



**FICHE**

# PRATIQUES RH

**DES MÉTIERS DU PRENDRE  
SOIN**

## LE RECRUTEMENT & LA MARQUE EMPLOYEUR

Maison Métropolitaine d'Insertion pour l'emploi



# LE RECRUTEMENT

Agence WAT

*Aider les entreprises à présenter des offres d'emploi en adéquation avec les attentes candidats sur le marché au regard des études réalisées et des retours d'expériences candidats/jobboards pour mieux transformer le premier contact avec le potentiel candidat. Au-delà de l'offre d'emploi, rappel de l'intérêt de la marque employeur pour convertir le candidat intéressé en candidat postulant : chiffres, exemples...*

Les candidats recherchent des offres d'emploi qui soient :

- **Clares et concises** : comprendre rapidement l'objectif de l'offre, les missions et les responsabilités associées, les compétences et les qualifications requises.
- **Intéressantes et motivantes** : avoir l'impression que l'offre leur correspond et qu'elle leur permettra de développer leurs compétences et leur carrière.
- **Professionnelles et engageantes** : avoir l'impression que l'entreprise est sérieuse et qu'elle est investie dans le recrutement.

## DES CANDIDATS EN POSITION DE FORCE EN 2022

### ... DE PLUS EN PLUS EXIGEANTS

- Sur le salaire
- Sur le bien-être au travail
- Sur l'équilibre vie pro / perso
- Sur le sens de leur travail

### ... DE PLUS EN PLUS PRESSÉS

84 % d'entre eux estiment qu'un recrutement durant plus d'un mois est trop long.

### ... DE PLUS EN PLUS VOLATILES

Phénomène de **ghosting, démissions, changement de vie / reconversions...**

### ... ET ACTEURS DE LEUR AVENIR

**Les ruptures de contrat à l'initiative du salarié sont en forte hausse.**

Les fins de CDI consécutives à une démission étaient en juillet 2022 de 19,4% au-dessus du niveau de juillet 2019.

## Comment transformer le premier contact avec le potentiel candidat ?

**Faire attention au titre et au résumé de l'offre.**

**Décrire de manière détaillée les missions et les responsabilités.**

**Lister les compétences et les qualifications requises de manière objective**, les candidats doivent savoir si leur profil correspond au poste.

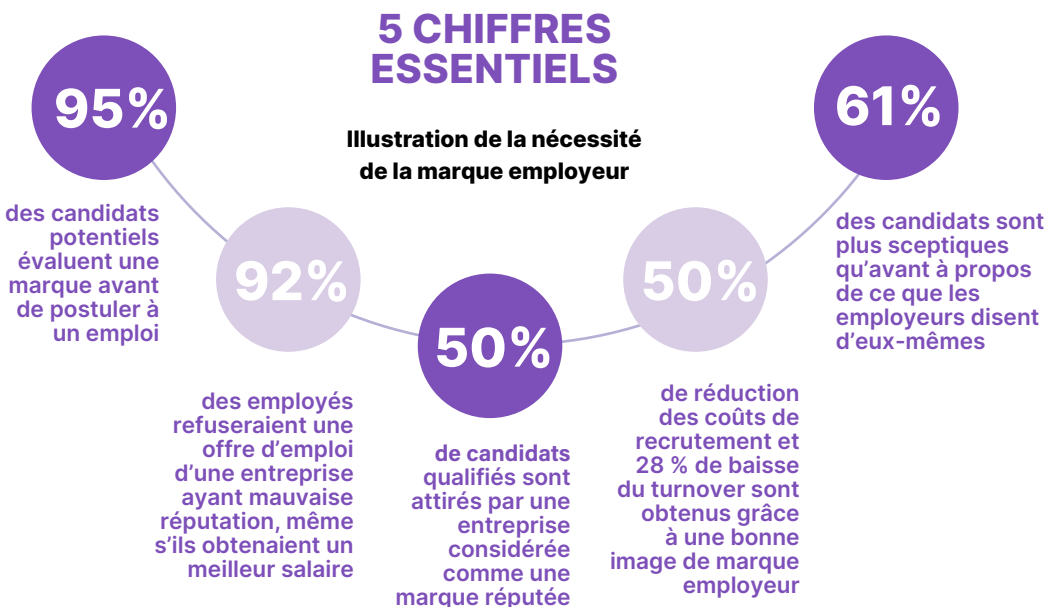
**Utiliser un langage professionnel et engageant** : l'offre d'emploi doit donner une bonne image de l'entreprise.

### LA MARQUE EMPLOYEUR

C'est un élément important pour convertir le candidat intéressé en candidat postulant. Cela permet à l'entreprise de se démarquer de ses concurrents et de susciter l'intérêt des candidats.

