

**BTS ASSISTANT DE GESTION DE PME PMI
GESTION ADMINISTRATIVE COMPTABLE ET COMMERCIALE**

CARMAFIX

COMPOSITION DU CAS

- ➔ Présentation du cas
- ➔ Dossier 1 : **Recrutement d'un V.R.P.**
- ➔ Dossier 2 : **Préparation de l'arrivée du nouveau V.R.P.**
- ➔ Dossier 3 : **Contrôle des performances des V.R.P.**
- ➔ Dossier 4 : **Communication média**

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Chaque dossier peut être traité de manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l'ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s'imprégner du sujet. Par ailleurs, le candidat devra faire appel à son sens critique afin de distinguer dans les documents l'indispensable de l'accessoire.

L'étude de cas constitue un tout, aussi convient-il qu'elle comporte **une introduction et une conclusion générales**.

Enfin, il est rappelé au candidat qu'il ne doit en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom dans la copie. En l'absence de précision du sujet, l'assistant(e) sera madame, mademoiselle ou monsieur X.

MATÉRIEL AUTORISÉ

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (Circulaire n° 99 186 du 16/11/1999)

BARÈME INDICATIF

- Dossier 1 : 35 points
- Dossier 2 : 30 points
- Dossier 3 : 10 points
- Dossier 4 : 15 points
- Introduction/Conclusion : 10 points

Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme retenue pour ce paragraphe.

Présentation de l'entreprise

Dénomination : CARMAFIX

Siège social : ZI 23000 GUERET

Tél. : 05-55-50-69-02

Télécopie : 05-55-52-47-66

E.mail : carmafix@carmafix.com

Site Internet : carmafix.com

Statut juridique : S.A.

Capital : 1 120 000 €

Responsable : M. CARTIX

C.A. 2001 : 10 M€

Montant du C. A. à l'exportation : 800 000 €

Effectif : 45 salariés

Date de création : 1993

Son activité

La Société CARMAFIX assure la création, la réalisation et la commercialisation de bijoux or, plaqué or, argent et plaqué argent.

En fonction de leur valeur et de leur qualité, ces produits sont commercialisés sous différentes marques :

- Bijoux Fix,
- Léon Martin,
- Caraïis.

CARMAFIX commercialise ses bijoux en France mais aussi principalement en Afrique francophone, aux Etats-Unis et en Espagne.

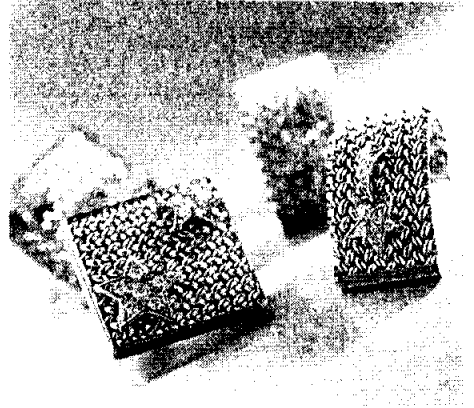
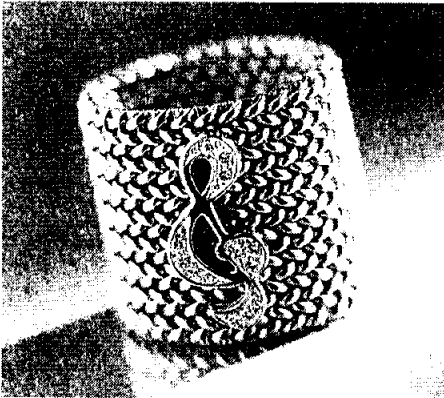
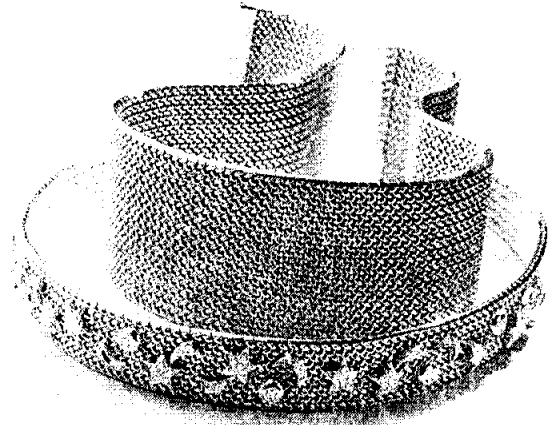
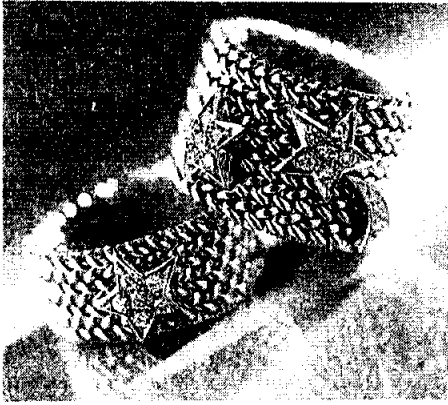
En France, les distributeurs des bijouteries situées en centre ville ou dans des centres commerciaux, sont visités régulièrement par des V.R.P. exclusifs ou multi-cartes.

L'entreprise a décidé d'étendre son activité en créant et fabriquant de nouveaux bijoux haut de gamme, s'adressant à une clientèle aisée.

Ces bijoux seront réalisés en or gris, or jaune, diamants et pierres précieuses.

Ils seront distribués sous une nouvelle marque : « Montaigne » dans des bijouteries de luxe situées en centre ville.

Leurs prix publics s'échelonnent de 750 à 7500 € T.T.C.



Votre mission

4/19

Vous travaillez dans cette entreprise en qualité d'assistant(e) de gestion de M. Cartix.

Vos activités sont nombreuses et variées.

M. Cartix vous confie plusieurs missions relatives au lancement de la nouvelle gamme de bijoux « Montaigne ».

Pour mener à bien ces travaux, il vous remet différents documents que vous trouverez en annexe :

ANNEXE 1 : Définition du poste de V.R.P.

ANNEXE 2 : « Recruter par Internet » (5 pages)

ANNEXE 3 : Notes prises lors d'une réunion concernant la gamme « Montaigne »

ANNEXE 4 : Tableau des freins et motivations en termes de besoins
(annexe à rendre avec la copie)

ANNEXE 5 : Pièces de préparation aux enregistrements (2 pages)

ANNEXE 6 : Facture du fournisseur CINROS

ANNEXE 7 : Extrait du plan comptable

ANNEXE 8 : Fiche de résultats de M. Roland VRP

ANNEXE 9 : Tableau récapitulatif des chiffres d'affaires et des dépenses en communication média de l'entreprise

DOSSIER 1 - RECRUTEMENT D'UN V.R.P.

