

# Recruter grâce au marketing viral

■ **La Halle aux Chaussures** utilise des clips sur Internet pour séduire les jeunes diplômés.

La scène se passe dans un point de vente de **La Halle aux Chaussures**. Mademoiselle Agnès, future responsable de magasin, doit réaliser une ultime épreuve pour clore sa formation de cinq semaines : « mettre aux normes » une tête de gondole. Sa prestation est évaluée en direct par Fabien Chaussée – le bien-nommé – qui commente sa performance à la manière d'un journaliste sportif... Ce webfilm assez déjanté n'est pas un canular. Il fait partie d'une série de six petits clips vidéo susceptibles de soutenir la campagne de recrutement de l'enseigne du **groupe Vivarte**.

Chaque épisode décrit une phase concrète du travail d'un

responsable de magasin au quotidien... la formation, le *brief* du début de journée, la gestion des difficultés, l'évolution interne... « Nous voulions présenter différemment nos métiers et révéler par l'humour la réalité de la profession », précise la DRH de l'enseigne Sylvie Quetel. Si le dispositif est astucieux, l'enjeu n'est pas anodin. **La Halle aux Chaussures** peine à recruter ses futurs directeurs de magasin, pénalisée par son image de discounter et la mauvaise réputation du secteur de la grande distribution souvent critiquée pour ses conditions de travail difficiles.

**Des résultats prometteurs.** Pour attirer les jeunes diplômés, l'enseigne a donc opté pour un dispositif viral en adéquation avec les usages de cette cible et l'univers du sport qui s'inscrit dans la culture de l'entreprise. « Il fallait trouver un ton un peu

décalé sans pour autant dévaloriser le métier de directeur de magasin », insiste Thanh Nguyen, directeur du département services chez Publicis Consultants RH qui a piloté ce projet. Pour recevoir un maximum de candidatures et favoriser le bouche-à-oreille, une campagne de communication on et off line a soutenu le lancement des webfilms téléchargeables sur un site Internet créé pour l'occasion. D'après Sylvie Quetel, les premiers résultats sont encourageants.

Depuis le lancement de l'opération en janvier dernier, l'entreprise a enregistré une augmentation de 30 % du nombre de CV reçus au regard de l'année précédente. Un journal en ligne conçu dans la même veine « La Bottine » permet aux candidats de découvrir, sur le site, les enseignes du **groupe Vivarte**, les métiers ainsi que les postes à pourvoir.

Sandrine L'Herminier

LE NOMBRE  
DE CV  
A AUGMENTÉ  
D'UN TIERS  
DEPUIS  
LE DÉBUT  
DE L'ANNÉE.