



JobCloud Market Insights

Etude comportementale sur le marché de l'emploi en Suisse,
menée par la société JobCloud en collaboration avec
la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW).

Novembre 2017

JobCloud
Market Insights

jobcloud.ch/fr/market-insights

Sommaire

3	Introduction
4	Auteurs
5	Résumé
6	Secteurs d'activité
10	Domaines d'activité
13	Niveaux hiérarchiques - Type de contrat
16	Taux d'activité
18	Démographie
24	Offres d'emploi anonymes
26	Moments de la journée/de la semaine
29	Smartphone, tablette ou ordinateur
31	Top 15 des emplois
35	Analyse sémantique
36	Méthodologie de l'étude

Introduction

Chères lectrices, chers lecteurs,

L'année dernière, nous avons publié la première étude JobCloud Market Insights, menée en collaboration avec la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW). Nous analysons les volumes de données issues des deux plateformes d'emploi leaders en Suisse, jobs.ch et jobup.ch, sous plusieurs aspects pour vous donner des indications sur le marché de l'emploi. D'une part, nous comparons le comportement réel des personnes en recherche d'emploi (nombre de clics sur les offres d'emploi) et celui des employeurs (nombre d'offres d'emploi) pour ensuite confronter ces résultats à ceux de l'année précédente.

Nous continuerons de développer et de compléter l'étude JobCloud Market Insights pour les prochaines éditions.

Nous avons le plaisir de vous présenter les résultats de cette étude, dont nous avons résumé les principales conclusions pour vous dans ce livret.

Nous vous souhaitons une bonne lecture !



Renato Profico
CEO JobCloud SA

Auteurs de l'étude



Rebekka Hänggi
Responsable de projet
JobCloud SA
Content & Online
Marketing Manager



Fanny Comba
Membre du projet
JobCloud SA
Team Leader
Content & Communication



Mara Pasquali
Steering Committee
JobCloud SA
Chief Marketing Officer



Prof. Dr. Frank Hannich
Steering Committee
ZHAW
Directeur suppléant de l'Institute
of Marketing Management/
directeur du service CRM



Dr. Nicoline Scheidegger
Experte RH
ZHAW
Chargée d'enseignement
au Center for Human
Capital Management



Rafael Domeisen
Directeur de projet
ZHAW
Chercheur et collaborateur
à l'Institute of
Marketing Management



Reto Heierli
Data Analyst
ZHAW
Assistant de recherche
à l'Institute of
Marketing Management

Résumé

Grâce aux nombreuses données récoltées, l'étude [JobCloud Market Insights 2017](#) fournit un aperçu unique du marché de l'emploi en Suisse. Pour la seconde fois, une comparaison entre le comportement des personnes en recherche d'emploi et celui des recruteurs suisses peut être réalisée. Les résultats se basent sur les offres d'emploi publiées sur [jobs.ch](#) et [jobup.ch](#), le nombre de clics enregistrés et sur les profils de 106'151 chercheurs d'emploi anonymes. A travers cette étude, menée en collaboration avec les experts RH de la Haute Ecole des Sciences Appliquées de Zurich (ZHAW) et économie suisse, JobCloud propose une nouvelle vision du marché de l'emploi.

L'étude compare les offres d'emploi (offres) et le nombre de clics (demande) dans les différents secteurs et domaines professionnels. En Suisse allemande, l'industrie et la santé représentent la plus grande part de marché. Dans toute la Suisse, les secteurs de la forma-

tion (une branche très académique), de l'administration publique, des assurances et des médias font face à une forte demande. Dans le domaine de la santé en Suisse allemande et de l'industrie en Suisse romande, on observe plutôt un manque de main-d'œuvre. Quant à la construction et l'artisanat, ces secteurs sont aux prises avec une demande généralement faible.

La Suisse allemande a publié moins d'offres pour des postes de managers que l'année dernière. A l'étranger, la demande pour des postes de spécialistes qualifiés est élevée. En Suisse romande, la demande pour des postes temporaires est très faible, la majorité des travailleurs cherchant plutôt un poste fixe. Plus de 90% des postes à pourvoir sont des postes à temps plein, la demande pour les postes à temps partiel est donc largement supérieure à l'offre.

En Suisse romande, l'analyse des profils anonymisés permet de déterminer ce que recherche

chaque groupe de personnes. Cette année, ce ne sont plus les 31-40 ans, mais bien les 21-30 ans qui sont les plus actifs dans leur recherche d'emploi. Indépendamment de leur âge, 60% des personnes recherchent un poste à temps plein. Par ailleurs, en Suisse romande, les hommes se sont montrés plus actifs que les femmes dans le domaine de la recherche d'emploi (55% contre 45%). De plus, les recruteurs semblent se tourner plus volontiers vers des profils masculins puisque, comme l'année précédente, ils cliquent en effet deux fois plus sur ces derniers.

En Suisse allemande, les clics provenant de dispositifs mobiles ont plus que doublé par rapport à l'année passée. Parmi eux, deux tiers proviennent d'appareils Apple et plus d'un cinquième d'appareils Samsung. Comme l'année dernière, la recherche d'emploi a lieu en priorité pendant les heures de bureau.

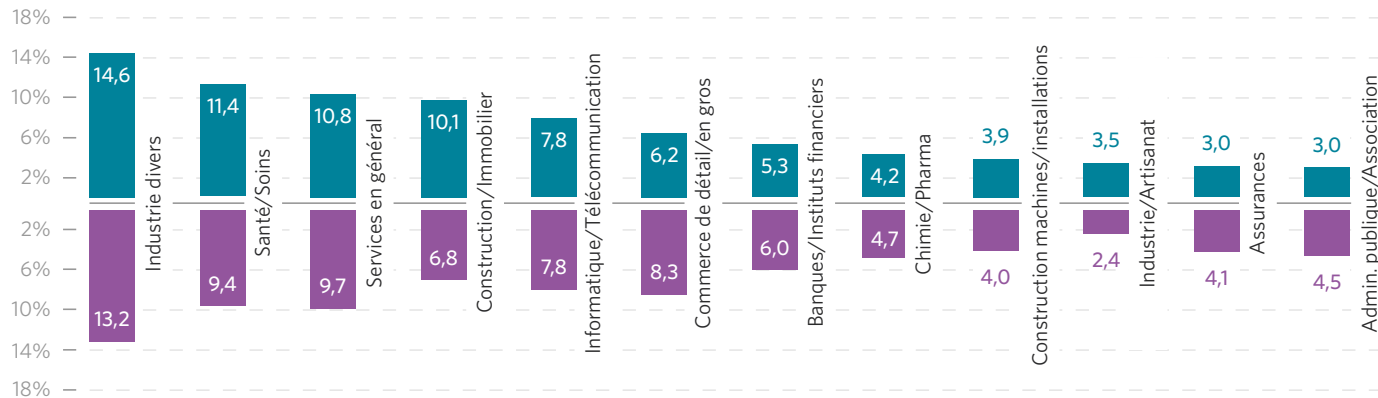
L'intérêt pour les offres d'emploi dépend du secteur

Au cours de la période étudiée, la Suisse allemande a compté plus de 110'000 offres d'emploi et plus de 40 mio de clics. En Suisse romande, plus de 29'000 offres d'emploi et 39 mio de clics ont été étudiés. Les graphiques suivants comparent le nombre d'offres d'emploi par secteur (offre) avec le nombre de clics par branche (demande), en pourcent.

Les secteurs de l'industrie, de la santé/soins et des services en général représentent la plus grande partie du marché du travail.

La santé/soins, l'administration publique/association et l'industrie/artisanat ont progressé en termes d'offre par rapport à l'année 2016.

