



SKILLEO

START YOUR JOB QUEST

SKILLEO

Nos gamers ont du talent !

Avec Skilleo, la recherche d'emploi devient un jeu, mais pas vraiment un jeu d'enfant. Si la plateforme associe les RH et les jeux vidéo, ce n'est pas seulement pour "gamifier" le recrutement mais bien pour détecter les compétences des candidats de manière innovante.

Peux-tu te présenter et raconter ton parcours ?

Je suis Hugo Chabrouly, j'ai commencé mon parcours professionnel en tant que consultant en recrutement dans un grand cabinet. J'ai quitté cette aventure au bout de deux ans parce que je ne partageais plus la vision du recrutement qu'ils avaient, et je me suis lancé dans ma première aventure entrepreneuriale qui s'appelait Ecorp Gaming, une agence expérientielle RH. L'objectif est d'apporter une expérience au niveau RH à chaque cycle de vie d'un candidat : d'abord candidat, puis intégré à l'entreprise et collaborateur. On travaille aussi sur comment retenir les candidats, faire de la rétention, sur le bien-être au travail, sur les sujets d'enjeux corporate, et le tout en utilisant le jeu vidéo et l'Esport. Cela nous a amenés à organiser pendant 4 ans l'Esport Student Series, qui est aujourd'hui le plus grand tournoi Esport étudiant de France. C'est un tournoi de mise en relation entre étudiants et employeurs, c'est l'équivalent d'une Course Croisière EDHEC, qui est un événement assez connu dans le genre, sauf que le nôtre est basé sur l'esport. Voilà, ça, c'est Ecorp Gaming, ma première entreprise.

Et tu es passé de Ecorp Gaming à une nouvelle entreprise, Skilleo...

Tout à fait. En 5 ans chez Ecorp Gaming, on avait développé par mal de Business Unit sur les différents ponts et cycles de vie RH, et on s'est interrogés sur comment continuer la gamification de l'expérience candidat-collaborateur sur la partie "assessment", parce que attirer le candidat par le jeu vidéo c'est bien, mais si après on retombe dans des process très classiques, cela crée une désillusion pour le candidat, cela va créer de la frustration et le risque est de perdre le candidat. On a donc commencé à développer via Ecorp Gaming une solution d'identification de

compétences par le jeu vidéo en présentiel, en tant qu'agence expérientielle.

Et puis l'année 2020 est arrivée...

Je ne m'arrêterai pas sur les détails de l'événementiel en 2020... Globalement tous les budgets RH, tout ce qui est marque employeur ou marketing RH ont été stoppés, parce qu'on ne recrutait plus qu'à des niveaux décisionnaires et des postes urgents. Tout ce qui était postes non-essentiels a été gelé ou repoussé. On s'est donc retrouvés comme ça : bloqués mais pas forcément obligés d'attendre et de perdre du temps ! On avait un sujet de digitalisation de cette plateforme pour toucher un plus grand nombre de personnes, qui permettrait d'adresser toute la France, toutes les entreprises, tous les candidats où qu'ils soient. On a donc lancé une nouvelle aventure, parce que c'était complètement différent : une plateforme SAS avec des besoins technologiques beaucoup plus compliqués, passer de l'événementiel à des notions de Cloud, d'intelligence artificielle...

On a poursuivi avec une partie des associés qui étaient chez Ecorp Gaming et puis un nouvel associé, Pierre-Henri qui est CTO et qui gère la partie technique, et on a lancé Skilleo en juin 2020. Ça a été lancé assez rapidement en prenant appui sur l'existant. Aujourd'hui, cette plateforme est en partie fonctionnelle, notamment toute la 1ère partie qui concerne l'assessment, l'évaluation d'un candidat à travers un jeu vidéo. On va observer le candidat et son comportement dans le jeu, les soft skills qu'il mobilise, est-ce qu'il est force de proposition, à l'écoute de ses camarades, est-ce qu'il a de l'empathie, est-ce qu'il est persévérant, il y a plein de choses à observer. Et on a eu très vite des early adopters, des contrats avec des collectivités et avec des grands groupes de recrutement, donc l'aventure commence gentiment. On est plutôt contents.

