

Seine-et-Marne : comment une agence d'intérim s'est lancée sur TikTok pour toucher un public jeune

A l'initiative d'une chargée de recrutement, le groupe Synergie présente ses offres d'emploi sur le réseau social star du moment, plébiscité par les ados et les jeunes adultes. Et ça marche ! Décryptage.



Lieusaint, le 13 octobre 2020. Utilisatrices de TikTok, Wiem Melliti (à gauche), recruteuse à l'agence Synergie de Lieusaint, et Morgane Gouzin, sa responsable, présentent des offres d'emploi proposées via l'application. LP/Julie Olagnol

Tout le monde ne parle que de ça : TikTok, l'application mobile de courtes vidéos en musique sans paroles. Plébiscitée par les adolescents, elle fait désormais des émules chez les jeunes majeurs. Synergie, groupe français spécialisé dans les secteurs du travail temporaire, du recrutement et de la formation, se saisit de cette tendance.

« Synergie est la première entreprise de son secteur à recruter directement via cette application », annonce fièrement l'entreprise, déjà présente sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn.

VIDÉO. Synergie recrute grâce à TikTok



[Visualiser l'article](#)

iframe : redir.opoint.com

« Nous avons eu l'initiative d'utiliser TikTok pour annoncer de manière humoristique la réouverture de notre agence avec les gestes barrière, mi-mai après le confinement », se souvient Wiem Melliti, recruteuse à l'agence de Lieusaint, en Seine-et-Marne.

« Nous nous adressons à la génération Z »

Quatrième application mobile la plus téléchargée dans le monde en 2019, TikTok compte 6,5 millions d'utilisateurs mensuels actifs en France, dont 60 % correspondent à la cible de Synergie : 41 % ont entre 16 et 24 ans et 19 % entre 25 et 49 ans.

« Sachant que l'intérim vise une population jeune, on va au plus proche des candidats, salue Morgane Gouzin, responsable à l'antenne de Lieusaint. Avec la crise sanitaire, on se dit aussi que si c'est dématérialisé, les candidats viendront à nous plus facilement. »

Candice Gau, responsable communication digitale du groupe Synergie, abonde. « Nous nous adressons à une nouvelle communauté, plus jeune, et spécifiquement à la génération Z qui passe désormais plus de temps sur ce réseau que sur les autres médias sociaux, dit-elle. TikTok est aussi une appli qui parle à nos collaborateurs, pour la plupart assez jeunes. »

Guillaume Gritti, responsable des agences Synergie situées à Rodez et Decazeville (Aveyron), a lancé, le premier, une présentation de ses offres sur le réseau social. Son succès a inspiré l'agence de Lieusaint, pionnière pour l'Ile-de-France, qui a tourné une vidéo présentant les postes à pourvoir, essentiellement dans la logistique : cariste, préparateur de commande, chef d'équipe, chargé de clientèle...

Mettre en valeur les métiers méconnus de la logistique

Des offres qui coïncident avec le bassin d'emploi de Lieusaint : le parc d'activité de l'A5 à Réau et celui de Chanteloup ainsi que la zone Paris Sud. « TikTok est un canal de recrutement très efficace, analyse Wiem Melliti. Le but est de mettre en valeur les métiers méconnus de la logistique, et notamment ceux du tertiaire, et de faire connaître l'intérim. »

Pour ce faire, la recruteuse s'est glissée dans la peau d'un candidat pour incarner tout à tour l'agent logistique avec un gilet de sécurité et un carton ou un chargé de clientèle avec un casque audio. A chaque fois, c'est une collègue qui la filme.

LIRE AUSSI > Ressources humaines : l'art de recruter en temps de crise

Sa recette ? « Des vidéos de 15 à 60 secondes, avec de la créativité, de la spontanéité, une touche de musique, une chorégraphie et le tour est joué », énumère-t-elle. Grâce à des mots-dièses bien sentis, des défis accentuent la viralité des vidéos.