Suisse allemande ■ Annonces (offre) ■ Clics (demande)

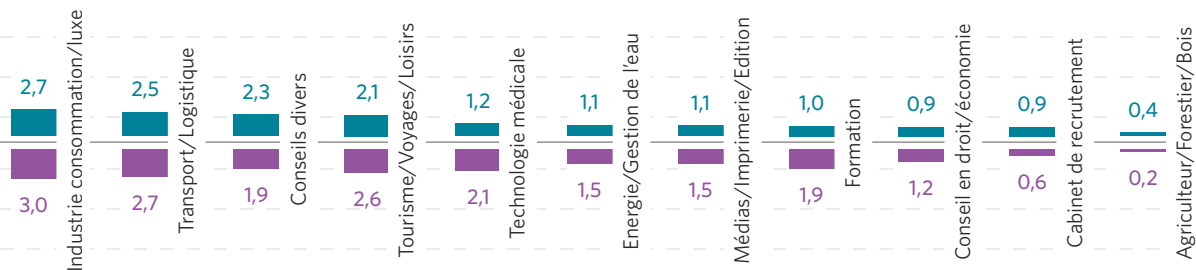


En Suisse allemande, le commerce de détail/en gros, la formation et l'administration publique/association profitent, comme en 2016, d'un fort intérêt, c'est-à-dire d'un nombre élevé de clics.

Constructions/immobilier et industrie/artisanat jouissent, quant à eux, de moins d'attention que l'année dernière. →

Suisse allemande

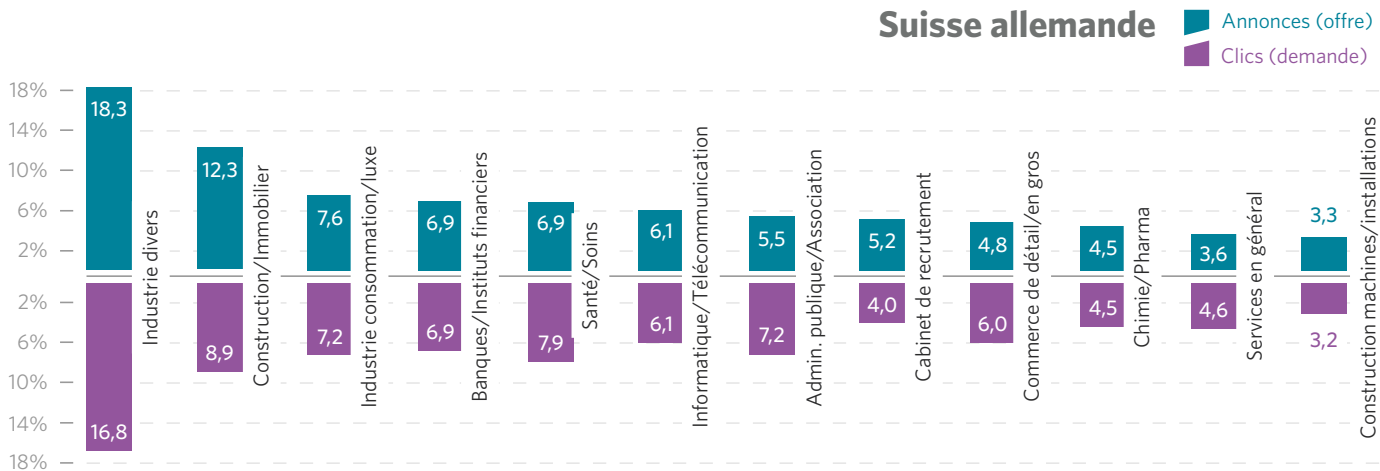
■ Annonces (offre)
■ Clics (demande)



nb annonces: 115'559 | nb clics: 41'334'145 | avril à juin 2017, Suisse allemande

→ En Suisse romande, cette année, le secteur de l'industrie a publié plus d'offres d'emploi. Le secteur banques/instituts financiers, lui, en a publié moins.

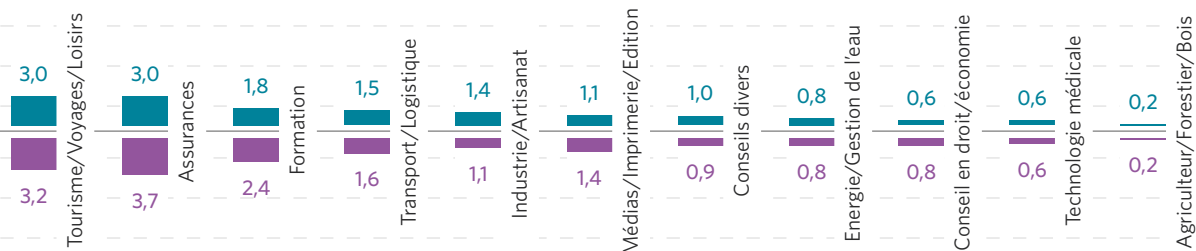
Parmi les secteurs populaires (nombre élevé de clics), on retrouve la formation, le conseil en droit/économie, le commerce de détail/en gros ainsi que le secteur des services en général.



Les offres d'emploi publiées dans les secteurs de la construction/immobilier, des cabinets de recrutement et de l'industrie/artisanat, ont, elles, bénéficié de moins d'intérêt.

Suisse allemande

■ Annonces (offre)
■ Clics (demande)