5/19

M. Cartix désire recruter un V.R.P. exclusif, sous contrat à durée indéterminée, chargé de promouvoir (en France, en Espagne et aux Etats-Unis) et de commercialiser sur la France entière les bijoux de la nouvelle collection « Montaigne ».

Il a décidé de pourvoir ce poste par un recrutement externe en utilisant le média Internet. L'annonce d'offre d'emploi sera transmise par courrier électronique à un site d'annonces en ligne.

1-1 Présentez, sous forme de tableau, les avantages et les inconvénients de ce mode de recrutement

1-2 - Rédigez le message que vous transmettez par mél. au site d'annonces en ligne, concernant cette offre d'emploi.

L'offre d'emploi diffusée pendant un mois sur le site sélectionné a suscité de nombreuses réponses. Une première sélection est effectuée à partir des C.V. et des lettres de motivation des candidats.

Les candidats retenus seront convoqués par téléphone à un entretien avec M. Cartix.

1-3 - Etablissez un modèle de fiche de communication téléphonique pour la convocation à l'entretien. Ce document a pour objectif de garder une trace de cet appel et de mettre à jour l'agenda de M. Cartix.

Dans le cadre de cet entretien, M. Cartix aimerait savoir si les candidats sont capables d'identifier les freins et motivations de la clientèle des bijoutiers. Pour répondre à cette attente, vous concevez un outil d'aide au recrutement (annexe 4)

1-4 - Complétez le tableau de l'annexe 4, avant de le remettre à M. Cartix.

DOSSIER 2 - PRÉPARATION DE L'ARRIVÉE DU NOUVEAU V.R.P.

M. Cartix vous demande de préparer l'argumentaire téléphonique qui sera utilisé par ce V.R.P. pour prendre rendez-vous avec les bijoutiers.

2-1 - Présentez cet argumentaire téléphonique, en prévoyant trois objections et leur traitement.

Chaque représentant de l'entreprise a besoin pour son travail, d'un véhicule. Deux formules sont proposées aux représentants :

- Utilisation du véhicule personnel et versement en contrepartie d'une indemnité forfaitaire de 525 €/mois.

- Remise par l'entreprise d'un véhicule de location. Il s'agit d'une voiture de tourisme louée auprès de la Société Volkswagen Finance S.A. Le parc de voitures de l'entreprise se compose de Volkswagen Golf. La location du véhicule s'accompagne chaque fois de l'option comprenant l'entretien.

Fin avril, M. Cartix a décidé de louer un véhicule pour le nouveau V.R.P. La voiture sera confiée dans un premier temps à un commercial dont le véhicule personnel est momentanément hors d'usage ; dans un deuxième temps le véhicule sera attribué au nouveau représentant.

Un ordinateur portable est également fourni par l'entreprise à chaque représentant. On a profité de la future embauche pour remplacer l'ordinateur portable de M. Dulonet et ainsi, obtenir une remise plus importante pour l'achat groupé de deux ordinateurs identiques.

Chaque représentant dispose d'une mallette de présentation. La collection "Montaigne" a nécessité la confection d'un nouvel ensemble de présentation. Les rouleaux destinés à envelopper les chaînes et les bracelets et à faciliter leur transport ont été achetés auprès d'un fournisseur italien. La livraison, accompagnée de la facture datée du 2/05, est parvenue début mai. Ces acquisitions seront enregistrées dans un compte de charge, le compte 623200 « Supports représentants ».

La comptabilité de l'entreprise est tenue en euros et l'inventaire comptable se situe au 31 décembre de chaque année. L'ensemble des opérations est taxé au taux normal de T.V.A.(19,6%)

2-2 - Enregistrez dans un journal les documents concernant la location du véhicule, l'achat des ordinateurs, l'acquisition des rouleaux de protection et de transport.

2-3 - Présentez le tableau d'amortissement de l'ordinateur (amortissement sur trois ans en dégressif, coefficient 1,25).

2-4 - Enregistrez la dotation aux amortissements de l'ordinateur au 31/12/2002.

2-5 - Quelle économie d'impôt (I.S.: 33,33%*) l'amortissement dégressif permet-il à la clôture des exercices 2002, 2003 et 2004 par rapport à l'amortissement linéaire ?

* on suppose que ce taux restera identique pour les trois exercices concernés.

DOSSIER 3 - CONTRÔLE DES PERFORMANCES DES V.R.P.

Avec l'augmentation future de l'effectif des commerciaux, qui compte déjà une dizaine de VRP, M. Cartix souhaite un meilleur contrôle à travers des critères objectifs et communs à chaque représentant. Il désire qu'un document global soit réalisé, document sur lequel figurera pour chaque représentant :

- Le nombre de jours d'activité dans le mois,
- Le montant de la commande moyenne
- Le taux de pénétration du secteur,
- Le coût moyen d'une visite,
- Le taux d'efficacité des visites,
- Le nombre moyen de visites par jour,
- Le taux de frais par rapport au C.A.

3-1 - Élaborez un tableau mensuel de comparaison des performances des V.R.P.

3-2 - Complétez le tableau avec les informations concernant M. Roland pour le mois d'avril.

DOSSIER 4 - COMMUNICATION MÉDIA

Dans le cadre du lancement de la gamme "Montaigne", M. Cartix a été sollicité pour réaliser une communication média à travers une présence importante dans des publications destinées à des professionnels. M. Cartix n'est pas convaincu de l'impact, en termes de chiffre d'affaires, d'une importante communication média.

M. Cartix vous demande votre avis sur le sujet.

4-1 - Calculez le coefficient de corrélation entre le chiffre d'affaires et le budget consacré à la communication média. Présentez le détail de vos calculs.

4-2 - Présentez le résultat de votre analyse dans un rapport adressé à M. Cartix.

DÉFINITION DU POSTE

Nom de l'entreprise : CARMAFIX

Intitulé du poste : V.R.P. exclusif

Supérieur hiérarchique : Directeur commercial

Missions

- Gérer la collection « Montaigne » :
 - Réaliser le plateau de présentation des produits,
 - Mettre à jour les étiquettes.
- Gérer les fichiers prospects et clients
- Respecter les consignes en matière de sécurité et d'assurance ;
- Présenter les produits aux bijoutiers, argumenter ;
- Prendre les commandes (utilisation d'un logiciel de gestion commerciale) ;
- Gérer la négociation des contrats avec les clients (conditions de paiement) ;
- Tenir les statistiques de vente (utilisation des logiciels de base : traitement de texte et tableur)
- Participer aux salons en France, en Espagne et aux Etats-Unis.
- Rendre compte chaque mois de son activité.

