



ORGANISÉ PAR MOONSHOT LABS  
MARDI 3 MAI - 12H15 À 14H

# Marque employeur et recrutement : comment attirer les candidats ?

Sophie Cerisier, experte communication chez Ekleia  
et Anaïs Beaucourt, experte RH chez Holi RH



# Sophie Cerisier

Consultante marketing et communication - Ekleia

Experte en communication et marque employeur

[www.ekleia.com](http://www.ekleia.com)





# Anais Beaucourt

Fondatrice d'Holi RH

Experte RH spécialisée en marque employeur

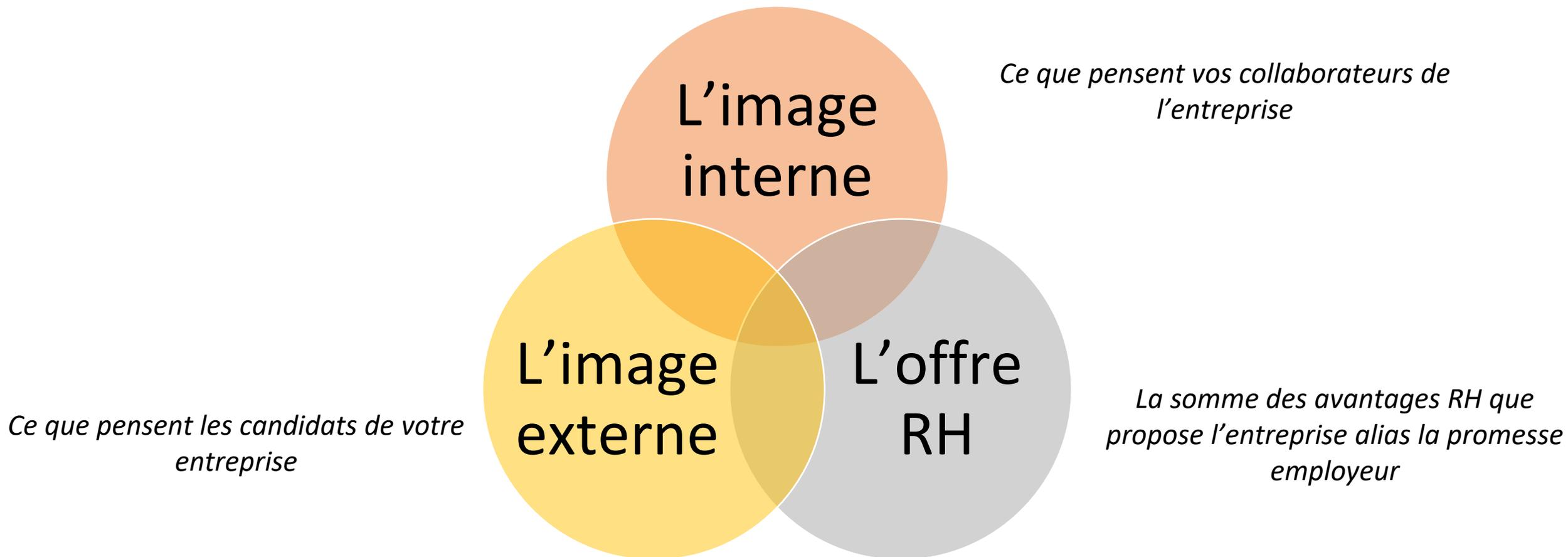
[www.holirh.fr](http://www.holirh.fr)



**Qu'est-ce que la marque  
employeur ?**



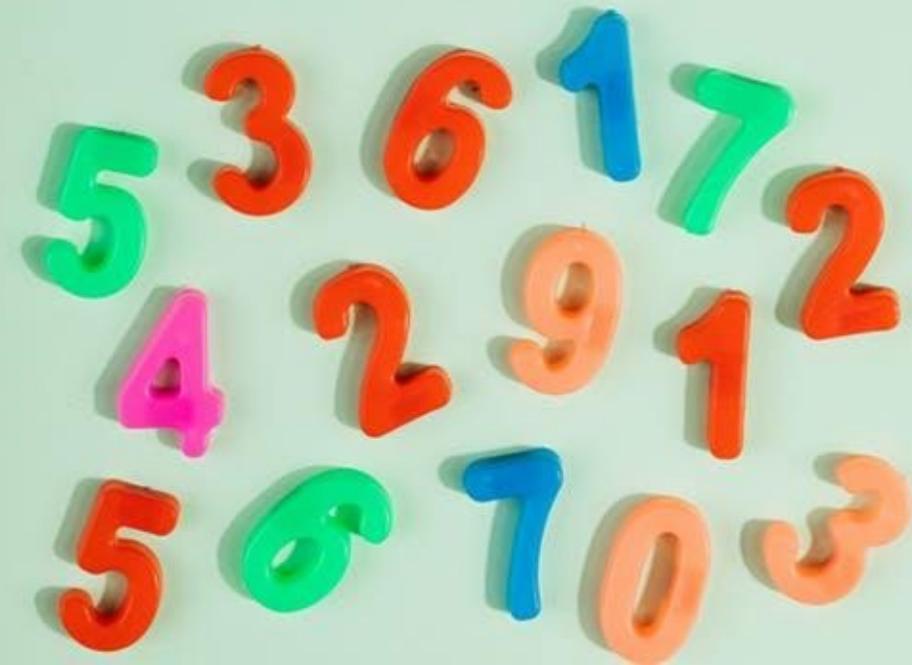
# La marque employeur regroupe 3 dimensions :