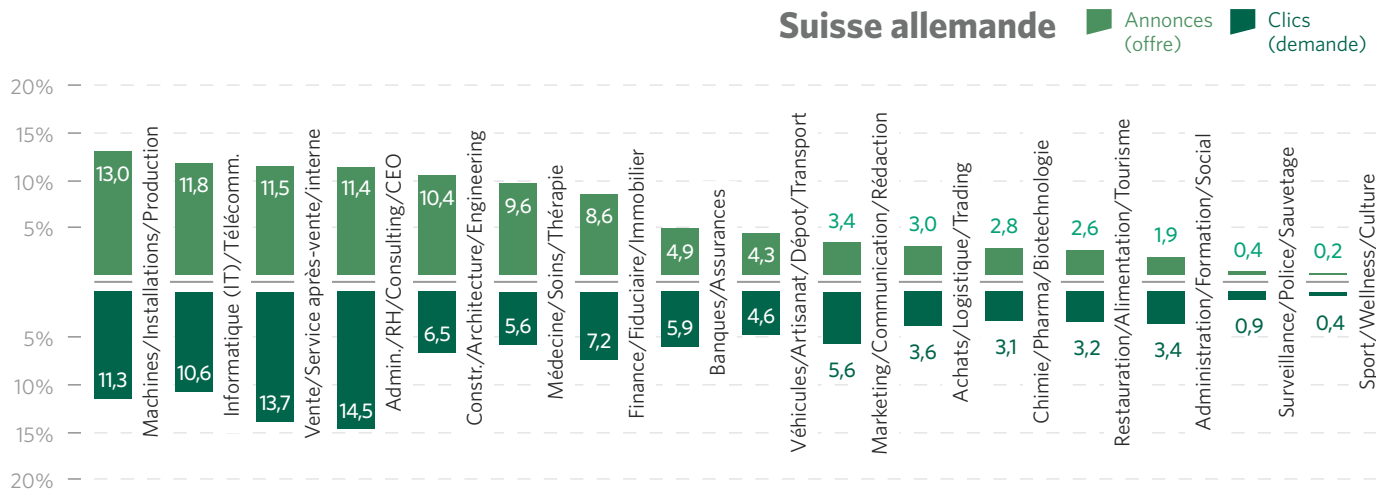


nb annonces: 29'243 | nb clics: 39'855'020 | avril à juin 2017, Suisse romande

Décalage accru dans le milieu médical

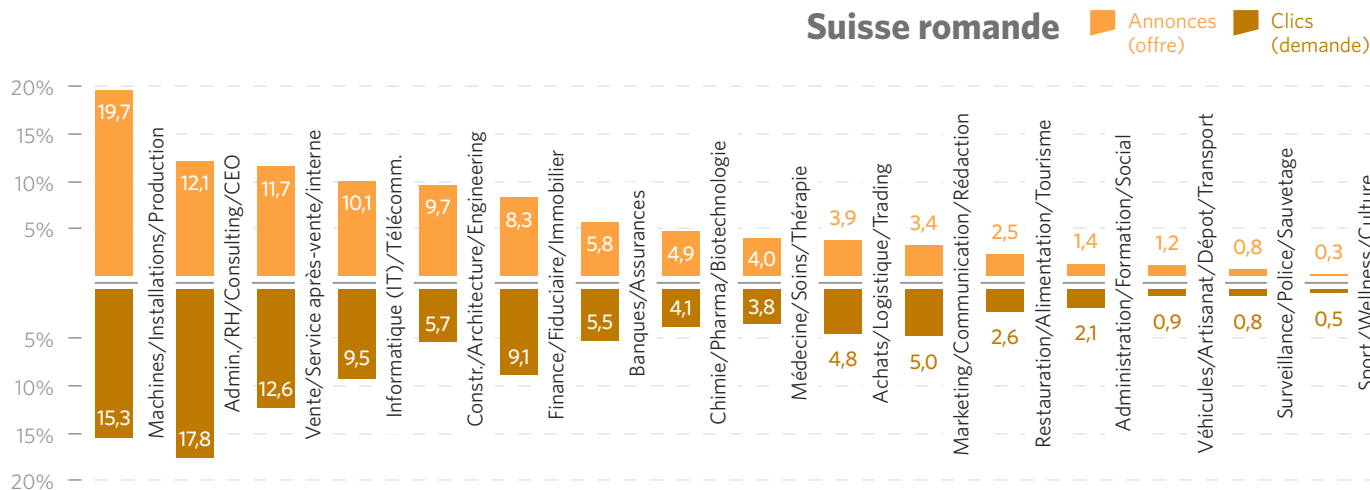
En Suisse allemande, cette année ce sont les domaines construction machines/installations/production qui proposent le plus d'emplois, suivis de près par le secteur leader en 2016 : informatique/télécommunication. Les offres d'emploi qui enregistrent peu de clics signalent généralement un manque d'intérêt pour le secteur et un possible manque de main-d'œuvre.

Le plus grand déséquilibre entre l'offre et la demande intervient dans les métiers du domaine médecine/soins/thérapie, où l'offre excède très largement la demande. A l'inverse, les métiers où la demande excède le plus l'offre sont ceux dans le domaine de l'administration/RH/consulting/CEO, comme l'année dernière, ainsi que les nouveaux métiers favorisés dans



les domaines surveillance/police/sauvetage. Dernièrement, ce secteur a fait l'objet d'une vaste promotion, ce qui peut expliquer sa popularité. Comme en 2016 déjà, c'est dans les secteurs machines/installations/production que la majorité des offres d'emploi ont été publiées en Suisse romande cette année. Toutefois, elles enregistrent moins de clics, ce qui

indique toujours un manque de main-d'œuvre. Les domaines administration/RH/consulting/CEO occupent la deuxième place en termes de postes à pourvoir et font face à un engouement excédant largement l'offre. Le domaine qui attire le plus d'attention par rapport à son offre est le tout petit marché constitué par les secteurs sport/wellness/culture.



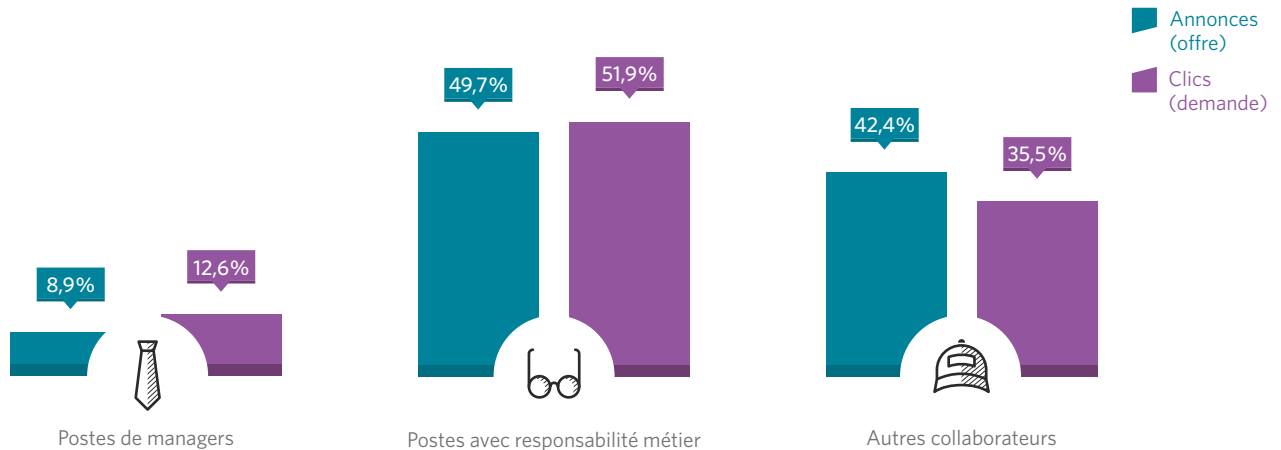
nb annonces: 28'927 | nb clics: 39'859'714 | avril à juin 2017, Suisse romande

« En Suisse allemande, la popularité du commerce de détail/de gros se reflète également dans les résultats de recherche d'entreprises. En effet, plusieurs détaillants figurent dans le top 10 des employeurs les plus recherchés sur jobs.ch. »

Moins de postes de managers

Près de la moitié des offres d'emploi proposent un poste avec responsabilité métier. Par rapport à l'année dernière, les offres d'emploi avec responsabilité de management ont diminué. Quant aux autres niveaux hiérarchiques, le nombre d'offres

d'emploi a augmenté. Toutefois, les personnes en recherche d'emploi veulent toujours gravir les échelons. Plus le niveau hiérarchique est élevé, plus l'offre d'emploi enregistre de clics.

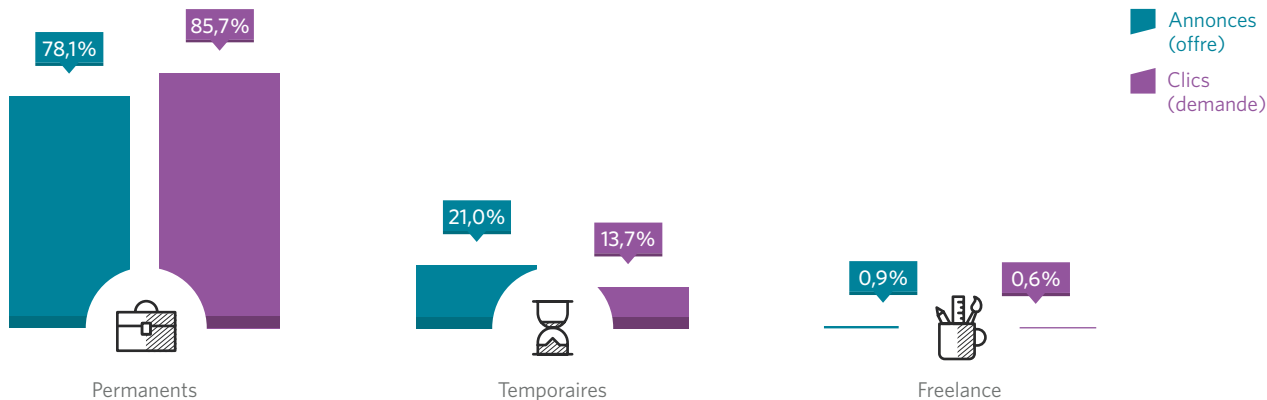


nb annonces: 117'275 | nb clics: 43'331'650 | avril à juin 2017, Suisse allemande

Les postes fixes restent le modèle préféré des travailleurs

En Suisse romande, les contrats fixes constituent toujours la majorité de l'offre et intéressent encore plus les personnes en recherche d'emploi. Les offres d'emploi pour des postes permanents enregistrent presque deux fois plus de clics que celles pour des postes temporaires ou freelance.

