

Monkey tie bouscule les codes du recrutement en ligne et devient 100% gratuit

Monkey tie annonce le passage à la gratuité de sa plateforme pour les recruteurs publiant leurs offres d'emploi, anticipant un effondrement du marché du recrutement en ligne

Paris, le 27 mars 2015

Monkey tie, premier site de recrutement prenant en compte la culture d'entreprise et la personnalité, annonce aujourd'hui le passage à la gratuité de sa plateforme pour les recruteurs publiant leurs offres d'emploi, anticipant un effondrement du marché du recrutement en ligne.

Jérémy Lamri, Président Directeur Général de Monkey tie, déclare : « Le marché du recrutement en ligne est en pleine mutation. Les entreprises sont de plus en plus réticentes à payer pour publier des offres d'emploi, qui sont devenues de simples commodités et se retrouvent désormais partout sur le web. Dès aujourd'hui, le prix d'une offre d'emploi sur Monkey tie passe de 299 € à 0 €. Il s'agit d'une décision stratégique majeure, mais d'une évolution naturelle et logique pour nous, liée à notre modèle économique déjà très diversifié et pérenne ».

Stéphane Dahan, Directeur du recrutement pour Alten, client de Monkey tie, déclare : « Alten recrutera plus de 2800 collaborateurs en 2015, et a développé une expertise très forte du recrutement. Payer pour rendre une offre d'emploi visible sur Internet n'a plus de sens. Depuis plusieurs années, nous multidiffusons systématiquement nos offres sur plus de 200 sites gratuitement. L'enjeu n'est plus là pour nous. En revanche, nous sommes très intéressés par les informations complémentaires que nous pouvons obtenir sur nos candidats, afin de mieux comprendre leurs attentes et leur potentiel ».

Une réponse logique à l'effondrement annoncé du marché du recrutement en ligne

Avec la multidiffusion accrue des offres d'emploi, une même offre est désormais présente sur au moins 10 sites de recrutement, dont Pôle Emploi, qui agrège progressivement les sites [dans le cadre du projet TMT, sur la transparence du marché du travail](#). Ainsi, les sites qui ne proposent pas de valeur ajoutée présentent de moins en moins d'intérêt pour les chercheurs d'emploi.

Grâce au recrutement affinitaire, qui démocratise la prise en compte de la personnalité dans le recrutement, Monkey tie s'est rapidement imposé comme une innovation majeure du recrutement en ligne français, comptant parmi les 20 sites qui diffusent leurs offres sur la plateforme de Pôle Emploi, aux côtés notamment de l'APEC, Keljob, Cadremploi.

Les recruteurs commencent à embrasser l'immense potentiel des nouvelles technologies pour optimiser leur métier. Fort de son expertise dans le recrutement affinitaire, Monkey tie a développé un ensemble de solutions d'identification et de pré-qualification des candidats, basées sur la personnalité et la culture d'entreprise. Ces solutions s'intègrent directement aux processus et outils existants, permettant d'améliorer la qualité des recrutements sans chambouler les habitudes.

Une innovation sociale axée sur l'expertise et le résultat

Monkey tie accompagne tous ses utilisateurs dans leurs démarches de recherche d'emploi, en leur proposant des outils reconnus de développement personnel et de coaching, en plus de sa technologie de mise en relation affinitaire. Investie d'une mission d'innovation sociale, l'entreprise se démarque ainsi très fortement des acteurs traditionnels du recrutement en ligne, proposant bien plus que de simples offres d'emploi.

Profitant d'une agilité et d'une créativité propres aux startups, la jeune entreprise compte bien remettre du bon sens sur son marché. Jérémy Lamri l'affirme : « Grâce au numérique et à l'approche affinitaire, nous pouvons rendre le recrutement en ligne plus humain et plus responsable. C'est pour cela que Monkey tie prend les devants sur ce marché encore trop conformiste ».

Contact presse

Anaïs GENIN
Responsable Communication - Monkey tie
06 30 85 19 24
a.genin@monkey-tie.com

A propos de Monkey tie

Monkey tie est le leader des solutions de recrutement affinitaire, et éditeur du site de recrutement en ligne www.monkey-tie.com. Lancée fin 2013, la plateforme a convaincu plus de 50 000 candidats, et plus de 550 entreprises, de Total à Michel & Augustin, en passant par Warner Bros, Coca Cola ou encore Atos. La startup, déjà présente dans 3 pays, a été fondée en 2013 par trois HEC, compte 15 collaborateurs et prépare sa troisième levée de fonds. Son innovation sociale a été primée fin 2014 lors des European Business Awards.

