Fiche méthode « travailler son annonce »

En quelques phrases, explicitez :

- ➔ Votre cœur d'activité
- ➔ La spécificité de votre entreprise, en lien avec le poste et les attraits que pourraient avoir le candidat
- ➔ Son histoire et votre positionnement sur le marché
- ➔ Son envergure

Si vous recrutez des personnes en back office :

X ➔Attention de ne pas noyer sous des termes trop techniques votre activité

☑ ➔Ce qui va parler au candidat sera davantage la structuration du service, l'envergure de l'entreprise… **adaptez le discours**

VOTRE ACTIVITÉ

En fonction du poste recherché, demandez-vous ce qui va attirer le candidat visé et décrivez votre activité

X ➔Ne faites pas un copier-coller de votre site internet

X ➔N'entrez pas dans la technicité ni dans une approche commerciale : un candidat ne sera pas forcément attiré par la technicité du produit au même titre que le client



VOTRE POSITIONNEMENT

X ➔**Évitez les phrases trop généralistes** et vagues : ex «leader sur le marché». Sur quel marché ? Sur quelle zone ? qu'est-ce que cela apporte de le savoir ?

☑ ➔**Privilégiez davantage le fait d'être précurseur** sur un produit, sur un outil. Cela laisse entrevoir la maturité de l'entreprise ou son empreinte sur l'environnement, voire si son organisation influe positivement les conditions de travail (ce que va essayer de percevoir un candidat dans l'annonce).

☑ ➔**Indiquer l'envergure de l'entreprise** Certains candidats vont rechercher une entreprise à taille humaine, d'autres une entreprise plus conséquente et segmentée. Par exemple, une RH pourra faire de la paie, de la gestion RH, parfois de la comptabilité dans une petite structure.

X ➔**Éviter le déclaratif sans exemple**
Démontrez ! À titre de comparaison, c'est comme demander à un candidat s'il est motivé, sans explication de ce qui le motive.

Ex. : « Nous rejoindre, c'est contribuer à des enjeux sociétaux en intégrant une équipe portée par des valeurs fortes » : quels enjeux ? Quelles valeurs ?

Ce type de phrase non étayée peut faire peur à un candidat, voire inspirer du «bullshit», mieux vaut exprimer de manière simple :

☑ ➔« Nos enjeux sont de participer activement au développement de solutions permettant de limiter l'impact environnemental ou sociétal, tels que… à travers des valeurs dans lesquelles nos équipes se retrouvent : Eco responsabilité, rigueur, bienveillance… Pour l'illustrer, nous mettons en place…

D'autres écueils à éviter :

X ➔« Nos solutions innovantes »… en quoi sont-elles innovantes ? Explicitez.

X ➔« Forts de nos succès commerciaux » : lesquels ? En quoi sont-ils des succès, par rapport à la concurrence ? Au chiffre d'affaire ? Au service procuré ? À la notoriété du produit et son rayonnement… ?

Fiche méthode « travailler son annonce »

LE TITRE

Restez concret et précis. Il est donc un outil de matching pour que l'on trouve votre annonce plus rapidement et il doit donc être suffisamment efficace pour être trouvé / repéré par tes candidats.

❌ ➔ Évitez les titres originaux qui ne définissent rien : «le superman du recrutement», « le héros de ...» : les candidats ne sont pas dupes et cela ne ressortira dans aucune de leur recherche.

Pour les postes au titre très courant et très utilisé (ex : technico-commercial). Attention, ici, un titre trop vague va générer une multitude de candidatures, rallonger le process, créer une gestion des réponses des candidats très longue.

☑ ➔ Pour un ciblage plus efficace, **privilégiez une spécialité dans le titre ou ce qui ne pourrait pas être transférable d'un commercial à l'autre.**

LA DESCRIPTION DU POSTE, LA PHRASE D'ACCROCHE

Une phrase clé souvent négligée.

Positionnement dans l'entreprise : soignez cette première phrase qui situe dans une équipe, donne le ton du rapport hiérarchique et de ce que l'on peut attendre du candidat.