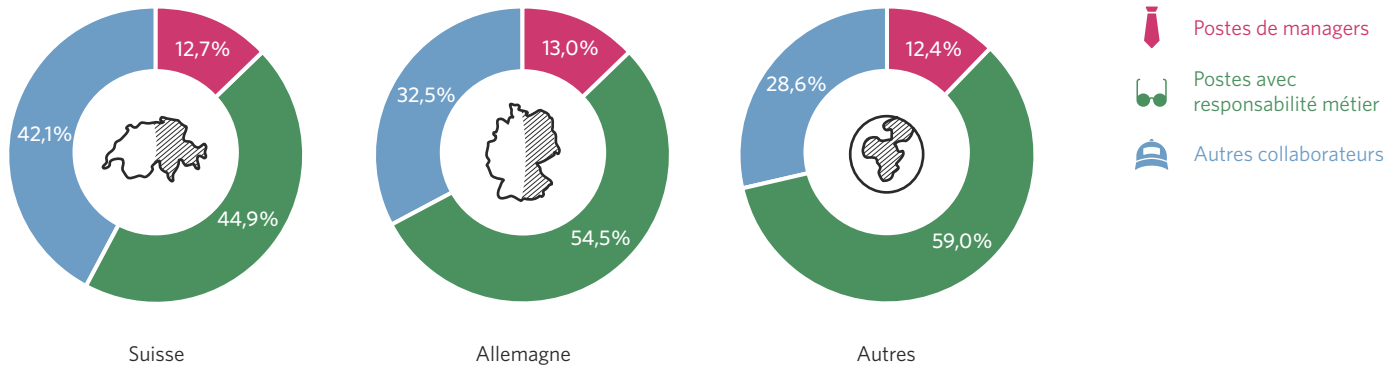
Une offre d'emploi sur cinq propose un poste temporaire, contre près de 24 % en 2016. Les offres pour des contrats temporaires attirent un intérêt plutôt limité. Le besoin de sécurité, particulièrement bien connu en Suisse, rend les postes temporaires peu attractifs.



Postes de spécialistes: une majorité de clics à l'étranger

L'intérêt pour les postes de managers est à peu près égal à l'étranger et en Suisse. Comme l'année précédente, la demande pour les postes de spécialistes est particulièrement élevée à l'étranger : un phénomène qui explique l'immigration de professionnels qualifiés.

Par rapport à 2016, les Suisses ont plus cliqué sur les offres d'emploi pour des postes à d'autres niveaux hiérarchiques.

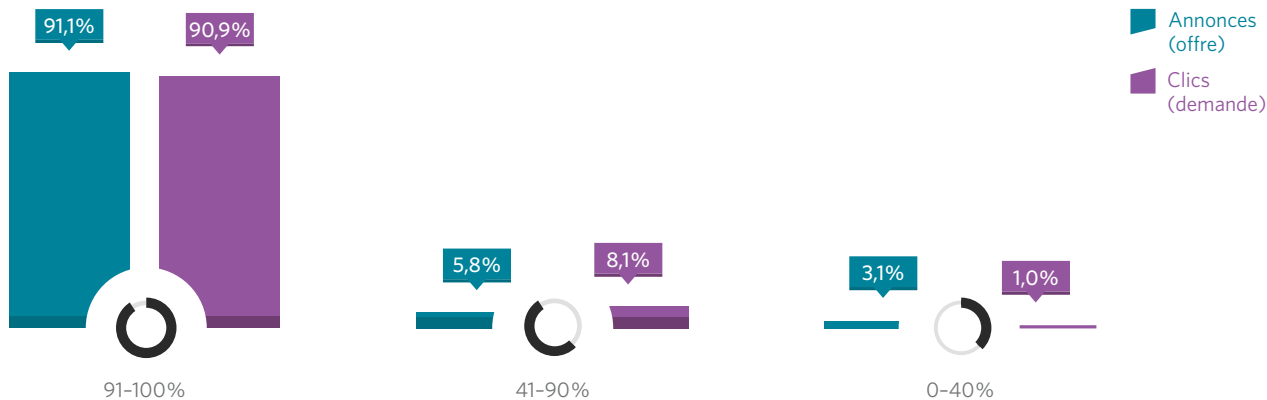


nb clics: 37'693'262 | avril à juin 2017, Suisse allemande

Postes à temps partiel toujours aussi convoités

En Suisse, 83 % des hommes et 41 % des femmes travaillent à temps plein*. Selon cette étude, plus de 90 % des postes à pourvoir sont des postes à temps plein. Ce pourcentage très élevé s'explique peut-être par le fait que les postes à temps partiel sont souvent pourvus sans publication d'offres.

Comme l'année dernière, les postes avec un taux d'occupation entre 41 % et 90 % profitent d'un intérêt particulièrement accru. En effet, ces offres d'emploi enregistrent plus de clics.

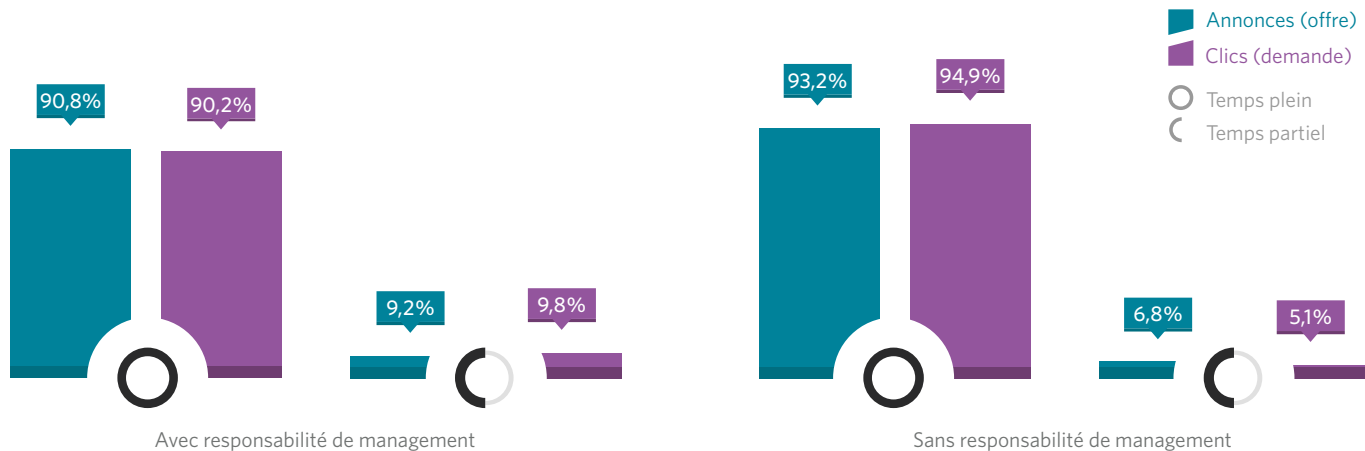


nb annonces: 29'582 | nb clics: 39'855'020 | avril à juin 2017, Suisse romande

Offre limitée pour le temps partiel

Qu'il s'agisse de postes avec ou sans responsabilités métier/management, les offres d'emploi proposent majoritairement du temps plein. L'offre de temps partiel a sensiblement diminué, en particulier pour les postes sans responsabilité de métier ou de management.

Au cours de la période étudiée, le nombre de postes de managers à temps partiel a légèrement augmenté. Proportionnellement, la demande a été la plus élevée pour les postes de dirigeants à temps partiel, et la moins élevée pour les postes à temps partiel sans responsabilité de management.

