

# Prepera x 16:40

Bertrand Rocchi

Jonathan Petit

Malik Bousbaine

Jonathan San José



# Sommaire

## DÉCOUVERTE

Prepera	3
Le discours	4
Agence 16:40	5
Roadmap	6
Introduction	7

## CADRAGE

Premier contact	9
Speed boat	10
Écosystème	14
Business canva	19
Risques	23
Problématique	24

## RECHERCHE UTILISATEURS

La recherche secondaire	26
• Objectif	27
• Méthode	27
• Constats	28
La recherche primaire	30
• Objectif	31
• Méthode	31
• Guide d'entretien	32
• Recrutement des participants	33
• Entretien semi-dirigé	34
• Insights	35
• Livrables de recherche	36

## IDÉATION

Leçons apprises partagées avec Prepera	42
Problématisation	46
Choix de la méthode	48
Préparation et facilitation atelier d'idéation	51
Déroulé de l'atelier	54
divergence vs convergence	
Premier Story board et proposition de valeur	58
Restitution et arbitrage sujet à prototyper	67

## PROTOTYPAGE

Structuration	75
Parcours à tester	76
Les insights	77
Les critères	78
Prototypage	79
Prototype v1	80
Tests utilisateurs	81
Analyse	82
V2	83

## CONCLUSION

Le mot de la fin	85
Remerciements	86

## ANNEXES

Cadrage	88
Recherche	107
Idéation	120
Prototypage	129

**Découverte**



# Prepera

**Prepera est une start up française qui se veut être un coach digital pour réussir les entretiens.**

Leur postulat est que 90% des étudiants font des études pour améliorer leur employabilité. Pourtant 1 jeune sur 2 trouvent que sa formation initiale prépare très mal à la recherche de son premier emploi.

Depuis plus d'un an, ils développent une plateforme de coaching digital pour les étudiants et jeunes diplômés afin de réussir leurs entretiens.

## 10

établissements  
partenaires

## 15

focus métiers data, sales,  
dev, marketing ...

## 2.5K

étudiants  
accompagnés

### OBJECTIF

Donner aux jeunes diplômés les codes des entretiens d'embauche et structurer leur réflexion pour mettre toutes les choses de leur côté lors d'un recrutement.

# Le discours

**Le coach digital pour réussir tes entretiens. Objectifs et ambition, sont les critères de réussite de la startup.**

## OPTIMISATION DES RECHERCHES

Apprendre les astuces pour faire émerger les candidatures, faire son suivi et négocier son salaire.

## AMÉLIORATION DES RÉPONSES

Se démarquer auprès des recruteurs en structurant les réponses grâce aux conseils d'experts.

## ENTRAÎNEMENT À L'ORAL

Obtenir des retours sur la communication non-verbale et prendre confiance à l'oral.

## PROBLÉMATIQUE

**Quel est le format qui donnerait vraiment envie aux jeunes de postuler à leur prochain job ?**

## HYPOTHÈSE DES UTILISATEURS

- Jeunes diplômés.
- Recruteurs.

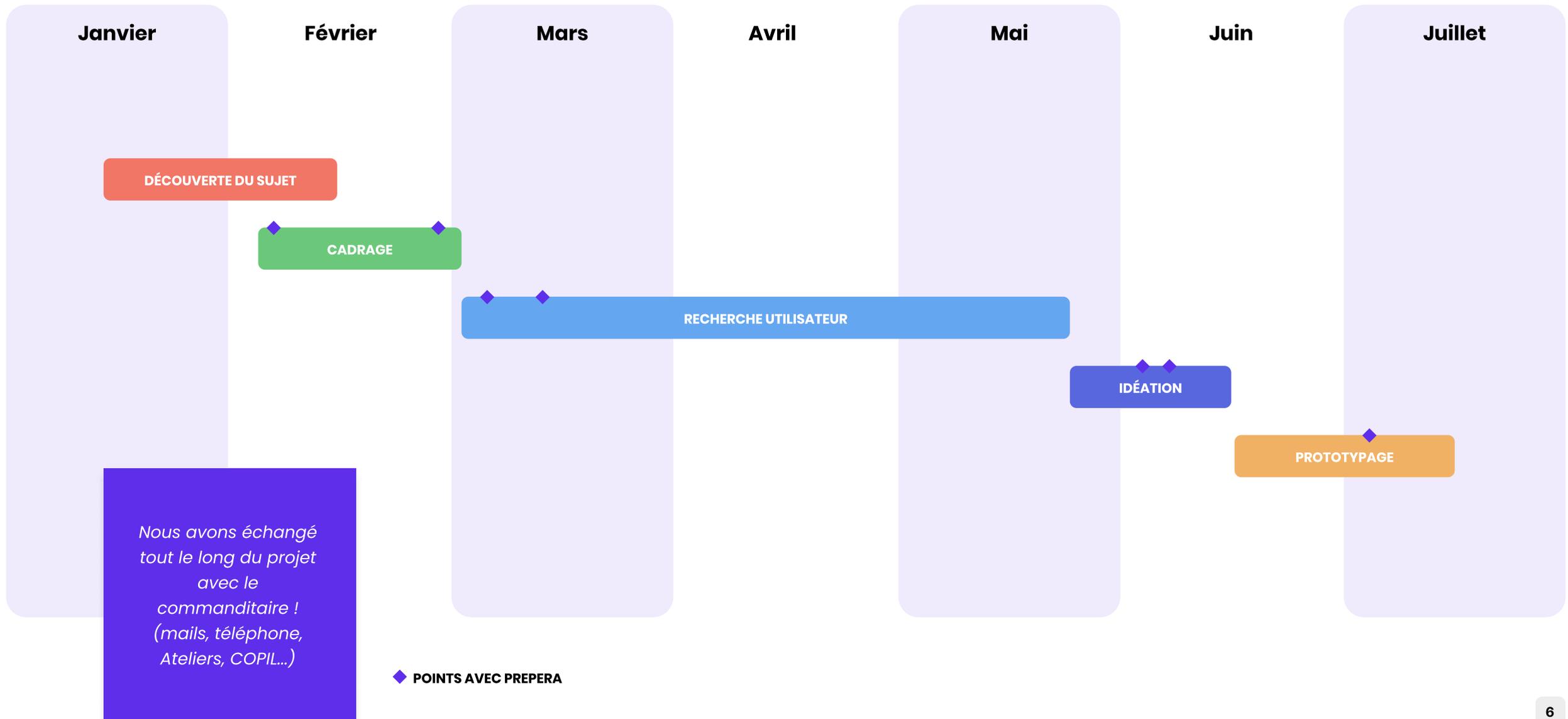
# L'agence 16:40

**16:40 est une agence de consulting spécialisée dans la conception centrée utilisateur. Elle regroupe 4 UX designers.**

Fort de notre expertise, nous rassemblons nos compétences et nos différentes expériences au service de notre commendaire et de sa problématique pour lui proposer la meilleure solution centrée utilisateur.



# La roadmap



# Le recrutement en 2023

**En 2023, le secteur du recrutement est en pleine évolution, notamment suite à la pandémie de Covid-19. Cette évolution se traduit d'une part par l'évolution technologique et d'autre part les attentes des candidats.**

Certaines entreprises reconnaissent l'importance de la diversité et de l'inclusion, sources de richesse, d'innovation et de performance.

La marque employeur joue également un rôle clé en attirant des candidats qui valorisent la réputation et les valeurs de l'entreprise. L'expérience candidat doit être fluide, rapide et transparente, impliquant une communication régulière tout au long du processus de recrutement.

L'intelligence artificielle, notamment les chatbots, est de plus en plus utilisée pour répondre aux questions des candidats et les guider dans leur parcours de recrutement. Ces innovations technologiques permettent aux recruteurs de se concentrer davantage sur l'aspect humain du recrutement et offrent une expérience candidat de meilleure qualité.



**40 CV en moyenne pour décrocher un emploi.**

*Source : stepstone*

# Cadrage



# Premier contact

**Nous avons organisé un atelier de cadrage pour confirmer les informations transmises par le commanditaire afin d'avoir une meilleure vision du projet à venir.**

Le format "Speed boat" nous a semblé la méthodologie adaptée pour faire émerger efficacement les forces et faiblesses du projet tout en gardant à l'esprit les objectifs finaux.

A travers toutes les réponses qui nous ont été apporté, nous avons pu déterminer un certain nombre d'insights:

[Voir annexes](#)

## Prepera x 16:40



# Le speed boat (1/4)

L'atelier speed boat nous a permis de mettre au jour différents éléments inhérents au projet.

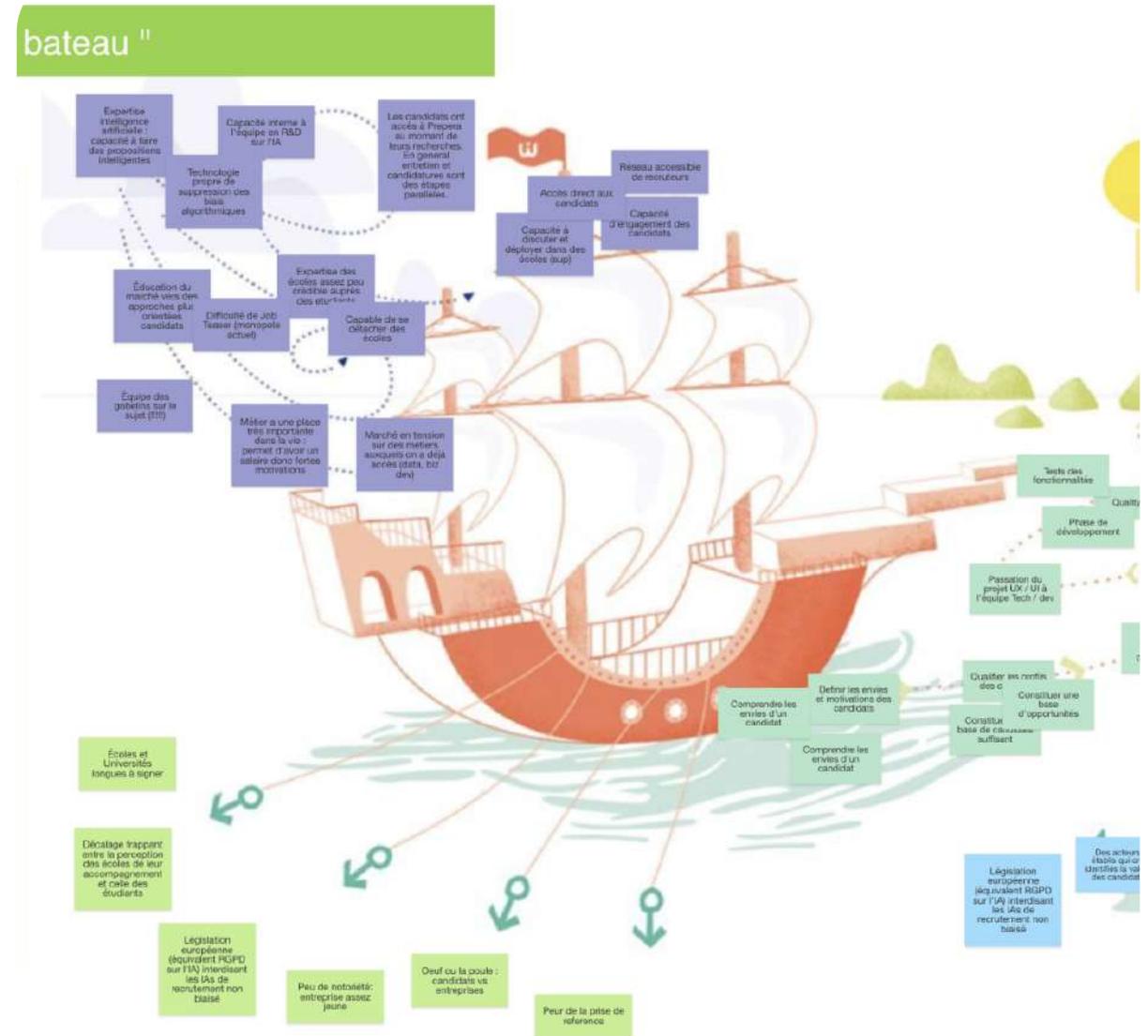
## 👤 DÉFINITION DES UTILISATEURS

La solution de Prepera s'adresse à deux types d'utilisateurs : Les étudiants en recherche de leur premier emploi et les recruteurs qui cherchent des candidats qualifiés.

## 📏 DÉFINITION DU PÉRIMÈTRE DU PROJET

Le projet se concentrera sur le cœur de métier de Prepera, c'est-à-dire, la recherche du premier emploi chez les jeunes diplômés.

[Voir annexes](#)



# Le speed boat (2/4)

**L'atelier de co-conception nous a permis de découvrir ensemble les objectifs, les forces, les faiblesses ainsi que les risques du projet.**

## 🎯 LES OBJECTIFS

- Permettre à un étudiant de déterminer et trouver son job de rêve, et d'avoir accès aux meilleures opportunités d'emploi.
- Devenir le meilleur produit EdTech.
- Créer une vraie connexion entre candidats et recruteurs.

## 💪 LES FORCES

- Une forte expertise en intelligence artificielle, et une capacité interne en R&D.
- Un marché en évolution avec un leader vacillant (jobteaser).
- Des utilisateurs accessibles pour les questionner et déployer rapidement des évolutions.
- Une forte motivation des utilisateurs car leur métier et leur salaire aura une place très importante dans leur vie.

## Objectifs

Permettre à un étudiant de déterminer quel est son job de rêve

Chaque étudiant ai accès au meilleures opportunité d'emploi

Chaque étudiant trouve son job de rêve via Prepera

Accompagner les candidats dans leur choix et leur recherche

Meilleur produit EdTech

Chercher un job devient un plaisir / jeu

Les candidats Prepera ont hâte de passer des entretiens

Une vraie connexion entre candidats et recruteurs

## Forces

Expertise Intelligence Artificielle : capacité à faire des propositions intelligentes

Technologie propre de suppression des biais algorithmiques

Capacité en interne à l'équipe en R&D IA

Les candidats ont accès à Prepera au moment de leur recherche.

Capacité à discuter et déployer dans les écoles (sup)

Accès direct aux candidats

Réseau accessible de recruteurs

Capacité d'engagement des candidats

Éducation du marché vers des approches plus orientées candidats

Difficulté de Job Teaser (monopole actuel)

Expertise des école assez peu crédible auprès des étudiants

Capacité de se détacher des écoles

Équipe des Gobelins sur le sujet

Métier à une place très importante dans la vie : permet d'avoir un salaire donc forte motivations

Marché en tension sur des métiers auxquels on a déjà accès (data, business, dev)

# Le speed boat (3/4)

## LES FREINS

- L'usage de la technologie de l'Intelligence Artificielle, la Commission Européenne en partenariat avec la CNIL sont en train d'encadrer cette technologie.
- Acquisition des prospects peut devenir problématique car la solution ne passe que par les écoles.
- Le marché de l'emploi est saturé d'acteurs bien implantés et disposant d'une très forte notoriété.

## LES RISQUES

- L'usage de la technologie de l'Intelligence Artificielle, la Commission Européenne en partenariat avec la CNIL sont en train d'encadrer cette technologie.
- Acquisition des prospects peu devenir problématique car la solution ne passe que par les écoles.
- Le marché de l'emploi est saturer d'acteurs bien implantés et disposant d'une très forte notoriété.

### Freins

Écoles et universités  
longues à signer

Décalage frappant entre la  
perception des écoles de  
leur accompagnement et  
celle des étudiants

Législation européenne  
(équivalent RGPD sur l'IA)  
interdisant les IA de  
recrutement non biaisé

Peu de notoriété : entreprise  
assez jeune

Oeuf ou la poule, candidats  
vs entreprises

Peur de la prise de référence

### Risques

Des acteurs établis qui ont  
identifiés la valeur des  
candidats

Un accès aux candidats qui  
repose sur les écoles

Législation européenne  
(équivalent RGPD sur l'IA)  
interdisant les IA de  
recrutement non biaisé

Vivier de candidats trop  
petit pour être exploitable

Compétition naissante  
acquiert des parts de  
marché trop élevées  
(grosse levée, churn de nos  
partenaires, ...)

Job Teaser développe son  
propre produit  
d'accompagnement

# Le speed boat (4/4)

## LES ÉTAPES

- Proposer une fonctionnalité qui n'est pas forcément complexe mais qui fonctionne.
- Créer une base d'opportunités : offres d'emploi, candidats...
- Recherche utilisateur : une solution centrée sur l'utilisateur/candidat.
- Créer une base qualifiée...
- ... et pertinente

*A cette étape du projet, nous nous interrogeons sur le business modèle de Prepera et sur la nécessité de l'élargir.*

## Étapes

Comprendre les envies d'un candidat

Définir les envies et motivations des candidats

Constituer une base d'opportunités

Qualifié les profils des candidats

Cohérence expérience candidat / offre

Traquer et mesurer la performance des candidats placés

Passation du projet UX/UI à l'équipe Tech/Dev

Tests des fonctionnalités

Phase de développement

Quality check

Identification des entreprises / accès aux offres (ATS)

Développer des systèmes scalables de mise en relation (plusieurs dizaines de milliers de candidats)

Construire une base de candidats suffisante

# Écosystème (1/5)

Un atelier collaboratif nous a permis de mettre au jour un écosystème composé de deux profils d'acteurs : les étudiants et les recruteurs.

Intéressons-nous aux étudiants:



  
Habite en France

  
Bac +3/5

  
1 à 2 stages

  
Consomme du digital

  
Ne sais pas comment s'y  
prendre pour trouver un  
emploi

**90% de mes candidatures  
restent sans réponses**

# Écosystème (2/5)

## 😞 SES PROBLÉMATIQUES

- Essayer de rester motivé dans sa recherche d'emploi.
- Aucune offre ne me correspond dans la newsletter à laquelle je suis inscrit.
- Je ne trouve pas d'offre qui me plaise.
- Je ne sais pas comment choisir entre deux offres.
- J'ai peur de ne pas être à la hauteur pour le job que je veux.
- 90% de mes candidatures restent sans réponse.

## 🚫 SES FREINS & IRRITANTS

- Sur-sollicité.
- Redondance dans les offres d'emploi.
- Chercher un emploi n'est pas intéressant.
- Les recruteurs ne semblent pas accessibles.
- Je ne sais pas où trouver une aide pertinente.

## 👊 SES MOTIVATIONS

- Rembourser le coût de ses études.
- Avoir un équilibre vie pro / vie perso.
- Prouver ses capacités.
- Gagner de l'argent.
- Arriver à la hauteur de ses ambitions.
- Avoir une carrière ambitieuse.



**Je ne trouve pas d'offres qui correspondent à mon profil**

# Écosystème (3/5)

Nous nous sommes également intéressé au second acteur du recrutement, miroir du candidat : le recruteur.



Expert dans son  
domaine



+ 10 ans d'expérience



Lit les médias  
traditionnels



Son réseau social est  
LinkedIn

**J'ai des candidats  
trop peu qualifiés**

# Écosystème (4/5)

## 😞 SES PROBLÉMATIQUES

- Je n'ai pas de candidats qui postulent.
- J'ai des candidats mais ils sont trop peu qualifiés.
- Comment faire pour évaluer les candidats ?
- Le candidat souhaite être en télétravail.
- Le candidat ne s'est pas présenté à l'entretien.
- Quelles questions poser lors de l'entretien ?

## 🔴 SES FREINS & IRRITANTS

- Je me fais "ghoster" par les candidats.
- Je ne comprends pas la façon de communiquer avec les candidats, les jeunes.
- Je ne comprends pas trop la nouvelle génération.
- Je n'arrive pas à trouver la perle rare.

## 👊 SES MOTIVATIONS

- Je veux faire du bon boulot (des bons recrutements).
- Je veux constituer une équipe sympa et performante.
- Je veux échanger avec les candidats et que les entretiens soient des conversations intéressantes.
- Je veux proposer les bons profils.



**Le candidat ne s'est pas  
présenté à l'entretien**

# Écosystème (5/5)

**En lien avec Prepera, nous avons déterminé un certain nombre de critères de réussites.**

## CRITÈRES DE SUCCÈS

- Chaque candidat a décroché au moins 3 entretiens de qualité via Prepera.
- Au moins 50% des candidats trouvent un job via Prepera.
- Chaque recruteur a eu au moins un entretien de qualité avec un candidat Prepera.

## DEMAIN ...

Dans 1 an nos utilisateurs pourront décrocher des entretiens parmi des entreprises auxquelles ils n'auraient pas pensé et qui les font maintenant rêver.

# 3

entretiens de qualité  
avec Prepera

# 50%

des candidats  
trouvent un job via  
Prepera

# 1

entretien de qualité avec un candidat Prepera

# 1 an

utilisateurs pourront décrocher le job  
de leur rêve

# Le business canva (1/4)

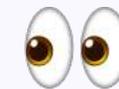
[Voir annexes](#)

**Suite à l'atelier collaboratif, il nous a semblé judicieux de formaliser notre compréhension du projet sous la forme d'un business canva pour entre autre en extraire la raison d'être et nous aligner sur le besoin de Prepera.**

## LES FAITS

- Le besoin de coaching est bien présent sur le marché de l'emploi et Prepera y répond.
- Le positionnement économique de Prepera semble fragile car il ne couvre qu'un seul champ du business (école).
- Prepera ne propose pas de service de mise en avant d'annonce d'emploi.
- L'expérience utilisateur de la solution Prepera est complexe.
- Certaines personnes considèrent l'usage de l'Intelligence Artificielle comme quelque chose d'intrusif.

- Prepera dispose des ressources nécessaires pour développer d'excellents algorithmes de matching.
- Prepera ne couvre pas complètement les besoins de marché car elle ne dispose pas de fonctionnalité de job board.



**Résultat attendu : chaque candidat a décroché au moins 3 entretiens de qualité via Prepera**

# Le business canva (2/4)

## GAINS / BÉNÉFICES

- Apporter des éléments de simplification de l'expérience candidat.
- Rendre le modèle économique viable en élargissant le champ de participation financière aux entreprises.

## FREINS

- Le fait que Prepera soit une jeune startup ne joue pas en sa faveur, elle dispose de peu de notoriété face à des concurrents bien installés.
- Le développement et l'usage des IA sont soumis aux contraintes d'utilisation des règles RGPD.
- Les universités et les grands écoles ont des modes de fonctionnement complexes, ce qui fait qu'elle sont longues à prendre des décisions et à signer.
- La présence de nombreux job bard dans le recrutement en fait un frein car Prepera serait amené à en développer un nième.



### Les Utilisateurs identifiés pour ce projet :

- **Candidat (étudiant jeune diplômé en recherche d'emploi)**
- **Recruteur (expert dans son domaine)**

## ÉVÈNEMENTS DÉCLENCHEURS

La solution actuelle fonctionne cependant il est important de trouver un business modèle élargi pour que Prepera puisse se développer de manière saine.

