, ne saura que mettre en évidence les “*hard skills*[[5]](#footnote-5)” d’un candidat, et fera donc l’impasse sur ce qu’on appelle les “*soft skills*[[6]](#footnote-6)”. Ce serait passer à côté de candidats qui pourraient potentiellement apporter une veritable plus value à l’entreprise.

II.5. Ses utilisations

II.5.a. La rédaction d’offres d’emploi

L’une des principales et premières utilisations de l’intelligence artificielle dans le recrutement est la redaction des offres d’emploi. Grâce aux algorithmes de génération automatique de texte[[7]](#footnote-7), il devient possible de rédiger des offres contenant par exemple les mots clés les plus attirant pour un public visé. Pour aller plus loin, des outils comme l’analyse de sentiments[[8]](#footnote-8) peuvent permettre de déterminer le meilleur ton a adopter pour une offre.

II.5.b. La gestion du sourcing

Le sourçage est une autres des activités longues et chronophages des recruteurs. L’intelligence artificielle peut apporter un soutiens non negligeable dans cette tâche. Un grand nombre de solutions logicielles spécialisées dans le recrutement permettent d’automatiser au maximum le sourçage, et donnent la possibilité aux recruteurs d’identifier les profiles les plus pertinents d’internet, ou d’un base de données de plusieurs milliers de CVs.

II.5.C. La préqualification et le traitement des candidatures

Avec des modèles correctement entrainé (il faut savoir éviter les différents écueils de l’apprentissage automatique), il devient possible de donner en entrée à un modèle des données concernant la société ou les postes à pourvoir pour qu’il en ressorte, après analyse de l’ensemble des candiatures, une liste des candidats censés être les plus adaptés au besoin en recrutement correspondant.

1. l’adoption stratégique de technologies digitales. [↑](#footnote-ref-1)
2. La marque employeur est l'image d'une entreprise auprès de ses employés et des candidats potentiels, et inclut par extension les efforts de marketing et de communication qui visent à l'améliorer et à la communiquer. [↑](#footnote-ref-2)
3. Fil de discussion : une suite de messages consécutifs sur un même thème, classés de manière arborescente [↑](#footnote-ref-3)
4. Le sourçage, en anglais sourcing, est le fait de trouver des fournisseurs ou des candidats dans les achats, les ressources humaines et les services informatiques (IT). [↑](#footnote-ref-4)
5. comprend l’ensemble des compétences que l’on a généralement acquises par formation, et que l’on peut démontrer de manière concrète. [↑](#footnote-ref-5)
6. aptitudes liées au caractère et à la manière d’interagir avec les autres [↑](#footnote-ref-6)
7. La génération automatique de texte (GAT) est une sous discipline de la linguistique computationnelle qui vise à exprimer sous une forme textuelle, syntaxiquement et sémantiquement correcte, une représentation formelle d'un contenu. [↑](#footnote-ref-7)
8. processus qui permet de déterminer la tonalité émotionnelle qui se cache derrière une série de mots [↑](#footnote-ref-8)