Est-ce une manière d'impliquer également les recruteurs dans une nouvelle vision des RH ?

Oui, effectivement, la promesse faite au recruteur est double. D'abord, elle est d'offrir un nouveau canal d'acquisition. Avec cet outil-là évidemment, l'objectif est d'aller cibler des gamers, plus spécifiquement pour l'instant des profils techniques, car ce sont des profils très pénuriques et sur lesquels avoir un levier de différenciation est hyper important. On commence par cette base-là. C'est la promesse : avoir accès à un nouveau canal d'acquisition, à cet écosystème du jeu vidéo et du gaming. Ce qu'il faut savoir, c'est qu'aujourd'hui, le gaming, c'est quasiment un Français sur deux, c'est à dire quasiment 36 millions de pratiquants réguliers, avec une moyenne d'âge autour de 40 ans. On n'est pas sur le stéréotype de l'adolescent de 15 ans. Il y a une grosse proportion de la nouvelle génération qui est gamer (97% des 18-24 ans sont gamers aujourd'hui), mais on a aussi 50% de gamers qui appartiennent à la génération X. Moi je suis de la génération Y, je suis entre les deux et on doit être autour 70% de cette génération à être gamers. On a une pratique générationnelle du jeu vidéo. Ce qui veut dire que notre outil est déjà efficace aujourd'hui, mais qu'il le sera encore plus demain.

On peut également proposer aux RH de monter des campagnes de recrutement dans l'écosystème gaming, auprès des influenceurs, auprès des médias de cet écosystème ou des équipes de esport, au même titre que de la sponsorship dans le sport. Cela permet de se faire connaître, de mettre en avant sa marque employeur pour recruter des talents sur Twitch par exemple, qui est une plateforme de streaming avec une audience folle.

La deuxième chose, c'est la sincérité des candidats. Dans le parcours qu'un recruteur va proposer, il y aura une partie de jeu vidéo pour les évaluer, mais de manière furtive. Le candidat fait sa partie sans la présence d'un observateur en direct et il ne sait pas sur quoi il est analysé, et ce qui est intéressant c'est que c'est très difficile à biaiser pour le candidat. Ça permet vraiment une spontanéité sur le comportement. Et pour aller encore plus loin à terme, on aimerait proposer que le recruteur puisse faire une partie de jeu vidéo avec le candidat retenu. Ce serait une étape supplémentaire qui serait hyper riche pour briser la glace : en quelques secondes, tu fais une partie, tu vois tout de suite si le feeling va passer avec les équipes. Mais ça, c'est une étape pour la suite.

Vous travaillez avec le CeRCA à Poitiers (Centre de Recherche sur la Cognition et l'Apprentissage), pourquoi travailler avec un laboratoire de recherche ?

Si demain tu deviens directrice des ressources humaines, que tu n'es pas du tout gameuse ou très peu, et que je te dis que je vais évaluer les compétences de tes futurs talents et recrues qui vont gérer ton entre-

prise à travers des jeux vidéo, est-ce que tu me crois ? C'est vraiment une notion de crédibilité. Nous, on a des preuves que la pratique du jeu vidéo permet de gagner en réflexion et en mémorisation, donc ça nous paraît évident que notre principe fonctionne, mais encore un fois il fallait le prouver. On est en train de monter un produit qui peut apporter une vraie plus-value à des recruteurs, mais pour les convaincre, ça ne suffit pas de leur dire "le jeu vidéo c'est cool !". On a eu besoin d'appuyer nos dires avec des experts en sciences cognitives, et c'est la spécialité du CeRCA. Aujourd'hui, le CeRCA s'occupe de valider les grilles : par exemple, on a commencé

“Notre outil est déjà efficace aujourd'hui, mais il le sera encore plus demain.”