# Le business canva (3/4)

## 📋 CRITÈRES DE CHOIX DE LA SOLUTION

Proposer une fonctionnalité qui n'est pas forcément complexe, mais qui fonctionne, de bout en bout.

## 👮 CONTRAINTES À RESPECTER

La réglementation RGDP sur l'usage des IA non biaisé.

## 📏 PÉRIMÈTRE

Le périmètre du projet est la recherche d'un premier emploi pour les jeunes diplômés. Mais qu'en est-il du côté recruteur ?



# Le business canva (4/4)

## OBJECTIFS

- Permettre à un étudiant d'accéder à des opportunités de rêve.
- Faire de la recherche d'opportunités d'emplois un plaisir.
- Devenir le meilleur produit EdTech.
- Créer une vraie connexion entre candidats et recruteurs.
- Fidéliser les candidats et les mettre en confiance.
- Se différencier de la concurrence.



**Permettre aux étudiants d'accéder à  
des opportunités de rêve**

## RÉSULTATS

- Chaque candidat a décroché au moins 3 entretiens de qualité via Prepera (Comment mesurer la qualité de ces entretiens ?)
- Au moins 50% des candidats auront trouvé leur job via Prepera
- Chaque recruteur a eu au moins un entretien de qualité avec un candidat Prepera
- Augmentation du trafic sur le site de Prepera, du nombre de candidature et d'entretiens

# Les Risques projet

Afin d'évaluer les risques liés au projet, nous nous sommes intéressés à la rédaction d'un registre des risques

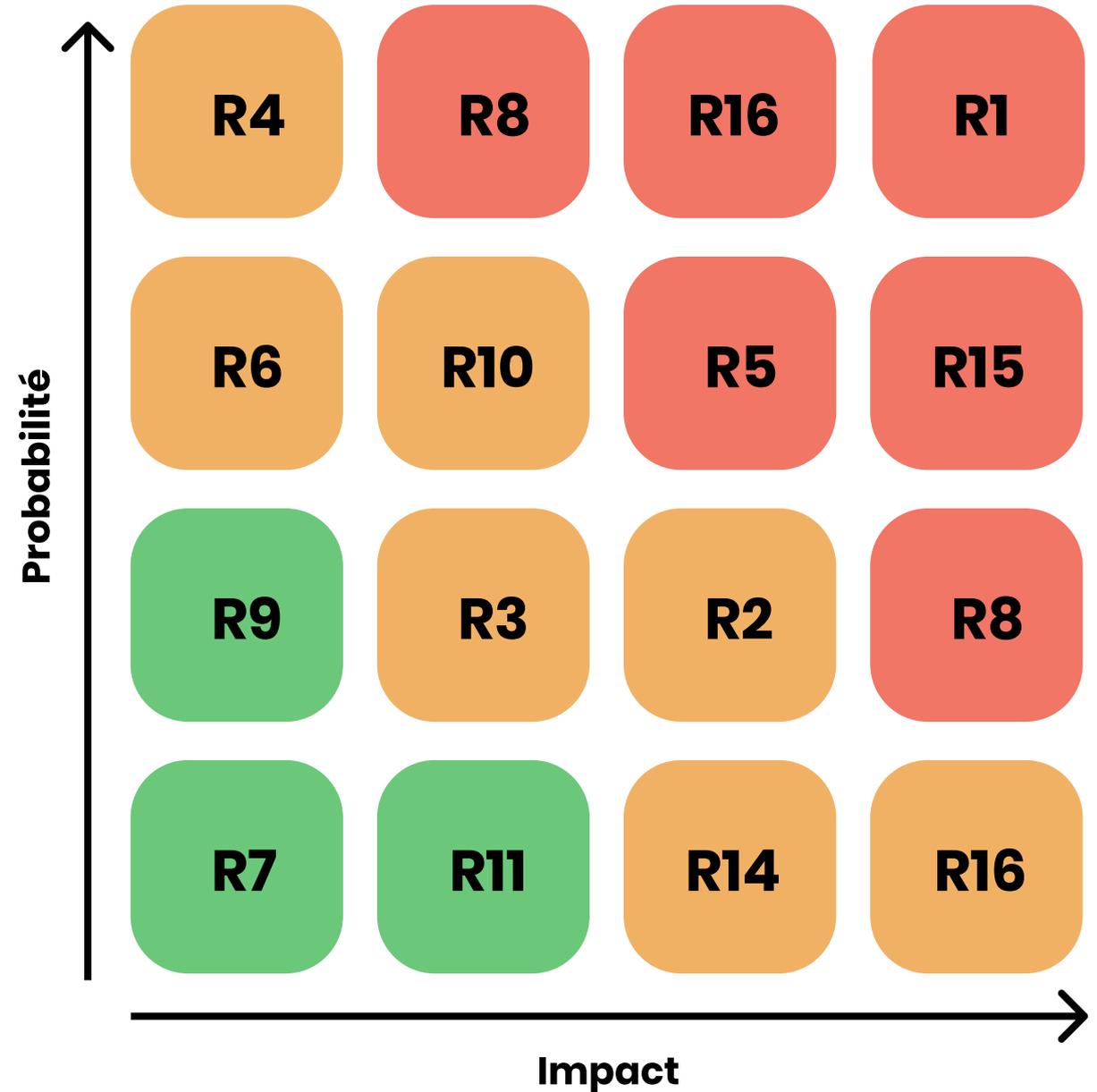
Créer conjointement avec Prepera, ce registre nous a permis l'élaboration d'une matrice nous permettant d'évaluer leur criticité (ImpactxProbabilité).

## 💣 LE CATASTROPHIQUE

Le non-respect des contraintes RGPD sur l'utilisation des IA non biaisées pourrait être un point d'arrêt au projet.

## 👉 L'IMPROBABLE

Le manque de communication entre les parties prenantes au projet.



# Raison d'être



**Permettre aux jeunes diplômés de décrocher le job idéal dans les entreprises qui correspondent le plus à leur besoins, aspirations, convictions, valeurs, envies...**



# Recherche utilisateurs



# Recherche secondaire



# Objectif

**Découvrir le secteur de la recherche d'emploi et notamment du premier emploi.**

## Méthode

Recherche documentaire sur internet, articles de sites spécialisés, thèse.

Nous avons extrait des informations des documents étudiés puis nous les avons regroupées dans un diagramme d'affinité afin d'en extraire des constats.



### SOURCES

**Sites spécialisés et thèses**

### OUTIL

**Diagramme d'affinité pour l'analyse**

# Constats (1/2)

**La recherche secondaire nous a permis de tirer des constats afin d'orienter la recherche primaire.**

## **CONSTATS POUR LES CANDIDATS**

- Les jeunes diplômés se sentent mal préparés à la recherche d'un premier emploi.
- Plus de 70% des 18-35 ans utilisent leur smartphone pour chercher un emploi.
- Une partie des jeunes diplômés choisissent leur premier emploi au hasard ou par nécessité.
- 40% des jeunes n'ont pas de réseau professionnel. **68% des emplois (pas que le premier) se trouvent grâce au réseau.**
- Les candidats souhaitent connaître le salaire avant d'envoyer une candidature.
- Les candidats recherchent un bon équilibre pro/perso.
- Lors d'un recrutement, près de 90% des jeunes souhaiteraient échanger avec un professionnel autre que le recruteur ou le manager.
- Une recherche d'un premier emploi longue, dégrade l'état psychologique du candidat.

- Dans sa recherche de premier emploi, le candidat est prêt à faire des concessions (contrats courts, baisse de la rémunération...).
- Le bien être est un critère plus important que le salaire pour un candidat.
- 40 CV pour décrocher un emploi (en moyenne).
- Le salaire et le type de contrat sont les deux premières concessions pour décrocher un premier emploi.
- Les réseaux sociaux sont utilisés pour recherche son premier emploi.

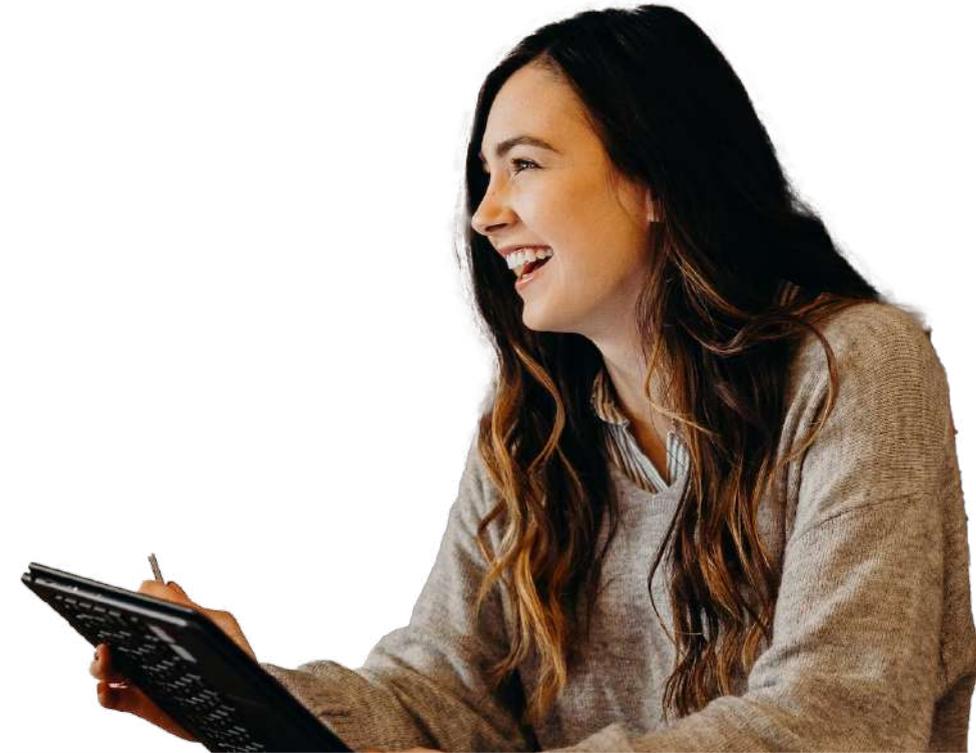


**Le bien être est un critère plus important que le salaire pour un jeune candidat**

# Constats (2/2)

## 👤 CONSTATS POUR LES RECRUTEURS

- Le recrutement est une activité compliquée et coûteuse, surtout si le recrutement est raté.
- 1/3 des entreprises utilisent des cabinets de recrutement, principalement pour rechercher et trier les candidatures.
- Les entreprises digitalisent leurs process de recrutement et s'outillent (ATS : Applicant Tracking System).
- Les entreprises sont en difficulté pour recruter.
- Le physique comme remettre en main propre une candidature a une valeur importante aux yeux des entreprises.
- Les soft skills sont de plus en plus appréciés par les recruteurs.
- Expérience, motivation, compétences et disponibilités sont les critères recherchés par les recruteurs.
- Il y a un besoin de compétences numérique dans les entreprises.
- Le canal de recrutement pour l'informatique est le "en ligne".



**Le recrutement est une activité compliquée et coûteuse, surtout s'il est raté**

# Recherche primaire

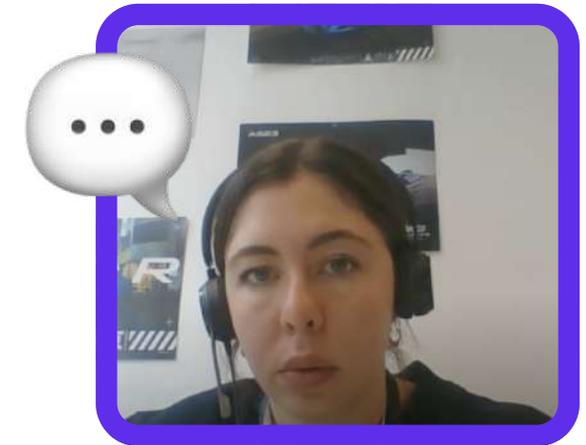


# Objectif

**Notre objectif a été d'affiner les différents thèmes identifiés lors de la recherche secondaire et notamment l'aspect émotionnel de la recherche du premier emploi.**

## Méthode

Nous avons choisi d'utiliser la méthode de l'entretien semi-dirigé, qui nous a permis de prendre le temps d'échanger avec les participants de l'étude et d'ainsi recueillir leurs expériences et leurs émotions.



# Guide d'entretien

**La rédaction du guide d'entretien s'est basée sur les thèmes identifiés lors de la recherche secondaire. Nous avons souhaité aller plus profond dans la compréhension de la recherche d'un premier emploi, et explorer les émotions ressenties lors de cette recherche.**

Afin d'être alignés sur l'objectif de la recherche, le guide d'entretien a été validé avec le commanditaire.

[Voir annexes](#)

**Un guide d'entretien basé sur la recherche secondaire pour aller explorer les émotions des participants**

# Recrutement des participants

**Le recrutement des participants a visé deux cibles : les candidats à un premier emploi et les recruteurs.**



## Cible primaire

- Etudiants et jeunes diplômés en recherche d'un premier emploi.
- Ecole publique (université).
- Ecole privée (école du digital, école d'ingénieur).

**Le recrutement des candidats** s'est fait grâce aux réseaux : les réseaux sociaux, via LinkedIn, et les réseaux personnels et professionnels de l'équipe.



## Cible secondaire

Recruteurs en petites et grandes entreprises.

**Les recruteurs** ont été ciblés via le réseau professionnel de l'équipe. Afin de limiter les biais, les recruteurs n'ont pas été interviewés par les personnes qu'ils connaissaient.

## ECHANTILLON

### Un échantillon de participants composé de 6 candidats et 4 recruteurs

- 6 candidats : 3 écoles publiques et 3 écoles privées
- 4 recruteurs : 3 de grande entreprise et 1 d'une ESN

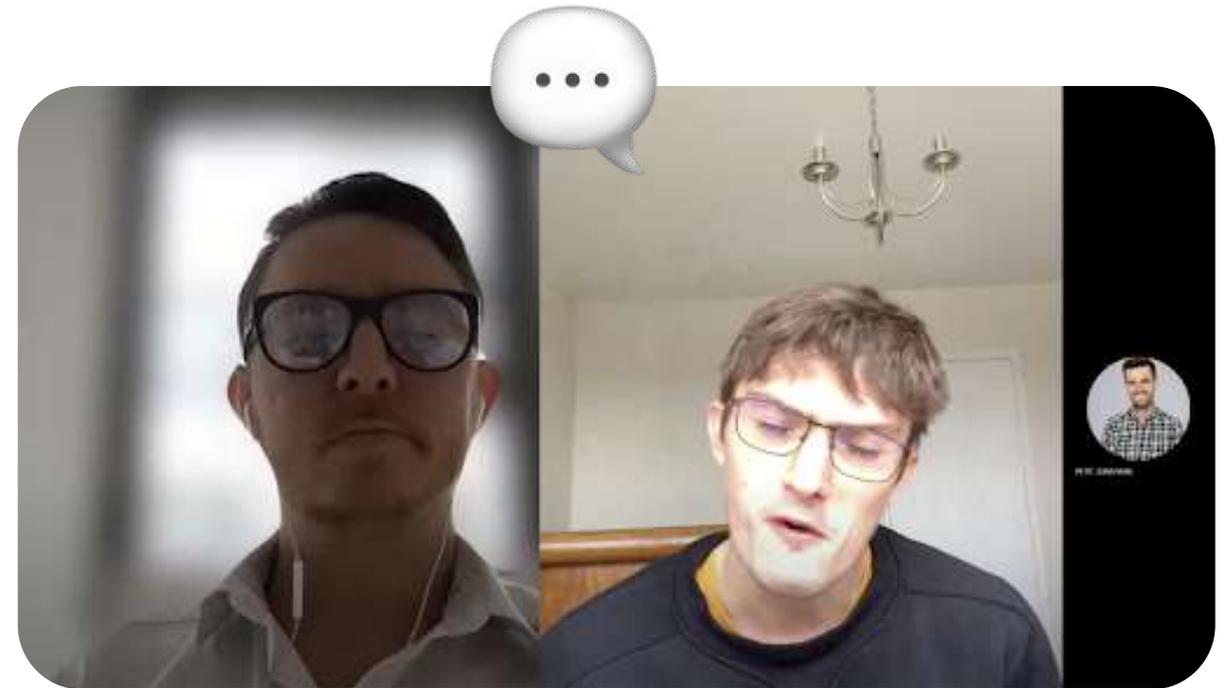
# Entretien semi-dirigé

**Les entretiens semi-dirigés se sont déroulés à distance.**

**Les entretiens à distance nous ont permis d'élargir le panel à toute la France et de ne pas nous focaliser sur des participants parisiens ou franciliens.**

Pour chaque entretien, deux UX designers ont été mobilisé : un, pour mener l'entretien et l'autre pour la prise de notes, sans intervenir.

Les entretiens ont été enregistrés afin de pouvoir y revenir lors de l'analyse.



 **OUTIL**

**Entretien semi-dirigé à distance**

# Insights

[Voir annexes](#)

## #1

### Les étudiants sont peu ou pas préparés par leur école à la recherche d'emploi.

*"Je n'ai pas eu d'aide de la part de mon école. Tout venait de moi-même, sinon je serai encore au chômage aujourd'hui."*

*"Mon école ne m'a pas du tout aidé dans ma recherche d'emploi."*

## #2

### La recherche d'un premier emploi est stressante.

*"A certains moments, c'est un sentiment assez fort, je ressentais du désespoir. Que je ne pourrais jamais y arriver."*

*"J'ai vécu ma recherche d'emploi comme quelque chose d'assez stressant, voire même parfois presque oppressant."*

## #3

### Les jeunes ne croient pas en leur compétences.

*"Il y a des offres, tu as un peu peur, tu as l'impression clairement de ne pas être à la hauteur."*

*"J'ai fait de longues études et c'est dur de ne pas arriver à trouver du travail. Lorsque je postule, j'ai le sentiment que faire des études dans le public, nos candidatures ont moins de poids."*

## #4

### Pour eux, le système de recrutement est impersonnel.

*"J'ai vu des entretiens d'embauche où c'était hyper carré, pas un mot plus haut que l'autre, pour moi, c'est un peu robotique."*

*"Le recruteur est un robot."*

## #5

### Les candidats utilisent principalement leur mobile pour leur recherche.

*"J'utilise mon mobile tout le temps. Ce qui m'embête avec le téléphone, c'est que les sites ne sont pas optimisés pour le mobile."*

*"LinkedIn, je l'utilisais surtout sur mon smartphone."*

## #6

### Les candidats ont peu ou pas de réseau professionnel, mais il le voit comme utile.

*"Je ne peux pas encore en avoir un car je suis débutante sur le marché du travail, ça va venir petit à petit."*

*"Tous les postes que j'ai trouvé en tant que graphiste, c'était grâce à mes contacts."*

# Personas

[Voir annexes](#)

**A la suite de l'analyse nous avons décidé de nous orienter vers deux livrables de recherche : persona et experience map. Ces deux livrables nous ont permis de visualiser l'ensemble de l'expérience candidat et d'identifier les *pain points* et les opportunités à traiter.**



## Méthode

La méthode que nous avons utilisée pour créer les personas est celle préconisée par Carine Lallemand et Guillaume Gronier dans leur livre "Méthodes de design UX, 2e édition", 2018. Avec cette méthode, nous avons décidé de créer deux personas : un pour le candidat et un pour le recruteur.

### OUTIL

#### Nous avons :

- **Créé des variables que nous avons positionnées sur une échelle**
- **Placé les verbatims des utilisateurs sur ces variables**
- **Identifié des patterns comportementaux qui nous ont permis de créer les personas**



# Elsa

26 ans

Fac publique

Paris

**“ J’éprouve des difficultés à me vendre efficacement auprès des recruteurs. ”**

Elsa est à l’aise avec les outils numériques et les technologies du web. Elle aime travailler en équipe et collaborer efficacement avec ses membres. Par ailleurs, passionnée par le digital et l’innovation, Elsa aime apprendre constamment pour être à jour des dernières tendances et technologies.

Sa curiosité la pousse à consulter régulièrement les offres d’emploi sur LinkedIn et Hello Work.

*Persévérante / Sociable / Curieuse*

## Motivations

Trouver un emploi rapidement



Voir la rémunération



Être accompagnée



Voir la localisation



Ne pas être stressé et frustré



## Objectifs

- Avoir un emploi qui a du sens
- Avoir un bon équilibre vie personnelle et vie professionnelle
- Une entreprise avec les mêmes valeurs
- Être en confiance

## Canaux préférés

LinkedIn



Hello Work



Welcome to the jungle



Indeed



## Frustrations

- Les offres proposées ne correspondent pas aux critères des candidats
- L’absence de réponses aux candidatures de la part des recruteurs
- La difficulté à être attractif
- Je manque d’expérience
- Mon école ne m’a pas préparé

Technologie

Relationnel humain

Associations

Design



# Jade

30 ans

Grand groupe

Paris

**“ Je recrute des jeunes diplômés mais c’est en fonction des managers et de la temporalité. “**

Jasmine aime le relationnel et le travail en équipe. Elle utilise quotidiennement les nouvelles technologies et les réseaux dans son quotidien.

Son esprit sportif la pousse à innover dans son métier et s’assurer le bénéfice d’un bon recrutement pour son entreprise et le candidat.

*Emphatique / Sociable / Sportive*

## Motivations

Identifier des jeunes diplômés avec un fort potentiel



Comblent les postes vacants ou en création avec des candidats qui correspondent aux exigences et à la culture de son entreprise.



Renforcer la réputation de son entreprise et sa capacité à innover en attirant les meilleurs talents.



## Objectifs

- Elle a besoin d'outils et de systèmes qui lui permettent de gérer efficacement un grand volume de candidatures.
- Elle a besoin d'accéder à des plateformes et à des réseaux professionnels où se trouvent les meilleurs jeunes diplômés en recherche d'emploi.
- Elle a besoin de méthodes et d'outils fiables pour évaluer les compétences hardskills et softskills.

## Interêts

Sport

Relationnel humain

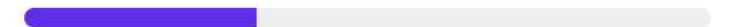
Réseaux sociaux

## Canaux préférés

Linkedin



Site carrières



Job Teaser



Indeed



## Frustrations

- Irritée par le fait de recevoir un grand nombre de candidatures ne correspondant pas aux critères ou manquant d'informations.
- Frustrée par des processus de recrutement complexes, des délais de réponse excessivement longs pour les candidats car ça peut nuire à l'image de son entreprise et décourager les meilleurs talents.

# Experience map (1/2)

[Voir annexes](#)

**L'experience map s'est basé sur le persona du candidat.**

Nous avons choisi de compléter le persona du candidat avec une expérience map afin de visualiser graphiquement les différentes étapes de la recherche du premier emploi ainsi que les différents états émotionnels par lesquels passent les candidats.

Les deux livrables nous ont permis de préparer la phase de convergence sur la problématique à traiter.

