



SYNERGIE

1^{er}

Groupe français
indépendant de
services RH

5^e

Réseau
européen

17

Pays dans
le monde

750

Agences

4 400

Collaborateurs
permanents

www.synergie.fr

RELATIONS PRESSE

Isabelle Bigot

Agence Calliopé

Tél. +33(0)6 16 06 91 23

isabelle@calliope-event.com

SYNERGIE, PIONNIER DU RECRUTEMENT SUR TIKTOK

Premier groupe français indépendant et 5^{ème} réseau européen de services RH (intérim, recrutement, formation, conseil, inclusion et diversité), **Synergie est la première entreprise de son secteur à recruter directement via TikTok, 4^e application mobile la plus téléchargée dans le monde en 2019** (1).

Plébiscité par les jeunes générations, le réseau social à base de vidéos en format court compte aujourd'hui **plus de 800 millions d'utilisateurs actifs mensuels, dont 6,5 millions en France**. En octobre 2019, 78% des visiteurs quotidiens de TikTok France avaient moins de 24 ans, 19% étaient âgés de 25 à 49 ans, et 3% avaient plus de 50 ans (2).

« **Avec TikTok, nous nous adressons à une nouvelle communauté, plus jeune, et spécifiquement à la génération Z qui passe désormais plus de temps sur ce réseau - ou encore sur Reels d'Instagram - que sur les Facebook, Twitter et autres médias sociaux classiques. TikTok est aussi une appli qui parle à nos collaborateurs, pour la plupart assez jeunes** », explique Candice Gau, responsable communication digitale du groupe Synergie.

Parmi les premières marques nationales à investir ce nouveau réseau social, Synergie y développe un style en accord avec son identité : sérieux sans se prendre au sérieux, fondé sur la confiance, l'initiative et la délégation. « **Nous laissons carte blanche aux agences et aux collaborateurs pour réaliser et publier leurs vidéos de recrutement. TikTok est un réseau social où priment la spontanéité, la fraîcheur et l'humour : imposer une ligne et un message corporate serait un contre-sens. Sur TikTok, nos collaborateurs se dévoilent sans filtre, ce qui nous correspond bien** », précise Candice Gau.

Responsable des agences Synergie de Rodez et Decazeville (Aveyron), **Guillaume Gritti (@guillaumegritti)** est venu à TikTok pendant le confinement, intrigué par ce réseau encore peu fréquenté des professionnels, malgré sa croissance exponentielle. « **En sortie de confinement, j'ai posté une courte vidéo annonçant notre recherche de candidats sur six métiers pénuriques. J'ai été surpris par l'impact, avec au total plus de 360 000 vues, 5500 likes, 300 commentaires - positifs à 98 % - et dans les deux semaines suivant la publication un afflux de cv, en même temps qu'une affluence inhabituelle en agence : des profils à la fois qualifiés et en dehors de nos radars habituels** », relate Guillaume Gritti.

Pour le manager, **TikTok présente d'abord l'intérêt de faire tomber les barrières entre recruteur et candidat**. « Le réseau induit un ton informel, léger, décalé, et suscite donc un contact plus direct, plus décontracté avec le candidat, ce qui n'empêche pas bien sûr de bosser sérieusement derrière. Et puis tout est assez immédiat : vous postez une vidéo, un internaute réagit, vous discutez avec lui en chat ou en appel vidéo... Les premiers pas sont facilités », analyse Guillaume Gritti.

Les équipes de Synergie trouvent également, sur TikTok, l'occasion de montrer à leurs différents publics - candidats, intérimaires, clients, prospects, partenaires - l'étendue de leurs activités et de leurs savoir-faire, dans un format qui requiert tout à la fois créativité, audace et authenticité. « Le réseau est sans conteste un accélérateur de visibilité pour notre marque, sur des éléments d'identité qui nous sont propres et sur un terrain de jeu encore peu pratiqué par les entreprises. Nous bénéficions, en quelque sorte, d'une prime au premier entrant », observe Candice Gau.

Pour entretenir la dynamique, **Synergie a réuni ses collaboratrices et collaborateurs les plus actifs, sur TikTok, au sein d'une communauté d'ambassadeurs, en charge de partager expérience, conseils et bonnes pratiques avec celles et ceux qui souhaiteraient se lancer**. « Si la création d'une vidéo TikTok est assez simple, il faut tout de même maîtriser quelques clés. En particulier le choix de la musique et d'une gestuelle en phase avec celle-ci, la rédaction des hashtags, et puis la capacité de se lâcher, de faire appel à son humour et à son inventivité, sans pour autant faire n'importe quoi. La frontière est parfois subtile, et c'est aussi celle qui sépare bad et good buzz. Cela dit, sur TikTok le public est assez bienveillant : vous pouvez oser », résume Guillaume Gritti.

A court terme, le réseau d'ambassadeurs contribuera à la réalisation de vidéos TikTok, au sein d'une campagne orchestrée sur plusieurs médias et réseaux sociaux pour recruter des alternants. « Nous sommes déjà actifs, en recrutement, sur Facebook, Instagram, LinkedIn et Twitter, en privilégiant tel ou tel canal selon le public visé, le poste proposé, le domaine d'activité, les taux d'engagement et de conversion atteints sur chaque réseau. TikTok vient compléter et renforcer cette stratégie multicanale. Il nous permet de communiquer différemment nos propositions d'emplois et de missions, auprès notamment des jeunes actifs et des étudiants », conclut Candice Gau.

Sur un marché du recrutement profondément affecté par la crise économique et sanitaire, Synergie et ses équipes se dotent d'un moyen supplémentaire pour élargir, simplifier et accélérer l'accès à l'emploi.

(1) Source :
Appanie, Top 10
Apps&Games by
downloads

(2) Source : Digimind