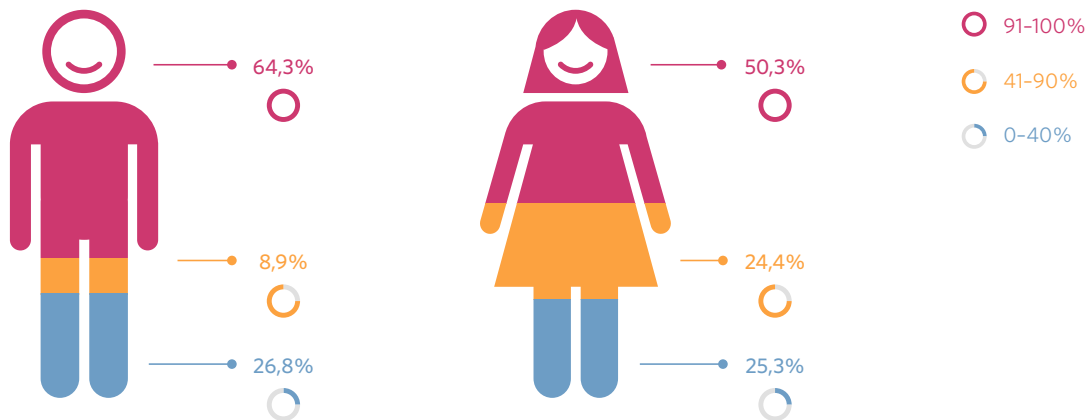


Avec resp. de cadre: nb annonces: 1'186 | nb clics: 2'075'810 | Sans resp. de cadre: nb annonces: 4'379 | nb clics: 5'751'736 | avril à juin 2017, Suisse romande

Les femmes recherchent autant du temps partiel que du temps plein

Les personnes disposant d'un profil peuvent préciser le taux d'occupation auquel elles souhaitent travailler. Comme en 2016, les hommes cherchent majoritairement des postes à temps plein. Quant aux femmes, elles sont autant intéressées par les postes à temps plein qu'à temps partiel. La différence majeure se situe dans le taux d'occupation entre 41% et 90%, nettement préféré

par les femmes. Si l'on compare le taux d'occupation indiqué sur le profil et celui proposé par les offres d'emploi, on constate qu'il manque des places à temps partiel. 91% des offres proposent des postes à temps plein. C'est ce que cherchent 58% des personnes, selon leurs profils. 16% recherchent un poste entre 41% et 90%, mais seulement 6% des offres d'emploi en proposent.



Profils: nb femmes: 36'849 | nb hommes: 46'480 | avril à juin 2017, Suisse romande

Les profils des hommes retiennent deux fois plus l'attention

Les hommes sont plus actifs dans leur recherche d'emploi: en Suisse romande, 55% des profils enregistrés appartiennent à des hommes, contre 45% à des femmes. Du côté des recruteurs, on observe une nette préférence pour les profils masculins. Comme l'année dernière, ces derniers cliquent

deux fois plus sur les profils appartenant à des hommes. Cela peut s'expliquer par le fait que les secteurs où les recruteurs font du sourcing sont des domaines plutôt masculins. Quant à savoir si les hommes bénéficient d'un avantage, on ne peut émettre que des suppositions.



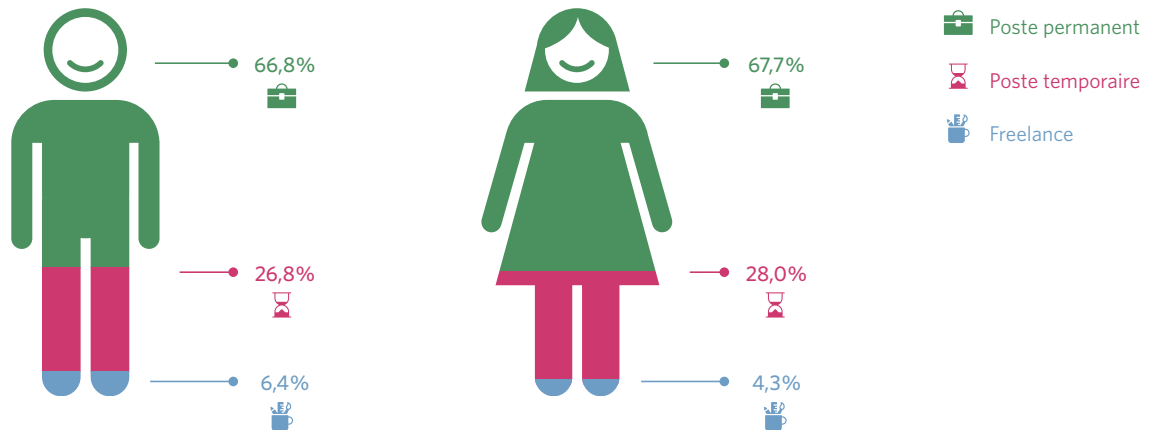
Nombre de clics moyen par profil: nb femmes: 46'402 | nb hommes: 57'565 | avril à juin 2017, Suisse romande

« La Gig economy désigne un marché du travail où les travailleurs n'ont pas d'emploi fixe, mais des gigs (un gig est un concert dans le milieu musical), des projets individuels pour lesquels ils sont engagés. D'après les futurologues, il s'agit du modèle de demain. Toutefois, l'étude JobCloud montre que la gig economy ne s'est pas encore installée et que l'emploi fixe reste le modèle de prédilection. »

Gig economy et slasher - les modèles de travail alternatifs entre rêve et réalité

A l'avenir, un contrat à durée déterminée sera le quotidien de toujours plus de travailleurs. Du moins, c'est ce sur quoi s'accordent les futurologues. Chez les personnes en recherche d'emploi, on observe un décalage entre leurs désirs (types d'emploi indiqués sur leurs profils) et la réalité (leurs clics). En effet, plus de 27% d'entre elles pourraient imaginer travailler

à temps partiel si l'on en croit les offres d'emploi sur lesquelles elles cliquent. Et 21% des offres d'emploi concernent des postes temporaires. Cependant, ces annonces enregistrent bien moins de clics que celles concernant des postes permanents (voir page 14). Les différences entre hommes et femmes sont minimales.

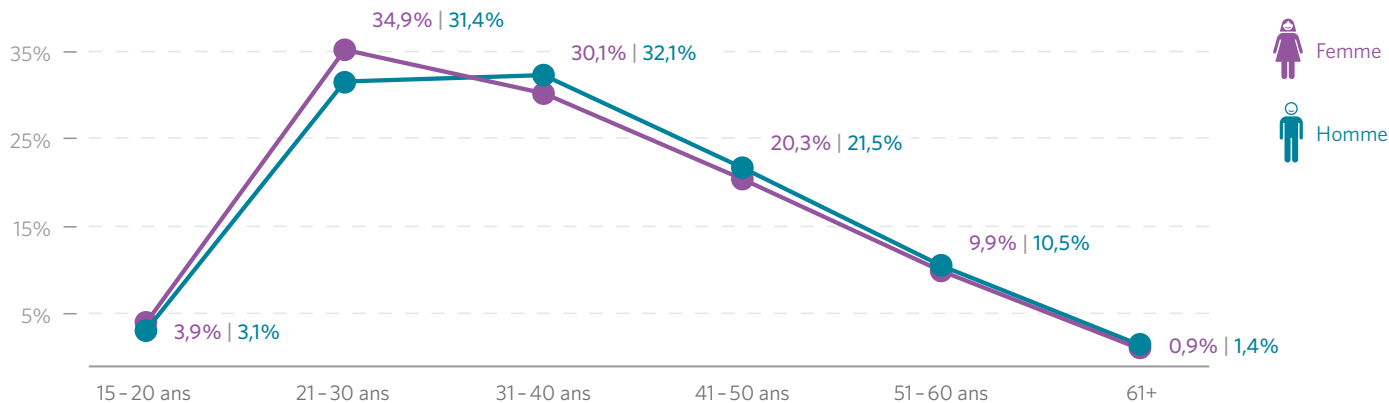


Profils: nb femmes: 35'387 | nb hommes: 44'888 | avril à juin 2017, Suisse romande

Les jeunes toujours plus actifs dans leur recherche d'emploi

On peut déterminer le caractère actif de la recherche d'emploi à travers la création de profils. En 2016, c'était la tranche d'âge 31-40 ans qui a été la plus active dans sa recherche d'emploi. Cette année, les hommes se sont fortement rattrapés: bien plus de 30% des profils appartiennent à des hommes, contre moins de 20% en 2016. Par ailleurs, les jeunes ont pris la tête du clas-

sement 2017. En effet, un tiers des profils appartient à des chercheurs d'emploi entre 21 et 30 ans. En comparant ces résultats avec le taux de participation au marché du travail suisse*, on peut conclure que la tranche d'âge la plus présente sur le marché de l'emploi, soit les 40-54 ans, est déjà en emploi et recherche donc de façon moins active des changements professionnels.