## OUTIL

**Une experience map pour visualiser les étapes et les états émotionnels de la recherche du premier emploi**



# Experience map (2/2)

## Étapes

Les différentes étapes de l'expérience



Création du CV / LM



Recherche d'offres



Choix des offres



Envoi de candidature



Attente de réponse



Relance



Réponse / Pas de réponse



Entretien

## Actions

Les actions effectuées par l'utilisateur

- Rédaction du contenu du CV ou MAJ
- Mise en forme du CV
- Recherche de templates de CV
- Benchmark

- Rechercher des offres qui me correspondent sur les job boards

- Tri des offres

- Envoi du CV via le jobboard

- Attente

- Envoyer un message de relance
- Appeler

- Lecture de la réponse
- Attendre
- Je commence à être frustré / démotivé
- Analyse de la réponse argumentée

- Préparer l'entretien
- Se renseigner davantage sur l'entreprise
- Imprimer son CV et autre supports

## Problèmes

Freins et problèmes rencontrés par l'utilisateur

- Mon école ne m'a pas préparé
- Je manque d'expérience

- Mes compétences ne correspondent pas à celles recherchées par les recruteurs
- Je manque d'expérience

---

- Je vois des annonces qui ne me correspondent pas du tout

- Délais long
- Possibilité de ne pas avoir de réponse

- Pas de réponse
- Pas de contact

- Réponse non argumentée
- Pas de réponse

- Mon école ne m'a pas préparé aux entretiens
- Je n'ai pas confiance en moi

## Émotions



## Verbatims

Extraits de commentaires des utilisateurs

"Mon école ne m'a jamais vraiment accompagné, c'était plutôt moi tout seul"

"C'est mort ils me demandent des trucs que je ne sais pas"

"Il y a des annonces, je les vois, c'est clairement pas ce que je fais, ce n'est pas pour moi, c'est une autre planète alors qu'en théorie on fait le même métier"

"LinkedIn, c'est la solution la plus ergonomique, surtout sur la façon de candidater".

"Par contre, lorsque je n'avais pas de réponse, j'avais un sentiment de frustration".

"Insultais à peu près tout quand au bout de 3 ou 4 semaines lorsque je n'avais pas de réponse"

"J'ai eu au total entre 40 et 50 mails de refus et moins d'une dizaine d'entretiens."

"L'entretien en lui-même a été une bonne expérience"

# Idéation



# Leçons appprises partagées avec Prepera



# Objectif

**Soucieux d'obtenir des résultats rapidement, nous avons mis tout en oeuvre pour être en mesure d'apporter notre concours à l'élargissement de l'offre de service (actuelle) de Prepera et :**

Nous avons, tout au long du projet, entretenu d'excellentes relations d'échanges entre Prepera & 16:40 (COPIIL mensuel, ateliers, moments ad hoc... ). Afin de favoriser l'innovation, nous avons eu le souci de nous apporter mutuellement (valeurs, bienveillance, convictions orientations...) pour faire émerger de nouvelles idées. Nous nous sommes collectivement, sans qu'il y ait eu besoin de formaliser quoi que ce soit, créé un environnement de travail propice à la créativité.



**Permettre aux jeunes diplômés de décrocher le job idéal dans les entreprises qui correspondent le plus à leurs besoins, envies, aspirations, convictions...**

# Leçon I

**Nous avons consolidé tous les éléments de cadrage, de recherches, verbatim et clustering des interviews (recruteurs vs candidats), personas, cartographie d'expérience, Analyse... pour apprendre que côté candidats :**

- Ils ne sont pas préparés à la recherche du premier emploi.
- La recherche d'un premier emploi est stressante.
- Ils ne croient pas en leur compétences.
- Le système de recrutement est impersonnel.



**" J'ai fait de longues études et c'est dur de ne pas arriver à trouver du travail. Lorsque je postule, j'ai le sentiment que faire des études dans le public, nos candidatures ont moins de poids."**



**" A certains moments, c'est un sentiment assez fort, je ressentais du désespoir. Que je ne pourrais jamais y arriver."**



**" Je n'ai pas eu d'aide de la part de mon école. Tout venait de moi-même, sinon je serai encore au chômage aujourd'hui."**



**" Mon école ne m'a pas du tout aidé dans ma recherche d'emploi."**



**" Mon école ne m'a jamais vraiment accompagné, c'était plus moi tout seul."**



**" J'ai vécu ma recherche d'emploi comme quelque chose d'assez stressant, voir même parfois presque oppressant."**



**"Le recruteur est un robot."**



**"Il traite les candidatures, sans vraiment savoir quel profil correspond."**



**" Il y a des offres, tu as un peu peur, tu as l'impression clairement de ne pas être à la hauteur."**

# Leçon II

## Pour apprendre également que côté recruteurs :

- Les logiciels de recrutement (ATS) filtrent sur des mots-clés qui ne sont pas forcément connus des candidats.
- Les logiciels de recrutement ne sont pas adaptés aux CV originaux.
- Les recruteurs doivent optimiser les annonces avec certains mots-clés pour que leurs annonces soient vues.
- Les recruteurs reçoivent un grand nombre de candidatures ne correspondant pas aux critères ou manquant d'information.
- Les recruteurs peuvent être frustrés par des processus de recrutement trop longs qui nuisent à l'image de l'entreprise.

- Le contenu des annonces n'est pas homogène : les informations diffèrent selon les entreprises.



**“tout confondu on reçoit 500 000 candidatures par an, c'est énorme !”**

**“On a souvent les trois quart des candidatures qui ne correspondent pas au poste”**

**“il y a avait des équipes qui faisaient 6-7 entretiens”**  
**Mélanie**

# Problématisation



# Problématisation

**A l'issu de notre recherche et au regard des leçons apprises, nous avons été intrigué par le décalage entre candidats et recruteurs.**

Les deux bords ont des motivations, des envies, des irritants pour beaucoup d'entre eux liés aux processus et conventions « AS IS ». D'un côté le besoin des candidats de par exemple disposer d'annonces de travail avec des informations claires (job list, environnement, émoluments, conditions, identité employeur, valeurs...) et de l'autre des recruteurs peu enclins à donner toutes les informations pour à la fois évaluer les candidats à l'aune leurs questions en entretien ou encore pour ne pas dévoiler leur propre stratégie RH à la concurrence dans un marché du travail « en tension »..

Fort de notre analyse nous avons identifié des aspects spécifiques du sujet qui nécessitaient une attention particulière ou qui posaient question telles que

Quels sont les enjeux ? Quelles sont les lacunes du AS IS ?  
Quels problèmes nécessitent une solution ?

Nous avons itéré afin d'identifier des problématiques formulables avec clarté et précision mais également relativement ouvertes et stimulantes pour nous inciter à la réflexion, l'exploration et à la recherche de réponses viable dans une perspective de « TO BE » avec facteurs différenciant.

## ? PROBLÉMATIQUE

**Comment pourrions-nous faire correspondre au mieux un jeune candidat à une offre d'emploi pour faciliter le recrutement ?**  
&  
**Comment pourrions-nous permettre aux jeunes candidats d'être plus attractifs auprès des recruteurs ?**

# Choix de la Méthode



# Choix de la Méthode (1/2)

## Sur l'approche méthodologique

Nous nous sommes interrogé sur l'application de la ou des méthode(s) la ou les plus à même(s) de faire émerger en atelier une ou plusieurs solutions de service crédible, économiquement viable, désirable et faisable dans un délai compatible avec les jalons du projet. Ceci autour de l'accompagnement des jeunes diplômés en quête de leur premier emploi avec des accointances importantes entre candidats et recruteurs.

Nous avons également par anticipation considéré la mise en œuvre d'un atelier (merci à notre coach qui a su nous guider, orienter...) à distance avec des parties prenantes diverses (fondateurs de Prepera, candidats et recruteur).



**Notre choix s'est porté sur un mix de brainstorming, crazy8 et diagramme d'affinité (clustering) pour tirer parti de leurs avantages respectifs et atténuer leurs inconvénients**

# Choix de la Méthode (2/2)

## Brainstorming

Le brainstorming parce qu'il encourage la libre expression et la créativité. Tout en stimulant la pensée divergente pour explorer un large éventail de possibilités (peut manquer de structure et certaines idées peuvent être négligées sans évaluation approfondie).

## Crazy 8

Le Crazy 8 parce qu'il consiste à générer huit idées en huit minutes. Cette contrainte de temps encourage la pensée rapide et spontanée, permettant aux participants de sortir des schémas de pensée habituels (le temps limité peut créer une pression qui inhibe certaines personnes, et les idées générées peuvent manquer de détails ou être peu élaborées).

## Le diagramme d'affinité

Le diagramme d'affinité parce qu'il consiste à collecter un grand nombre de notes, d'idées ou d'informations sur des cartes ou des post-it, puis à les regrouper en fonction de leur similitude ou de leurs relations. Les cartes sont déplacées et réorganisées jusqu'à ce que des groupes cohérents émergent. Le diagramme final représente visuellement les connexions et les relations entre les différentes idées ou informations.



# Préparation et facilitation atelier d'idéation



# Préparation de l'atelier d'idéation (1/2)

## Pour une créativité tout azimut

En termes de préparation d'atelier, on a ressenti le besoin d'anticiper sur les conditions de réalisation afin que les parties prenantes soient dans des dispositions de sérendipité avec une approche permettant d'explorer des champs en dehors des expertises ou angles d'attaque usuels puis travailler sur la problématisation proposée sans angles morts.

Le tout en alternant les phases de divergences et les phases de convergences pour créer les conditions d'une perméabilité propice à l'émergence d'idées alternatives, surprenantes, en ruptures voire des surprises.



**On a construit notre réflexion en ayant en tête que le biais de la fixité fonctionnelle pouvait nous limiter en termes de créativité-idéation**

*L'anecdote du Titanic nous le rappelle ! Une étude américaine a démontré que si l'iceberg n'avait pas été vu sous l'angle de « c'est dangereux » (fixité) mais sous l'angle d'une plateforme ! alors tout le monde pouvait être sauvé en faisant demi-tour et en y débarquant tout le monde. L'effet de fixation est le principal obstacle à l'innovation de rupture. La fixation, c'est l'impossibilité de « sortir du cadre » : c'est une représentation mentale, partagée par l'ensemble des acteurs, qui fige certains principes et empêche d'explorer des alternatives.*

# Facilitation de l'atelier d'idéation (2/2)

## Avec un facilitateur gardien de la bienveillance

En termes d'animation d'atelier, nous nous sommes entendu au sein de 16:40 pour que le facilitateur démarre l'atelier avec :

- **La définition des objectifs de l'atelier.**
- **Un partage des règles de fonctionnement claires permettant l'échange d'idées.**
- **Une clarification des attentes et livrables.**

### LA FACILITATION A PERMIS

**Que tous les participants aient bien l'occasion de s'exprimer et d'apporter leurs idées.**

**Que l'atmosphère soit propice à l'inclusion (participants de divers horizons) où chacun se sent à l'aise de partager ses réflexions et où les contributions de tous soient valorisées.**

**Que la pensée divergente et l'exploration de nouvelles idées soit encouragé (icebreaker, humour...).**

**Que les interactions entre les participants soient fluides, collaboratives dans un climat de travail positif et où les idées puissent être partagées, discutées et enrichies par le groupe.**

# Déroulé de l'atelier divergence vs convergence



# Phase de Divergence

**Autour du défi : améliorer la correspondance entre un jeune candidat et une offre d'emploi pour faciliter le recrutement.**

Le jour J nous avons commencé par introduire l'objectif de l'atelier avec notre défi. Nous avons ainsi rappelé aux participants l'importance de la sérendipité, qui consiste à être ouverts aux découvertes fortuites et aux idées inattendues. Nous avons également expliqué le concept de biais de fixation fonctionnelle, qui fait que nous avons tendance à rester ancré dans des approches conventionnelles pour vraiment encourager tous les participants à sortir des sentiers battus et à explorer de nouvelles perspectives.

L'idéation a commencé par une phase de divergence

avec un mixe entre les méthodes de brainstorming et de crasy8 en invitant les participants à générer individuellement un maximum d'idées (post it – dessin – capture écran...), sans restriction ni critique et surtout en les encourageant à penser de manière créative, en exploitant toutes les possibilités et en évitant de juger les idées.



« **Proposer des vidéos immersives qui détaillent la journée d'un métier »**

« **Préparer l'étudiant à avoir confiance en lui, ce qu'il manque le plus souvent »**

« **Atelier pour les étudiants afin de préparer leur pitch, prendre confiance »**  
**Ana (Etudiante)**



« **Offre : présenter l'équipe dans l'offre d'emploi, le manager présente l'offre sous format tik tok, résumé »**

« **Avoir un % de match façon Netflix »**

**Edmée PO Prepera**

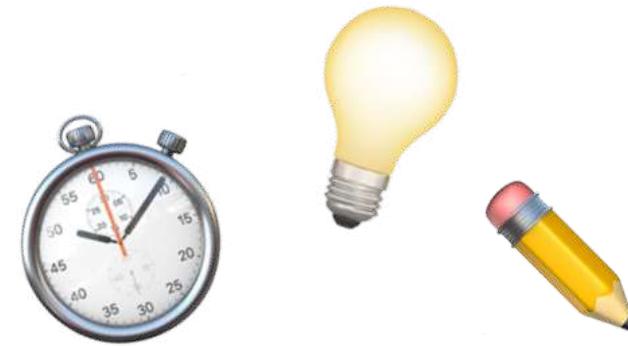
# Phase de Convergence

## (1/2)

**Toujours autour du même défi : améliorer la correspondance entre un jeune candidat et une offre d'emploi pour faciliter le recrutement.**

Après une vingtaine de minute de créativité nous sommes passés à la partie partage du processus d'idéation. Nous avons demandé aux participants d'évoquer toutes leurs idées de manière exhaustive (parfois les personnes peuvent être tenté de se brider quand il s'agit de restituer une idée personnelle qu'il jugerait farfelu ou pas au niveau de crainte d'un jugement de valeur) avec le groupe. Le rôle du facilitateur a été ici extrêmement important car en charge de s'assurer que chaque idée soit clairement expliqué et concise mais également d'encourager les échanges pour clarifier les propositions et susciter

de nouvelles réflexions pour explorer de nouvelles pistes par effet de rebond (lorsqu'une idée novatrice est proposée lors d'un atelier d'idéation, elle peut servir de catalyseur pour l'émergence d'autres idées. Les participants peuvent s'inspirer de cette idée initiale et y apporter leurs propres perspectives, expériences et connaissances. L'agrégation de ces différentes idées permet souvent d'obtenir des résultats plus complets et plus novateurs que si chaque participant avait travaillé individuellement).



# Phase de Convergence

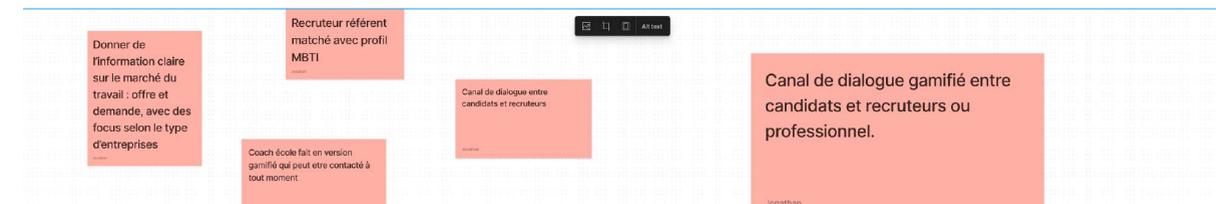
## (2/2)

Dans notre cas, le facilitateur a travaillé l'effet de rebond (en favorisant la collaboration et la communication ouverte) tout au long de l'atelier d'idéation en créant les conditions propices à la créativité et à l'innovation. Les idées se sont nourries les unes des autres, se sont développées, se sont combinées, se sont catalysées et se sont transformées au travers d'échanges permis par le climat de confiance et de respect mutuel qui régnait.

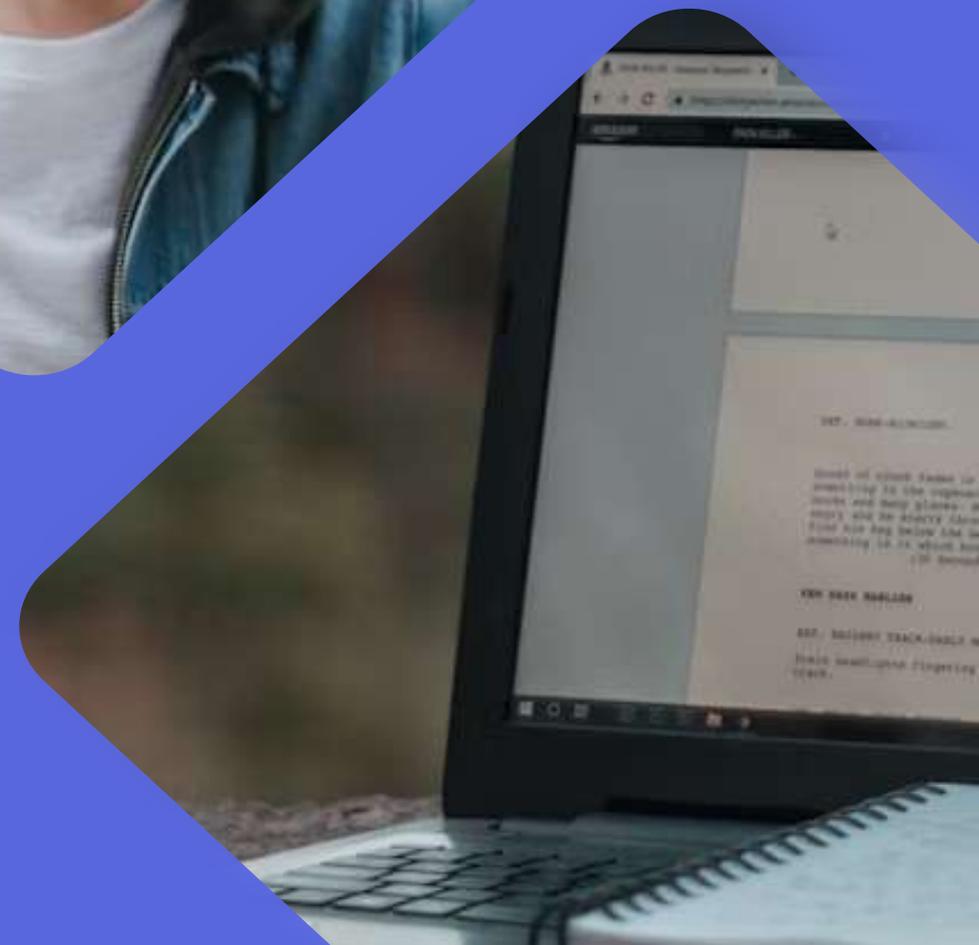
Dans la phase de regroupement des idées via le diagramme d'affinité nous avons identifié et regroupé les thèmes similaires pour mettre en évidence les connexions possibles avec le customer journey et dégager les gisements de valeur par le prisme des irritants et opportunités.

Nous avons pu dans cette phase identifier des solutions a priori réalisables, viables et désirables pour répondre au problème posé.

Verbatims	Opportunités
"Moi, j'ai décidé de ne pas jamais vraiment accompagner, c'était plutôt moi tout seul"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Création d'un guide de bonnes pratiques CV</li> <li>Accompagnement</li> </ul>
"C'est moi qui me débrouillais des trucs que je ne savais pas"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mieux qualifier et trier les offres</li> <li>Accompagnement</li> </ul>
"Il y a des annonces, je les vois, c'est clairement pour ce que je fais, ce n'est pas pour moi, c'est une autre planète alors qu'en théorie on fait la même métier"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Améliorer la pertinence des annonces postées</li> <li>Qualité des métiers</li> <li>Voir le nombre de candidatures sur l'offre</li> </ul>
"L'idéaliste, c'est la solution la plus ergonomique, surtout sur la façon de candidater"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Signifier que la candidature est bien reçue</li> </ul>
"Par contre, lorsque je n'aurais pas de réponse, j'aurais un sentiment de frustration"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Être transparent sur le délai de réponse</li> <li>Être transparent sur le fait qu'il n'y aura peut-être pas de réponse</li> <li>Permettre au candidat de savoir où en est sa candidature</li> </ul>
"Il fallait à peu près tout attendre au bout de 3 ou 4 semaines parce que je n'avais pas de réponse"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Permettre au candidat de rebondir</li> <li>Permettre au candidat de gérer ses relances</li> </ul>
"J'ai eu un total entre 4 et 60 mails de refus et moins d'une dizaine d'entretiens"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recevoir une réponse à toutes les candidatures</li> <li>Recevoir une réponse argumentée à toutes les candidatures</li> <li>Inviter les entreprises à répondre</li> </ul>
"L'entretien en lui-même a été une bonne expérience"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Congituler la bonne perception de la fonction</li> <li>Proposer la candidat aux entreprises</li> </ul>



# Premiers Pitch, Story board avec Proposition de valeur



# Le Pitch Draft du concept (1/4)

**La mise en perspectives des enseignements de la recherche, du Diagramme d'affinité, des hypothèses ..., nous ont permis d'imaginer un premier Pitch puis un Story board avec Proposition de valeur pour dessiner les contours de notre restitution d'atelier :**

**"Cherchez-vous votre premier emploi avec confiance et succès ?**

Notre solution révolutionnaire, PreperaConnect, est conçue pour vous accompagner dans cette quête cruciale, en éliminant les irritants courants de la recherche d'emploi et en créant une véritable connexion entre les recruteurs et les candidats.

Avec PreperaConnect, nous avons créé un système de matching qualifié qui fait correspondre de manière précise les offres d'emploi avec les candidats compétents. Notre IA avancée analyse les annonces d'emploi et les réponses des candidats via des formulaires standardisés, pour faire ressortir les meilleurs profils, basés sur les compétences et les qualifications recherchées.



# Le Pitch Draft du concept (2/4)

**“Notre engagement va au-delà du simple matching.**

Nous comprenons les défis auxquels vous êtes confrontés : le stress, le manque de confiance, les lacunes dans la préparation de votre école, et le sentiment de ne pas correspondre aux attentes des recruteurs. C'est pourquoi PreperaConnect offre un accompagnement personnalisé pour les jeunes candidats remarqués par les recruteurs.

Grâce à notre programme d'accompagnement, vous bénéficierez de ressources et de conseils adaptés à vos besoins spécifiques.

Nous vous aiderons à perfectionner votre CV, à vous préparer aux entretiens, et à renforcer votre confiance en vos compétences. Vous serez prêt à vous démarquer auprès des recruteurs et à faire briller votre potentiel.