❌ ➔ « Sous la direction du directeur... vous devrez prendre en charge»

À la lecture de l'exemple ci-dessus, la redondance direction / directeur donne le ton du rapport hiérarchique descendant et peut laisser entrevoir peu d'autonomie, voire du contrôle.

« devrez prendre en charge » évoque davantage des obligations de faire que le besoin de l'entreprise d'avoir des compétences.

Le choix des mots dans cette phrase d'accroche va permettre de voir l'intention de l'entreprise, l'importance et la dimension du poste, le degré d'autonomie sur la fonction et parfois l'organisation du service.

☑ ➔ « En collaboration avec... supervisé par notre directeur de... qui vous appuiera dans les démarches de développement... vous aurez une mission clé de... déterminante dans le cadre de nos ambitions commerciales »

Cette phrase d'accroche est valorisante, montre une organisation du travail claire, avec un des équipes et une hiérarchie présente en appui.

LE CONTEXTE ET LE RÔLE DE LA FUTURE RECRUE

❌ ➔ «Vous aurez pour missions de : » Entrée en matière assez froide et peu attrayante

☑ ➔ **Explicitez la raison du recrutement, contextualisez** :

Ex. :

- ➔ Actuellement en plein développement d'un nouveau produit
- ➔ Notre service se développe
- ➔ Fort de besoins croissants de notre clientèle

Vous pouvez également rassurer sur le départ d'un salarié à remplacer après plusieurs années d'exercice dans l'entreprise. Parfois citer son prénom peut personnaliser la relation professionnelle, aider le candidat à prendre contact avec ou sentir qu'il était reconnu dans cette entreprise et que son départ n'est pas conflictuel.

☑ ➔ **Choisir des verbes d'action**

Ex. : « Vous serez amené à gérer, développer, structurer... » L'objectif est d'insuffler une impression de liberté d'action, de ne pas être considéré comme « exécutant » mais plutôt acteur du poste.

LES MISSIONS

❌ ➔ Éviter la liste de course avec un verbe d'action «péremptoire» : vous ferez, vous chargerez, vous opérerez...

☑ ➔ Valorisez les missions, démontrez que le rôle de la recrue sera important sans effrayer, et qu'au-delà d'opérer, il sera également acteur

Ex. :

- ➔ Vos capacités de ... vous permettront de mettre en place des solutions quant à nos objectifs de...
- ➔ Vos missions clés se déclineront par
- ➔ Vous pourrez être sollicité sur
- ➔ Force de propositions, votre regard sur les activités de... seront particulièrement appréciées, cela se traduira par...
- ➔ Nos process requièrent...
- ➔ Vous contribuerez à...

☑ ➔ **Soigner le descriptif** de ce que VOUS apporterez au candidat : vous exercerez dans un contexte..., nos conditions de travail permettent de bénéficier de... (matériel, cadre, moyens, soutien, etc)

☑ ➔ Si déplacement, **préciser la fréquence possible, leur organisation**

❌ ➔ Éviter les surprises, les missions induites non exprimées, cela permettra d'éviter les départs dans les 3 premiers mois

Fiche méthode « travailler son annonce »

EXPÉRIENCE ET COMPÉTENCES

❌ ➔Éviter les attentes trop fermées : de 5 à 10 ans d'expérience... BAC + 3 à BAC + 5

☑ ➔**Privilégiez l'expression de la compétence** qui, parfois, a pu être acquise en moins d'années ou le diplôme précis si le besoin est impératif pour exercer

☑ ➔**Les compétences techniques** indispensables doivent être exprimées pour affiner la recherche

Ex :

- ➔ Anglais courant indispensable (Niveau TOEIC au besoin, mais pas de lu, écrit, parlé)
- ➔ Maîtrise d'Excel et plus particulièrement des tableaux croisés dynamiques,
- ➔ Connaissance impérative de la soudure aluminium
- ➔ CACES

☑ ➔Si vous avez une flexibilité sur le niveau de compétences, l'exprimer et préciser les formations, possibilités internes qui seront proposées pour les développer.