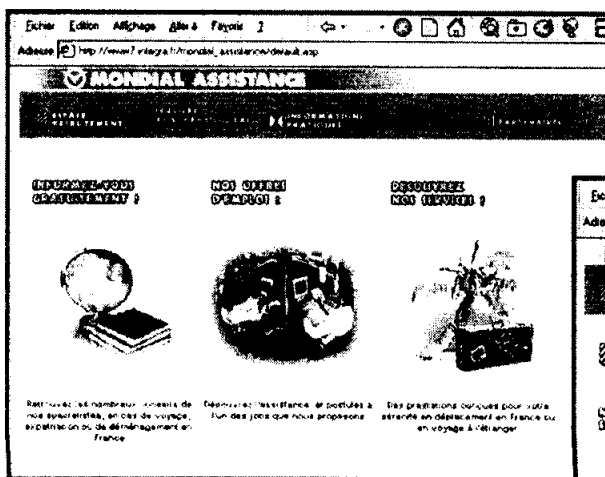
Recruter par Internet

D'ici à cinq ans, le Web sera le principal canal de diffusion des petites annonces. Prêt pour ce chambardement ?

C'est l'explosion. Il y aurait aujourd'hui 1 200 sites de recrutement par Internet dans le monde, entre 300 et 400 en France – cela va si vite que les experts ont du mal à suivre. On ne sait donc pas très bien si les CV circulant sur le Web sont 6 ou 8 millions, s'il faut compter autant ou plus d'offres d'emploi... Mais les spécialistes affirment que, dans cinq ans, Internet sera le principal sinon l'unique moyen de recevoir des CV et de diffuser des offres d'emploi.

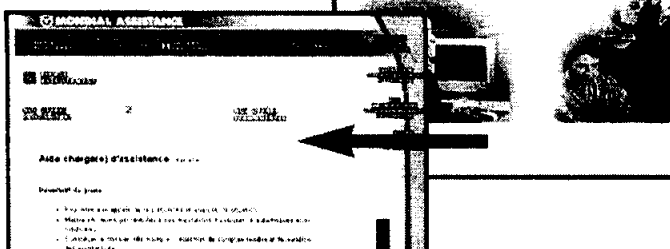
80% des jeunes cadres diplômés sont connectés

Déjà, une entreprise sur trois recrute ainsi, comme l'atteste le panel Management-Adedeo constitué de 400 DRH (lire l'encadré page 76). Les trois quarts des utilisateurs en sont d'ailleurs satisfaits : rapide, pas cher, flexible. «C'est l'outil idéal pour la réactivité qu'il nous faut», déclare Véronique Parages, directrice du recrutement chez Andersen Consulting pour la France et le Benelux (500 recrutées cette année). Bref, la question n'est plus «Faut-il recruter sur Internet ?», mais plutôt «Comment s'y prendre ?». Pour vous aider à vous retrouver dans cette jungle foisonnante, voici des indications à suivre sur les trois voies principales : sites d'entreprise, sites d'annonces généralistes, sites spécialisés.

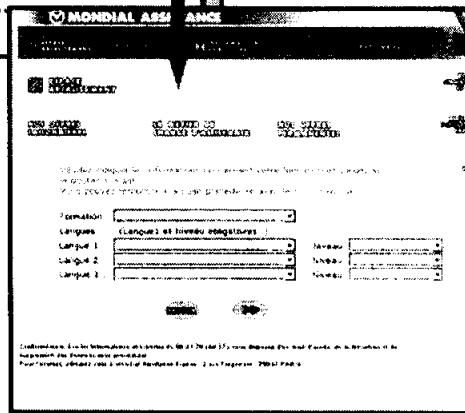


► Pour booster le recrutement de ses 400 saisonniers cet été, Mondial Assistance a renoué son site et créé un espace emploi.

► La page recrutement du site permet d'accéder de façon simple aux offres saisonnières et à la description du métier de chargé d'assistance. A la fin, le visiteur est invité à postuler en ligne.

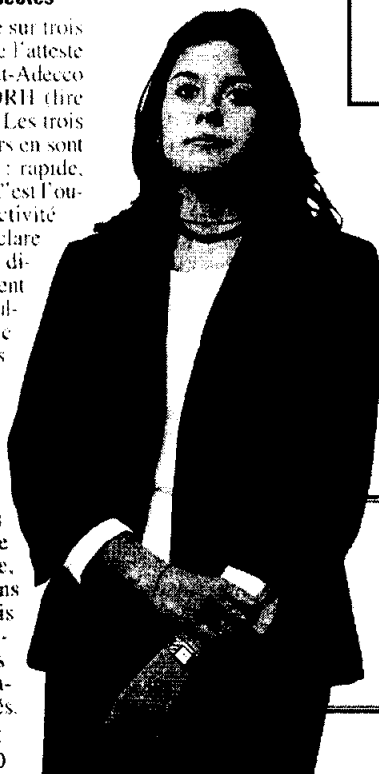


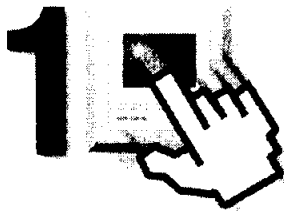
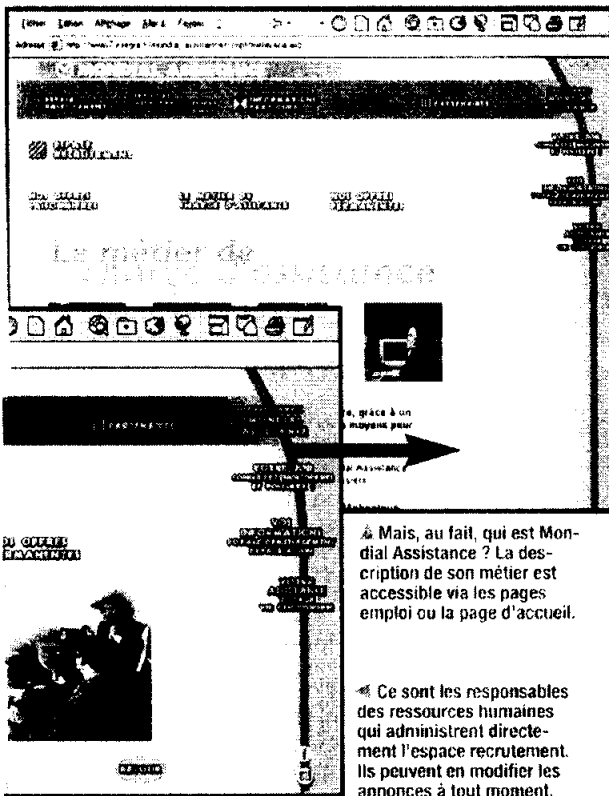
► Le visiteur qui veut postuler doit remplir un formulaire de deux pages. Ce point de passage obligatoire permet d'enregistrer automatiquement les candidatures dans une base de données interne et d'exclure les candidats trop jeunes.