# Le Pitch Draft du concept (3/4)

**“Pour les recruteurs, nous offrons une proposition de valeur unique.**

PreperaConnect leur permet de pratiquer du pre-onboarding en fournissant des informations approfondies sur les candidats présélectionnés, réduisant ainsi leur temps et leurs coûts de recrutement. Ils pourront choisir parmi une liste restreinte de profils hautement qualifiés, les candidats à accompagner et ainsi faciliter leur processus de sélection.

En utilisant PreperaConnect, vous bénéficierez d'une expérience de recherche d'emploi plus agréable et d'une meilleure adéquation entre vos compétences et les attentes des recruteurs.

Vous bénéficierez d'un accompagnement avec des feedbacks constructifs, vous permettant d'apprendre et de vous améliorer tout au long de votre parcours de recrutement.

Rejoignez-nous sur PreperaConnect et donnez un coup de pouce à votre carrière dès aujourd'hui. Trouvez le poste qui correspond à votre passion et à vos compétences, et laissez-nous vous guider vers un avenir professionnel épanouissant.”



# Le Story Board Draft du concept (4/4)

**Avec PreperaConnect, nous visons à transformer la recherche d'emploi pour les jeunes diplômés, en créant une connexion authentique entre les talents et les opportunités, tout en offrant une valeur économique pour les recruteurs**



**Elsa**

Candidate



**Jade**

Talent acquisition

# Le Story Board Draft du concept (1/4)



## Scène 1 : Introduction

Une jeune diplômée nommée Elsa se sent stressée et dépassée par sa recherche d'emploi. Elle est assise avec son mobile, navigue sur différents sites d'emploi, et remplit des formulaires d'inscription sans succès.

Elsa exprime son désarroi en disant : "Je me sens déconnecté des opportunités d'emploi qui me conviennent réellement. J'ai besoin d'aide et de conseils pour me démarquer."



## Scène 2 : Découverte de la solution

Un ami lui recommande d'utiliser PreperaConnect, un service révolutionnaire qui aide les jeunes diplômés à trouver leur premier emploi. Elsa visite le site web de la solution et est accueillie par une interface conviviale et attrayante.

Elsa apprend que la plateforme utilise une technologie d'intelligence artificielle pour faire correspondre les annonces d'emploi avec les profils des candidats

# Le Story Board Draft du concept (2/4)



## Scène 3 : Formulaire de candidature amélioré

Elsa crée un compte sur la plateforme et remplit un formulaire de candidature standardisé, mais plus détaillé et interactif que ceux auxquels elle est habitué.

Le formulaire pose des questions ciblées sur les compétences, les expériences et les aspirations professionnelles de Elsa.

Des suggestions intelligentes et des conseils contextuels l'aident à fournir des réponses pertinentes.



## Scène 4 : Côté recruteur

Pendant ce temps, de l'autre côté, un recruteur nommé Jasmine utilise PreperaConnect pour publier une offre d'emploi détaillée via un formulaire standardisé.

Elle spécifie les compétences et qualifications détaillées requises et définit les critères de sélection.

# Le Story Board Draft du concept (3/4)



## Scène 5 : Matching et résultats personnalisés

Une fois les formulaires soumis, l'IA intégrée à PreperaConnect analyse la réponse d'Elsa en utilisant des algorithmes sophistiqués pour établir un score de correspondance avec les annonces d'emploi disponibles. Dans notre cas les informations fournies par Elsa sont comparés aux critères de sélection de Jasmine. Elsa reçoit une liste de résultats personnalisés, classés par ordre de pertinence.

Elle est ravi de constater que les annonces d'emploi proposées correspondent vraiment à ses aspirations professionnelles.

Elsa reçoit régulièrement des mises à jour sur l'état de sa candidature et peut demander des commentaires aux recruteurs, même en cas de refus.

L'IA génère également un rapport de correspondance pour Jasmine qui met en évidence les profils les plus adaptés à l'offre d'emploi qu'elle propose.



## Scène 6 : Accompagnement personnalisé et interaction avec les recruteurs

Elsa est libre de postuler au regard des résultats du Matching. Le cas échéant, si Jasmine repère via son rapport IA, Elsa si elle le souhaite peut bénéficier alors d'un accompagnement offert par la plateforme.



Selon son choix elle peut donc être accompagné par Jasmine ou un membre de l'équipe métier qui a exprimé le besoin de recruter. Ainsi le dispositif de pre-onboarding mise en œuvre, via PreperaConnect, permet au professionnel d'examiner-analyser plus avant, le profil d'Elsa en identifiant ses points forts et ses faiblesses, et de lui donner des conseils personnalisés pour améliorer ses chances d'obtenir un job.

Elsa participe à des sessions de coaching en ligne et à des ateliers interactifs pour perfectionner ses compétences en matière d'entretien d'embauche, de rédaction de CV, et pour gérer le stress associé à la recherche d'emploi.

# Le Story Board Draft du concept (4/4)



## Scène 7 : Résultats et conclusion

Grâce à l'accompagnement et aux conseils reçus, Elsa améliore sa confiance en elle et affine ses compétences.



Elle obtient finalement des offres d'emplois qualifiées correspondant à ses aspirations. Et en entrant dans le dispositif de pre-onboarding, elle obtient beaucoup de feedback.

La solution permet aux recruteurs de trouver des candidats qualifiés plus rapidement, réduisant ainsi leurs coûts de recrutement tout permettant de garnir son vivier de candidats qualifiés.



# Restitution et arbitrage à prototyper



## Mise en relation candidats / recrut...

en relation ?  
Comment aller au-delà d'un jobteaser ?  
Remettre de l'humain et accompagnement au coeur. Aujourd'hui un désengagement des étudiants sur les forum écoles, la mise en avant surtout de grandes structures mais peu du monde start-up qui parfois recrute bcp

Jeunes diplômés et entreprises

Leur faire également rencontrer des professionnels en entreprise : événements ? Coaching ? présentations ?

Sensibiliser également hiring managers et recruteurs sur le recrutement de jeunes diplômés

Déramatiser la relation recruteur - candidat en montrant des exemples de réussites



Proposer 3 offres mystère (sans marque) et demander à un candidat de les ranker

Puis reveler les marques et lui proposer de passer l'entretien pour celle selectionnée

### Entraînement / Acco...

Coach école fait en version gamifié qui peut être contacté à tout moment

# Restitution et arbitrage à prototyper

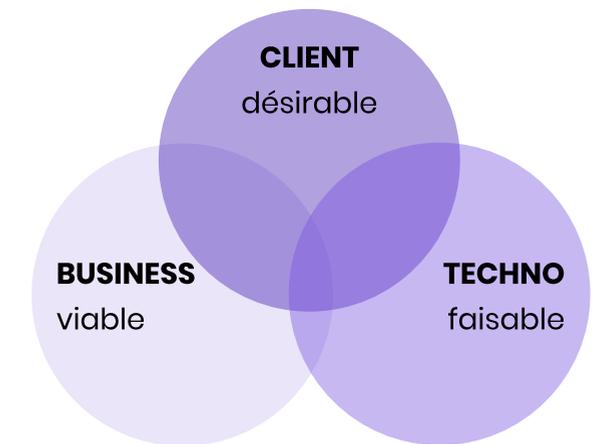
Deux points de restitution ont été organisés aux côtés des deux créateurs de Prepera. Un premier pour déverminer l'offre de solution avec le Product Owner puis un second avec le Responsable Tech de la solution actuelle.

Nous avons à cette occasion passé en revue les 4 items possiblement avec un certain degré d'innovation de notre point de vue et disposant des 3 attributs qui sont la viabilité, la désirabilité et la faisabilité.

Soit dit en passant, une innovation (produit ou service) pour être considéré comme tel, doit apporter nouveauté et valeur (économique/sociale & environnementale).

Toutes les idées, inventions ... qui n'apportent pas de valeur ne peuvent pas être considérées comme des innovations, même si une innovation peut également être un agrégat de « briques » existantes qui n'a pas forcément besoin d'être originale. Par ailleurs, le degré de nouveauté dépend beaucoup de la perception quand on les parties prenantes.

Nous avons donc partagé notre proposition de valeur à Prepera afin que l'on puisse valider avec eux les opportunités identifiées.



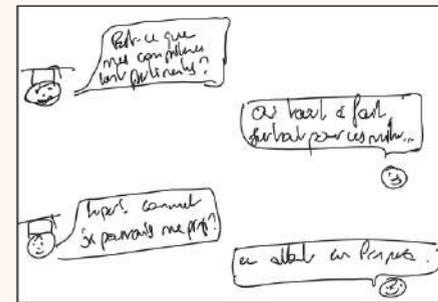
# Propositions de valeur #1 & 2 (1/2)

Une Connexion entre candidats & recruteurs ou un Matching candidat/offre

## #1 Connexion entre candidats et recruteurs

Cherchez-vous votre premier emploi avec confiance et succès ? Notre solution révolutionnaire, Prepera Connect, est conçue pour vous accompagner dans cette quête cruciale, en éliminant les irritants courants de la recherche d'emploi et en créant une véritable connexion entre les recruteurs et les candidats.

### Favoriser la mise en relation candidats / recruteurs



#### Candidate / Recruiter Dialogue

1. Candidate asks a question
2. Recruiters answers question
3. Recruiter & Candidate start to chat



Plateforme de mise en relation ?  
Comment aller au-delà d'un jobteaser ?  
Remettre de l'humain et accompagnement au coeur. Aujourd'hui un désengagement des étudiants sur les forum écoles, la mise en avant surtout de grandes structures mais peu du monde start-up qui parfois recrute bcp

Dédramatiser la relation recruteur - candidat en organisant des événements qui ne sont pas dans un objectifs 1er de recruter ou candidater mais plus de donner des conseils, de la visibilité par des personnes qui ont une expertise RH

Créer de la mise en relation entre Jeunes diplômés et entreprises

Leur faire également rencontrer des professionnels en entreprise : événements ? Coaching ? présentations ?

Sensibiliser également hiring managers et recruteurs sur le recrutement de jeunes diplômés

focus entr qui pronent le feedback : type de label

# Propositions de valeur #1 & 2 (2/2)

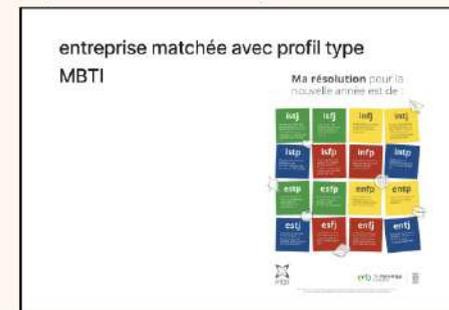
## #2 Matching candidat / offre

Avec PreperaConnect, nous avons créé un système de matching qualifié qui fait correspondre de manière précise les offres d'emploi avec les candidats compétents.

Notre technologie analyse les annonces d'emploi et les réponses des candidats via des formulaires standardisés, pour faire ressortir les meilleurs profils, basés sur les compétences et les qualifications recherchées.

### Matching

Quiz / question avant de mettre en contact le candidat avec une offre pour voir si le secteur lui plaît



### IA itérative de matching

1. Matching CV / Offre
2. Est-ce que tu es compétent en Python ?
3. Oui, j'ai fait 3 ans de dev

### Humanisation du processus de pré-recrutement... piloter par de l'IA

1. Quels sont les tops candidats avec qui tu devrais échanger
1. Quelles sont les offres qui te vont le mieux

### % match candidat / entreprise



Proposer templates de CV, lettre de motivation, bonnes pratiques pour se différencier

Jonathan

# Propositions de valeur #3 & 4 (1/2)

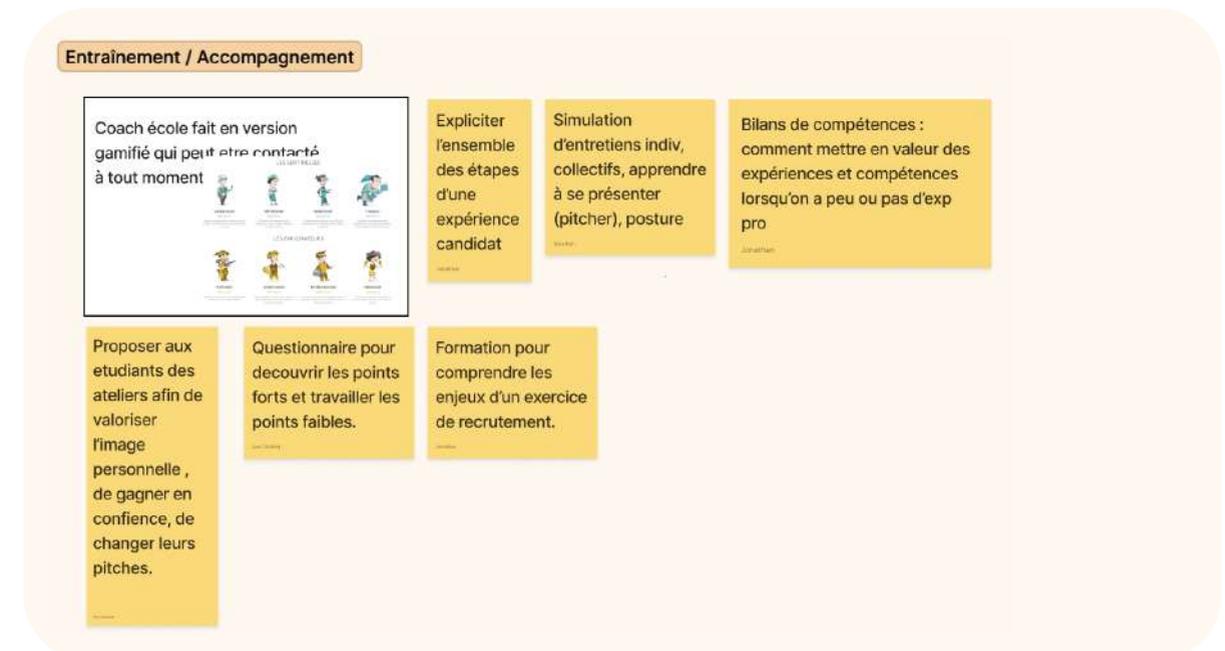
## L'accompagnement et L'outil des recruteurs

### #3 L'accompagnement

Mais notre engagement va au-delà du simple matching. Nous comprenons les défis auxquels vous êtes confrontés : le stress, le manque de confiance, les lacunes dans la préparation de votre école, et le sentiment de ne pas correspondre aux attentes des recruteurs. C'est pourquoi PreperaConnect offre un accompagnement personnalisé pour les jeunes candidats remarqués par les recruteurs.

Grâce à notre programme d'accompagnement, vous bénéficierez de ressources et de conseils adaptés à vos besoins spécifiques.

Nous vous aiderons à perfectionner votre CV, à vous préparer aux entretiens, et à renforcer votre confiance en vos compétences. Vous serez prêt à vous démarquer auprès des recruteurs et à faire briller votre potentiel



# Propositions de valeur #3 & 4 (2/2)

## #4 Outil pour les Recruteurs

Et pour les recruteurs, nous offrons une proposition de valeur unique. PreperaConnect leur permet de pratiquer du pre-onboarding en fournissant des informations approfondies sur les candidats présélectionnés, réduisant ainsi leur temps et leurs coûts de recrutement.

Ils pourront choisir parmi une liste restreinte de profils hautement qualifiés, les candidats à accompagner et ainsi faciliter leur processus de sélection.

Les candidats qui ne sont pas sélectionnés sont accompagnés par Prepera pour améliorer leur candidature.

Avec PreperaConnect, améliorez votre recherche d'emploi et trouvez un poste correspondant à votre passion et à vos compétences. Bénéficiez d'un accompagnement personnalisé avec des feedbacks constructifs pour progresser tout au long de votre parcours de recrutement.

Rejoignez-nous dès aujourd'hui pour booster votre carrière. Nous transformons la recherche d'emploi pour les jeunes diplômés en créant une connexion authentique entre talents et opportunités, tout en apportant une valeur économique aux recruteurs.

# Sélection de la fonctionnalité à prototyper

**Un thème, une fonctionnalité, un prototype !**

**A ce stade du projet l'opportunité identifiée par Prepera a été le premier thème :**

**Connexion entre candidats et recruteurs pour son potentiel, son apport significatif par rapport à l'existant et l'aspect différenciant vis-à-vis des autres acteurs du marché (océan bleu vs océan rouge : exclure - atténuer - renforcer - créer).**

Le concept validé peut être développé et déployé par Prepera en fonction des résultats des activités de conception, de prototypage, de tests utilisateurs et d'itérations réalisées. Cela dépendra également de son évaluation en termes de viabilité, de potentiel commercial et de sa cohérence avec la stratégie de Prepera.

L'innovation est un processus exploratoire qui nécessite recherche, expérimentation, tolérance à l'échec et apprentissage. Le prototypage implique des prises de risque, où toutes les idées ne conduiront pas forcément à une innovation réussie. Les ajustements et les échecs font partie intégrante du processus et servent de base d'apprentissage pour les futures itérations et les efforts d'innovation. Cela rappelle l'histoire d'AirBnB.

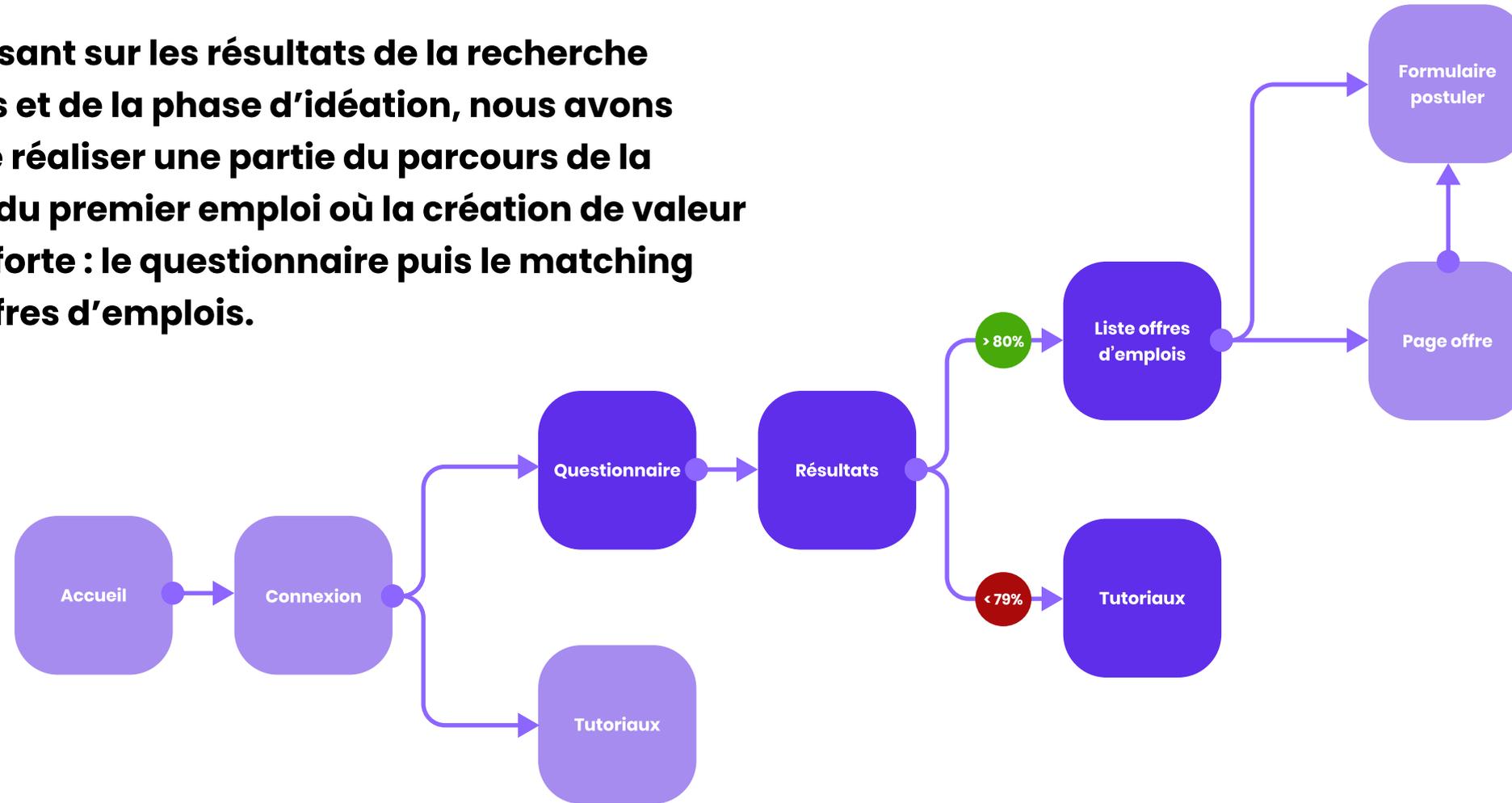


# Prototypage



# Structuration de l'information

En nous basant sur les résultats de la recherche utilisateurs et de la phase d'idéation, nous avons proposé de réaliser une partie du parcours de la recherche du premier emploi où la création de valeur est la plus forte : le questionnaire puis le matching avec les offres d'emplois.



