



Les tendances du recrutement en alternance

Les chiffres clés 2019

Paris, le XX octobre 2019,

Le marché de l'emploi évolue, à l'heure de l'analyse des données et de l'automatisation des actions marketing RH, une parfaite connaissance de l'évolution des usages et du comportement des candidats permet aux entreprises de rester compétitives dans leur stratégie de recrutement. Golden Bees, scale-up spécialisée dans le recrutement programmatique et l'analyse des données candidats, présente les chiffres clés de l'alternance du premier semestre 2019. Cette étude réalisée plus de 24 000 candidatures permet de mieux comprendre les grandes tendances du recrutement en alternance.

Les grandes tendances du recrutement en alternance

Dans l'étude de Golden Bees on observe sur le premier semestre 2019 une concentration de la diffusion des offres en alternance entre **mai et juillet (50%)** et principalement en **Ile-de-France (33% des offres)**.



Autre tendance notable : **85% des offres en alternance sont « mobile friendly »**. Rien d'étonnant avec le boom des candidatures sur mobile observé en 2018. Les résultats d'une étude de Golden Bees montrait que sur un million de candidatures, **31% se faisaient sur mobile avec**

un taux de conversion sur mobile 2.5 fois plus élevé en 2018 qu'en 2017.

Comportement du candidat en recherche d'alternance

Profils rares, hyper compétitivité, changement des usages... Capter l'attention des meilleurs candidats est devenu le nerf de la guerre pour les entreprises en France. Afin de comprendre et d'optimiser sa stratégie pour recruter de nouveaux talents, comprendre leur comportement est devenu indispensable.

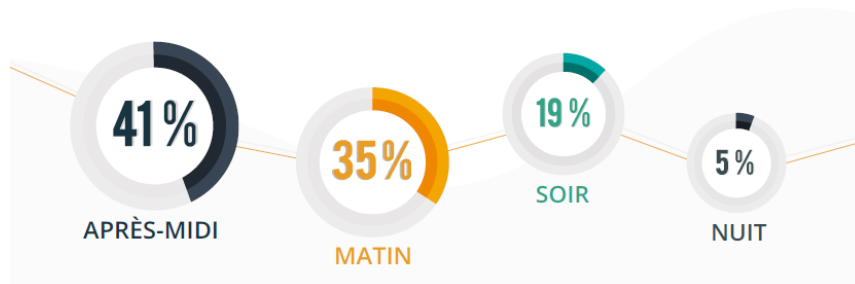
L'infographie publiée par Golden Bees permet de connaître **les meilleurs moments pour saisir l'attention des candidats en recherche d'alternance**. Ces candidats seront en effet plus enclins et disponibles pour postuler aux offres en début de semaine **entre le lundi et le**



mercredi et dans l'après-midi entre 12h00 et 18h00. Selon l'étude de Golden Bees 19% des candidats sont moins actifs après 18h.

LES MEILLEURS HEURES POUR PUBLIER DES OFFRES EN ALTERNANCE

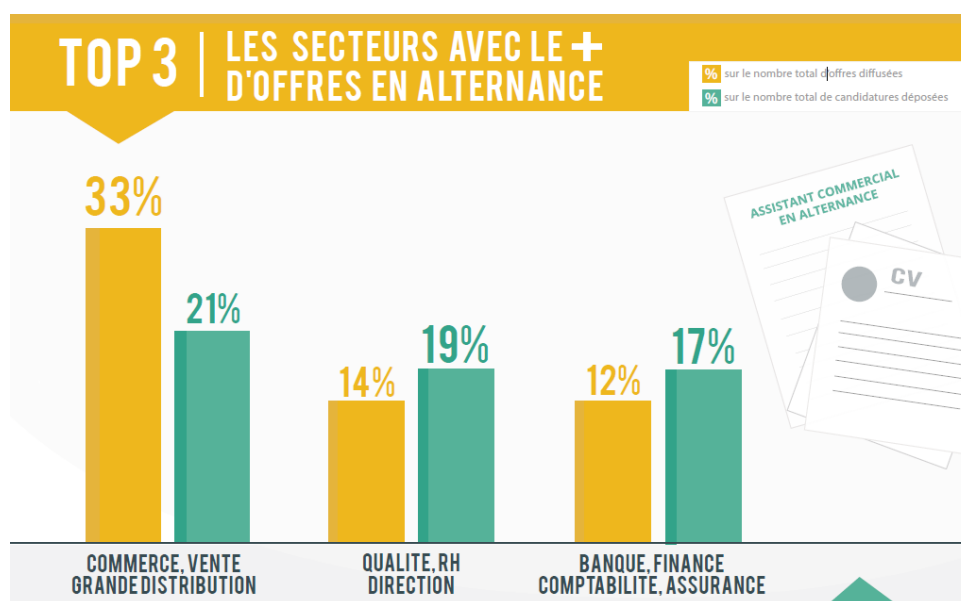
Les candidats en recherche d'une alternance postulent aux offres d'emploi principalement l'après-midi entre 12h00 et 18h00



Top 3 des entreprises et des régions les plus attractifs

Alors que près d'un tiers des entreprises affirment qu'elles rencontrent des difficultés à recruter, l'attractivité est primordiale pour attirer les meilleurs talents. **Les candidats sont de plus en plus exigeants et critiques vis-à-vis des entreprises**, et ce constat ne va faire qu'augmenter ! En effet les nouvelles générations (l'âge moyen des apprentis en France est de 19 ans) souhaitent **adhérer au projet de l'entreprise et trouver du sens à leur travail et cela commence dès la phase d'embauche.**

Il est intéressant d'observer dans cette étude que les entreprises qui diffusent le plus d'offres ne sont pas forcément les entreprises qui réceptionnent le plus de CV. Alors qu'ENEDIS, THALES, et la SNCF diffusent le plus d'offres d'emploi en alternance, le GROUPE CREDIT AGRICOLE, LCL, et DALKIA occupent le top 3 des entreprises les plus attractives, avec le plus grand nombre de candidatures réceptionnées.





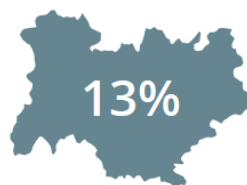
GoldenBees

LES RÉGIONS LES + ATTRACTIVES

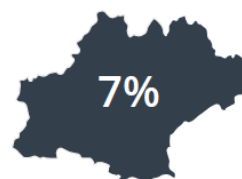
LES RÉGIONS AVEC LE + DE CANDIDATURES EN ALTERNANCE



ÎLE-DE-FRANCE



AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



OCCITANIE

Certains bassins d'emploi sont plus au moins appréciés des candidats en recherche d'alternance. Cette tendance et l'attractivité de certains bassins d'emploi s'explique par plusieurs facteurs (atouts structurels, mobilité, salaire...). **Sans surprise la région Parisienne reste la plus attractive pour les candidats en recherche d'alternance avec 33% des offres diffusées sur son territoire.** Au second palier nous retrouvons la région Auvergne-Rhône-Alpes suivi par l'Occitanie.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Wurth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 45 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Site : <https://goldenbees.fr/>