Chez Mondial, le Web nous amène des étudiants tentés par nos jobs d'été à l'international.

Marie-Anne Bouldoires, chef de produit chez Mondial Assistance.





Passer des offres sur son site d'entreprise

Attirer des candidats motivés par ce qu'ils découvrent et qui correspondent aux profils que recherche l'entreprise : voilà le but d'un site d'entreprise qui ouvre un volet recrutement. En quelques écrans, le visiteur doit savoir ce que fait la société et percevoir l'état d'esprit qui y règne. Autrement dit, il faut être simple, précis, efficace. Viser à la fois la quantité et la qualité... Pas si évident !

Première difficulté, la conception du site. On est dans un domaine qui évolue terriblement vite. « Notre site a à peine trois

ans mais, du point de vue graphique et technologique, il datait des dinosaures », explique Jean-Pierre Guérandel, webmaster du site de la CGG (Compagnie générale de géophysique, 900 salariés, en banlieue parisienne). Il vient donc de mettre en ligne une nouvelle version, tout comme l'ont fait Andersen Consulting ou Mondial Assistance. « Alors que 26% des candidatures nous arrivent par le Net et que la proportion ne cesse d'augmenter, nous nous sommes dit qu'il fallait rendre nos pages carrières plus attractives et animées », commente Veronique Parages, chez Andersen Consulting.

Un site de start-up change son look tous les trois mois

Le genre de « truc » qui rend un site agréable et branché ? Un « quizz » présentant les métiers de manière ludique. Pour avoir une idée de ce qui se fait dans votre secteur, allez donc surfer chez vos concurrents... Mais

méfiez-vous des sites sophistiqués : les temps d'affichage trop longs découragent vite les candidats. L'important est que le site soit conçu pour évoluer et que les annonces y soient à jour. « Les start-ups modifient leur présentation tous les trois mois, observe Jean-Pierre Guérandel, à la CGG. Ces modifications du look et les mises à jour sont autant de moyens de faire revenir les gens. »

Combien allez-vous déboursier pour la réalisation d'un tel site ? Quelques dizaines de milliers de francs pour un dispositif simple, 250 000 francs environ pour le module recrutement de Mondial Assistance et sa partie back-office. Le back-office, c'est l'ensemble des moyens techniques qui permettent de traiter les candidatures en conservant la réactivité que procure Internet. C'est un point très important, car une annonce sur le Web peut susciter des candidatures en quelques heures. Exemple de traitement à la SSH Transiciel (800 recrutements cette année), qui reçoit sept CV par jour via Internet : tous les matins, les candidatures sont traitées et dispatchées vers les cinq responsables de recrutement, de sorte que les candidats reçoivent une réponse dans les 48 heures.

Pour faciliter ce type de gestion, des logiciels permettent à la fois de trier les candidatures, de les enregistrer dans une base de données interne et d'éditer des réponses automatiques. Le candidat doit pour cela remplir un formulaire directement sur le site, les formats hétéroclites des CV étant difficiles à traiter. Les informaticiens d'Andersen Consulting ont, quant à eux, élaboré un système qui permet d'alimenter automatiquement trois bases de données : candidats, viviers et prospects. Chacun, candidat ou recruteur, peut suivre en direct la progression des dossiers.

Enfin, si vous n'êtes pas une entreprise star, il vous faut mener en parallèle des actions de communication pour faire connaître l'existence de votre site. Aussi beau soit-il, ne comptez pas sur la bouche-à-oreille pour cela ! Alors, passer des petites

annonces classiques ? « Leur rendement est en train de baisser, constate comme d'autres Eric Schlumberger, directeur du recrutement de Transiciel. Je préfère des publicités portées ou des annonces institutionnelles renvoyant à notre site. »

20 000 francs pour s'offrir (3) une bannière bien visible

L'autre moyen d'améliorer sa notoriété sur Internet est de se faire référencer sur les principaux moteurs de recherche (Yahoo!, Voilà...). On peut aussi acheter des bannières et des boutons publicitaires sur les sites de recrutement, les portails, les moteurs de recherche... Le coût, variable selon l'audience des sites, se monte à environ 20 000 francs par mois pour une bannière sur un des principaux sites de recrutement. Enfin, sachez que sur Internet on trouve encore peu de candidats non cadres : ouvriers, employés, vendeurs, ont rarement un accès au Web.

Pour attirer les CV, montrez-vous !

Un site de recrutement devient beaucoup plus attractif si l'entreprise sait se mettre au premier plan. Début 2000, la SSH Transiciel (4 000 salariés) a joué



un beau coup en sponsorisant le bateau français engagé dans la Coupe de l'America, « Sixième Sens ». Durant toutes les régates, le site de Transiciel était connecté à celui du Défi français. Et les CV ont afflué ! « Les candidats nous en parlent encore en entretien », dit-on chez Transiciel, dont les recrutements sont aujourd'hui aux deux tiers issus d'Internet.

- (1) quelques milliers d'euros
- (2) 38 112 €
- (3) 3 050 €

PRATIQUE Recruter

2

Recourir à un site d'annonces en ligne

La jungle ! Les sites de recrutement naissent et croissent à une vitesse incroyable. « Nous étions trois personnes à l'ouverture du site en France, le 17 janvier raconte Jean-Michel Laurencin, directeur des opérations du site suédois StepStone. Trois jours plus tard, nous étions 30. Aujourd'hui, 142 » klem chez Monster.fr, la version française du site américain, filiale du géant du recrutement TMP Worldwide, ouvert il y a un an, le site devrait atteindre à la fin de l'année les 40 millions de francs de chiffre d'affaires⁽¹⁾.

