



METEOJOB

Propos recueillis par Hervé Kabla (84)

Marko Vujasinovic (84)
Président de Meteojob



Que permet Meteojob ?

Meteojob est une société en forte croissance de la tech RH, qui opère le site meteojob.com et propose aux entreprises des logiciels pour créer une expérience de recrutement hors du commun.

Meteojob.com permet aux candidats de trouver leur emploi grâce à un système de *matching*. Le candidat reçoit chaque jour des offres qui « matchent » son profil. Il n'a plus besoin de chercher. Pour les recruteurs, les candidatures sont plus qualifiées. Les recruteurs ont également accès à notre CVthèque, qui regroupe plus de 3 millions de CV. Avec chaque jour plus de 115 000 offres, Meteojob est l'un des leaders de la recherche d'emploi en France.

Nos outils logiciels permettent de transformer les processus de recrutement et de mobilité interne des entreprises, grâce à notre technologie de *matching*, l'entretien vidéo et des outils d'évaluation prédictifs.

Comment t'est venue l'idée ?

En 2007, j'ai été interpellé sur le fort chômage des jeunes alors même que de nombreux emplois ne sont pas pourvus. Le secteur de l'emploi était à l'époque beaucoup moins avancé que les autres en matière de technologie. J'ai pensé que la technologie pouvait aider des millions de personnes à trouver un poste et c'est ainsi qu'est né le projet Meteojob.

Quel est le parcours des fondateurs ?

X84, j'ai fait l'École des ponts et le Collège des ingénieurs. Après dix ans de conseil, j'ai créé en 2000 ma première société Travelsoft, puis Meteojob en 2007.

Je me suis associé à deux entrepreneurs, Louis Coulon et Gonzague Lefebvre qui, tout juste diplômés de Neoma Business School, avaient créé une solution d'entretien vidéo différé appelée Visiotalent.

Qui sont les concurrents ?

Le secteur du recrutement est très concurrentiel.

Mais sur meteojob.com, nous étions en octobre, selon Médiamétrie, largement devant les acteurs historiques tels que Monster.

Et sur le marché des logiciels RH où l'offre est florissante, la valeur ajoutée du groupe Meteojob est de proposer une solution intégrée et pas juste une brique.

Quelles ont été les étapes clefs depuis la création ?

Nous avons au début passé près de quatre ans principalement en R & D entre 2007 et 2010. Puis en 2011, nous avons vraiment démarré la commercialisation. La société a ensuite grandi rapidement, renforçant en parallèle sa force commerciale et ses équipes techniques. En 2016, nous avons fusionné avec Visiotalent puis démarré l'international.

Quelle place y a-t-il pour l'innovation dans le recrutement ?

Le secteur du recrutement est en pleine mutation – on entend parler d'une innovation toutes les semaines : *chatbox*, *machine learning*, *big data*... L'intelligence artificielle est le sujet du moment : la plupart des solutions tech RH se targuent d'utiliser l'IA dans leur produit. On frôle parfois la science-fiction...

Mais même si certaines innovations ne vont pas percer, nous sommes sur une tendance de fond car de nombreuses sociétés font face à des grandes difficultés de recrutement. En outre, il devient impératif pour les grandes entreprises de booster leur mobilité interne. Aujourd'hui, les processus de recrutement et de mobilité interne ne sont plus adaptés aux attentes des candidats et des collaborateurs. Les entreprises qui auront des processus de recrutement et de mobilité interne agiles seront celles qui capteront et fidéliseront les talents. Pour créer ces processus agiles, la technologie est devenue indispensable.

On croyait que LinkedIn avait plié ce secteur, on avait donc faux ?

La particularité de notre secteur est que les entreprises utilisent rarement une seule source de candidatures : il y a la place pour plusieurs fournisseurs.

En outre, LinkedIn est un réseau social, pas un site d'emploi. L'expérience utilisateur n'a pas été pensée pour la recherche d'emploi. Par ailleurs, LinkedIn n'est pas utilisé par tous les profils, mais plutôt par un public cadre et urbain. Et côté recruteur, les candidatures reçues ne sont pas toujours qualifiées.

Enfin, LinkedIn est un outil utile mais très cher : certaines entreprises réduisent leurs investissements sur la plate-forme car elles avaient surinvesti et que leur ROI était faible. Elles se limitent à quelques licences et en

contrepartie, investissent sur un site comme le nôtre.

Est-ce une question de technologie ou de savoir-faire ?

La technologie est bien sûr un élément clé, mais elle ne fait pas tout. Ce que l'on remarque, c'est que le succès d'un projet de transformation RH dépend aussi de l'accompagnement au changement.

Prenons l'exemple de notre solution d'entretien vidéo différé, Visiotalent. L'entretien vidéo représente un changement dans les habitudes des RH et des managers. Nos clients ne vont pas spontanément savoir comment utiliser efficacement l'outil, ni quelles sont les questions pertinentes à poser aux candidats. C'est pour ça que nous avons développé une équipe *Customer Success* qui, dès la signature du contrat, accompagne pas à pas le client dans la prise en main de l'outil, la construction des campagnes, la sélection des questions...

Plus qu'un simple éditeur de logiciels, nous nous considérons comme un fournisseur de solution.

Le marché français n'est-il pas trop petit ?

Nous avons entamé notre internationalisation, en démarrant au Benelux puis en Espagne et en Italie. À l'international, nous commercialisons nos offres software-Visiotalent pour le moment, mais de nouveaux produits seront bientôt disponibles.

Cela dit, nous sommes loin d'en avoir fini avec le marché français ! Nous y prévoyons cette année une croissance de 40 à 50 % de notre activité.

Meteojob n'est pas la première société que tu crées. Toujours la même fougue qu'au début ?

Nous sommes plus d'une centaine aujourd'hui. Le projet n'est pas mon projet mais celui de toute une équipe. De nombreux salariés sont au capital. Nous avons une superbe équipe de management. Réussir ce challenge en équipe, c'est ce qui me motive tous les jours. X