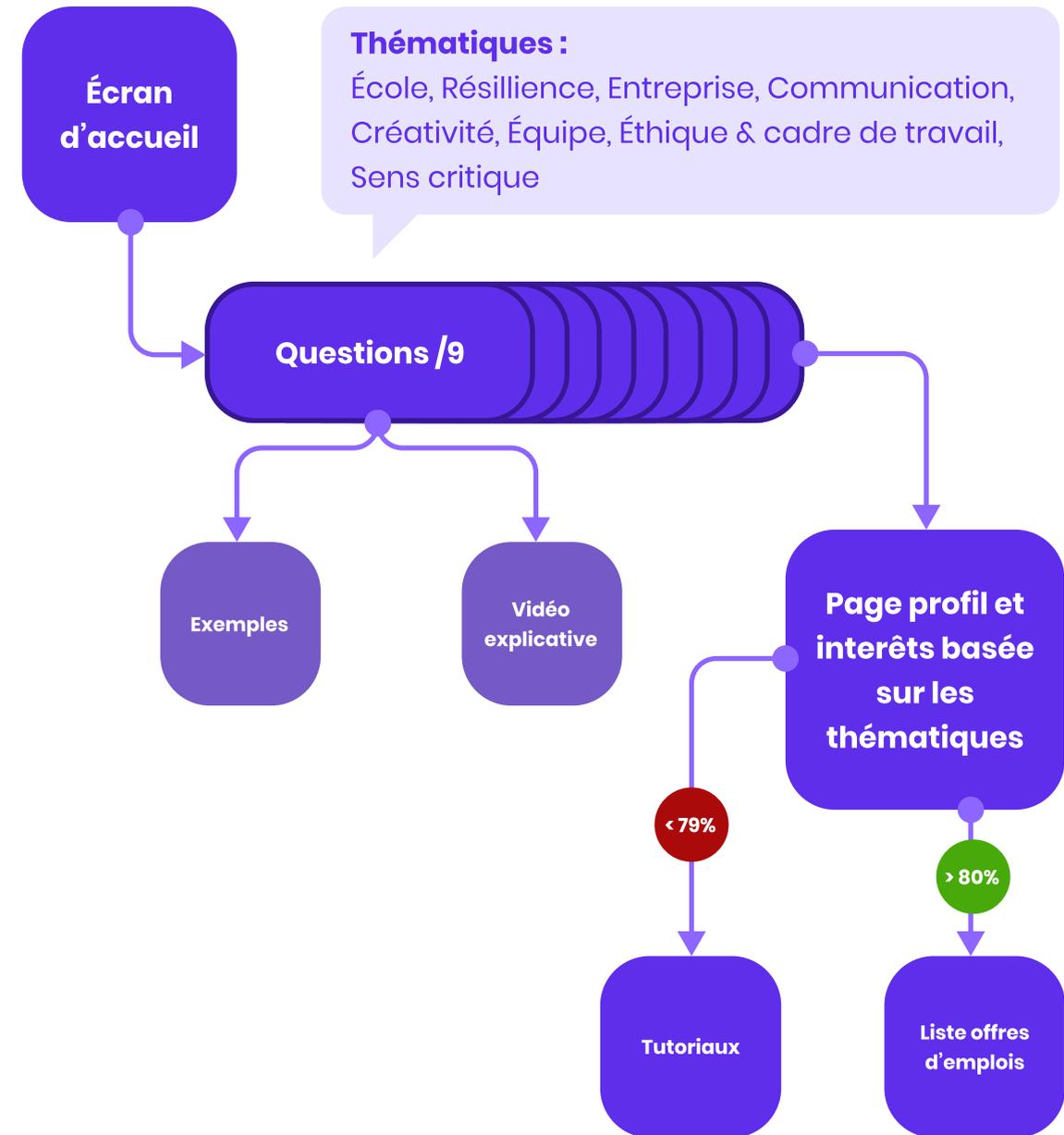
# Le parcours à tester

**Le questionnaire a été travaillé de manière à être suffisamment complet pour accompagner la multitude de profils qui vont l'utiliser.**

Comme on l'a vu en recherche utilisateur, les personnes en recherche du premier emploi sont souvent perdues dans un flux d'information et de demande d'actions pour remplir leurs CV digitaux (large choix d'offres, nombreux critères, pertinences...).

## 🎯 ENJEUX

- Proposer une expérience différenciante basée sur les softs skills et l'expérience en dehors de la bulle professionnelle.
- Accompagner ces personnes pour améliorer leurs chances de décrocher une offre d'emploi de leur rêve.
- Augmenter la valeur du candidat avec des conseils



# Ce que l'on sait

**Notre recherche nous a montré que trouver un premier emploi est long, fastidieux voire démoralisant.**

## TEMPS MOYEN PASSÉ À LA RECHERCHE D'EMPLOI

Les demandeurs d'emploi passent 6 à 10h par semaine à chercher un travail. (Régionsjob, 2018)

## NOMBRES DE SITES

80% des candidats utilisent au moins 5 sites pour trouver un emploi. (StepStone, 2018)

## MOBILE

Selon une étude menée par Corner Job, le téléphone portable est devenu l'outil le plus utilisé par cette génération dans la recherche d'emploi. En effet, 73 % des 18-35 ans recherchent des emplois depuis leur smartphone.

## PAS DE VIDÉO !

54 % des chercheurs d'emploi seraient susceptibles d'abandonner une candidature si le CV vidéo est exigé dans le processus de recrutement (Baromètre 2023 Yaggo de l'expérience candidat).



**« Avec l'UX, la recherche ne se focalise pas seulement sur les problèmes, mais aussi sur des déclencheurs d'expérience positive, d'émotion positive à l'intérieur d'un système. »**

Carine Lallemand, chercheur en psychologie et ergonomie des IHM

# Les critères

**Nous avons suivi certains critères d'ergonomie\* pour améliorer et faciliter l'utilisation du questionnaire :**

## **GUIDAGE**

Le Guidage regroupe les méthodes pour guider l'utilisateur lors de ses interactions avec l'ordinateur et inclut les aspects lexicaux. Quatre sous-critères sont impliqués : Incitation, Groupement/ Distinction entre Items, Feedback Immédiat et Lisibilité.

## **INCITATION**

L'Incitation a une définition élargie dans ce contexte, englobant les moyens d'encourager les utilisateurs à effectuer des actions spécifiques, la présentation d'alternatives selon leur état ou contexte, ainsi que les informations pour les situer et l'accessibilité des outils d'assistance.

## **BRIÈVETÉ**

Le critère Brièveté réduit la charge de travail perceptuelle et mnésique pour les éléments d'entrée/sortie et les séquences d'actions. Son objectif est de minimiser les efforts de lecture, d'entrée et les étapes nécessaires pour les utilisateurs. Les sous-critères sont la Concision et les Actions Minimales.

## **HOMOGENÉITÉ/COHÉRENCE**

Le critère Homogénéité/Cohérence se réfère à la façon avec laquelle les choix de conception de l'interface (codes, dénominations, formats, procédures, etc.) sont conservés pour des contextes identiques, et sont différents pour des contextes différents.

**\*Référence : Critères Ergonomiques pour l'Évaluation d'Interfaces Utilisateurs (version 2.1), J. M. Christian Bastien and Dominique L. Scapin, INRIA, Technical report N° 156 Mai 1993.**

# Le prototypage

[Voir annexes](#)

## RÉFÉRENTIEL

**Charte graphique :** PREPERA bénéficie d'un recueil des bonnes pratiques en matière d'interface et de visual design pour créer des interfaces iso à la marque.

**Assets graphiques :** Disponible sur FIGMA, cette bibliothèque permet d'utiliser des éléments déjà pré-construit pour assurer une cohérence et homogénéité dans l'univers de la marque.

**En complément, nous nous sommes basé sur un benchmark des acteurs du recrutement : Pôle emploi, LinkedIn, Welcome to the Jungle ...**

## FORME

Les interviews utilisateurs et la recherche secondaire nous ont montré que l'utilisation du téléphone portable reste le principale support dans la recherche du premier emploi.

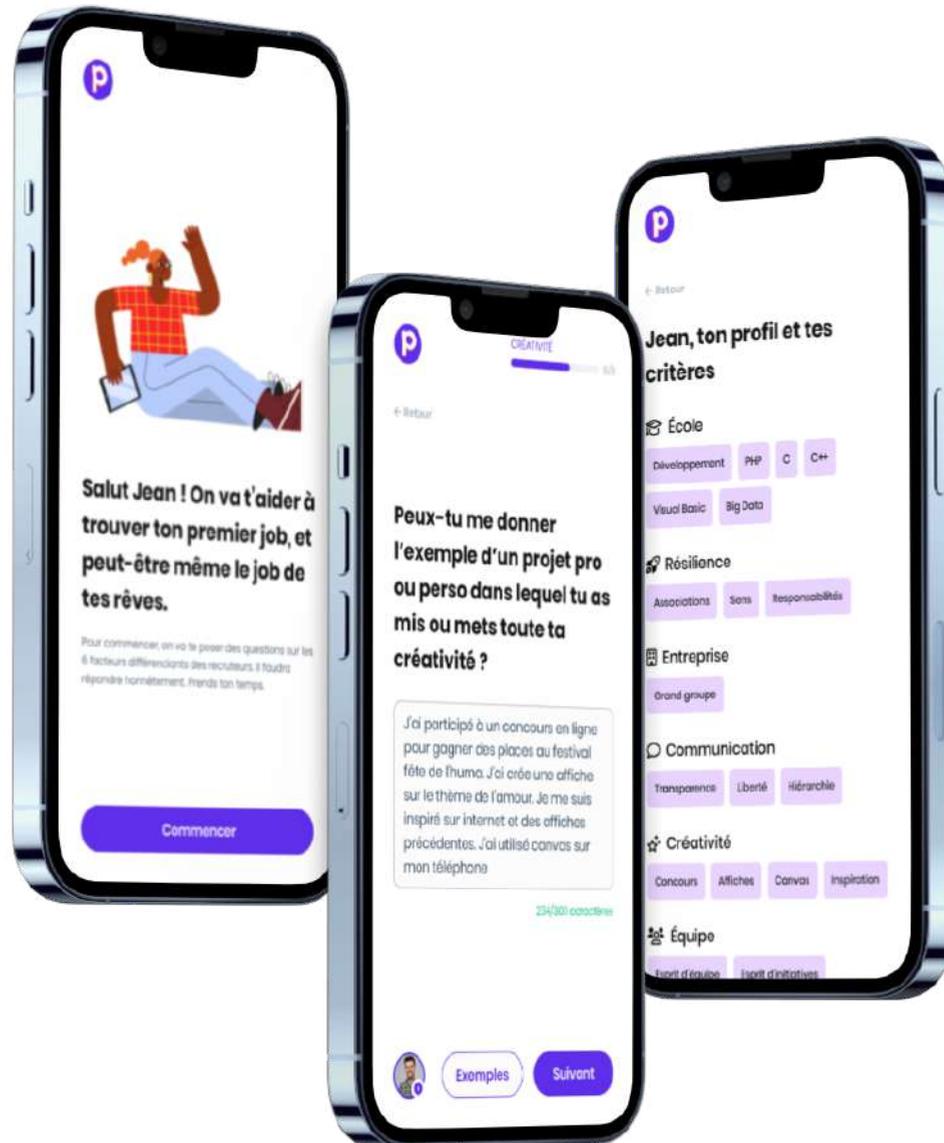
L'interface a été créée avec les assets graphiques de PREPERA, ce qui nous a fait économiser un temps précieux. Le prototype a été validé par le client avant les tests.

## FOND

Pour rester fidèle à la réalité, le contenu du prototype a été rempli sur la base des verbatims des interviews utilisateurs et de notre travail de webographie.

2 profils ont été créés en lien : profil développeur et celui de chef de projet digital. Ses profils reflètent les futurs utilisateurs de la solution d'une part. D'autre part, dans un souci d'immersion, ils correspondent aux profils des testeurs.

# Prototype v1



**Format : Mobile**

**Outil : Figma**

**Profils : Développeur et Chef de projet digital**

# Tests utilisateurs

[Voir annexes](#)

**Chaque testeur a dû réaliser 3 scénarios et répondre à des questions précises.**

## MÉTHODOLOGIE

Test à distance supervisé.

## CIBLAGE

- **Tranche d'âge** : moins de 26 ans
- **Profil** : Etudiant / En recherche d'un premier emploi / Ayant trouvé un premier emploi récemment

## DÉROULEMENT

- Accueil
- Scénarios A > Satisfaction du scénario
- Scénarios B > Satisfaction du scénario
- Scénarios C > Satisfaction du scénario
- Test SUS
- Entretien

# 4

testeurs

# 2

profils

# 3

scénarios

## OBJECTIF

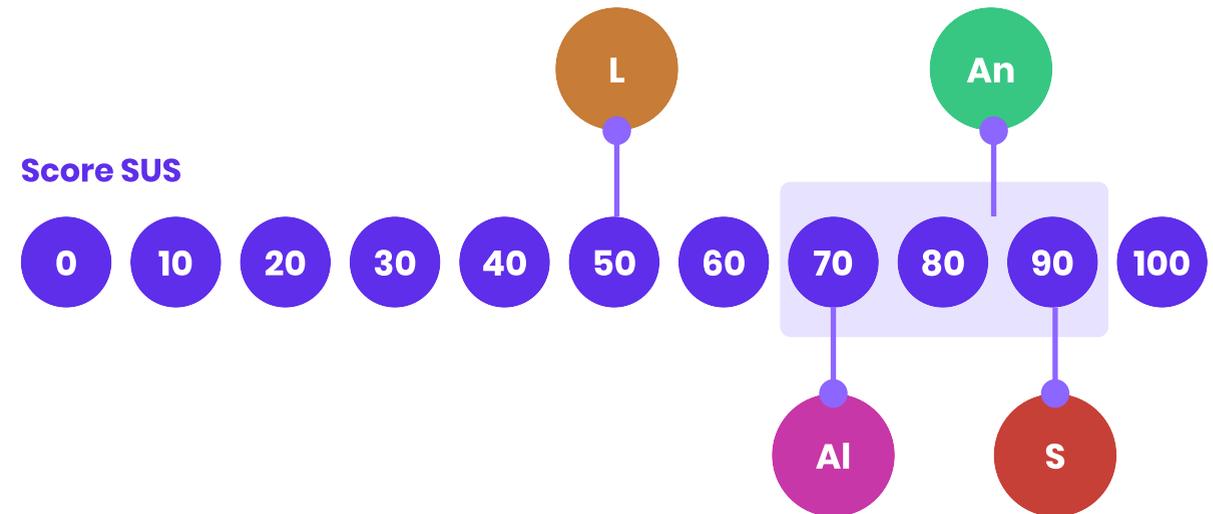
Tester l'utilisabilité de notre questionnaire ainsi que la compréhension du matching, élément clé de notre solution.

# Analyse des tests

**En plus des observations et questions, nous nous sommes appuyé sur le SUS. Le SUS (System Usability Scale) est un outil de mesure d'utilisabilité, conçu par John Brooke en 1986.**

Dix questions qui permettent de recueillir le point de vue subjectif de l'utilisateur sur un système ou un service. Le SUS se base sur une échelle de Likert qui permet à l'utilisateur de répondre sur une échelle en 5 ou 7 points de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ».)

On estime en général qu'un score est « bon » à partir de 75, passable ou correct entre 50 et 75. Un score inférieur à 50 révèle de gros problèmes en termes de satisfaction client.

[Voir annexes ↗](#)

**Le nombre de testeurs n'étant pas suffisant, nous avons préféré séparer les scores à la place d'une moyenne**

# Pour la v2

**D'une manière générale, les tests ont confirmés l'usage des bonnes pratiques mais certaines problématiques ont émergées.**

## **NOTES POUR PLUS TARD**

- Remplir les encarts peut prendre du temps et être un frein pour les utilisateurs.
- Les critères dans les offres d'emplois ne sont pas compris au premier regard.
- Les questions sont bien appréciés mais peuvent être plus précisent.
- Le look and feel est apprécié.
- Le guidage est clair.
- Renforcer les contrastes.



**“J’aime bien la question, ça fait monter la confiance. Ça donne de l’importance à l’étudiant, ça lui montre qu’il y a eu des situations difficiles qu’il a pu surmonter.” Ana**

**“Il faut pas mal de temps pour remplir le profil. Il faut remplir des champs avec beaucoup de caractères (300 caractères).” Laure**

**“J’aime beaucoup. C’est poussé automatiquement. On a pas à chercher et chercher que des pages et en utilisant plusieurs mots-clés.” Ali**

# Conclusion



# Le mot de la fin

## **C'est une évolution...**

Le monde du recrutement a peu évolué et évolue peu. Prepera souhaite mettre son grain de sel dans cette machine, pour aider les jeunes à trouver le job de leurs rêves, et nous avons essayé de les aider du mieux possible, en leur apportant nos idées et en challengeant les leurs .

6 mois pour bouleverser le monde du recrutement, c'est peu. Et après cette étude, nous sommes conscients que candidats et recruteurs sont ancrés dans les habitudes d'un modèle de recrutement standardisé. Le changer brutalement serait un bouleversement. Et les habitudes ont la vie dure.

Cependant, l'objectif initial du projet, en accord avec le commanditaire, était de proposer une fonctionnalité faisable, désirable et viable. Pas une révolution, mais du neuf. Et nous y sommes en partie arrivés.

A partir des insights et en intégrant les nouvelles technologies, du type grand modèle de langage, nous avons imaginé une fonctionnalité nouvelle, qui a surpris lors des tests utilisateurs. Il faudra améliorer le parcours avant une intégration à Prepera, mais le concept est là.

## **Côté projet**

Une équipe de 4 UX designers sur un projet, c'est assez rare pour le noter.

Chacun de nous a apporté son expérience et ses compétences au projet, ce qui nous a permis d'avancer rapidement et intelligemment. Tout en s'amusant.

## **Et maintenant ?**

Nous repartons avec un bagage méthodologique solide pour affronter les prochains défis UX design dans nos entreprises.

# Merci !

**LUZ DELGADO**

**LUCETTE BERBINAN**

**EDMÉE DE BODINAT**

**JEAN DE BODINAT**

**MAËVA ECREPONT**

**BRICE KOVACS**

**ROXANNE SPIES**

**MATHILDE MULLER**

**GLADYS DIANDOKI**

**CAMILLE JEANBLANC**

**ADELIA-LIA MURESAN**

**ASSELIN JOUANNEAU**

**CHRISTINE LAM**

**FLORIE BUGEAUD**

**NICOLAS GOYER**

**HUGO BEN BRAHIM**

**ISABELLE FLANDREAU**

**JORDAN THÉVENOT**

**JULIE CHECCONI**

**CARINE LALLEMAND**



# Annexes



# **Annexe**

# **Cadrage**

# Entretien des parties prenantes (1/8)

## Objectifs

- Comprendre l'objectif du projet (Qui, Quoi, Quand, Combien)
- Cadrer la problématique
- Identification des cibles

## Méthode

Interview en visio : 1h30

## Participants

- Team Prepera (2 personnes)
- Team 16:40 (4 personnes)

## Dates

Du 7 Février Au 10 Février 2023



**Edmée De Bodinat**

Co-founder, Product & Marketing



**Jean De Bodinat**

Co-founder, Tech & Business admin

# Entretien des parties prenantes (2/8)

## Questions primaires :

- A quel besoin du marché le produit répond-il dans sa forme actuelle ? Dans sa forme future ?
- Quelle est votre ambition de croissance par rapport à notre sujet ?
- Que savez-vous de vos utilisateurs (ethnographie, réseau, classe sociale, ...) ? Avez-vous des documents de recherche à nous partager ?
- Disposez-vous d'une roadmap de développement ?
- Disposez-vous d'un pool de testeurs ?
- Qui sera décideur sur nos livrables ?
- Quelle est votre vision à 3 ans ?
- Qui sont vos concurrents direct ?
- Votre périmètre d'action et le leur est-il comparable ? Quel est leur pourcentage de similitude ?
- Comment vous différenciez-vous de vos concurrents ?
- De quelle manière avez-vous réaliser vos interview utilisateurs ?
- Pourquoi le le problème récurrent est les candidats ? Sur quelle base cette déduction a-t-elle été faite, avec vous des exemples concrets et les avez-vous analyser ?
- Avez-vous des chiffres sur le taux de rebond des utilisateurs et leur abandon ? Savez-vous à quelle étape cela se produit-il ?
- Vous allez à la rencontre d'écoles pour vendre votre solution, mais allez-vous aussi à la rencontre d'entreprises ?
- Vous dites que votre plateforme continue d'évoluer et ce de manière rapide. Quelles sont les évolutions prévues jusqu'au 2ème semestre 2023 ?
- Vous avez émis l'hypothèse de plusieurs concepts d'évolution, cela est-il figé ? Sur quoi se basent ces hypothèses ?
- Avez-vous réfléchis à l'accessibilité ?

# Entretien des parties prenantes (3/8)

- Racontez-nous une bonne anecdote sur Prepera ?
- Racontez-nous une mauvaise anecdote sur Prepera ?
- Avez-vous prévu de récolter des retours d'utilisateurs pendant leurs sessions ?
- Racontez-nous une utilisation type de la plateforme Prepera ?
- Qu'est-ce qu'on ne peut pas challenger ?
- Quelle sera la valeur proposée à l'utilisateur par ce nouveau service ?
- Comment vois-tu notre collaboration ?



## Questions secondaires :

- Quelles méthodes de développement utilisez-vous ? Aglie ?
- Avez-vous déjà travaillé sur la raison d'être de votre entreprise ou encore ces valeurs ?
- Comment attirez-vous des nouveaux talents ? Et comment les fidélisez-vous ?
- Quels sont les recruteurs qui participent au projet / fonctionnement Prepera ?
- De quelle manière fonctionnez-vous avec Edtech ?
- Est-ce que le follow up et la négociation entre le périmètre de Prepera ? A quel moment votre périmètre s'arrête-t-il ? Y-a-t-il des commissions sur les recrutements ?
- Avez-vous des critères contre la discrimination ?
- Avez-vous des assets graphiques exploitables ?

# Entretien des parties prenantes (4/8)

Lors de cet entretien, nous avons obtenus un certain nombre de réponses à nos questions. Vous trouvez ci-dessous certaines de ces réponses.