Profils: nb femmes: 44'045 | nb hommes: 54'907 | avril à juin 2017, Suisse romande

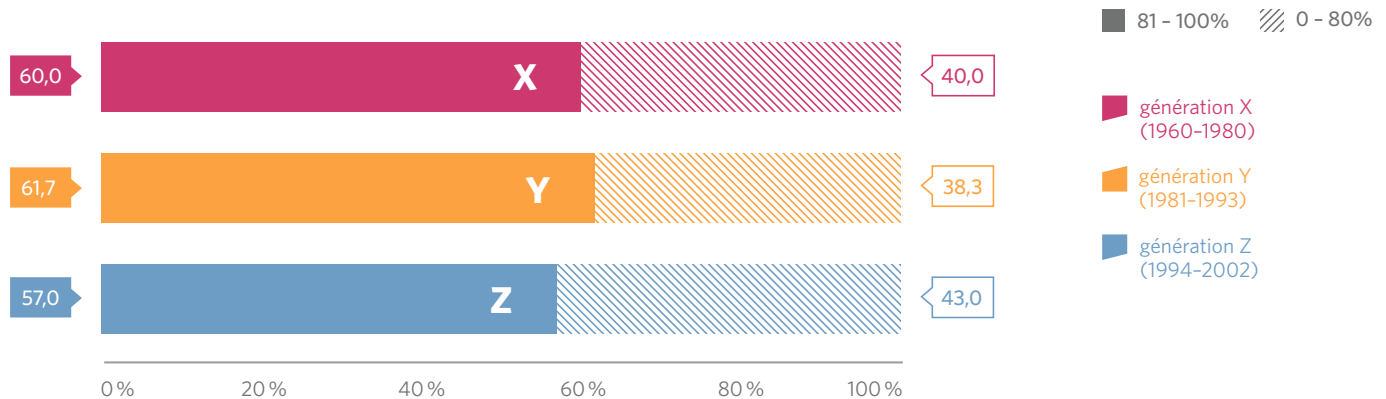
Recherche de temps partiel selon les générations

L'indication du taux d'occupation recherché sur les profils constitue un bon indicateur des préférences des différentes générations.

Contrairement à ce que le débat sur les valeurs de la génération Y suggère, cette dernière n'est pas plus intéressée par le travail à temps partiel que la génération X. Quant à la génération Z,

dont une partie se trouve encore en formation, elle manifeste le plus d'intérêt pour les postes à temps partiel, car la majorité recherche un job d'appoint.

Le travail à temps plein perd du terrain à mesure que l'âge augmente.*



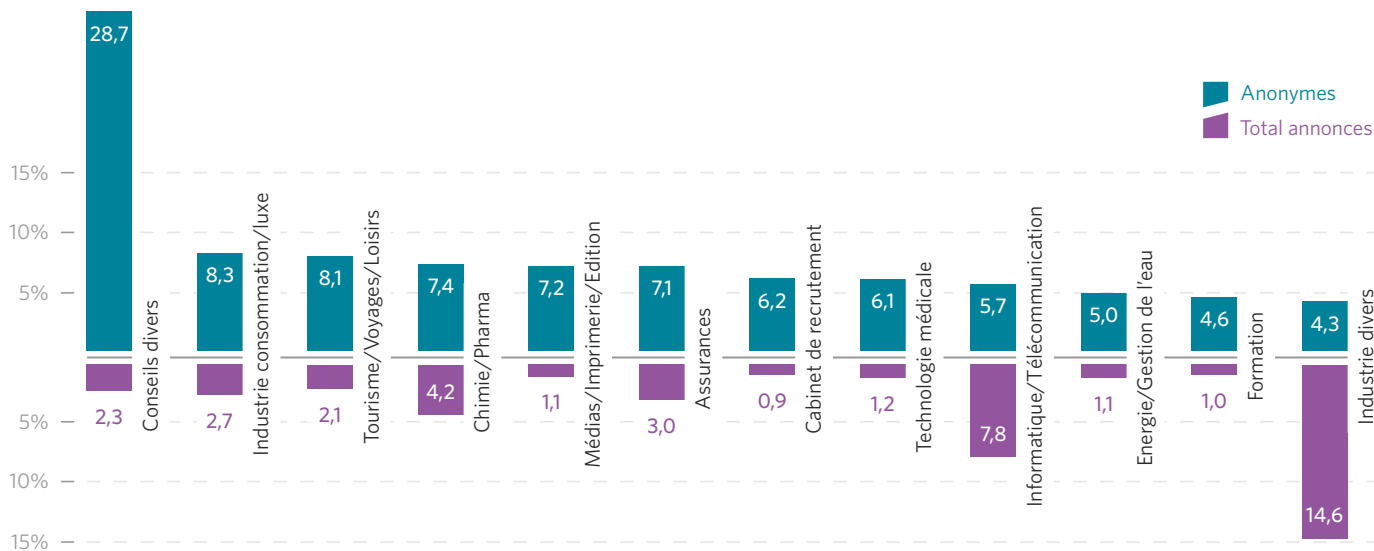
Profils: n genX: 50'798 | n genY: 59'300 | n genZ = 11'199 | avril à juin 2017, Suisse romande

* Enquête suisse sur la population active, 2e semestre 2017

Offres d'emploi anonymes dans le secteur du conseil

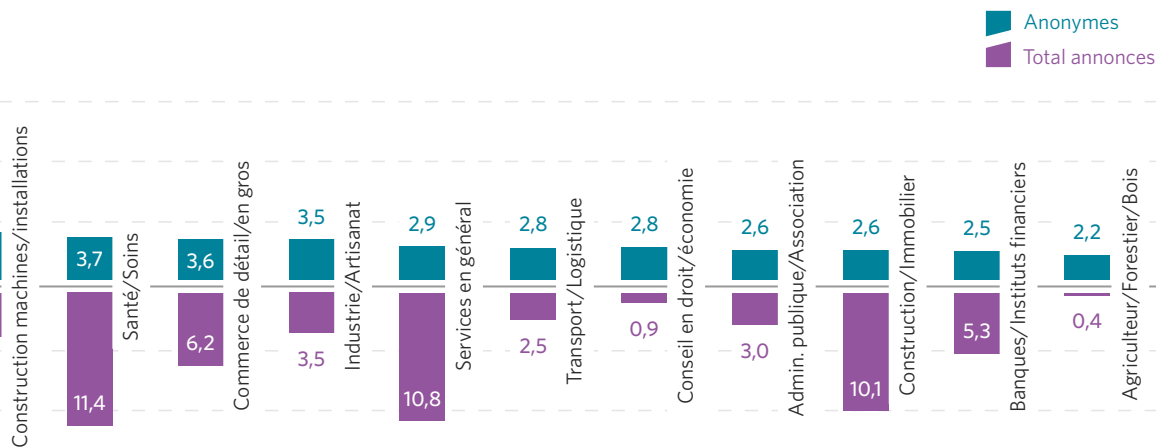
On observe cette année une hausse du nombre d'offres d'emploi anonymes. Si leur nombre était extrêmement faible en 2016, elles représentent cette année pas moins de 4,7% des offres d'emploi disponibles, contre seulement 2% l'année passée.

Les origines d'une offre d'emploi anonyme sont multiples: les nouveaux secteurs d'entreprise n'ont pas l'obligation d'être transparents, la concurrence ne doit pas pouvoir interpréter quoi que ce soit, le poste proposé dans l'offre d'emploi est encore occupé, etc. Par rapport à l'année dernière, il y a de



grandes différences en termes d'offres d'emploi anonymes. Le secteur du conseil, en particulier, a souvent publié des offres d'emploi de façon anonyme: plus d'une annonce anonyme sur trois concernait ce secteur. Contrairement à la procédure habituelle consistant à publier de façon anonyme en particulier

les offres d'emploi pour des postes de managers, on observe très peu de différence entre les niveaux hiérarchiques dans la publication d'annonces anonymes.