Wiem Melliti a même réalisé un tutoriel YouTube pour expliquer à ses collaborateurs comment utiliser le réseau social. La semaine dernière, elle a participé à une formation en Ile-de-France — qui compte 42 agences et 165 collaborateurs — pour lever les réticences. Un concours se prépare entre les agences franciliennes d'ici fin novembre. Le gagnant sera désigné en fonction du nombre de vues et du taux d'engagement.

Dans un premier temps, Wiem Melliti utilisait son compte personnel TikTok. Avant d'attirer l'attention de sa direction qui l'a sollicitée, avec son collègue d'Aveyron et une collaboratrice de Vendée, pour créer les



[Visualiser l'article](#)

Ambassadeurs de TikTok. Ils ont participé à une campagne qui a permis de recruter quarante alternants au sein de Synergie.

« Les personnes touchées ne sont pas celles qui sont dans nos radars habituellement »

Sur le TikTok officiel du groupe, chaque recruteur peut poster ses propres vidéos. « On encourage mais on n'oblige personne, assure Candice Gau. L'humour et l'authenticité plaisent. Les personnes touchées ne sont pas celles qui sont dans nos radars habituellement. » Selon elle, le retour s'avère positif avec, pour une vidéo de Guillaume Gritti, plus de 360 000 vues, 5 500 likes et 300 commentaires, positifs à 98 %.

A Lieusaint, sur la petite dizaine de vidéos publiées, certaines atteignent le millier de vues. « Nous faisons tomber les barrières entre les recruteurs et les candidats. Ces derniers ont plus de facilité à se renseigner ensuite sur les postes car c'est informel », se réjouit Wiem Melliti, dont l'un des projets vidéo est de faire connaître le CDI intérimaire aux candidats.

Les rendez-vous physiques demeurent

Pour encourager les jeunes à transmettre leur CV en vidéo, la recruteuse a mis en scène les différents métiers qu'elle a faits dans sa vie pour leur montrer qu'il n'était jamais trop tard pour changer d'orientation. « On lance le concept. L'idée est de donner la parole aux candidats. Ils se mettent en situation, avec le hashtag #SynergieLieusaint », explique-t-elle. Dans l'Aveyron, trois personnes ont déjà été recrutées après avoir envoyé un CV vidéo.

« Bien sûr, les candidats peuvent s'inscrire chez nous comme avant, précise Morgane Gouzin. Ce n'est pas pour cela qu'il y a moins de rendez-vous physiques ! Le premier contact est 2.0 mais ensuite on se retrouve en agence. Par la suite, on réfléchit avec la direction à publier directement des offres de nos clients, si ces derniers donnent leur approbation. »

Jérôme, intérimaire chez Synergie : « Sans TikTok, je n'aurais jamais entendu parler de cette offre »

« J'ai découvert TikTok avec mon neveu de 19 ans pendant le confinement, raconte Jérôme 34 ans, intérimaire chez Synergie. Je suis tombé sur une de leurs vidéos mi-juillet et j'ai cliqué sur le lien pour proposer ma candidature. J'ai été recontacté et je suis allé les rencontrer dans leur agence. »

Depuis mi-août, le trentenaire travaille dans une entreprise de logistique de Moissy-Cramayel. « Je n'avais jamais travaillé dans la logistique ni même comme intérimaire, poursuit cet ancien employé du bâtiment. C'est un hasard total, cela ne m'intéressait pas forcément mais finalement ça me plaît. Je suis préparateur de commandes et je vais passer mon Certificat d'aptitude à la conduite en sécurité pour devenir cariste. »

« Sans TikTok, je n'aurais jamais entendu parler de cette offre. Je n'aurais même pas eu l'idée de me tourner vers de l'intérim », assure-t-il. C'est désormais au tour de son neveu, qui n'a pas trouvé d'école cette année, de se tourner vers Synergie pour tenter de décrocher son premier job !