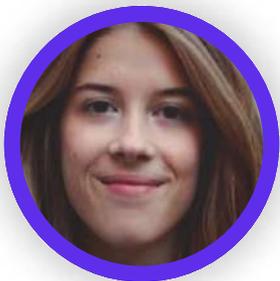


**Nous souhaitons déterminer quelle est l'expérience idéale dans la recherche d'emploi ?**

**Aujourd'hui, quelle est votre problématique ?**



**Quelle sont vos promesses actuelles et futures ?**



**Aujourd'hui, notre promesse est d'aider les candidats à réussir les entretiens.  
Demain nous serons en capacité d'aider les jeunes diplômés à décrocher le job de leur rêve !**

# Entretien des parties prenantes (5/8)



**C'est de devenir la référence pour le recrutement junior !**

**Quelle est votre ambition ?**



**Pas encore, mais nous sommes sur la bonne voie. Notre apport n'est pas encore "intéressant" et manque de compréhension.**

**Votre produit répond-il au besoin du marché ?**



# Entretien des parties prenantes (6/8)



**Nous nous basons sur un système BtoBtoC. Nous proposons aux écoles de permettre à leur étudiants d'être mieux préparés aux entretiens.**



**Nous constatons que notre modèle n'est pas viable. Nous pensons plutôt nous orienter vers celui des chasseurs de tête.**

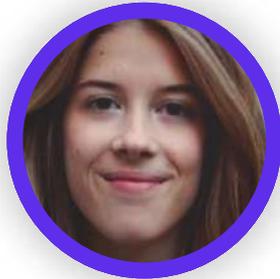
**Quel est votre business modèle ?**



**Pensez-vous à faire évoluer votre modèle économique ?**



# Entretien des parties prenantes (7/8)



**Nous avons deux cibles, la première est les candidats / étudiants qui seront usager de Prepera. La seconde est assez large car il s'agit des écoles auprès desquelles nous allons proposer notre expertise**

**Quelle est votre cible ?**



**Pourriez-vous nous décrire la journée type d'un utilisateur de votre plateforme ?**



**La journée type d'un de nos utilisateur est : Je suis étudiant, j'ai candidaté à une offre d'emploi. A J+2, je suis contacter par un recruteur afin de réaliser un entretien.  
Je me connecte sur Prepera et je suis guidé sur l'entreprise par rapport à des contenus intéressant (par exemple : Comment travailler le pitch ?)**



# Entretien des parties prenantes (8/8)

**Pour vous, quel est le premier critères de recrutement chez un candidat ?**



**Auparavant, la première notion de départ était de vouloir devenir manager. Aujourd'hui le critère primordial pour les candidats est la question de la rémunération.**



**Quels sont vos concurrents ?**



**Notre axe différenciant est d'aider les candidats au niveau des soft skills, nous souhaitons faire l'état des lieux des différentes features.**



# Atelier Speed Boat

## Objectifs

- Comprendre l'objectif du projet (Qui, Quoi, Quand, Combien)
- Cadrer la problématique
- Identification des cibles

## Méthode

Atelier Klaxoon en visio : 2h

## Participants

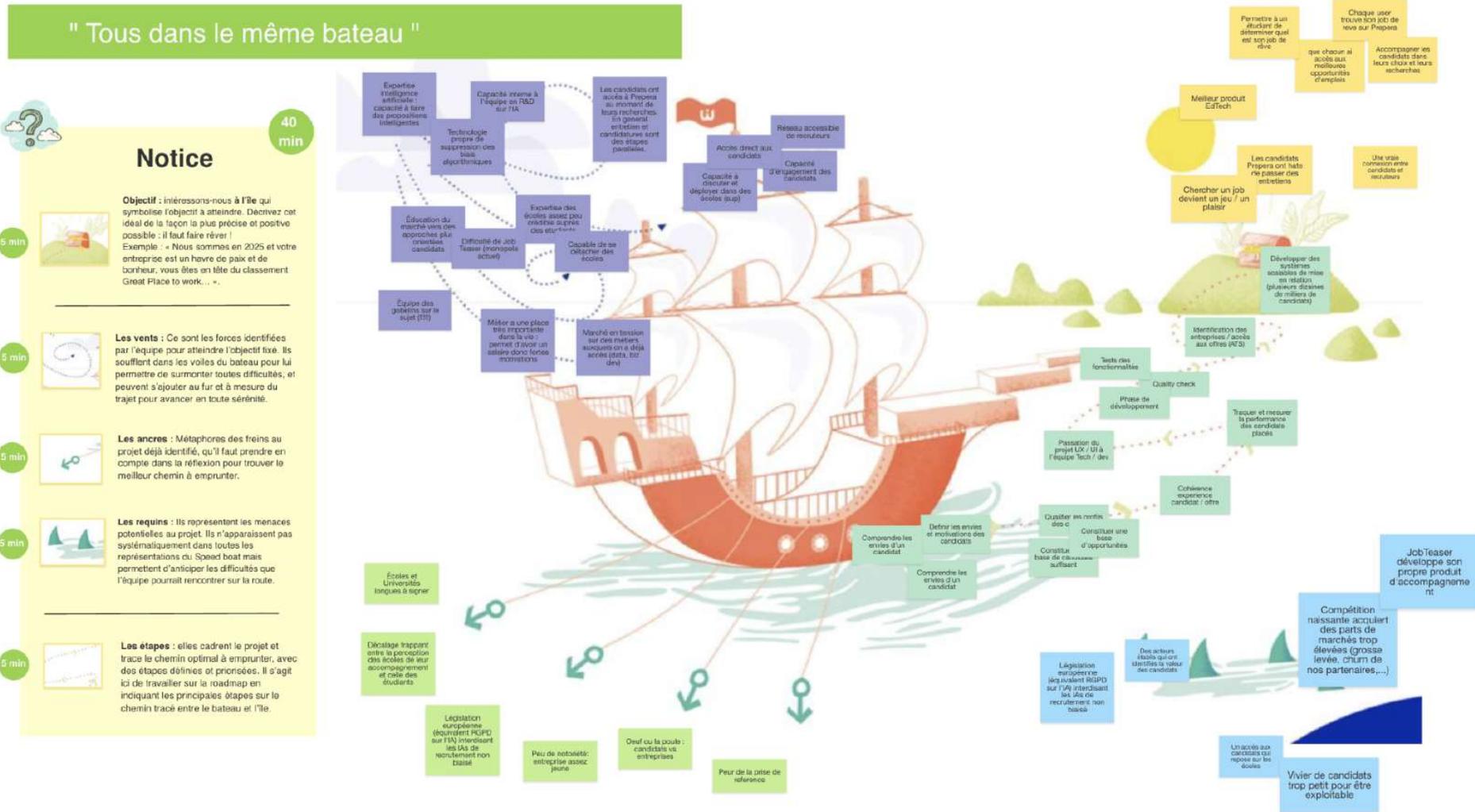
- Team Prepera (2 personnes)
- Team 16:40 (4 personnes)

## Dates

Du 7 Février Au 10 Février 2023



# Atelier Speed Boat



# Les objectifs

Permettre à un étudiant de déterminer quel est son job de rêve

Chaque étudiant ai accès au meilleures opportunité d'emploi

Chaque étudiant trouve son job de rêve via Prepera

Accompagner les candidats dans leur choix et leur recherche

Meilleur produit EdTech

Chercher un job devient un plaisir / jeu

Les candidats Prepera ont hâte de passer des entretiens

Une vraie connexion entre candidats et recruteurs

# Les forces

Expertise Intelligence Artificielle : capacité à faire des propositions intelligentes

Technologie propre de suppression des biais algorithmiques

Capacité en interne à l'équipe en R&D IA

Les candidats ont accès à Prepera au moment de leur recherche. En général entretien et candidatures sont des étapes parallèles

Capacité à discuter et déployer dans les écoles (sup)

Accès direct aux candidats

Réseau accessible de recruteurs

Capacité d'engagement des candidats

Éducation du marché vers des approches plus orientées candidats

Difficulté de Job Teaser (monopole actuel)

Expertise des école assez peu crédible auprès des étudiants

Capacité de se détacher des écoles

Équipe des Gobelins sur le sujet

Métier à une place très importante dans la vie : permet d'avoir un salaire donc forte motivations

Marché en tension sur des métiers auxquels on a déjà accès (data, business, dev)

# Les freins

Écoles et universités  
longues à signer

Décalage frappant  
entre la perception des  
écoles de leur  
accompagnement et  
celle des étudiants

Législation européenne  
(équivalent RGPD sur  
l'IA) interdisant les IA  
de recrutement non  
biaisé

Peu de notoriété :  
entreprise assez jeune

Oeuf ou la poule ,  
candidats vs  
entreprises

Peur de la prise de  
référence

# Les risques

Des acteurs établis qui ont identifiés la valeur des candidats

Un accès aux candidats qui repose sur les écoles

Législation européenne (équivalent RGPD sur l'IA) interdisant les IA de recrutement non biaisé

Vivier de candidats trop petit pour être exploitable

Compétition naissante acquiert des parts de marché trop élevées (grosse levée, churn de nos partenaires, ...)

Job Teaser développe son propre produit d'accompagnement

# Les étapes

Comprendre les  
envies d'un candidat

Définir les envies et  
motivations des  
candidats

Constituer une  
base  
d'opportunités

Qualifié les profils des  
candidats

Construire une base  
de candidats  
suffisante

Cohérence  
expérience candidat  
/ offre

Traquer et mesurer la  
performance des  
candidats placés

Passation du projet  
UX/UI à l'équipe  
Tech/Dev

Tests des  
fonctionnalités

Phase de  
développement

Quality check

Identification des  
entreprises / accès  
aux offres (ATS)

Développer des  
systèmes scalables de  
mide en relation  
(plusieurs dizaines de  
milliers de candidats)

# Business canva



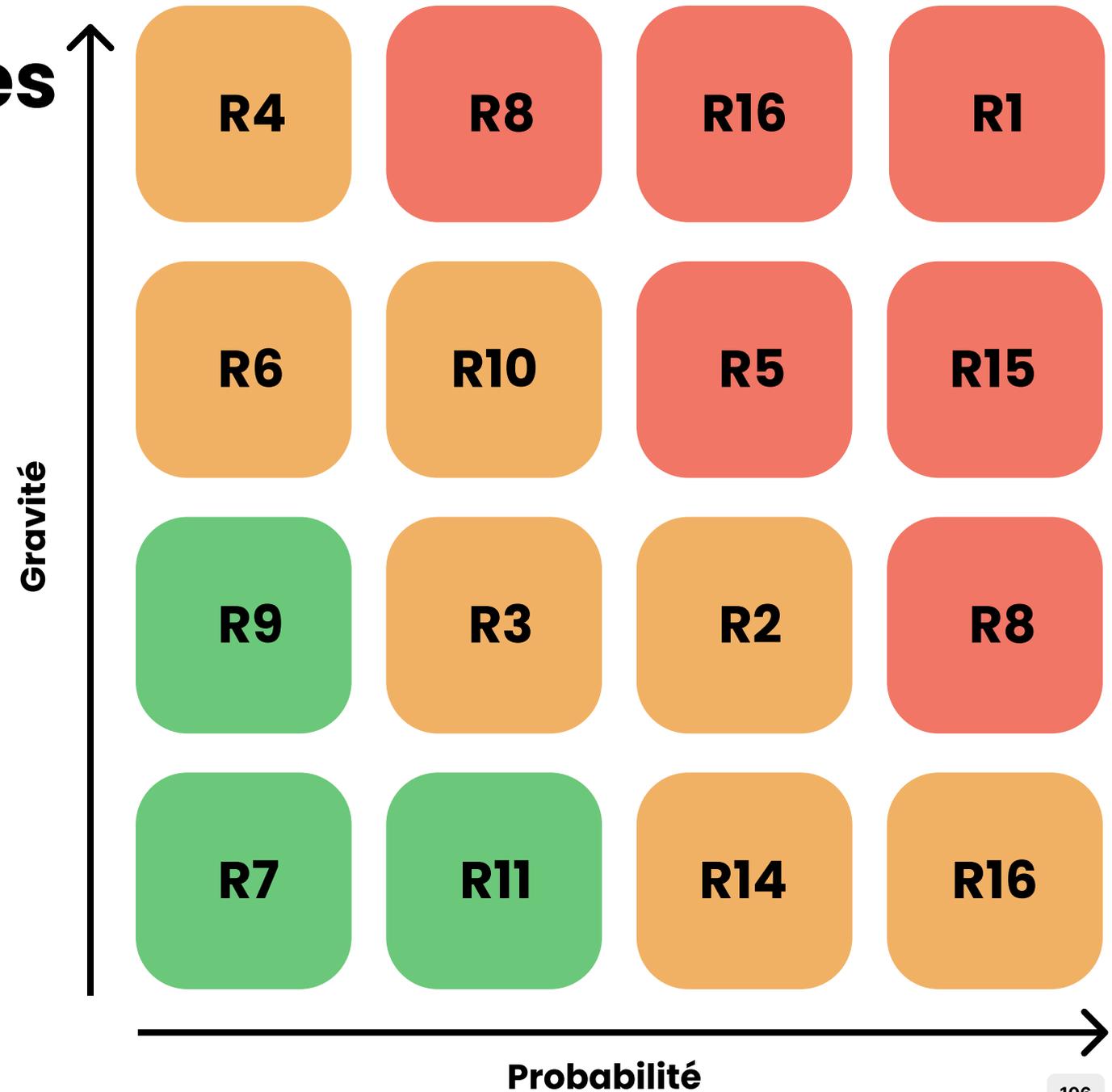
# Matrice des risques

Tous les projets impliquent des risques, nous les avons listés afin d'en avoir un aperçu et de mettre en place des solutions pour chacun d'entre eux.

ID	Nature de risque	Description	Impact	Probabilité	Conséquence si avéré	Responsable	Actions préventives	Actions correctrices
R1	Juridique	le non respect des contraintes RGPD	utilisation de l'IA	peu	Interdiction des IA de recrutement non-biaisé	Prepera	Informations sur les contraintes pour entrer dans le cadre du RGPD	Modification des bases de données
R2	Économique	évaluation budgétaire	abandon du projet	peu	arrêt total du projet	Prepera	Évaluation budgétaire du projet / faisabilité	Réalisation d'une étude / extrapolation économique
R3	Temps	dépassement du temps de développement du projet	le projet		retard du lancement du projet	prepera / agence 16:40	Création d'un diagramme de Gantt exhaustif	Chef de projet qui évalue les étapes du projet, et si nécessaire repousse les deadline afin d'éviter
R4	Qualité	La solution ne répond pas aux contraintes et aux standards de	la solution	peu	non-lancement de la solution	prepera / agence 16:40	Contrôles aux moments charnières du projet	Quality-check réguliers
R5	Humain	Pas assez de candidats	l'utilisation de la solution	modéré	le manque de candidats vs les offres d'emploi	prepera	Évaluer le rapport candidats / offre d'emploi	développer une nouvelle manière pour faire l'acquisition de candidats
R6	Humain	Pas assez d'offres d'emploi	l'utilisation de la solution	modéré	le manque d'offre d'emploi	prepera	Évaluer le rapport candidats / offre d'emploi	Développer les partenariats et les contacts avec des agences de recrutement ou des entreprises
R7	UX	La méthodologie UX ne répond pas aux problématiques du projet	l'étude UX n'est pas concluante	probable	Mauvais ciblage des utilisateurs	agence 16:40	Points réguliers avec Prepera	Prise de contact régulier avec Prepera pour leur faire suivre l'avancement du projet
R8	Technique / sécurité	Hacking	la solution n'est pas sécurisée	peu	arrêt total du projet	Prepera	Audite technique, Intervention d'un ingénieur sécurisé	cryptage des données
R9	Juridique	Dépôt de brevet	Respect des droits d'auteurs	modéré	Pénalité financière	Prepera	Contrôle si un brevet à été déposé pour cette technologie	Dépôt de brevet ?
R10	Juridique	Une des parties (écoles vs recruteurs vs candidats) attaquent Prepera	Prepera	faible	Litige / procès ?	Prepera		contrôle de l'équivalent des CGV
R11	Humain	Mauvaise communication entre Prepera et Agence 16:40	Le projet	modéré	Pas ou peu d'échange avec Prepera / échange trop disparate dans le temps	Agence 16:40	Prise de contact régulière avec Prepera	Contacts réguliers avec Prepera sur divers sujets
R12	Technique	Conception mal orientée	projet "raté"	modéré ?	Échec du projet	Agence 16:40	Échanges et / ou validation ? avec Prepera et / ou Les Gobelins	Échanges réguliers suite aux ateliers avec Prepera pour avoir une transparence totale lors du projet
R13	Financier	perte du partenariat avec les écoles	Arrêt financier	faible	Arrêt du projet	Prepera	Consolidation / recherche de nouvelles écoles partenaires	
R14	Santé	Participants au projet malade	Ralentissement / arrêt du projet	Faible	Retard/lancement du projet	prepera / agence 16:40	-	Travailler sous forme de binôme
R15	Concurrence	identification de la valeur des candidats et développement de solution similaire	échec du projet	important	Remise en cause de Prepera	Prepera	Qualification des candidats & développement	-
R16		Manque de notoriété	écrasement par les "gros poissons" du marché	important				
R17								

# Diagramme des risques

Le diagramme des risques nous a permis de classer les différents risques repérés dans la matrice afin de déterminer quels sont leur niveau de dangerosité et leur probabilité.



**Annexe**

**Recherche**

# Guide d'entretien candidats (1/4)

## Ce que l'on cherche à savoir :

- Comment les candidats cherchent un emploi ?
- Pourquoi les candidats perdent leurs motivations ?
- Quel est le profil social du candidat ?
- Quelles sont les motivations des candidats ?
- Ce qui ne va pas actuellement dans la démarche de recherche d'emploi
- Quelles sont les relations recruteurs / candidats ?
- Quelles sont les attentes des entreprises vis-à-vis des candidats ?
- Quels sont les problèmes liés au recrutement côté recruteur ?
- Quelles sont les causes d'un mauvais recrutement ?



# Guide d'entretien candidats (2/4)

## Intro + contexte de recherche

- Avant de commencer, pouvez-vous me donner votre prénom et le métier que vous recherchez.
- Etes-vous en recherche de votre premier emploi ? Avez-vous cherché un premier emploi récemment ? L'avez-vous été récemment ?
- Depuis quand cherchez-vous un premier emploi ?
- Pouvez-vous me raconter une bonne et une mauvaise expérience de recherche d'emploi ?

## Préparation à la recherche du 1er emploi

- Comment votre établissement scolaire vous accompagne dans votre recherche d'emploi ? Expliquez-moi / Comment votre établissement (école, université, ...) vous a-t-il enseigné des clés pour votre recherche d'emploi ? (CV, lettre de motivation, méthodologie de l'entretien, simulation, ...)
- Comment souhaiteriez-vous être accompagné dans votre recherche de premier emploi ? De quelle manière ?
- De quelle manière avez-vous fait votre cv ? (outils, ...) Vous y a-t-on aidé ? De quelle manière ?
- Que pensez-vous des lettres de motivation ?
- Seriez-vous prêt à la remettre en main propre ?

## Choix du premier emploi

- Comment choisissez-vous votre premier emploi ?
- Selon quels critères choisissez-vous votre emploi ?

## Comparaison des annonces

- Comment faites-vous pour comparer les annonces ?
  - De quoi auriez-vous besoin pour mieux comparer les offres ? (fonctionnalités, ...)
  - Quelles sont les informations que vous aimeriez retrouver dans les annonces ?
- A quelle rapidité répondez-vous à une annonce qui correspond à vos critères ? (Postulez-vous immédiatement ou vous attendez avant de postuler ?)
  - Si vous attendez, pour quelle raison ?
  - Avez-vous des freins, des craintes ?

## Critères de choix

- Selon quels critères sélectionnez-vous les offres auxquelles vous répondez ?
- En quoi pensez-vous que votre bagage académique correspond aux offres d'emploi ?
- Quelle est l'importance de vos valeurs personnelles dans la recherche d'un emploi ?
- Quels sont vos critères de bien-être ?
  - Ont-ils une importance dans votre recherche d'emploi ?
  - Quelle est l'importance d'un équilibre pro / perso ? En quoi c'est déterminant ?
- Qu'attendez-vous d'un emploi ?
- Décrivez-moi le job de vos rêves ?
- Qu'attendez-vous d'une entreprise ?
- Décrivez-moi l'entreprise de vos rêves ?
- Avant de postuler à une offre d'emploi, vous renseignez-vous sur l'entreprise ? Si oui, de quelle manière ?
- Pour vous, en quoi la réputation d'une entreprise impacte votre recherche d'emploi ?
- Dans quels cas la taille de l'entreprise est-elle déterminante dans votre recherche d'emploi ?

# Guide d'entretien

## candidats (3/4)

### Concession sur les critères

- Que faites-vous si vous ne trouvez pas une offre qui correspond parfaitement à vos attentes ?
- Sur quel(s) critère(s) êtes-vous prêt à faire une concession lorsque vous postulez à votre premier emploi ?
  - Pourquoi seriez-vous prêt à faire une concession sur un de vos critères ?
- Quels sont les critères sur lesquels vous n'êtes pas prêt à faire de concession ? Pourquoi ?

### Mode de recherche du 1er emploi

- Pouvez-vous me raconter comment se passe votre recherche d'emploi ?
  - Racontez-moi comment vous recherchez un emploi ? Journée type / Moment type / Support
    - Quelles sont vos différentes manières de rechercher un emploi ?
- Sur quels sites/appli (spécialisés ou non) êtes-vous inscrits ?
  - Avez-vous des préférences pour l'une d'entre elles ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui vous attire dans cette / ces applications ? (ergonomie, facilité d'utilisation, couleurs, ...)
    - A quelle fréquence consultez-vous des sites d'annonce de recrutement ? Combien de temps y consacrez-vous ?
    - Comment pourriez-vous simplifier cette expérience site/appli ?
    - Réseaux sociaux pour trouver un premier emploi ?
- Quelles difficultés rencontrez-vous dans cette recherche ? Comment y avez-vous réagi ?
- Selon vous, quelle façon de faire marche le mieux ?

### Réseau

- Comment utilisez-vous votre réseau (ou celui de vos proches) dans votre recherche d'emploi ?
- Quel est le ou les moyens les plus simples pour activer votre réseau ? (linkedin, bouche à oreille...)
- Quelle(s) plateforme(s) utilisez-vous ? De quelle manière l' (les) utilisez-vous ? Cette(s) plateforme(s) vous semble-t-elle (elles) pertinente(s) pour votre recherche / création de réseau ? Pourquoi ?
- Comment souhaitez-vous échanger avec un recruteur ou du personnel travaillant dans une entreprise avant de postuler à une offre d'emploi ? Comment souhaiteriez-vous que ça se passe ? Comment l'améliorer ?
- Comment gardez-vous le contact avec un recruteur lorsque vous postulez à une annonce ? (postuler, relance, remerciement, ...)

### Perception du recruteur

- Comment percevez-vous les recruteurs ?
- Comment qualifieriez-vous la relation que vous avez avec eux ?
- Racontez-nous une mauvaise expérience avec un recruteur
- Racontez-nous une bonne expérience avec un recruteur

# Guide d'entretien candidats (4/4)

## Pas de réponse aux candidatures

- Comment réagissez-vous au manque de retour sur vos candidatures ? (impact)
  - Avez-vous des astuces pour augmenter les chances d'une réponse ? Lesquelles ?
  - Qu'est-ce qui pourrait être fait pour que les candidats se sentent / le prennent mieux ?
- A combien d'offres d'emploi avez-vous postulé pour la recherche de votre premier emploi ? Combien de réponses avez-vous eu ? (positives ou négatives)
- Que pensez-vous d'une entreprise qui ne répond pas aux candidatures non retenues ?

## Etat psychologique / Emotions

- Comment gardez-vous la motivation dans votre recherche d'emploi ?
- Pouvez-vous définir votre état d'esprit avant de commencer votre recherche d'emploi ? (avant la recherche)
- Comment définiriez-vous votre état psychologique durant votre recherche d'emploi ? (pendant la recherche)
- Comment réagissez-vous lorsque vous recevez une réponse négative à une candidature/entretien ? Pour vous quels sont les moyens d'y faire face ?
- De quelle manière souhaiteriez-vous être accompagné/préparé ?

## Nouvelles technologies

- En quoi l'usage de nouvelles technologies pourrait vous aider dans votre recherche d'emploi ?
- Quel est votre rapport aux nouvelles technologies ? (IA etc.)
  - Si négatif > est-ce que ça vous influencerait sur votre manière de postuler ? (changement de plateforme etc.)
- Selon vous, quelles pourraient être les technologies de demain qui vous permettraient de rechercher un emploi ?