Le tableau ci-dessous reprend les principaux sites de recrutement, mais la liste exhaustive serait nettement plus longue... Le fait est que passer par un site spécialisé est devenu indis-



Les sites spécialisés ? Nickel pour trouver une assistante de direction, mais par pour des postes pointus.

Philippe Beauchamp,
vice-président chargé du développement
de Nettoit (logiciels pour Internet)

pensable pour élargir sa base de recherche, plus vaste qu'avec les seules pages recrutement de son site «corporate».

En outre, les annonces en ligne présentent bien des avantages sur les annonces presse. Elles sont plus flexibles : « Nous modifions une annonce autant de fois que nécessaire », témoigne Véronique Parages, chez Andersen Consulting. Et elles sont moins chères : « J'estime que cela nous coûte à peu près dix fois moins, sans avoir fait d'études précises », indique encore Véronique Parages. Selon notre panel Management-Adexco, les entreprises qui ont fait le calcul

estiment l'économie réalisée à 30, voire 60% du coût d'un recrutement classique.

Les profils rares ne surfent pas, ils attendent l'offre...

Mais comment se retrouver au milieu de la jungle et choisir au mieux un site spécialisé ? Un peu tôt pour le dire. Partout dans les entreprises, les responsables du recrutement sont en phase de test. Transiciel, par exemple, est en train de tester les sites Jobline et StepStone. Quoi qu'il en soit, il faut connaître, avant de faire appel à un ou plusieurs de ces sites, les deux limites du recrutement en

ligne : un, on n'y trouve pas tous les types de profils ; deux, on n'évitera pas l'afflux des candidatures non ciblées.

La première limite : non, Internet ne permet guère de dénicher la perle rare. « Les annonces en ligne sont plutôt un bon moyen de toucher des jeunes diplômés et les catégories de cadres habitues à surfer : commerciaux, financiers, hommes de marketing, contrôleurs de gestion... et informaticiens généralistes », dit Patrick Legendre, directeur marketing du site Cybersearch. En revanche, ces cadres de 30-35 ans, aux profils très spécialisés, ➤

Les principaux services proposés par huit prestataires généralistes

| Enseigne | Saisie des offres en ligne | Consultation d'une banque de CV | Coût d'une annonce | Commentaires |
|------------------|----------------------------|---|--|---|
| cadreemploi.fr | Oui | Oui. Pour les cabinets de recrutement. Facturée 990 F par consultant. (2) | 2 000 F HT pour 30 jours (6) | Cible privilégiée du site : les cadres de 30 à 35 ans avec cinq à dix ans d'expérience. Les offres proviennent des journaux et des cabinets de recrutement abonnés au service. |
| | Non | Non | De 1 000 à 5 000 F HT pour 30 jours (3) | On retrouve sur ce site des offres parues dans plus d'une vingtaine de titres de la presse professionnelle et généraliste. Gratuit quand seul le corps de l'annonce est reproduit. |
| cybersearch.fr | Oui | Non. Les CV sont envoyés directement aux annonceurs. | 9 000 F HT par mois pour 10 profils (8) | Ce site met l'accent sur le ciblage des CV. Les entreprises se présentent sur des stands virtuels. Les candidats ont accès aux annonces après avoir rempli un questionnaire sélectif. |
| | Oui | Oui. De 15 000 F HT (13) pour un mois à 45 000 F HT pour un an. (4) | De 1 400 à 2 000 F HT selon la formule (9) | Les candidats ont le choix entre la diffusion intégrale du CV ou le mode «privé». L'entreprise n'a accès qu'aux informations relatives aux compétences, diplômes, expérience, etc. |
| jobline.fr | Oui | Oui. Facturée 1 200 F HT en cas de contact avec le candidat. (5) | 3 000 F HT pour 20 jours (7) | Ce site cherche à se différencier par le service. Il propose une assistance à la rédaction et la suivi des offres, qu'il s'engage à supprimer au bout de 30 jours de parution. |
| | Oui | Oui | 2 200 F HT pour 2 mois (11) | Monster se définit comme un site de mise en relation entre recruteurs et candidats (respectivement 4 000 offres et 60 000 CV en mai). Accès à la base de CV par abonnement. |
| planetcareer.com | Oui | Oui. Mais sans accès direct aux CV. | 1 000 F HT plus facturation des CV (16 000 F HT pour 12 CV) (12) | Ce site s'engage sur la qualité des candidatures. Il vérifie les adresses et la cohérence des CV et n'adresse aux recruteurs que des candidats qui acceptent de les rencontrer. |
| | Non | Bientôt disponible. | 2 000 F HT pour 30 jours (14) | A cheval sur l'éthique, les dirigeants de StepStone, site d'origine scandinave, refusent la saisie en ligne pour éviter l'envoi d'annonces à caractère discriminatoire ou sectaire. ➤ |

74 Management Juillet 2000

(1) ≈ 6 millions €

(2) ≈ 150 €

(3) ≈ 2 290 €

(4) ≈ 6 860 €

(5) ≈ 183 €

(6) ≈ 305 €

(7) ≈ de 150 à 750 €

(8) ≈ 1 372 €

(9) ≈ 210 à 305 €

(10) ≈ 535 €

(11) ≈ 335 €

(12) ≈ 150 et 2 287 €

(13) ≈ 305 €

Point faible du Net : on est noyé sous les CV non ciblés

→ que tout le monde s'arache ne se trouvent pas ici plus facilement qu'ailleurs. «Ils ne perdent pas leur temps sur les sites généralistes : ils attendent que l'on vienne les chercher», analyse Noël Communod, directeur général de Menway, un cabinet de recrutement spécialisé dans le high-tech. Ces «chercheurs passifs» sont d'ailleurs les plus difficiles à trouver (lire le chapitre 3). Inutile donc de chercher sur le Net ce qui ne s'y trouve pas ou trop peu. C'est ce que l'expérience a vite appris à Philippe Beauchamp, directeur du développement de Nettoll (systèmes de micropaiement automatisé sur le Net).

Les CV arrivés sont à côté de la plaque, voire farfelus

«Nous avons eu à rechercher un profil d'assistante de direction bilingue. Magnifique : une vingtaine d'excellents CV sont arrivés en quinze jours, y compris en provenance de pays étrangers. Mais nous cherchons aussi des ingénieurs de développement très pointus. Et là, rien en vue !» Son annonce lui a certes valu une quinzaine de CV, mais aucun ne correspondait au profil défini, quelques-uns se révélant même «carrément farfelus». A se demander, pense Philippe Beauchamp, si certains informaticiens ne se fabriquent pas des logiciels utilisant des mots-clés pour envoyer automatiquement leur candidature, sans même lire l'offre d'emploi à laquelle ils sont censés répondre...