une grille sur le jeu Trackmania. Nous, on a identifié des soft skills qu'on pourrait évaluer sur ce jeu, avec nos biais classiques de gamers et d'un point de vue recruteur, mais nous ne sommes pas des experts. Le CeRCA va compléter ce que nous avons identifié. Après la phase d'hypothèses que nous apportons et qu'ils complètent, il y a la phase de validation, pendant laquelle ils vont prendre un panel de 100 testeurs, et vont faire



de l'A/B Testing : si on veut tester la capacité de prise de recul sur Trackmania, ils vont d'un côté effectuer un test de prise de recul traditionnel, scientifique, qui a déjà été prouvé et validé, et ensuite ils vont prendre ce même panel, le faire jouer à Trackmania et évaluer cette même soft skills au travers du jeu. Et si ça matche et que les résultats se recoupent, ça veut dire qu'on peut effectivement identifier cette soft skill via ce jeu.

Vous êtes accompagnés dans d'autres incubateurs pour le projet Skilleo, quel est l'intérêt d'être suivi par plusieurs structures ?

C'est vrai qu'on aime beaucoup les incubateurs chez Skilleo ! En fait, nous sommes dans trois incubateurs différents. Nos locaux sont à Station F pour l'instant, nous y sommes pour l'esprit networking. C'est le plus grand incubateur d'Europe, c'est tellement gros que tu as tous les services aux entreprises qui sont présents : il y a un bureau de la Poste, la French Tech, Bpifrance... Tous les VC (Fonds de Venture Capital) sont également sur place, donc pour l'accélération de business, c'est hyper intéressant. Le deuxième incubateur, c'est celui de Paris & Co, l'incubateur de la ville de Paris, qui es

thématique. Il y a une quinzaine de plateformes spécialisées, aussi bien pour la FoodTech que la FinTech, et aussi pour les RH. Cela nous permet d'être focus sur des enjeux très spécifiques, on a accès à des DRH de grands groupes, on a rencontré des boîtes comme Adecco, comme Pôle Emploi, AG2R la Mondiale, la ville de Paris, et ça nous a permis d'avoir nos premiers "early adopters" qui ont testé la solution. Et tester avec Adecco, qui reste le leader de l'emploi en France, c'est une chose qu'on n'aurait pas pu avoir avec notre petite valise de VRP, en allant toquer à leur porte. C'est vraiment bénéfique pour ça. Et si nous sommes également dans un troisième incubateur, qui est la Technopole Grand Poitiers, c'est parce que ça nous donne accès au territoire de Grand Poitiers qui est une terre d'esports. Cela nous apporte un vrai soutien et un vrai appui sur la notion d'esports. Il y a la Gamers Assembly pendant laquelle on a accès à des milliers de joueurs pour faire tester notre outil, on peut en faire la promotion auprès d'utilisateurs. On a le soutien des pouvoirs publics, parce qu'évidemment, les politiques du territoire croient vraiment à l'esport, ce qui n'est pas forcément le cas à Paris. Et puis le CerCA est à Poitiers. C'est Sandrine qui a fait la mise en relation avec le CerCA, comme avec

Grand Poitiers et Nouvelle Aquitaine Amorçage.. On avait besoin de ces 3 dimensions pour que le business soit stabilisé. Je connaissais déjà le monde des esports mais cela a permis d'accélérer, d'avoir accès au réseau et aux Poitiers Esports Meetings, beaucoup de choses ont été mises en place, et il faut continuer.

Justement, quelles sont les prochaines étapes pour Skilleo ?

