

Candidats de la génération Z : les recruter pour les garder.

Apparue ces dernières années sur le marché du travail, la génération Z, ou « digital natives », incite les recruteurs à s'adapter à ces nouveaux diplômés qui portent un autre regard sur l'emploi, la carrière et la vie en général. Née après 1995, cette génération est avant tout celle des nouvelles technologies et des réseaux sociaux. Curieuse, dynamique, mobile et surprenante, la génération Z est aussi appelée génération C pour communication, connexion, collaboration et créativité. Elle fonctionne à l'énergie, au « toujours plus ». Confrontée à la crise au sortir de leurs études, cette génération, vivier des managers de demain, aime à bousculer les habitudes et ne centre pas forcément la réussite de sa vie sur la réussite professionnelle. Ambitieuse et ouverte au monde en général, la genZ ne s'impose pas de freins. Voyager, se déplacer, enrichir ses connaissances, rencontrer d'autres cultures correspondent à leurs envies, au détriment parfois de l'exigence de trouver un emploi immédiatement. **Interactivité et connexion** Greffés à leur portable, tablette et autres outils de communication, les jeunes de la génération Z aiment à se laisser approcher via les réseaux sociaux et les messageries. Envoyer un texto à un recruteur et s'enquérir du suivi d'un recrutement par ce biais-là est une pratique courante chez ces jeunes adultes qui recherchent l'instantanéité et la rapidité. Internet est un formidable vecteur d'information pour eux et préparer un entretien en surfant sur la toile pour en savoir plus sur une entreprise fait partie de leurs habitudes, beaucoup plus que pour les Millenials. Les recruteurs l'ont compris et adaptent leurs méthodes de recrutement. Poster des annonces sur LinkedIn, Facebook ou Twitter, adopter le hashtag qui fera mouche, avoir un site responsive... Autant d'éléments indispensables aujourd'hui pour les cabinets de recrutement. **Engagement et responsabilité** La génération Z attache une importance capitale aux valeurs humaines, la bienveillance, l'écoute, l'empathie, la diversité qui peuvent influencer au quotidien sur une stratégie RSE plus inclusive et responsable. Elle attend d'une entreprise qu'elle adhère aux mêmes valeurs mais aussi qu'elle les montre et qu'elle privilégie aussi le bien-être de ses salariés. S'épanouir au travail, rester motivé et participer à des projets communs sont des priorités-clés pour les jeunes diplômés qui n'ont pas peur de quitter un poste s'il ne correspond plus à leurs attentes. En matière de recrutement, la recherche de « soft skills » chez le candidat est indispensable. En identifiant des valeurs identiques à l'entreprise et aux candidats, le recruteur peut valider son choix. **Innovation et défis** En quête permanente de nouvelles motivations, la génération Z fuit la routine et se dope à l'aventure, au goût du risque et de l'innovation. Au sein d'une entreprise, il lui faudra se challenger, se réinventer et avancer avec des projets enthousiasmants pour qu'elle ait envie de rester. La génération Z, ou génération zapping... Deux ans, c'est déjà trop long. | Ce que l'on faisait en 4 ou 6 ans, on le fait en 1 an maintenant. Capter l'attention lors d'un entretien, adopter différents rythmes ou postures, bouger, poser des questions propices à l'interaction, à l'interrogation et savoir écouter les questions du candidat génèrent attention et succès. Alors que les compétences sont généralement jugées à l'aune de l'ancienneté et de l'expérience, un jeune de la génération Z y voit aussi une question de style, de charisme, de subjectivité, de personnalité. La génération Z vit dans un monde visuel centré sur les nouvelles technologies, un monde plus permissif où les libertés individuelles priment, un monde en accéléré où le temps n'a plus la même valeur... Au recruteur de chausser de nouvelles lunettes pour savoir appréhender ces talents émergents et dénicher les jeunes pousses du management. Cf. site www.ajconseil.fr 10/01/22.