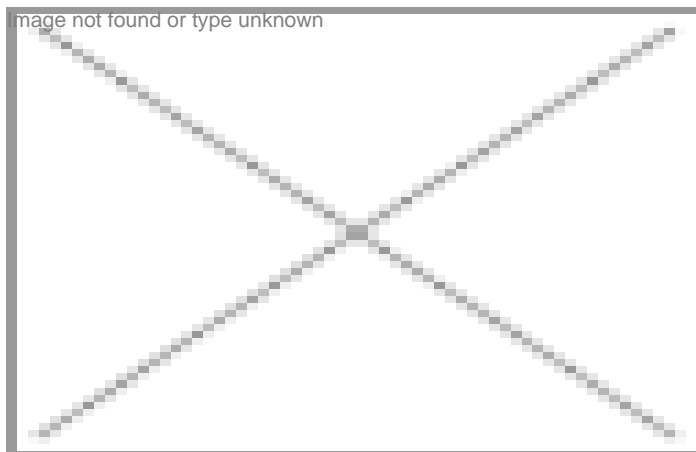


SGDB

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#)

SGDB fait confiance aux start-up

Le recrutement est un enjeu majeur pour Saint-Gobain Distribution Bâtiment France (SGDB France) qui pourvoit chaque année à des centaines de postes dans les quelque deux cents métiers proposés par l'entreprise. Pour dynamiser son approche et attirer de nouveaux talents, le groupe n'hésite pas à s'ouvrir à de nouveaux modes de communication en faisant appel à des partenaires innovants utilisant les nouvelles technologies. Il en va ainsi de Visiotalent et de Welcome to the Jungle.



Visiotalent

Lancé en 2016 pour pourvoir quatre cents postes en alternance, le partenariat avec Visiotalent s'est progressivement étendu à d'autres types de recrutements en externe et en interne. Le fonctionnement est simple : pour postuler, les candidats sont invités à répondre à quelques questions lors de courtes vidéos pré-entretiens. Ce procédé permet aux candidats de se démarquer et d'attirer l'attention du recruteur par leur tempérament et leur spontanéité, leur personnalité prenant l'avantage sur l'expérience. « Cela nous permet de nous détacher du CV qui ne reflète pas toujours la personnalité et les qualités du candidat et d'identifier des personnes avec de grands potentiels » commente Elodie Combes, chef de projet RH de SGDB France.

Cette solution originale permet aux équipes de ressources humaines de simplifier le processus de recrutement – le principe simple et flexible permet notamment de rencontrer des candidats partout en France – et au groupe de s'inscrire dans de nouveaux usages liés au développement du digital. C'est également une manière de toucher une cible plus jeune et plus sensible à des modes de recrutement alternatifs.

Aujourd'hui, dix des douze enseignes de SGDB France utilisent Visiotalent pour leur recrutement sur l'année 2017. L'année dernière, 2 719 candidats ont été invités à utiliser Visiotalent et 1 128 ont enregistré une vidéo, soit 41% d'utilisateurs. Ce chiffre est en progression permanente, et l'entretien en vidéo différée by Visiotalent a contribué au recrutement de plus de 3 000 personnes.

Welcome to the Jungle

Pour les métiers du numérique, les développements du groupe nécessitent aujourd'hui de faire appel à de nouveaux profils pour pourvoir des postes tels que responsable e-marketing, développeur web, responsable d'applications digitales, etc. Pour accompagner l'évolution de ses recrutements dans ces domaines, SGDB France a fait appel à la start-up Welcome to the Jungle, média de référence pour le recrutement des métiers du digital. Sur le site internet, les candidats ont accès à la présentation du groupe ainsi qu'à une vidéo sur la culture d'entreprise et des

témoignages de collaborateurs qui partagent leur expérience.

Rappelons que SGDB France est largement engagé dans sa transformation digitale et développe de nombreux outils pour accompagner ses clients professionnels et particuliers. Ainsi en 2014, l'entreprise a lancé son enseigne cross-canal Outiz de matériel de chantiers et de bricolage. Deux ans plus tard, c'est la plate-forme Homly You de mise en relation entre particuliers et professionnels du bâtiment qui voyait le jour tandis que ce début d'année est marqué par une prise de participation dans la start-up Mon Maître Carré, site de mise en relation d'architectes et de décorateurs d'intérieur et de particuliers via des concours. Par ailleurs, chacune des douze enseignes de SGDB France développe ses propres outils : sites internet e-commerce, applications, configureurs, simulateurs...

Never Eat Alone

?

Autre start-up dont les principes ont séduit le groupe SGDB France, Never Eat Alone créée en 2015 permet de faciliter les échanges en entreprise de façon à créer de nouvelles synergies, en déclenchant des rencontres lors des déjeuners et pauses café. Les 1 000 collaborateurs basés au siège social ainsi que dans les sièges parisiens des enseignes ont désormais accès à ce service. Répartis sur plusieurs niveaux de bureaux, souvent regroupés par secteur d'activités (marketing, digital, RH, communication, achats...), ils y voient une opportunité de rompre leurs habitudes et de décroiser leur horizon et plusieurs centaines de déjeuners ont été planifiés depuis la mise en route de l'application. Never Eat Alone ; promouvoir le networking interne et créer de nouveaux rapports entre collègues.