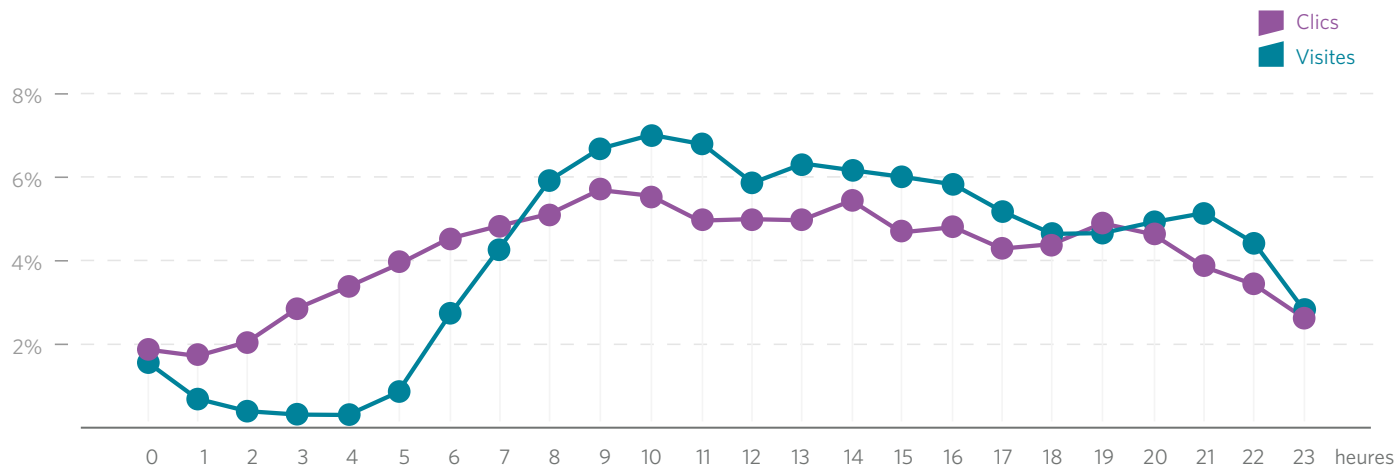


nb total d'annonces: 115'559 | nb d'annonces anonymes: 5'381 | avril à juin 2017, Suisse allemande

Un nouvel emploi pendant les heures de travail

La répartition des clics et des visites est très similaire à celle de l'année dernière: on enregistre le plus de visites et de clics sur les offres d'emploi pendant les heures de travail. De plus, on recherche un emploi plutôt au cours de la semaine que pendant le week-end (voir page suivante).

9-11h



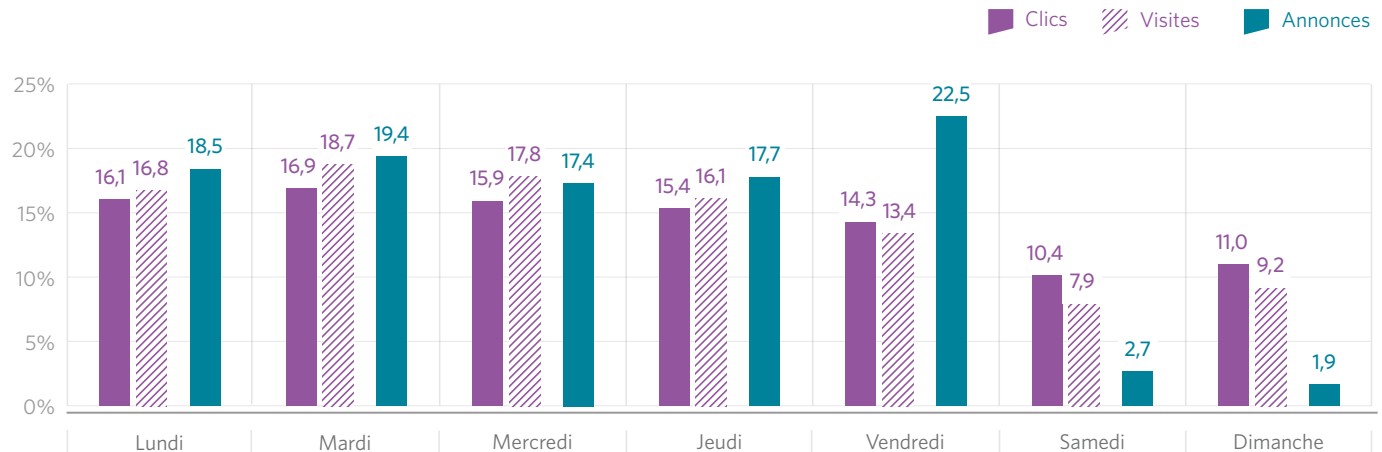
nb clics: 43'248'534 | nb visites: 7'644'134 | avril à juin 2017, Suisse romande

La semaine est plus propice à la recherche d'emploi

Les offres d'emploi sont publiées durant la semaine, le plus souvent le vendredi.

De la même façon, on clique plus volontiers sur les offres d'emploi durant la semaine. Il semble que la recherche

d'emploi prend tout son sens lorsqu'on est au travail et qu'on n'y est pas satisfait ou qu'on pense à d'autres perspectives. Durant le week-end, alors qu'on aurait plus de temps à consacrer à la recherche d'emploi, elle ne semble plus si urgente.



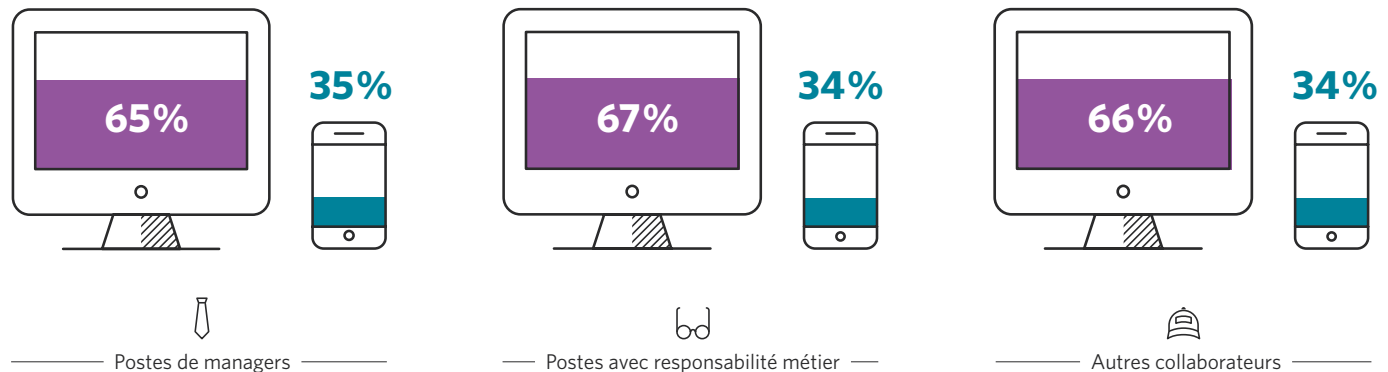
nb annonces: 115'802 | nb clics: 43'248'534 | nb visites: 7'644'134 | avril à juin 2017, Suisse allemande

« Cela fait longtemps déjà que les visites sur les plateformes d'emploi proviennent majoritairement de dispositifs mobiles. Désormais, on clique aussi toujours plus souvent sur les offres d'emploi depuis son smartphone. »

Recherche d'emploi: les dispositifs mobiles gagnent du terrain

Le nombre de clics sur les offres d'emploi provenant de dispositifs mobiles a plus que doublé. Si, l'année passée, entre 11% (responsabilité métier) et 17% (managers) des offres d'emploi étaient consultées sur un dispositif mobile, elles sont en moyenne 34% cette année. Ce chiffre est plutôt stable, quel que soit le niveau hiérarchique proposé par l'annonce.

Comme en 2016, on clique le plus sur les offres d'emploi depuis un ordinateur, bien qu'une personne sur deux se rende sur jobup.ch et jobs.ch depuis un smartphone ou une tablette. Cette différence s'explique, entre autres, par l'utilisation relativement récente des dispositifs mobiles.