## Conclusion

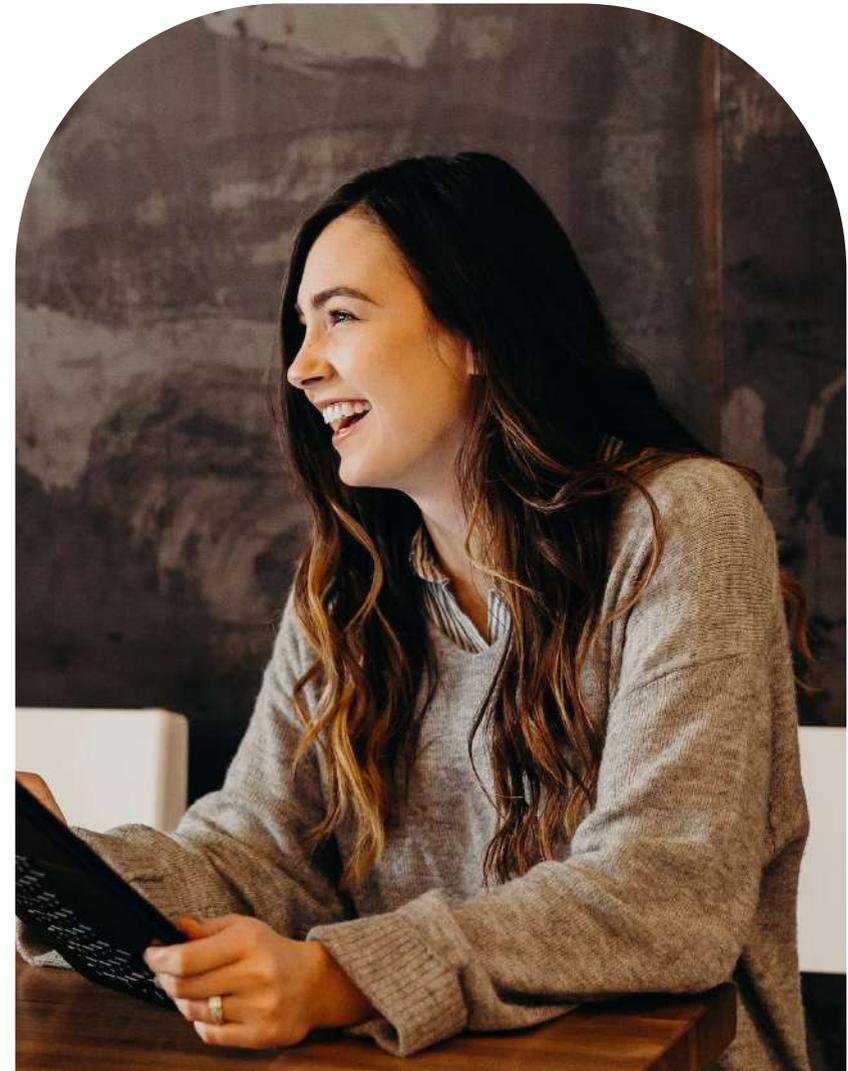
- Si vous aviez une baguette magique, comment aimeriez-vous que votre recherche d'emploi se passe ?
- Notre échange arrive à sa fin. Avez-vous d'autres remarques à nous partager ?
- Merci beaucoup pour votre participation.

# Guide d'entretien

## recruteurs (1/4)

### Ce que l'on cherche à savoir :

- Comment un recruteur recrute un jeune diplômé ?
- Quelle relation à un recruteur avec un jeune diplômé ?
- Quelle perception ont les recruteurs des jeunes diplômés ?
- Comment se déroule le recrutement d'un jeune diplômé ?
- Que faudrait-il changer dans le recrutement des jeunes diplômés ?



# Guide d'entretien

## recruteurs (2/4)

### Intro

- Pouvez-vous me raconter comment se passe un recrutement pour vous ?
  - Et plus spécifiquement sur des jeunes diplômés
- Pouvez-vous me raconter une bonne et une mauvaise expérience de recrutement ?

### Complexité et coût d'un recrutement

- Rencontrez-vous des difficultés à recruter des jeunes diplômés ?
- Comment abordez-vous le manque de candidats et/ou manque de qualification ?
- Quels seraient les moyens à mettre en place pour améliorer le recrutement ? (baguette magique)
- Compétences recherchées (métiers en tension)
- Comment attirez-vous les "jeunes talents" ?

### Entretien

- Comment se passe un entretien d'embauche avec vous ?
- Quelle relation avez-vous avec les candidats ?
- Selon-vous quelles sont les erreurs que les candidats font (en général et lorsqu'ils postulent à une offre d'emploi) ?
- Quels conseils donneriez-vous à un jeune candidat ?

### Sélection des candidats

- Comment sélectionnez-vous les candidats ?
- Quels sont vos critères rédhibitoires face à un candidat ?
- Selon quels critères prenez-vous contact avec les candidats ? et comment ?
- Comment faites-vous face aux nouvelles attentes des candidats ? (remote, ...)
- Quel type de contrat proposez-vous à un jeune diplômé ?
- Répondez-vous à toutes les candidatures ?
- Comment maintenez-vous une relation avec un candidat qui n'a pas été retenu pour une offre ?
- Comment évaluez-vous la personnalité et l'adéquation culturelle des candidats avec votre entreprise ?
- Comment maintenez-vous une relation avec le candidat que vous n'avez pas sélectionné pour les postes proposés ?
- Comment évaluez-vous l'efficacité de votre processus de recrutement ? Quels sont les indicateurs clés que vous utilisez pour mesurer votre succès ?
- Avez-vous des suggestions ou des idées pour améliorer le processus de recrutement des jeunes diplômés dans votre entreprise ? (baguette magique)
- Quels sont les principaux défis auxquels vous êtes confronté dans le recrutement de jeunes diplômés ?
- Comment gérez-vous les questions de salaire et d'avantages sociaux avec les candidats ?
- Quelles sont les compétences clés que vous recherchez chez les jeunes diplômés ?
  - Relance : savoir être / savoir faire
- Comment évaluez-vous ces compétences ?

# Guide d'entretien

## recruteurs (3/4)

### L'alternance

- Quels sont les avantages ou inconvénients du cursus alternance?
  - A quel point l'alternance peut-elle favoriser un recrutement ?
- Marque employeur
  - Selon vous, quelle est l'importance de la marque employeur pour les candidats ?
  - Quels sont les outils que vous mettez en place pour améliorer l'image de votre entreprise par rapport aux futurs candidats ?
  - Quel est votre rapport/relation avec les candidats ? Les freins et les motivations ...
  - Avez-vous remarqué des évolutions dans les comportements/demandes des candidats ? Quelles sont-elles ?
  - Comment vous mettez-vous à niveau pour mieux comprendre/communiquer avec la nouvelle génération ? (adaptation)

### Outils

- Quels outils utilisez-vous pour recruter ?
- Quels sont les avantages / Inconvénients de ces outils ?
- Qu'est-ce qui vous manque ?
- Quels sont les points de frustration constatés dans l'usage d'une solution de recrutement ?
- Quel est le coût d'une solution de recrutement ?
- Quelle est la part de coût des solutions dans un recrutement ?
- Quel volume de candidature cet outil vous permet-elle ?
- Vous est-il arrivé de détourner l'usage d'une solution ? De quelle manière ?
- Avez-vous déjà cessé d'utiliser une solution semblable ? Pourquoi

### Format des annonces

- Que pensez-vous du format des annonces d'emploi ?
- Comment votre entreprise présente-t-elle ses annonces de recrutement pour les jeunes diplômés ? Y a-t-il une charte à respecter ?
- Quels sont les éléments clés d'une annonce ?
- Quels sont les freins que vous avez constaté dans une offre d'emploi ?
- Quels sont les critères que vous ne mentionnez jamais ? Pourquoi ?

### KPIs

- - Quels sont vos indicateurs clés pour vos campagnes de recrutement ?
  - Comment utilisez-vous ces métriques ?
  - Avez vous des métriques spécifiques pour les jeunes diplômés le recrutement ?

### Réseau

- De quelle manière utilisez-vous votre réseau lorsque vous cherchez à recruter un profil candidat ?
- Comment votre entreprise utilise-t-elle son réseau pour attirer des jeunes diplômés ?

### Cabinet de recrutement

- Comment utilisez-vous les cabinets de recrutement pour recruter des jeunes diplômés ?
- Quels sont les avantages / inconvénients à passer par un cabinet de recrutement ?
- Quels sont les coûts pour utiliser cette solution ?
- Faites-vous appel à un ou plusieurs cabinets de recrutement pour un seul profil ?
- Dans quelle mesure votre entreprise utilise-t-elle des cabinets de recrutement pour embaucher des jeunes diplômés ?

# Guide d'entretien

## recruteurs (4/4)

### Nouvelles technologies

- D'après-vous, comment les nouvelles technologies font évoluer le métier de recruteur ?
  - Quelles seraient les avantages et les inconvénients à ce sujet ?
  - Quelles seraient les nouvelles méthodes pour recruter des jeunes diplômés ?

### Taille de l'entreprise

- Selon vous, quelle importance a la taille de l'entreprise dans le recrutement d'un jeune diplômé ?
- Pourquoi un jeune diplômé choisirait une grosse entreprise ?
- Pourquoi un jeune diplômé choisirait une petite entreprise ?
- Comment la taille de votre entreprise influe-t-elle sur le processus de recrutement des jeunes diplômés ?

### Conclusion

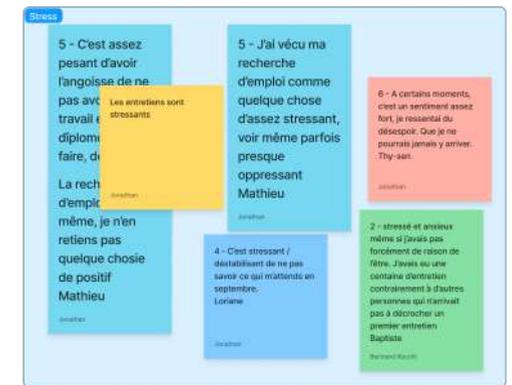
- Si vous aviez une baguette magique, comment se passerait le recrutement d'un jeune diplômé ?



# Diagramme d'affinité étudiants

Extraits du diagramme d'affinités des entretiens candidats.

Diagramme complet disponible ici : <https://www.figma.com/file/5qAGfq8PKQIusBb3IGtHg9/PREPERA---Recherche-utilisateurs?type=whiteboard&node-id=2%3A277&t=FrlbBMnLRIQVVhwo-1>



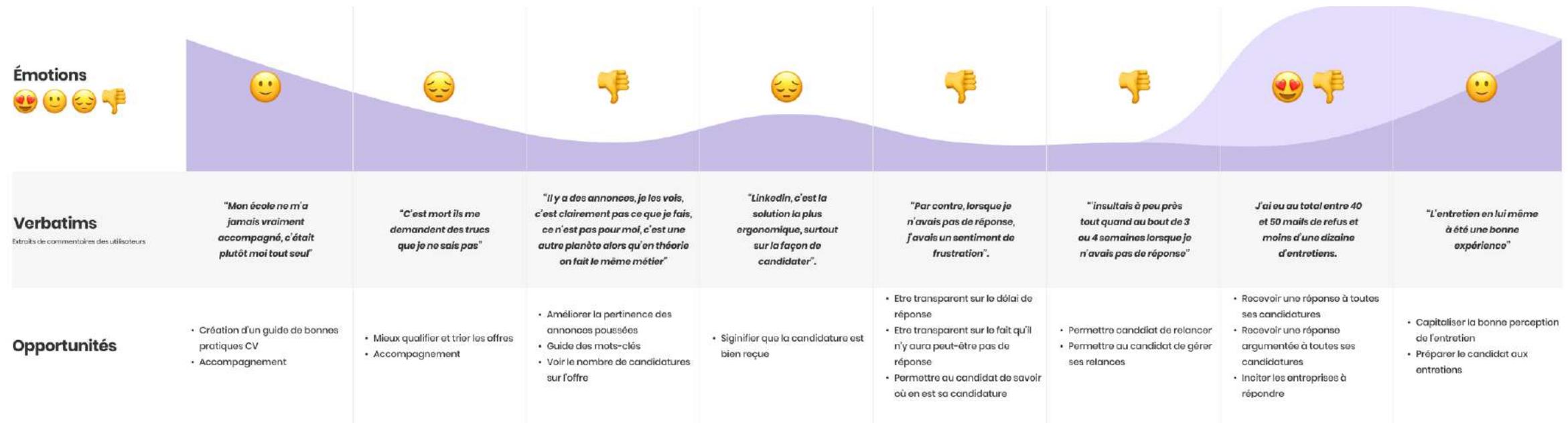


# Experience map (1/2)

## Parcours de recrutement d'Elsa

Étapes <small>Les différentes étapes de l'expérience</small>	 Création du CV / LM	 Recherche d'offres	 Choix des offres	 Envoi de candidature	 Attente de réponse	 Relance	 Réponse / Pas de réponse	 Entretien
<b>Objectifs</b> <small>Objectifs visés par l'utilisateur lors de son interaction avec le système</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se vendre / Se faire connaître / Gagner en confiance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouver un équilibre vie pro / vie perso / Je sais ce que je veux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equilibre pro/perso / Intérêt pour le contenu des annonces / Je sais ce que je veux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décrocher un entretien</li> <li>Se vendre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir un retour</li> <li>Avoir une réponse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir une réponse</li> <li>Montrer l'intérêt/motivation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Connaitre la réponse</li> <li>Préparer la suite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réussir l'entretien</li> <li>Convaincre le recruteur</li> <li>Confirmer l'adéquation entre mes attentes et l'emploi</li> </ul>
<b>Actions</b> <small>Les actions effectuées par l'utilisateur</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rédaction du contenu du CV ou MAJ</li> <li>Mise en forme du CV</li> <li>Recherche de templates de CV</li> <li>Benchmark</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechercher des offres qui me correspondent sur les job boards</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tri des offres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Envoi du CV via le jobboard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Envoyer un message de relance</li> <li>Appeler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lecture de la réponse</li> <li>Attendre</li> <li>Je commence à être frustré / démoralisé</li> <li>Analyse de la réponse argumentée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparer l'entretien</li> <li>Se renseigner davantage sur l'entreprise</li> <li>Imprimer son CV et autres supports</li> </ul>
<b>Points de contact</b> <small>Quels sont les points de contact lors de l'action? Site web, téléphone, appli...</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logiciels et sites de création</li> <li>Sites d'emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LinkedIn</li> <li>Hellow work</li> <li>Indeed</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LinkedIn</li> <li>Hellow work</li> <li>Indeed</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LinkedIn</li> <li>Hellowork</li> <li>Welcome to the jungle</li> <li>Indeed</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LinkedIn</li> <li>Email</li> <li>Téléphone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LinkedIn</li> <li>Email</li> <li>Téléphone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Email</li> <li>Téléphone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Locaux de l'entreprise</li> <li>A distance</li> </ul>
<b>Problèmes</b> <small>Frains et problèmes rencontrés par l'utilisateur</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mon école ne m'a pas préparé</li> <li>Je manque d'expérience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mes compétences ne correspondent pas à celles recherchées par les recruteurs</li> <li>Je manque d'expérience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>---</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je vois des annonces qui ne me correspondent pas du tout</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Délais long</li> <li>Possibilité de ne pas avoir de réponse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas de réponse</li> <li>Pas de contact</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réponse non argumentée</li> <li>Pas de réponse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mon école ne m'a pas préparé aux entretiens</li> <li>Je n'ai pas confiance en moi</li> </ul>
<b>Attentes</b> <small>Attentes de l'utilisateur envers le service, basées sur son expérience passée: "C'est difficile de renvoyer un produit et de me faire rembourser avec ce site"</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mon CV performe</li> <li>Me faire connaître</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouver des annonces claires et détaillées</li> <li>Ne pas perdre de temps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouver une offre qui me correspond</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le CV est bien reçu</li> <li>Etre recontacté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir une réponse</li> <li>Etre recontacté</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recevoir une réponse</li> <li>Etre recontacté</li> <li>Etre informé sur le statut de la candidature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recevoir une réponse positive</li> <li>Recevoir une réponse argumentée</li> <li>Connaitre les prochaines étapes du recrutement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réussir l'entretien</li> <li>Passer un bon moment avec le recruteur</li> <li>Me faire une idée sur l'entreprise</li> </ul>

# Experience map (2/2)



# **Annexe**

# **Idéation**

# OUTILS IDEATION vs PROBLEMATISATION (1/5)

## Brainstorming :

Le brainstorming est une méthode de génération d'idées qui encourage la libre expression et la créativité. Les participants sont invités à proposer autant d'idées que possible, sans jugement ni critique.

### Avantages :

- Favorise la génération rapide d'idées.
- Encourage la participation de tous les membres de l'équipe.
- Stimule la créativité et la libre expression.
- Peut être utilisé dans divers contextes et avec des groupes de différentes tailles.

### Inconvénients :

- Les idées peuvent manquer de structure ou de détail.
- Certains participants peuvent dominer la séance, limitant l'expression des autres.
- Les idées peuvent être rejetées sans évaluation approfondie.
- Peut être difficile de gérer efficacement de grandes quantités d'idées générées.

## Tri de carte :

Le brainstorming est une méthode de génération d'idées qui encourage la libre expression et la créativité. Les participants sont invités à proposer autant d'idées que possible, sans jugement ni critique.

### Avantages :

- Favorise la génération rapide d'idées.
- Encourage la participation de tous les membres de l'équipe.
- Stimule la créativité et la libre expression.
- Peut être utilisé dans divers contextes et avec des groupes de différentes tailles.

### Inconvénients :

- Les idées peuvent manquer de structure ou de détail.
- Certains participants peuvent dominer la séance, limitant l'expression des autres.
- Les idées peuvent être rejetées sans évaluation approfondie.
- Peut être difficile de gérer efficacement de grandes quantités d'idées générées.

# OUTILS IDEATION vs PROBLEMATISATION (2/5)

## Le diagramme d'affinité :

Le diagramme d'affinité consiste à collecter un grand nombre de notes, d'idées ou d'informations sur des cartes ou des post-it, puis à les regrouper en fonction de leur similitude ou de leurs relations. Les cartes sont déplacées et réorganisées jusqu'à ce que des groupes cohérents émergent. Le diagramme final représente visuellement les connexions et les relations entre les différentes idées ou informations.

### Avantages :

- Permet de visualiser facilement les liens entre les idées et de créer une structure claire.
- Facilite le regroupement logique des idées ou des informations similaires, ce qui permet de dégager des thèmes ou des catégories communs.
- Favorise la participation de toutes parties prenantes et encourage la diversité des perspectives.
- Simple à mettre en œuvre car ne nécessite pas de compétences techniques particulières.

### Inconvénients :

- La création d'un diagramme d'affinité peut prendre du temps, en particulier avec un grand nombre d'idées ou d'informations à organiser.
- La façon dont les idées sont regroupées peut être subjective et varier en fonction des interprétations individuelles, ce qui peut entraîner des regroupements différents selon les participants.
- Le diagramme d'affinité est plus adapté à l'organisation et à la visualisation des idées qu'à l'approfondissement des détails ou à l'évaluation critique.
- Si les idées de départ sont de faible qualité ou mal formulées, le diagramme d'affinité peut refléter ces limitations.

# OUTILS IDEATION vs PROBLEMATISATION (3/5)

## Mind mapping (carte mentale) :

Le mind mapping est un outil visuel qui aide à organiser les idées de manière hiérarchique et non linéaire. Les idées sont représentées sous forme de branches qui se ramifient à partir d'un concept central.

### Avantages :

- Aide à organiser et à visualiser les relations entre les idées.
- Favorise la créativité et la génération d'idées associatives.
- Permet d'explorer différentes branches de pensée.
- Peut être utilisé individuellement ou en groupe.

### Inconvénients :

- La complexité peut augmenter avec de nombreuses branches et sous-branches.
- Les relations entre les idées peuvent être subjectives.
- La création de cartes mentales peut prendre du temps et nécessiter des compétences spécifiques.
- Certains types d'idées peuvent être difficiles à représenter visuellement

## Portrait chinois :

Le portrait chinois est une technique qui consiste à associer des caractéristiques ou des attributs d'un objet, d'une personne ou d'un concept à un problème donné. Cela encourage la pensée analogique et permet d'explorer de nouvelles perspectives.

### Avantages :

- Stimule la pensée divergente et la créativité.
- Encourage les associations libres d'idées.
- Permet d'explorer de nouvelles perspectives en se basant sur des analogies.
- Peut aider à générer des idées originales et inattendues.

### Inconvénients :

- Les idées générées peuvent être trop éloignées de la réalité ou peu pratiques.
- La connexion entre le portrait chinois et le problème à résoudre peut ne pas être évidente.
- Certains participants peuvent trouver la méthode moins structurée ou difficile à suivre.
- Peut ne pas convenir à tous les types de problèmes ou de groupes.

# OUTILS IDEATION vs PROBLEMATISATION (4/5)

## Crazy 8 :

Le Crazy 8 est une méthode d'idéation rapide qui consiste à générer huit idées en huit minutes. Cette contrainte de temps encourage la pensée rapide et spontanée, permettant aux participants de sortir des schémas de pensée habituels.

### Avantages :

- Favorise la génération rapide d'idées en peu de temps.
- Encourage la pensée rapide et spontanée.
- Permet à chaque participant de contribuer individuellement.
- Stimule la créativité et la diversité des idées.

### Inconvénients :

- Le temps limité peut créer de la pression, inhibant certaines personnes.
- Les idées générées peuvent manquer de détails ou être peu élaborées.
- Certains participants peuvent dominer la séance et influencer les autres.
- Peut ne pas convenir à tous les types de problèmes ou de groupes.

## SCAMPER :

SCAMPER est un acronyme qui représente différentes techniques de réflexion créative : Substituer, Combiner, Adapter, Modifier, Proposer d'autres utilisations, Éliminer et Réarranger.

### Avantages :

- Fournit une structure méthodique pour générer de nouvelles idées.
- Stimule la réflexion créative en modifiant ou en combinant des éléments existants.
- Peut aider à améliorer des produits, des processus ou des idées existantes.
- Encourage la remise en question des conventions et la pensée critique.

### Inconvénients :

- Peut limiter la génération d'idées complètement nouvelles.
- Nécessite une connaissance préalable des éléments existants à modifier.
- Certaines personnes peuvent trouver la méthode trop structurée et limitante.
- Peut être difficile à appliquer de manière cohérente pour des problèmes complexes.

# OUTILS IDEATION vs PROBLEMATISATION (5/5)

## What if (et ses dérivés) :

La méthode What if consiste à poser des questions du type "Et si...?" pour explorer des scénarios hypothétiques et stimuler la pensée créative. Cela encourage la remise en question des conventions et permet d'envisager de nouvelles possibilités.

### Avantages :

- Favorise la pensée créative en explorant des scénarios hypothétiques.
- Encourage la remise en question des conventions et des normes établies.
- Stimule la réflexion critique et l'exploration de nouvelles perspectives.
- Peut aider à identifier des opportunités et des risques potentiels.

### Inconvénients :

- Les idées générées peuvent être trop spéculatives ou difficiles à mettre en pratique.
- Nécessite une orientation claire pour rester centré sur le problème à résoudre.
- Certains participants peuvent avoir du mal à se projeter dans des scénarios hypothétiques.
- L'application pratique des idées générées peut nécessiter des efforts supplémentaires.