L'afflux de candidatures non ciblées est en effet le deuxième point faible des annonces en ligne. Sur Monster, par exemple, les candidats qui ont lu votre annonce peuvent vous adresser directement leur CV par e-mail. Un site comme PlanetCareer vend, lui, des CV dits qualifiés, c'est-à-dire

Exclusif : notre premier panel de DRH

Management Adecco

Une entreprise sur trois utilise Internet pour recruter

Voici les résultats de la première consultation du panel que nous avons constitué en partenariat avec Adecco. Il nous semblait en effet que bien des sujets traités dans Management méri-

taient un complément quantitatif à l'enquête qualitative de nos journalistes dans les entreprises. Le groupe Adecco, dont les compétences dans les ressources humaines vont bien au-delà du

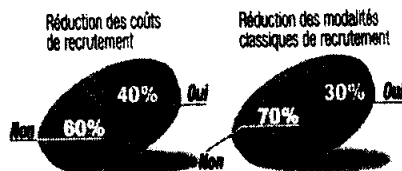
seul intérim, a donc constitué et a interrogé pour Management un panel de 400 DRH représentatifs des entreprises d'Ile-de-France. Ce panel a reçu un questionnaire sur l'utilisation d'Inter-

net dans le recrutement, et y a répondu entre le 2 et le 12 mai. Voilà comment nous avons appris, à notre grande surprise, que déjà un tiers des entreprises interrogées recrutent via Internet.

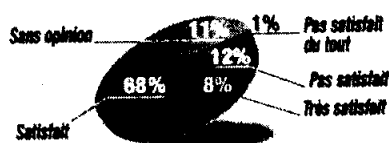
1. Recrutez-vous via Internet ?



3. L'utilisation d'Internet vous a-t-elle permis de réduire vos coûts de recrutement et votre recours aux moyens classiques (annonces, chasseurs de têtes...)?



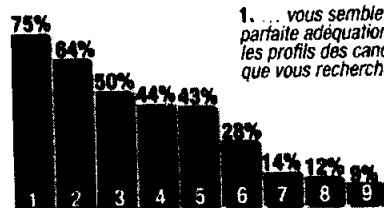
2. D'une manière générale, pour ces recherches effectuées sur Internet, diriez-vous que vous êtes...



4. Lorsque vous recrutez par Internet, utilisez-vous...



5. Vous-même, vous utilisez Internet principalement parce que ce média...



6. Quels sites spécialisés utilisez-vous couramment ?



Cette enquête a été réalisée par Phoneco, filiale du groupe Adecco, durant le mois de mai 2000, par téléphone et par un questionnaire écrit, en Ile-de-France. 408 entreprises ont répondu, dont 60% de sociétés comptant de 100 à 500 salariés.

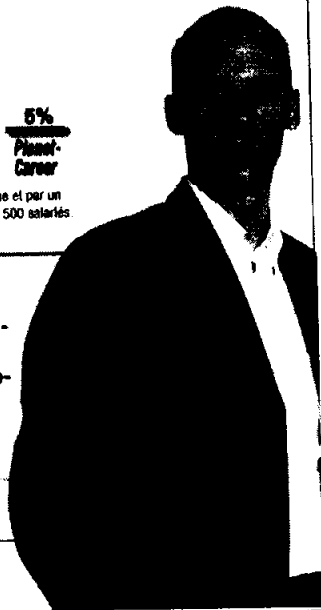
Les entreprises apprennent le Net

Les entreprises sont en pleine phase d'apprentissage d'Internet en tant qu'outil de recrutement. Sur

un marché de l'emploi tendu où elles veulent être plus visibles, elles vont apprendre à panser les divers

moyens à leur disposition : sites propres, sites spécialisés et annonces presse.

Pierre Polycarpe, directeur du projet Adecco Online.



Les sites sérieux veillent à la fraîcheur de leurs CV

provenant de candidats qui se sont déclarés désireux d'une rencontre. Sur Cybersearch, le candidat n'accède aux offres qu'à la suite d'un questionnaire précis et, de la même façon, chaque entreprise passant une annonce doit se présenter.

(A)

Le coût d'insertion d'une annonce est en moyenne de 2 300 francs HT pour un mois, mais les tarifs varient en fonction des prestations. Parmi celles-ci, signalons la consultation d'une base de CV, le tri des candidatures, l'acheminement automatique des offres (ou des CV) dans la boîte à e-mails des candidats... Un critère de choix, pour vous, est bien sûr le volume d'offres (3 000 sur Cybersearch en mai) et de CV (60 000 sur Monster). Encore faut-il que tout cela soit « frais » : les sites sérieux retirent au bout de deux ou quatre mois les CV dont les auteurs ne se sont pas manifestés. Vous trouverez un bon comparatif des divers sites sur rhinfo.com. Enfin, il faut savoir que les sites ANPE, Apec, Cadremploi et Cadres Online, entre autres, ne proposent pas la saisie d'offres ni la consultation de banques de CV (sauf à titre expérimental).



Explorer les sites spécialisés du Web

Outre les sites de recrutement généralistes, il en existe bien d'autres qui sont soit plus modestes (Le Rucher, Wideyes, Emploicenter...), soit surtout plus spécialisés : c'est le cas de Live.fr pour les métiers du commerce et du marketing, et du site de l'INA (Institut national de l'audiovisuel) pour le multimédia... Les cabinets de

recrutement eux aussi ont leur site, comme celui de Menway, spécialisée dans le high-tech, ou Futurestep, créé par le chasseur de têtes Korn Ferry et le «Wall Street Journal». Sans compter les sites gratuits. Mais il y a sur le Web des endroits plus inattendus où passer des offres et dénicher des CV.

Le moteur Voila recense tous les forums français

Des sociétés comme Microsoft ou Oracle ont ouvert des espaces emploi destinés aux spécialistes de leurs produits. Les grandes écoles et les universités ont évidemment leurs sites spécialisés, de même que les grands portails. Pour des profils pointus, on visitera les forums, ces communautés qui regroupent des internautes autour d'un centre d'intérêt commun. Certains de ces forums sont franchement orientés emploi, tels ceux que l'on trouve sur le moteur de recherche francophone Voila (www.news.voila.fr) : il existe un groupe de discussion pour les demandes et un autre pour les offres. On y trouve énormément d'annonces récentes, plutôt orientées high-tech – mais en vrac.