On avance maintenant sur la deuxième phase, qui est la partie "offres d'emplois". L'objectif est d'attirer des candidats sur la plateforme pour ensuite faire de l'assessment, et pas seulement être une solution d'assessment gamifiée. On est en train de lever toute une plateforme d'emplois, un vrai jobs board. D'un côté, les employeurs vont pouvoir publier des offres d'emploi et d'un autre côté des candidats vont pouvoir y répondre. Mais on voulait aller plus loin que des plateformes classiques comme Monster ou Indeed en proposant au moins une expérience immersive et gamifiante. C'est-à-dire que les candidats vont vivre une expérience, ils vont avoir un personnage, un avatar, ils vont avoir des quêtes, on va très loin car l'objectif est que la plateforme reste "active" pour le candidat. On ne veut pas se retrouver dans le schéma classique des jobs boards, vendre 1 million de data de candidats référents alors qu'au final, il n'y

HARD SKILLS ET SOFT SKILLS - par Hugo Chabrouty

Les hard skills sont des compétences « dures », des compétences techniques, la maîtrise d'un logiciel ou d'un outil, des choses tangibles. Savoir utiliser Excel, Powerpoint ou Photoshop, c'est maîtriser une hard skill. Ce sont des choses que tu apprends, qui ne sont pas innées, que tu vas développer et que tu dois maintenir dans l'apprentissage.

La soft skill, c'est quelque chose qui n'est pas forcément inné mais qui est lié à ton apprentissage, à ton niveau de sociabilisation, à ton niveau d'éducation... Par exemple, tu vas avoir plus ou moins d'appétence à avoir un esprit de leadership si tu as été dans ta jeunesse capitaine d'une équipe de foot. Tu auras forcément des notions de management qui sont « innées », ça te parle. Alors que si tu as toujours été joueur en solo, tu auras moins cette compétence. C'est pareil pour d'autres choses, pour des notions de créativité, un esprit de réflexion : ce sont des compétences que tu as développées quasiment implicitement, de manière pas forcément consciente, et dans le jeu vidéo, il y en a plein que tu développes. Ce sont des compétences que tu as acquises à un moment et qui deviennent naturelles.

La grosse force par rapport à des hard skills, c'est que ce sont des compétences transposables. La maîtrise de Excel est une chose qui sert dans des postes précis, pour un comptable ou un cadre par exemple. Mais ça ne va pas servir si tu es maçon. Alors que l'esprit d'équipe, tu vas la retrouver dans plein de jobs. Ce sont des compétences utiles à l'esprit d'entreprise, qui ne sont pas liées à un job particulier. Une soft skill comme l'empathie ou la prise de recul va être utile aussi bien pour un créatif que pour un chef de projet. C'est hyper important parce que ce sont des compétences réutilisables en fonction des métiers et des changements de poste, et on arrive à une tendance où la plupart des métiers de demain ne sont pas encore créés et où on va avoir un turn-over sur les postes qui va être de plus en plus rapide.

On voit déjà qu'aujourd'hui, il y a des gens qui changent complètement de métier sur un coup de tête, parce qu'aujourd'hui, la passion pour un travail passe avant l'entreprise ou même la stabilité financière. On veut "kifer", et on va être amenés à changer de poste. En parallèle, les entreprises vont gagner en souplesse et elles vont rechercher les profils les plus souples possibles, donc les soft skills sont de plus en plus recherchées et valorisées par les entreprises. C'est peut-être moins le cas dans un grand groupe hyper cloisonné et très hiérarchisé, mais même là ce sont des choses qui évoluent.

a que 10% des candidats qui sont actifs, parce que les autres sont maintenant en poste ou qu'ils ont quitté la plateforme.

Du côté road map, on pense sortir le MVP (Most Valuable Product) fin 2021, ce qui nous permettra de faire un premier test utilisateur d'envergure. On ouvrira à 300-400 personnes, des testeurs, pour avoir des retours et vérifier que tout fonctionne et que ça plait. On fera ensuite une review qui nous permettra de faire un lancement sur la fin du 1er trimestre, voire 2e trimestre 2022. Ça coïncidera avec la Gamers Assembly, c'est pour ça que c'est vraiment important d'être à Poitiers. Quand tu lances ton produit et que tu as une émulsion de la scène esports sur un événement comme la Gamers Assembly, c'est un double intérêt. Être sur le territoire de Poitiers, incubés par la Technopole, soutenus par les politiques et présents à la Gamers, c'est autant d'éléments de réassurance pour nos utilisateurs.

Peux-tu expliquer le nom Skilleo ?