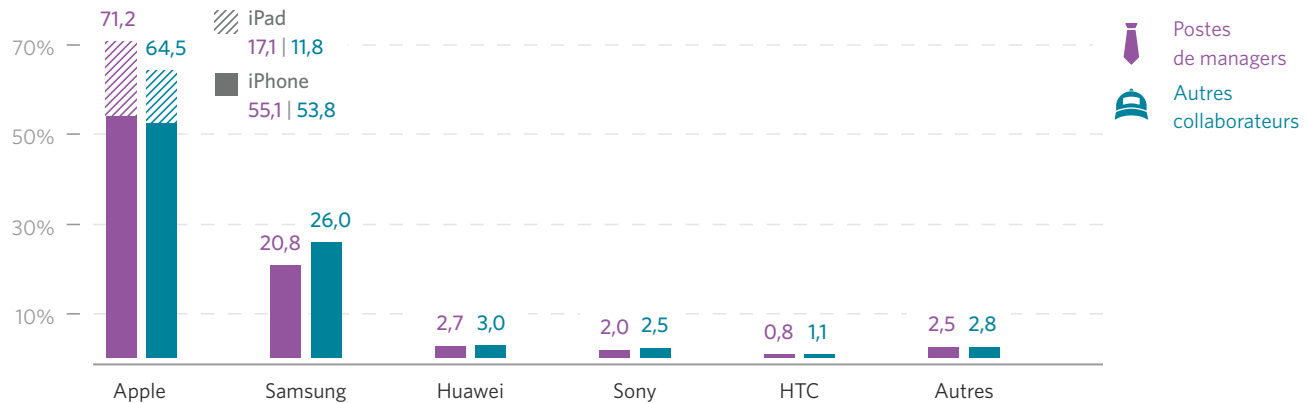


nb clics postes de dirigeants: 5'433'715 | nb postes avec responsabilité: 22'403'683 | nb autres collaborateurs: 15'185'009 | avril à juin 2017, Suisse allemande

Apple pour les managers, Samsung pour les autres

Les personnes qui cliquent sur les offres d'emploi depuis un dispositif mobile utilisent majoritairement Apple. Samsung a gagné du terrain par rapport à 2016, autant pour les postes de managers que ceux de collaborateurs.

Chez Apple, l'utilisation de l'iPad a diminué par rapport à l'année passée. Si Huawei s'étend peu à peu sur le marché, le Blackberry en a pratiquement disparu.



Différence marquée entre les régions linguistiques

Voici le classement des offres d'emploi qui enregistrent le plus de clics. Ce dernier montre une différence marquée entre les deux régions linguistiques. En **Suisse allemande**, l'administration publique occupe la tête du classement des 15 offres d'emploi préférées. En effet, six des annonces qui enregistrent le plus de clics proviennent de ce secteur. Mais l'intérêt ne se limite pas à ces annonces, il s'étend à tout le secteur (p. 6). Quant à l'industrie, qui constitue la plus grande part de marché, elle compte trois offres

d'emploi dans le top 15. En **Suisse romande**, ce sont les secteurs de la construction et de l'immobilier qui comptent le plus d'offres d'emploi dans le top 15. Pourtant, ces secteurs enregistrent un nombre de clics plutôt faible (p. 8). Toutefois, certaines annonces semblent attirer particulièrement l'attention, ce qui provient certainement de l'attractivité de l'employeur. L'industrie possède la plus grande part de marché en Suisse romande également (p. 6, 8), et compte quatre offres d'emploi dans le classement.

TOP 15 – Deutschschweiz



TOP 15 – Romandie



nb clics Suisse allemande: 41'390'350 | nb clics Suisse romande: 39'855'020 | avril à juin 2017, Suisse allemande/Suisse romande

**« Les différents secteurs ont-ils leur propre langage ?
Cette année, nous avons pu, pour la première fois,
évaluer le contenu textuel des offres d'emploi.
Les résultats de cette analyse sémantique des données
indiquent qu'il reste du potentiel d'amélioration dans
la formulation, la cohérence et l'aspect émotionnel des
offres d'emploi. »**

Les offres d'emploi qui mentionnent l'employeur sont les plus cliquées

Dans le classement des 15 offres d'emploi enregistrant le plus de clics, les employeurs sont presque systématiquement mentionnés, et ce autant en Suisse allemande qu'en Suisse romande. Pour les annonces ne mentionnant pas le nom de

l'employeur, il s'agit soit d'une offre publiée par une agence de recrutement qui ne cite pas le nom de l'entreprise, soit d'une offre d'emploi anonyme.

Suisse allemande



14 / 15

employeurs qui sont visibles

Suisse romande



14 / 15

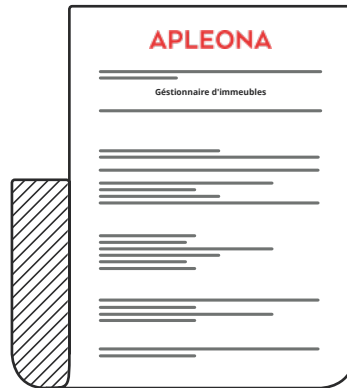
employeurs qui sont visibles

avril à juin 2017, Suisse allemande

« La majorité des annonces sont consultées aujourd'hui depuis un support mobile. Pour cette raison, il est important d'adapter la mise en page et la longueur afin de garantir une lisibilité optimale. Cela contribue également à optimiser son image de marque en tant qu'employeur. »

Une offre d'emploi comprend en moyenne 238 mots

Une offre d'emploi comprend en moyenne 238 mots ou 1552 lettres. Cette longueur convient parfaitement à l'affichage sur smartphone. Les annonces illustrées ci-dessous ou une page A4 de texte correspondent au texte moyen retrouvé dans une offre d'emploi.



238 mots

1552 lettres

avril à juin 2017, Suisse allemande

Méthodologie de l'étude

La présente étude se base sur des données récoltées par JobCloud SA. Le regroupement des données obtenues sur les deux plateformes n°1 en Suisse allemande et en Suisse romande, jobs.ch et jobup.ch, permet de couvrir une partie considérable du marché de l'emploi numérique en Suisse, que ce soit du point de vue de l'offre ou de la demande.

Cette étude fait office de précurseur en matière d'étude observationnelle en Suisse. En 2017, les évaluations quantitatives classiques ont été complétées par une analyse sémantique des données à travers les méthodes de traitement automatique du langage naturel. Ces méthodes permettent une évaluation automatique du contenu textuel, y compris de la connotation émotionnelle. Nous avons étudié non pas les opinions ou les intentions, mais bien les comportements réels lors de la recherche d'emploi et de la publication d'offres, et ainsi confronté l'offre à la

demande. Selon les principes du marketing RH, la demande est représentée par les personnes en recherche d'emploi, leurs recherches et leurs clics, et l'offre par les annonces d'offres d'emploi.

Les valeurs ont été relevées pendant la période d'observation, soit du mois d'avril au mois de juin 2017, ce qui représente une très grande quantité de données. Le but de cette étude n'est pas de tirer des conclusions sur des entreprises ou des personnes en particulier, c'est pourquoi les données des entreprises et des privés ont été anonymisées avant le traitement et l'analyse – pour autant qu'elles n'étaient pas anonymes dès le départ.

Les données d'observation ont été traitées, analysées et interprétées par l'équipe d'auteurs constituée des membres du Human Capital Management et Marketing, ainsi que de quelques experts de JobCloud SA.

Voici le détail des données considérées dans l'étude:

Offres d'emploi entre avril et juin 2017

n = Suisse allemande	115'559
Suisse romande	29'243

Nombre de clics sur les offres d'emploi entre avril et juin 2017

n = Suisse allemande	41'334'145
Suisse romande	39'855'020

Profils de recherche anonymisés entre avril et juin 2017

n = Suisse allemande	aucune donnée
Suisse romande	106'151

JobCloud AG

Carmenstrasse 28
8032 Zürich

+41 44 254 69 00
info@jobcloud.ch

JobCloud SA

Rue Eugène-Marziano 25
1227 Les Acacias

+41 22 707 14 00
client@jobcloud.ch



www.jobcloud.ch

Der direkte Weg zu passenden Mitarbeitenden
L'accès direct à vos futurs collaborateurs