D'autres news groups attirent des spécialistes de la finance ou de l'informatique. Il est possible d'y proposer des offres... à condition toutefois de ne pas abuser : «Il faut se présenter clairement comme employeur et éviter de harceler quotidiennement les participants», explique Bruno Inerocciati, de TMP Worldwide, sous peine de se faire jeter par le «modérateur», l'organisateur du forum ! – Autre source : les mailing lists, ou listes de diffusion, éditées par des sites spécialisés, qui adressent régulièrement des informations aux personnes abonnées – du moins quand un espace emploi y est prévu. Si l'on cherche des thésards, par exemple, on peut utiliser la mailing list du site de l'association Bernard Gregory. Pour consulter un répertoire des listes de

Web Dragon, chercheur de perle rare

Les profils pointus sont souvent les plus difficiles à trouver parce qu'ils ne fréquentent pas les sites de recrutement. Ils ont déposé leur CV dans un coin du Web et attendent qu'on vienne les solliciter. Comment arriver à eux ? Des prestataires spécialisés peuvent vous y aider. Bruno Inerocciati, chez TMP, vend un service baptisé Web Dragon. Sur un profil – ingénieur logiciel, marketeur, astrophysicien... – il lance une recherche sur trois axes : consultation des bases de CV, recherche sur forums et les mailing lists, identification de CV dans les sites personnels. Coût pour une recherche sur un profil pendant un mois : 12 000 francs HT.



Chez TMP Worldwide, Bruno Inerocciati vend un service baptisé Web Dragon.

diffusion, rendez-vous sur le site www.francopholiste.com. Que faire, enfin, de toutes ces «home pages» ouvertes par des particuliers qui y déposent leur CV ? «Aller fouiner dans tous ces recoins du Net est déjà un

métier à part entière aux États-Unis, où il existe des «sniffers», supermoteurs de recherche capables de fouiller dans les millions de CV stockés sur le Net», explique Noël Comminot. On n'en est pas là en France, mais la chasse s'organise. La plupart des recruteurs des entreprises n'ayant ni le temps ni les moyens de surfer, les cabinets de recrutement, tel Menway, proposent leurs services. À la fois pour traiter les candidatures et pour mettre à leur disposition des assistants de recherche, «in documentalistes», mi-spécialistes du Web, et formés à la chasse aux CV. TMP Advertising a même concocté un service sur mesure, baptisé Web Dragon (lire ci-dessus). «C'est surtout utile pour ceux que nous appelons les chercheurs passifs, ceux qui ont déposé leur CV sans chercher activement», explique Bruno Inerocciati. Chez Andersen Consulting, Veronique Parages envisage d'élargir ses recherches en passant des annonces sur les sites boursiers que fréquentent des candidats potentiels. Quels sites ciblera-t-elle ? Chut ! Secret de fabrication... Sur le Net, tout se sait vite et se copie encore plus vite.

Le petit lexique du cyberchasseur

- Active job seekers :** candidats actifs, ayant répondu à une annonce en ligne.
- Agent de recherche :** liste de critères servant à effectuer une recherche automatisée.
- Banque de CV :** base de données de CV en ligne. Elle est plus ou moins structurée, payante ou gratuite.
- CV révélé (ou qualifié) :** CV d'un candidat qui accepte de rencontrer un recruteur.
- Matching :** procédé consistant à croiser les offres d'emploi et les candidatures.
- Push e-mail :** service permettant d'envoyer un CV (ou une offre ciblée) directement à une adresse e-mail.
- Signal d'alerte :** service avisant le recruteur dès qu'un CV correspondant à son offre est déposé sur le site.

MAIRIE-MADELAINE PORTIERE ET JEAN BOTELLA

Extrait des interventions de quelques V.R.P.

Daniel : La marque est inconnue !

Claude : Mais les bijoux sont originaux et de très grande qualité

Frédéric : Les femmes aiment "paraître" !

Claude : Les prix sont élevés malgré tout.

Daniel : Et en plus, tu peux placer une telle somme d'argent ailleurs !

Pierre : Ce sont des bijoux précieux et qui ne s'altèrent pas avec le temps.

Daniel : Bien sûr, tu as raison, mais tu risques de te les faire voler, et compte tenu de leurs prix...

Michel : On peut en dire autant de ta voiture ! Et tu peux souscrire un contrat d'assurance !

Frédéric : Porter de tels bijoux te positionne dans la société, et certaines femmes sont sensibles à ça.

ANNEXE 4À rendre avec la copieTableau des freins et motivations en termes de besoins

| BESOINS | MOTIVATIONS | FREINS |
|--------------------------|-------------|--------|
| Besoins de sécurité | | |
| Besoins d'appartenance | | |
| Besoins d'estime | | |
| Besoins d'épanouissement | | |

CARMAFIX

N° Pièce

20040106

FACTURE

| | | | |
|---------------------------|--------------|--|----------------------|
| N° FOURNISSEUR F 95471 | | DATE DE RECEPTION | VISA DU SERVICE |
| NOM Volkswagen Finance | | DATE 25/04 | J |
| FACTURE N° 00312870 | | MODE RGT | |
| ECHEANCE | | DEVISE | VISA DE LA DIRECTION |
| MONTANT T.T.C. | | | |
| Montant FRF si devise | | | |
| MONTANT T.V.A. | | | |
| MONTANT H.T. | | CODE TVA | 06 |
| MONTANT H.T. | | CODE TVA | |
| MONTANT H.T. | | CODE TVA | |
| MONTANT H.T. | | CODE TVA | |
| LITIGE : | | | |
| REGLEMENT LE : | | PAR | Prêt auto. |
| OBSERVATIONS | | Location golf 50i 2 portes Fournisseur VAG Finance N° 401090 | |
| CODE BUDGET | N° DE COMPTE | MONTANT H.T. | |
| 17 11 | 613 532 | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

CARMAFIX

N° Pièce

20040110

FACTURE

N° FOURNISSEUR

NOM

LAEMMY

FACTURE N°

1103600

DATE

4/05

ECHÉANCE

MODE RGT

MONTANT T.T.C.

4594,70 €

DEVISE

Montant FRF si devise

MONTANT T.V.A.

MONTANT H.T.

MONTANT H.T.

MONTANT H.T.

MONTANT H.T.