On a eu beaucoup de mal à le trouver, C'était compliqué parce dès que tu fais de l'assessment et de la RH, le mot « skill » est pris, forcément. Mais on voulait trouver quelque chose dans ce thème parce que c'est au cœur de ce qu'on fait. Et il fallait que ça sonne bien, il fallait une poésie dans le mot et que ce soit impactant. Le nom, c'est vraiment hyper dur à trouver. Et finalement, Skilleo est simplement la contraction de « soft skills » et de « jeux vidéo ». Ça marche bien, c'est court, percutant, ça permet de comprendre rapidement où on va.

Parle-nous de tes deux associés...

Pierre-Henri est le CTO, l'expert technique, il s'occupe du développement de la plateforme ainsi que de l'encadrement de l'équipe technique. C'est là que je précise peut-être que Pierre-Henri est mon frère, ça peut avoir du sens... Il a fait une école d'ingénieurs à Toulouse et ensuite il est allé travailler chez Disney sur des notions de Data et d'analyse. Et il a rejoint ensuite Air France où il a continué dans ces notions de données et d'intelligence artificielle. Ça faisait 2-3 ans qu'il suivait ce qu'on faisait avec Ecorp Gaming. Il était intéressé par le côté entrepreneurial, il avait fait des concours d'intrapreneuriat sur des projets d'innovation. Il avait déjà une appétence pour cet univers-là. Avec Skilleo, on avait besoin d'un tech et il a sauté le pas. C'était plus simple de prendre quelqu'un en qui on pouvait avoir pleine confiance.

Stéphanie, la troisième associée, est quelqu'un avec qui je travaille depuis plus de plus de 10 ans, elle était étudiante avec moi en école de commerce. On a monté Ecorp Gaming ensemble, et on continue ensemble avec Skilleo. Elle est aujourd'hui directrice opérationnelle. Elle était déjà directrice des opérations chez Ecorp Gaming, elle montait les événements, depuis les ateliers de 10

personnes jusqu'aux événements de 3000 personnes. Elle a une totale maîtrise des process, elle est très rigoureuse et elle apporte de la structure sur ce côté-là. Chez Skilleo, elle encadre les équipes d'analystes pour évaluer les parties de jeux vidéo, et elle gère les process en interne.

Que peut-on vous souhaiter pour la suite ?

Un lancement réussi, ce serait pas mal... Notre enjeu aujourd'hui, c'est le développement de la plateforme, mais pour cela, c'est surtout de

temps dont on a besoin. Ce n'est pas le plus gros enjeu. Le plus gros enjeu, c'est le lancement : est-ce qu'on aura l'adhésion des gamers, c'est la grande inconnue. On a un business de plateforme, donc évidemment, on a besoin du côté A et du Côté B. Uber sans chauffeurs, ça ne marche pas, et sans clients ça ne marche pas non plus. Ici c'est la même chose, si on a que des offres et pas de candidats, ou que des candidats mais pas d'offres, ça ne fonctionne pas. On a moins peur de ne pas avoir d'offres, car le modèle repose sur des offres gratuites, et que l'outil est quand même sacrément innovant, que c'est une communauté énorme, et que l'expérience candidat est totalement rénovée. Le côté innovant et disruptif du modèle fait que la curiosité va l'emporter pour les RH. Ils vont au moins tester l'outil. En revanche, concernant les gamers, est-ce qu'ils vont accepter de passer une partie de jeux vidéo pour être recrutés ? Est-ce qu'ils vont trouver ça cool ou plutôt se dire que le jeu vidéo est une passion et que l'emploi doit rester quelque chose de sérieux ? C'est une vraie inconnue. Pour l'instant, sur les tests utilisateurs qu'on a déjà fait et d'après les retours que l'on a, ils paraissent séduits et trouvent le concept hyper cool. Mais est-ce que ce sera la même chose sur un énorme volume, c'est une autre question. Les gamers, c'est une communauté très engagée et hyper réactive, donc pour ne pas rater notre lancement, il faut avoir le bon message.

START YOUR JOB QUEST