## Brain writing :

Le brain writing est une méthode d'idéation collaborative où les participants écrivent leurs idées individuellement avant de les partager avec le groupe.

### Avantages :

- Favorise la participation égale de tous les membres de l'équipe.
- Permet une réflexion individuelle et une contribution collaborative.
- Encourage la diversité des idées et évite la domination d'une seule personne.
- Permet d'explorer des idées plus en profondeur grâce à des itérations successives.

### Inconvénients :

- Peut prendre plus de temps que d'autres méthodes, en particulier avec de grands groupes.
- Les idées générées peuvent manquer d'interaction et de dynamisme.
- Les participants peuvent être influencés par les idées des autres, limitant ainsi leur créativité individuelle.
- Nécessite une coordination et une gestion appropriées pour garantir l'efficacité du processus.

# Canevas Idéation

Votes



ou bas e fait  
deux pour de voir...

Je ne pense pas  
se pouvait pas

ou aller en ligne...

**Humanisation du processus de pré-recrutement ... piloter par ce IA**

1. Quels sont les tops candidats avec qui tu devrais échanger?

1. Quelles sont les offres qui te vont le mieux

**IA itérative de matching**

1. Matching CV / Offre

2. Est-ce que tu es compétent en Python ?

3. Oui, j'ai fait 3 ans de dev

**Candidate / Recruteur Dialogue**

1. Candidate asks a question

2. Recruteurs answers question

3. Recruter & Candidate start to chat

## Equipe 2

Recruteur référent marché avec profil MBTI

entreprise matchée avec profil type MBTI

Coach école fait en version gamifié qui peut être contacté à tout moment

Quiz / question avant de mettre en contact le candidat avec une offre pour voir si le secteur lui plaît

Présenter l'équipe en premier dans l'offre d'emploi

La personne qui recrute présente les points clés de l'offre d'emploi

% match candidat / entreprise

Formation pour comprendre les enjeux d'un exercice de recrutement.  
 Expliciter l'ensemble des étapes d'une expérience candidat.  
 Donner de l'information claire sur le marché du travail : offre et demande, avec des focus selon le type d'entreprises  
 Créer de la mise en relation entre jeunes diplômés et entreprises  
 Bilans de compétences: comment mettre en valeur des expériences et compétences lorsqu'on a peu ou pas d'exp pro  
 Sensibiliser également hiring managers et recruteurs sur le recrutement de jeunes diplômés

Identifier les entreprises qui recrutent des JD : culture d'entreprises

Donner de l'information claire sur le marché du travail : offre et demande, avec des focus selon le type d'entreprises

Proposer templates de CV, lettre de motivation, boîtes pratiques pour se différencier

Simulation d'entretiens indiv, collectifs, apprendre à se présenter (pitcher), posture  
 Leur faire également raconter des professionnels en entreprise : événements ? Coaching ? présentations ?  
 Plateforme de mise en relation ? Comment aller au-delà d'un jobteaser ? Remettre de l'humain et l'accompagnement au cœur. Aujourd'hui un désengagement des étudiants sur les forum écoles, la mise en avant surtout de grandes structures mais peu du monde start-up qui parfois recrute bcp  
 focus entr qui present le feedback: type de label

Dédramatiser la relation recruteur - candidat en organisant des événements qui ne sont pas dans un objectifs 1er de recruter ou candidater mais plus de donner des conseils, de la visibilité par des personnes qui ont une expertise RH

Quelques questions à poser au candidat

Quelques questions à poser au recruteur

Présenter l'entreprise en gif

Présenter les offres comme un trailer de film - 1 par jour

Proposer 3 offres mystère (sans marque) et demander à un candidat de les ranker

Puis révéler les marques et lui proposer de passer l'entretien pour celle sélectionnée

Coach école fait en version gamifié qui peut être contacté à tout moment

Donner de l'information claire sur le marché du travail : offre et demande, avec des focus selon le type d'entreprises

Il s'agit de rendre l'expérience de candidature plus humaine et moins bureaucratique

Dédramatiser la relation recruteur - candidat en organisant des événements qui ne sont pas dans un objectifs 1er de recruter ou candidater mais plus de donner des conseils, de la visibilité par des personnes qui ont une expertise RH

# Diagramme affinité Idéation

- Matching
- Mise en relation candidats / recruteurs
- Entraînement / accomplissement
- Format d'offre d'emploi

**matching**

Quiz / question avant de mettre en contact le candidat avec une offre pour voir si le secteur lui plat



entreprise matchée avec profil type MBTI

IA itérative de matching

1. Matching CV / Offre
2. Est-ce que tu es compétent en Python ?
3. Ou, j'ai fait 3 ans de dev

**Humanisation du processus de pré-recrutement... piloter par de l'IA**

1. Quels sont les tops candidats avec qui tu devrais échanger
1. Quelles sont les offres qui te vont le mieux



% match candidat / entreprise

Proposer templates de CV, lettre de motivation, bonnes pratiques pour se différencier

**Favoriser la mise en relation candidats / recruteurs**



Candidate / Recruiter Dialogue

1. Candidate asks a question
2. Recruiters answers question
3. Recruiter & Candidate start to chat



Recruteur référent matché avec profil MBTI

Plateforme de mise en relation ? Comment aller au-delà d'un jobteaser ? Remettre de l'humain et accompagnement au cœur. Aujourd'hui un désengagement des étudiants sur les forum écoles, la mise en avant surtout de grandes structures mais peu du monde start-up qui parfois recrute bcp

Créer de la mise en relation entre Jeunes diplômés et entreprises

Leur faire également rencontrer des professionnels en entreprise : événements ? Coaching ? présentations ?

Sensibiliser également hiring managers et recruteurs sur le recrutement de jeunes diplômés

focus entr qui pronent le feedback : type de label

**Format de l'offre d'emploi**

Présenter l'équipe en premier dans l'offre d'emploi



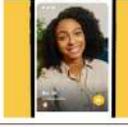
Présenter l'entreprise en gif



Proposer 3 offres mystère (sans marque) et demander à un candidat de les ranker

Puis révéler les marques et lui proposer de passer l'entretien pour celle sélectionnée

La personne qui recrute présente les points clé de l'offre d'emploi



Présenter les offres comme un trailer de film - 1 par jour



Identifier les entreprises qui recrutent des JD : culture d'entreprises

Proposer des vidéos "immersives" qui détaillent la journée type des certains métiers.

**Entraînement / Accompagnement**

Coach école fait en version gamifié qui peut être contacté à tout moment



Expliciter l'ensemble des étapes d'une expérience candidat

Simulation d'entretiens indiv, collectifs, apprendre à se présenter (pitcher), posture

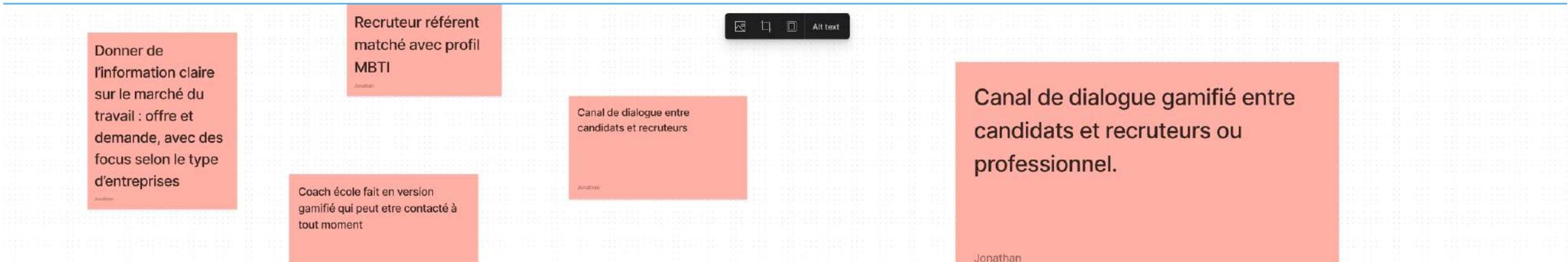
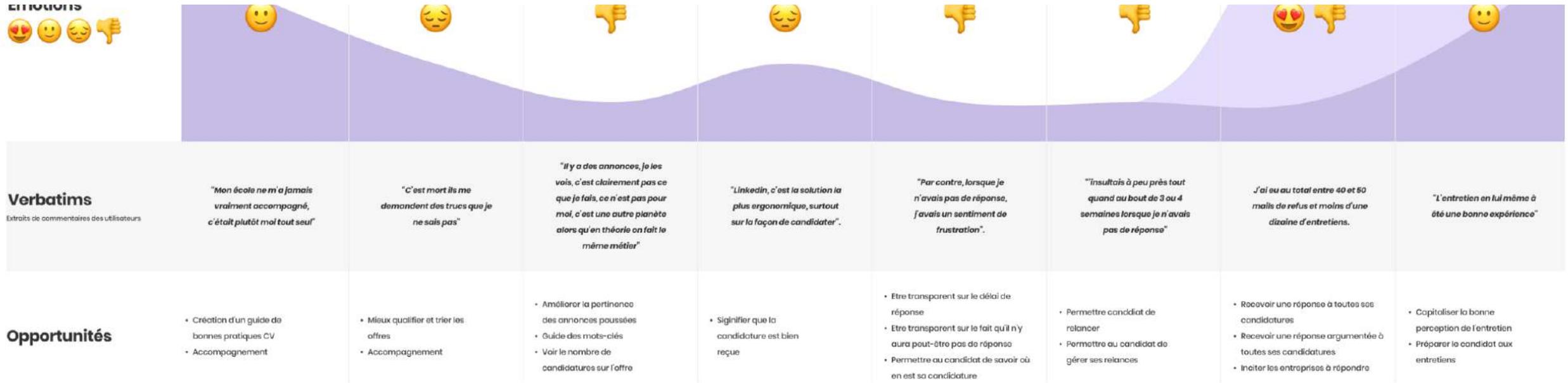
Bilans de compétences : comment mettre en valeur des expériences et compétences lorsqu'on a peu ou pas d'exp pro

Proposer aux étudiants des ateliers afin de valoriser l'image personnelle, de gagner en confiance, de changer leurs pitches.

Questionnaire pour découvrir les points forts et travailler les points faibles.

Formation pour comprendre les enjeux d'un exercice de recrutement.

# Diagramme affinité Idéation vs Customer Journey

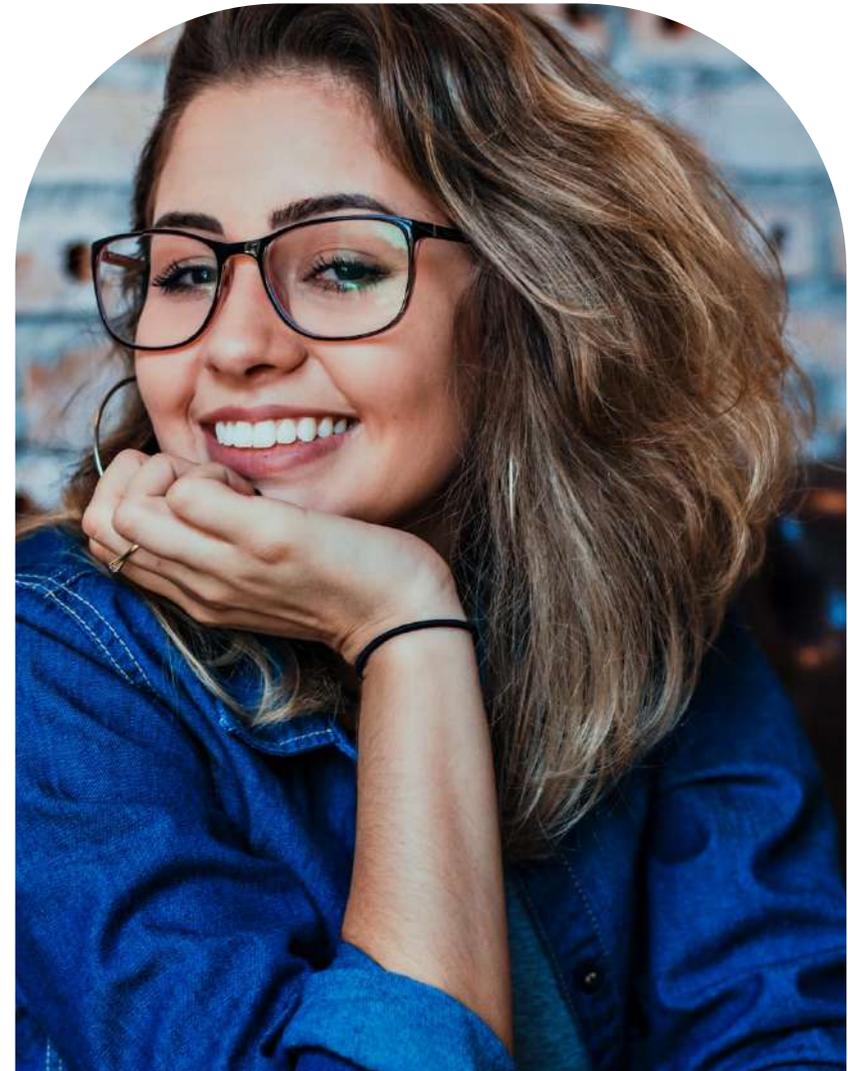


**Annexe**

**Prototypage**

# Objectifs des tests utilisateurs

- Evaluer la compréhension des questions pour remplir le formulaire
- Evaluer la compréhension des informations à entrer dans le formulaire
- Evaluer la facilité avec laquelle Le participant arrive à entrer ces informations
- Evaluer la compréhension du processus proposé par cette fonctionnalité
- Evaluer la compréhension des propositions d'offres d'emploi proposées à Le participant



# Observations

- Lectures des informations
- Consultation de la vidéo
- Lecture des thématiques
- Clic sur les CTAs
- Consultations de l'exemple
- Lecture de la barre de progression
- Compréhension des critères
- Compréhension des catégories
- Compréhension du matching
- Compréhension des critères
- Compréhension de la proposition de coaching

Ecran	Action	Réussite sans aide	Réussite avec aide	Réussite par hasard	Echec
Ecran d'accueil	Lecture des informations	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clic sur "Commencer"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
On commence par tes études	Consultation de la vidéo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Choix des études	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la thématique	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la barre de progression	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clic sur "Suivant"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quelles compétences as-tu apprises à l'école ?	Consultation de la vidéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Consultation de l'exemple	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Complétion des informations	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la thématique	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la barre de progression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel est le plus gros challenge que tu aies relevé dans ta vie ?	Clic sur "Suivant"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Consultation de la vidéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Consultation de l'exemple	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quel est ton type d'entreprises préféré ?	Complétion des informations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la vidéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Lecture de la vidéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clic sur "Suivant"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jean, ton profil et tes critères	Compréhension des catégories	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Compréhension des critères	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clic sur le bouton	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 offres sur-mesures pour toi !	Compréhension du matching	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Compréhension des critères	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Clic sur "Postuler"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# SUS

1. Je pense que j'aimerais utiliser ce système fréquemment
2. J'ai trouvé ce système inutilement complexe
3. J'ai trouvé ce système facile à utiliser
4. Je pense que j'aurais besoin d'un support technique pour être capable d'utiliser ce système
5. J'ai trouvé que les différentes fonctions de ce système étaient bien intégrées
6. J'ai trouvé qu'il avait trop d'incohérence dans ce système
7. Je suppose que la plupart des gens apprendraient très rapidement à utiliser ce système
8. J'ai trouvé ce système très contraignant à utiliser
9. Je me suis senti(e) très confiant(e) en utilisant ce système
10. J'ai dû apprendre beaucoup de choses avant de me sentir familiarisé(e) avec ce système

**Score SUS 90**

**Score SUS 85**

**Score SUS 70**

**Score SUS 52.5**

*Le score SUS est compris entre 0 et 100. Mais attention, il ne s'agit pas d'un pourcentage. Le mode de calcul du SUS, standardisé, est le suivant :*

- *Pour les questions impaires, à consonnance positive, vous devez soustraire 1 au résultat donné par le répondant. Si le répondant répond 4, le score correspondant est 3 (4-1).*
- *Pour les questions paires à consonnance négative, le score est égal à 5 moins le score donné par le répondant. Si le répondant répond 3, le score est de 2 (5-3).*
- *Une fois le total calculé, vous devez le multiplier par 2,5. Vous obtenez ainsi le score SUS compris entre 0 et 100.*

# Entretien

- Qu'avez-vous pensé de cette application ?
- Selon vous, pourquoi l'application vous a demandé ces informations ?
- Qu'avez-vous ressenti sur la nature des questions ?
- Selon vous, quel est l'objectif de cette application ?
- Selon vous, quel est le lien entre vos réponses et les annonces qui remontent ?
- Selon vous, quel est le lien entre vos réponses et le taux de correspondance ?
  - Quelle conclusion tirez-vous de ce lien ?
- La vidéo d'accompagnement est consultée / appréciée



**Contente, questions pertinentes**



**Je pense que l'objectif de l'application est double : in fine le gros objectif transverse tourner vers les personnes qui postulent c'est faire en sorte qu'elles trouvent l'emploi qu'elle souhaitent. Les entreprises aient le profil qui match bien. On a de l'accompagnement pour réussir cela (coaching)**



**Les questions : elles sont biens, contextualiser un peu plus, elles sont complètes, plusieurs informations, profil > on voit bien que les différentes étapes de la time line sont dans le profil et les étiquettes dans les offres aussi. Les mots utilisés ne sont pas compris directement "ils attendent quoi de moi?"**

# Benchmark - Apec



## MISSION DU SITE

L'Apec accompagne, à toutes les étapes-clés du parcours professionnel, les cadres et les jeunes diplômé·es à partir de bac+3 et aide les entreprises, notamment les TPE-PME, à trouver les compétences cadres dont elles ont besoin et à cultiver leur attractivité.

## QUELQUES CHIFFRES

En 2022, plus de 156 000 cadres et jeunes diplômé·e·s et de 21 000 établissements ont été accompagnés par les consultant·es de l'Apec.

<https://corporate.apec.fr/panorama-chiffre>

## 📌 À RETENIR

- Grand public
- **Accompagnement candidat**
- Outil pour calculer le salaire
- Recruteurs et candidats
- Parcours optimisation du CV
- **Présence systématique de la notion de salaire dans les offres d'emplois**
- Accessibilité
- **Savoir être et savoir faire dans les offres**

# Benchmark – LinkedIn



## MISSION DU SITE

La mission de LinkedIn est simple : mettre en relation des professionnels du monde entier pour les rendre plus performants et productifs.

## QUELQUES CHIFFRES

Dans le cadre de l'activité professionnelle, LinkedIn est le réseau social le plus utilisé (84,8%) par les décideurs BtoB en France (Cadres de direction de TPE, PME, ETI et grandes entreprises), soit +19 points par rapport à 2018

<https://blog.digimind.com/fr/tendances/linkedin-chiffres-incontournables-france-et-monde>

## À RETENIR

- Grand public
- Réseaux social
- Page profil
- Communauté
- Personnalisation
- **Push offres d'emplois ciblées**
- **“Cours” sur comment améliorer son profil**
- **Messagerie**
- **Taille de l'entreprise dans les offres**
- **Matching compétences**
- **Information sur l'entreprise**

# Benchmark – Indeed



## MISSION DU SITE

Indeed s'efforce de faire des candidat·es une priorité en leur permettant de chercher un emploi, de publier leur CV et de se renseigner au sujet des employeurs, le tout gratuitement. Chaque jour, nous offrons de nouvelles opportunités à des millions de personnes.

## QUELQUES CHIFFRES

Indeed est le premier site de recherche d'emploi dans le monde\* et enregistre plus de 300 millions de visiteurs uniques chaque mois\*\*.

<https://fr.indeed.com/cmp/Indeed>

## À RETENIR

- Grand public
- **Tendances de recherches**
- Articles
- **Avis sur les entreprises**
- **Outil d'estimation du salaire**
- **Présence de la notion “salaire moyen” dans les offres**
- **Entreprises proposant les meilleures salaires**
- **Villes à proximités en rapport avec le salaire moyen**

# Benchmark – Monster

## MONSTER

### MISSION DU SITE

Aujourd'hui Monster fait partie des grands réseaux de jobboards internationaux, au même titre que CareerBuilder, ou encore StepStone. Monster est principalement utilisé pour aider ceux qui cherchent un emploi à trouver une offre correspondant à leurs compétences et leur lieu géographique.

### QUELQUES CHIFFRES

Plus d'un million d'offres d'emploi en continu, plus de 150 millions de CV dans la base de données (2008) et plus de 63 millions de demandeurs d'emploi actifs par mois.

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Monster\\_\(site\\_web\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Monster_(site_web))

### À RETENIR

- Grand public
- **Recherches fréquentes (télétravail...)**
- Conseils carrière
- Outil simulation de salaire

# Benchmark – Welcome to the jungle

## Welcome to the Jungle

### MISSION DU SITE

Nous travaillons pour rendre le travail excitant et soutenable en offrant des solutions innovantes aux entreprises pour développer leur marque employeur et renforcer leur attractivité. Nous créons également une expérience et des contenus inspirants qui aident les travailleurs et les entreprises à redéfinir les règles du travail.

### QUELQUES CHIFFRES

Aujourd'hui plus de 5000 entreprises, issues de tous les secteurs d'activité, dévoilent leurs coulisses sur Welcome to the Jungle à travers un contenu exclusif

<https://www.welcometothejungle.com/fr/companies/wttj>

### À RETENIR

- Tone of voice (wording)
- Focus découverte entreprise via les spécificités de coeur de métier
- Articles
- **Marque employeur**
- **Parité dans les offres d'emplois**
- **Turnover dans les offres d'emplois**
- **Nombres de collaborateurs**
- Vidéos

# Benchmark – Pôle emploi



## MISSION DU SITE

Pôle emploi, premier acteur du marché du travail en France, facilite le retour à l'emploi des demandeurs et propose des solutions adaptées aux besoins de recrutement des entreprises avec ses 58 000 collaborateurs, 890 agences et un réseau de partenaires sur tout le territoire.

## QUELQUES CHIFFRES

82,8 % Des entreprises satisfaites concernant la pertinence des candidats présélectionnés par Pôle emploi. Mesure de la qualité du service rendu aux entreprises sur le volet recrutement au niveau national

<https://www.pole-emploi.org/poleemploi/resultats.html>

## 📌 À RETENIR

- Grand public
- Contenus (pdf, video, ....) sur le sujet du recrutement et de la manière de préparer un entretien / retour à l'emploi.
- Dispositif recruteur
- **Accompagnement par un conseiller**
- Invitation / convocation à différents événements métiers (forums, speed dating, focus métiers/domaine)
- **Espace dédié (dashboard ?) employeurs : entreprises et particuliers**
- Création de multiples services à l'attention des demandeurs d'emplois
- **Accessibilité**

# Benchmark - Synthèse

