Intérim digital : vers un nouveau standard technologique ?

Alors que le marché de l’intérim en ligne continue de croître à vitesse grand V, il est en passe de devenir mature du point de vue technologique.

Temps de lecture : minute

---

12 mai 2021

Portée ces dernières années par les majors de l’intérim et les pure-player, la digitalisation des parcours clients et candidats est aujourd’hui devenue une obligation pour l’ensemble des acteurs de la profession. Dans un contexte de baisse des prix et d’hybridation des modèles de distribution, la différenciation de demain sera avant tout "servicielle".

Les acteurs de l’intérim digital n’avancent plus masqués. Anecdotique il y a 5 ans, cette part digitalisée du marché a depuis pris son envol et est entrée dans une phase d'hyper croissance. Bien sûr, la crise sanitaire a accentué le recours des entreprises aux prestations de travail temporaire en ligne, mais la tendance était déjà présente avant l’apparition du COVID. Selon une étude XERFI, le marché de l’intérim digital devrait représenter d’ici 2023 entre 1,5 et 2,5 Md€, soit entre 4,5% et 7,5% du chiffre d’affaires de la filière du travail temporaire. La baisse des prix, argument commercial numéro un des nouveaux entrants.

À l’instar du marché des télécoms au début des années 2010, la digitalisation massive des prestations proposées par les entreprises de travail temporaire s’accompagne d’une baisse drastique des prix. Les pure players en ont fait leur argument commercial prioritaire pour s’attribuer une partie du marché et séduire les gros donneurs d’ordre au sein de secteurs comme la logistique, l’industrie, l’agroalimentaire ou le

retail. Mais cette baisse des prix ne reflète pas la réalité de ce marché. Le travail temporaire reste une prestation très réglementée, où les modèles de distribution 100% digitaux restent encore théoriques. Dans la pratique, la réalisation des prestations nécessite un niveau d'opérations et d'expertise humaine élevés, que le marketing et la communication ne sauraient faire oublier. Ainsi, les acteurs digitaux investissent massivement pour recruter des opérationnels et structurer des équipes chargées de délivrer la prestation au client, allant même jusqu'à ouvrir des points de présence physiques sur le territoire. Nous sommes encore loin d'un modèle de plateforme où l'intégralité des transactions se déroulent en ligne, sans support humain pour les réaliser.

Vers une hybridation des modèles de distribution

Différencier les modèles de distribution des acteurs de ce marché devient donc de plus en plus complexe. Quelle est la part de digital dans les offres proposées par les réseaux d'agences historiques? Quelle est la part de prestations physiques au sein des acteurs dits 100% digitaux ? Répondre à ces deux questions revient à résoudre une équation complexe tant l'hybridation des modèles est inhérente aux entreprises de travail temporaire, qui jouent depuis toujours, de par leur nature, un rôle d'intermédiaire entre candidats et entreprises clientes. Une attribution de plateforme en somme, quel que soit le niveau de digitalisation associé.

L'avènement annoncé des acteurs d'intérim en ligne s'inscrit dans une forme de continuité de la digitalisation des processus métiers et administratifs débutée il y a 15 ans. La différence se situe aujourd'hui dans la globalisation des niveaux de digitalisation des parcours clients et candidats. A ce titre, les innovations proposées par les acteurs les plus digitalisés constituent de plus en plus un standard technologique et fonctionnel pour la profession. Des startups comme Troops ou encore

Ubeya développent d’ailleurs des plateformes en marque blanche, permettant à des entreprises de travail temporaire, de petites ou moyennes tailles, de proposer une offre dématérialisée.

Dès lors, comment continuer à innover sur un marché technologiquement mature dans lequel les prestations tendent à s'homogénéiser et les modèles de distribution se rapprocher d’un plafond de verre théorique ?

Intérim Digital, la vraie différenciation est désormais "servicielle"

Si d’autres secteurs, comme la banque ou les assurances ont déjà expérimenté ce nivellement en matière de digitalisation des offres et produits proposés, la vraie différenciation se veut désormais "servicielle". Le recrutement est avant tout une affaire d’humains a t-on l’habitude d’entendre. Et ce n’est pas loin d’être vrai, du moins pour le moment : la couverture du territoire, la capacité à trouver des profils qui manquent, la formation des intérimaires, l’accompagnement des carrières, l’aide à la mobilité géographique, la prévention et la sécurité au travail sont autant de services qui nécessitent un accompagnement personnalisé, en grande partie humain, auquel le digital ne répond pas encore totalement.

Plus largement, le partage de viviers de candidats entre entreprises sur un même bassin d’emploi, l’analyse des compétences les plus recherchées par filière ou encore l’accompagnement dans la transformation des métiers dans un contexte massif de robotisation ouvre un champ des possibles immense pour les acteurs du travail temporaire. C’est, à n'en pas douter, en proposant des services de cette nature, en appui sur des technologies pointues mêlant big data, intelligence artificielle et expertise humaine, que la création de valeur entre les acteurs se fera véritablement dans les prochaines années.

Kaëlig Sadaune, directeur Randstad Direct

Article écrit par Kaëlig Sadaune