☑ ➔Ce paragraphe doit être équilibré, si vous avez 5 exigences majeures et rares sur le marché, votre process peut être long, pensez aux solutions flexibles ou compétences transférables

❌ ➔Évitez le «Motivé, rigoureux et ponctuel » : trop scolaire, peu original et peu explicite.
La motivation sera souvent corrélée à l'épanouissement dans le poste et l'entreprise.

☑ ➔Interrogez-vous sur les capacités associées au poste :

- ➔ Poste manuel : précision, sens de l'analyse, dextérité, créativité...
- ➔ Commercial : sens de la communication, capacité à convaincre, qualité d'écoute et de définition du besoin, capacité à fédérer, esprit collaboratif...

VOS AVANTAGES ET CONDITIONS DE TRAVAIL

☑ ➔**Type de contrat**

☑ ➔**Statut**

☑ ➔**Date de prise de poste** ou délai possible (un préavis est-il gérable ?)

☑ ➔**Le salaire** : afficher absolument une fourchette salariale : - 50 % de candidature pour celles qui ne l'affiche pas et une sensation d'opacité

☑ ➔**Primes et partage** de la valeur : pour certains postes, la mention fera la différence avec la concurrence au-delà de l'intérêt pour l'entreprise

☑ ➔**Les avantages en nature**, non négligeables : chèques CESU, titres restaurant, chèques cadeaux, vacances, voiture... beaucoup connaissent les conditions de non-imposition pour les entreprises

☑ ➔**Horaires** mensuels et organisation

- ➔ Spécifiez si certains postes proposent une coupure pour déjeuner d'une heure
- ➔ Indiquer l'heure de départ peut être également être un avantage
- ➔ Si horaires forfaitaires : attention aux injonctions comme : « vous commencerez à 8h ». Le forfait permet d'adapter ses horaires en fonction de son activité

☑ ➔**Télétravail**

❌ ➔Évitez le « possible »

☑ ➔Montrez qu'il est réfléchi et fait partie d'une politique d'entreprise, qu'il n'est pas applicable au mérite. Préférez spécifier « 2 jours maximum » par exemple

☑ ➔Véhiculez **vos valeurs** à travers d'autres spécificités : journée cohésion, groupe de travail, séminaires, possibilités de formation et plan de développement des compétences : un atout pour sécuriser les parcours professionnels



Fiche méthode « travailler son annonce »

LES INJONCTIONS POSITIVES

Bien souvent maladroites, ces phrases peuvent démotiver. Si la personne est intéressée, elle postulera. Son degré de motivation sera inhérent à la rencontre, à l'entretien, à la promesse employeur... L'entreprise sera également moteur de cette motivation ou non.

À éviter

- ✗ ➔Donnez du sens à votre carrière ! Sa carrière a potentiellement déjà un sens. Il est difficile de se positionner comme l'entreprise qui lui en donnera, cela peut même sembler présomptueux
- ✗ ➔Si vous êtes motivé, rejoignez-nous ! Nous cherchons des savoir-faire et savoir-être qui s'exprimeront dans un environnement de travail et en fonction de l'environnement de travail
- ✗ ➔Vous avez la tête bien faite... Les jugements de valeur sur l'intelligence, la capacité de la personne sont à éviter, surtout exprimés de cette façon. Cela laisse entrevoir des préjugés ou une forme de pouvoir de déterminer ce qui représente ou non une forme d'intelligence

POUR ALLER PLUS LOIN

- ☑ ➔Témoignages collaborateur
- ☑ ➔Liens vers le site internet ou les réseaux tels que LinkedIn, avis salariés / great place to work... et autres publications
- ☑ ➔Explicitez en quelques mots le process de recrutement en s'engageant sur des délais et un nombre d'entretiens
- ☑ ➔Indiquez les interlocuteurs
- ☑ ➔Invitez à la découverte du territoire, à l'environnement de travail (visites virtuelles, photos)
- ☑ ➔Véhiculez vos valeurs à travers d'autres spécificités : journée cohésion, groupe de travail, séminaires, possibilités de formation et plan de développement des compétences : un atout pour sécuriser les parcours professionnels