Pour construire une marque employeur forte, il faut :

- Communiquer de manière transparente et régulière sur sa culture d'entreprise, ses valeurs et ses engagements
- Offrir des conditions de travail attractives
- Développer des programmes de formation et de développement des compétences
- Mettre en avant les réussites de ses collaborateurs



# LA MARQUE EMPLOYEUR IDÉALE

C'est une promesse qui est la somme des atouts « Employeur ».

Ils peuvent être liés à l'entreprise, à la politique RH, au métier exercé...

**Identité voulue**  
La vision des dirigeants & managers

**Identité vécue**  
La réalité de l'entreprises exprimée par les collaborateurs



**Identité perçue**  
Les atouts, risques, dans l'image perçue et attentes exprimées par les candidats

**Identité comparée**  
Les territoires d'expression de la concurrence

## LE MARKETING DE L'OFFRE

C'est un processus qui consiste à attirer et à convertir les candidats potentiels en postulants qualifiés. Il utilise des techniques de marketing pour cibler les candidats potentiels, les informer de l'offre d'emploi et les convaincre de postuler.

Le marketing de l'offre d'emploi permet d'attirer les meilleurs talents. Il peut aider à :

- Augmenter le nombre de candidats potentiels
- Améliorer la qualité des candidats
- Réduire le temps de recrutement

## QUELQUES CONSEILS POUR RÉUSSIR LE MARKETING DE L'OFFRE D'EMPLOI :

**Utilisez un langage clair et concis.**



**Mettez en évidence les avantages de l'emploi.**



**Faites preuve d'authenticité et de transparence.**



**Suivez les tendances du marketing de recrutement.**



## LES CANDIDATS : DES CLIENTS COMME LES AUTRES

Ils sont à la recherche d'un produit ou d'un service, dans ce cas-ci, un emploi. Ils ont donc des attentes et des besoins qu'il est important de prendre en compte.

Un candidat qui se sent bien traité par un employeur est plus susceptible de postuler et de rester fidèle à cette structure si elle l'embauche. De plus, un candidat qui a une bonne expérience de recrutement est plus susceptible de recommander la structure à son entourage.



### DES CANDIDATS EXIGEANTS

1 candidat sur 2

affirme que les recruteurs savent écouter leurs postulants et adapter les processus de recrutement en fonction de leurs attentes



80% pensent que l'expérience de candidature est un bon indicateur de la manière dont une entreprise traite ses salariés.

79 %

déclarent qu'une mauvaise expérience de candidature génère une réaction négative



### DES CANDIDATS MÉFIENTS (DÉFIANTS?)

8 candidats sur 10

ont déjà été confrontés à au moins une mauvaise expérience lors d'un processus de recrutement.  
C'est 88% chez les 25-34 ans.



Ce que les candidats considèrent comme de mauvaises expériences

- 64 % n'ont reçu aucune réponse des recruteurs
- 48 % ont reçu des réponses automatiques impersonnelles
- 45 % n'ont eu aucun accusé de réception de leur candidature
- 44 % n'ont eu aucun retour suite à leur entretien



## COMMENT TRAITER LES CANDIDATS COMME DES CLIENTS ?

- Être professionnel et respectueux.
- Être attentif aux besoins des candidats.
- Mettre à disposition un site web ou une application dédiée au recrutement.
- Offrir une réponse rapide aux candidatures.
- Organiser des entretiens structurés et professionnels.
- Offrir un feedback aux candidats.



# LES FICHES PRATIQUES

Issues des **Clubs RH Métiers du Prendre Soin** animés tous les mois à destination des dirigeants, fonctions RH et managers des structures du prendre soin (SAAD, Etablissements PAPH), ces fiches pratiques ont vocation à rendre à accessible les contenus qui y sont travaillés à toute structure du secteur.

Pour chacun des Clubs RH, des intervenants experts viennent échanger avec les professionnels présents sur des thématiques pour lesquelles un besoin a été manifesté.

## CLUB RH : LE RECRUTEMENT - AGENCE WAT



### Anaïs Marchand, salariée de l'agence WAT

Anaïs Marchand accompagne les structures dans leur stratégie de communication depuis 10 ans. Sa conviction au sein de l'agence WAT ? « No Trust, No Future » ! : convaincue que l'avenir de la communication et des marques se joue sur le terrain de la confiance ! L'enjeu de l'agence WAT est d'imaginer des dispositifs créatifs pour rendre les structures et les marques plus attractives, donner envie à leurs collaborateurs de se lever le matin, faire que les meilleurs se battent pour porter les projets de leurs structures et rendre la transformation fluide et évidente pour tous et surtout pour chacun.

#### Voir aussi :

- Fiche Pratique Qualité de vie au Travail
- Fiche Pratique La Communication
- Dossier Pratique Le Management

## PARTICIPER À UN CLUB RH

Consulter notre calendrier des prochains Club RH Métiers du Prendre Soin sur notre [site internet](#) !

Inscriptions : [ybourgeois@lyonmetropole-mmie.fr](mailto:ybourgeois@lyonmetropole-mmie.fr)