CODE TVA

CODE TVA

CODE TVA

CODE TVA

LITIGE :

REGLEMENT LE : Voir Rubric
PAR

CODE BUDGET

1600

N° DE COMPTE

218304

MONTANT H.T.

OBSERVATIONS

Bureautique Laemmy
2 patables. DEC "Car.M.de"

CARMAFIX



Cinros

di Guazzarotti Vittorio & C. s.n.c.

CINTURINI ed ACCESSORI OROLOGERIA

via S. Giovanni, 1 - 60010 - OSTRA VETERE (AN)
tel. (071) 965097 - 2 linee ric. aut. - Fax 071/965335

C.F. e P. IVA 00517290425

Reg. Imprese Ancona n. 11044 - R.E.A. Ancona n. 91948

ANNEXE 6

18/19

FATTURA COMMERCIALE APERTA

SPETTILE

CARMAFIX S.A.

RUE DU CROS - B. P. 220
23005 GUERET CEDEX F

CF/PI. 06393452271

| | | | | | |
|----------|----------|------------------|--------------|----------------|------|
| COD. CLU | COD. AG. | RIFERIMENTI VARI | N. DOCUMENTO | DATA DOCUMENTO | PAG. |
| 559 | 1 | | 67 | 02.05.02 | 1 |

| | | |
|-----------|-------------------------|------------------|
| COD. PAG. | CONDIZIONI DI PAGAMENTO | BANCA D'APPOGGIO |
| 3 | RIMESSA DIRETTA | |

| CODICE ARTICOLO | DESCRIZIONE | U.M. | QUANTITÀ | PREZZO UNIT. | SCONTO | IMPORTO | % IVA |
|---|---|------|----------|--------------|--------|----------------|-------|
| RT53DD | BOLLA 98/C del 08.02.00 FATT.PROF. 411 DEL 13.01.00 ROTOLO MISTO PER ANELLI-CATENE -ORECCHINI-BRACCIALI ESTERNO/ALETTE:DAINETTE DOPPIA BLU | N | 10 | 16,58 | | 165,8 | 44,1 |
| RT53DD | INTERNO:PIG BLU ROTOLO MISTO PER ANELLI-CATENE -ORECCHINI-BRACCIALI | N | 10 | 16,58 | | 165,8 | 44,1 |
| RT30DD | ROTOLO MISTO (ANELLI-COLLANE- ORECCHINI-BRACCIALI) ESTERNO/ALETTE:DAINETTE DOPPIA BLU | N | 1 | 17 | | 17 | 44,1 |
| SALAM | INTERNO:COAGULATO BIANCO SALAMINI IN TESSUTO D.D. BLU | N | 10 | 1,03 | | 10,3 | 44,1 |
| SALAM | SALAMINI IN TESSUTO COAG. BCO | N | 10 | 1,03 | | 10,3 | 44,1 |
| SPT2 | SPESE TRASPORTO | N | 1 | 24,8 | | 24,8 | 44,1 |
| CONSP | CONCORSO SPESE BANCARIE | N | 1 | 15,5 | | 15,5 | 44,1 |
| OPERAZIONE NON IMPONIBILE IVA CESSIONE INTRACOMUNITARIA ART. 41 D.P.R. 513/92. | | | | | | | |
| Our bank details: BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI OSTRA VETERE -AN- SWIFT: ICRA IT RR 705 Nostro Conto nr: 4471 | | | | | | | |
| CONTRIBUTO | CONAI ASSOLTO OVE DOVUTO | | | | | TOTALE IN EURO | 409,5 |

| | | | | | | |
|------------|-------|-----------------|--------------|----------|----------------|-----------------|
| IMPONIBILE | % IVA | IMPOSTA | TOTALE MERCE | % SCONTO | IMPORTO SCONTO | NETTO MERCE |
| 409,5 | 44,1 | NO IMP. ART. 41 | 409,5 | 0 | 0 | 409,5 |
| 409,5 | TOT | 0 | 0 | 0 | TOTALE FATTURA | TOTALE A PAGARE |
| | | | | | 409,5 | 409,5 |

DISTINTA SCADENZA EFFETTI

| DATA | IMPORTO | DATA | IMPORTO | DATA | IMPORTO | DATA | IMPORTO |
|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|
| | | | | | | | |

CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA: 1. Non si accettano reclami trascorsi otto giorni dal ricevimento di quanto fornito. - 2. La merce viaggia a rischio e pericolo del Cliente, anche se convenuta franco a destino. - Salvo patto espresso, tutti i prezzi si intendono franco sede della Ditta venditrice. - 4. In caso di ritardo nel pagamento decorreranno gli interessi commerciali nella misura del saggio ufficiale dello sconto aumentato di tre punti. - 5. Per qualsiasi controversia si adira l'Autorità Giudiziarla competente nel territorio della Ditta venditrice. - 6. Non si rilasciano quietanze separate per il regolare saldo si prega di rimandare la fattura. PER CORTESIA NON EFFETTUARE ARROTONDAMENTI.

CARMAFIX

18/19

ANNEXE 7

19/19

218. autres immobilisations corporelles

218304. Matériel de bureau et matériel informatique

40. Fournisseurs et comptes rattachés

401003. Fournisseurs européens

401090. Fournisseur V.A.G. finance

404100. Fournisseurs d'immobilisations LAEMMY

445. État-Taxes sur le chiffre d'affaires

445200. TVA due intracommunautaire

445500. Taxe sur le chiffre d'affaires à décaisser

445620. TVA sur immobilisations

445660. TVA déductible sur autres biens et services

445662. TVA déductible intracommunautaire

60. Achats

607000. Achats de marchandises

61. Services extérieurs

613200. Locations immobilières

613532. Locations mobilières

ANNEXE 8

Fiche de résultat de M. Roland V.R.P., pour le mois d'avril :

| | |
|---------------------------------|----------|
| C.A. | 57 930 € |
| Total des frais sur le mois | 5 503 € |
| Nombre de visites | 51 |
| Potentiel du secteur | 61 000 € |
| Nombre de commandes sur le mois | 34 |
| Nombre de jours de présence | 17 |

ANNEXE 9

Montant du C.A. et montant de la communication média :

| Années | C.A. en millions d'euros | Budget communication média en milliers d'euros |
|--------|--------------------------|--|
| 1998 | 10,1 | 175 |
| 1999 | 11,2 | 280 |
| 2000 | 10 | 233 |

$$r = \frac{\sum X_i Y_i}{\sqrt{\sum X_i^2 \sum Y_i^2}}$$