# Quelques chiffres :

---

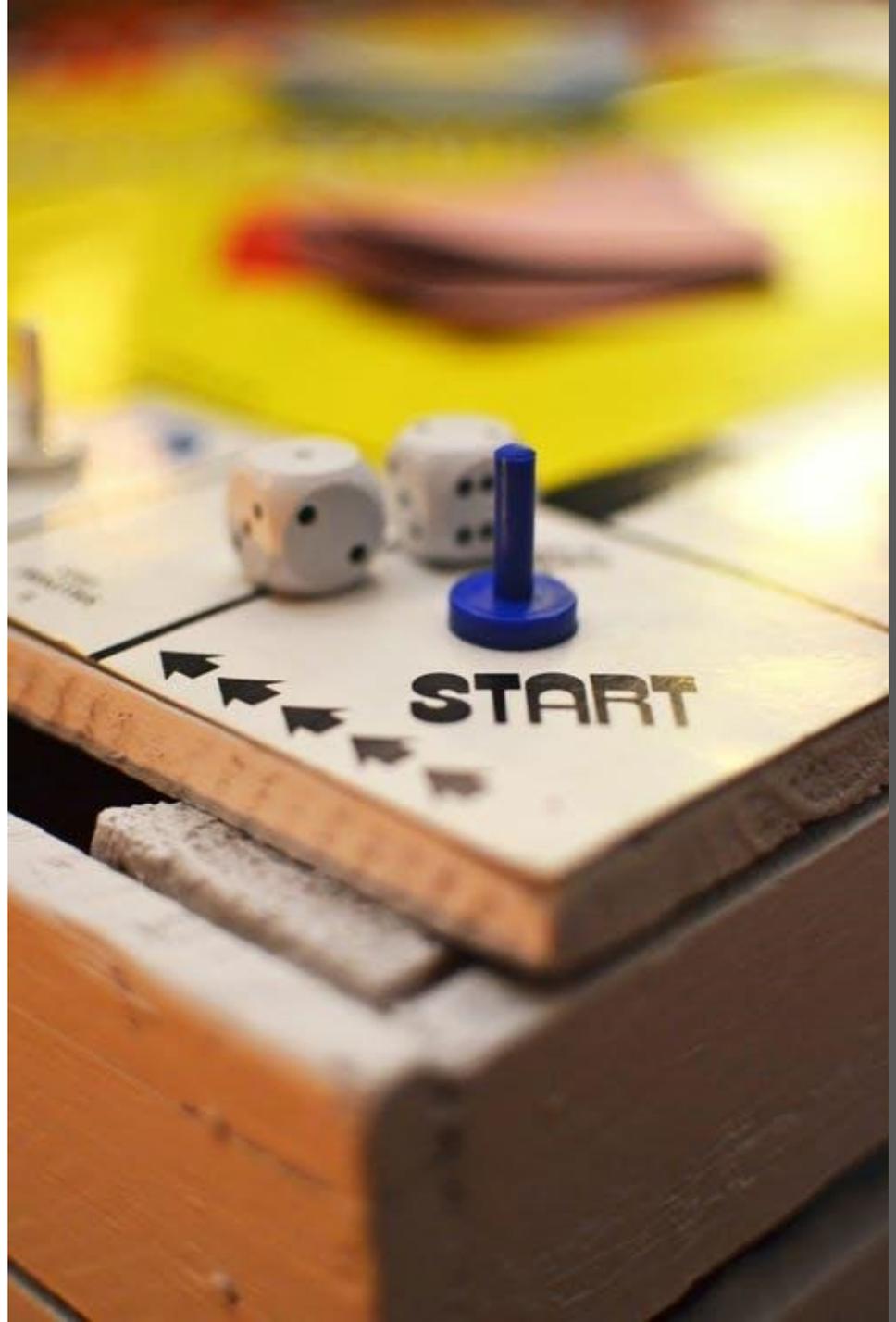
- 82% des candidats se renseignent sur l'entreprise avant de postuler.
- 50% des candidats disent qu'ils ne travailleraient pas pour une entreprise ayant une mauvaise réputation – même si elle propose un salaire plus élevé.
- 64% des consommateurs ont cessé d'acheter les produits d'une marque après avoir appris qu'elle traitait mal ses collaborateurs.
- Un recrutement raté coûte entre 20k€ et 150k€ selon les profils
- 88% ! C'est le pourcentage des jeunes employés pour qui, il est primordial d'être en phase avec la culture de l'entreprise.



A photograph of two women sitting on a light-colored sofa in a living room. The woman on the left is wearing a beige sweater and has her hands covering her face, appearing distressed. The woman on the right is wearing a grey cardigan and has her hand on the first woman's shoulder, offering support. She is also holding a notebook and pen. In the background, there are two framed blue abstract artworks on the wall and a potted plant on the left.

**Pas de panique, la marque employeur n'est plus l'apanage des grands groupes**

**Par où commencer ?**

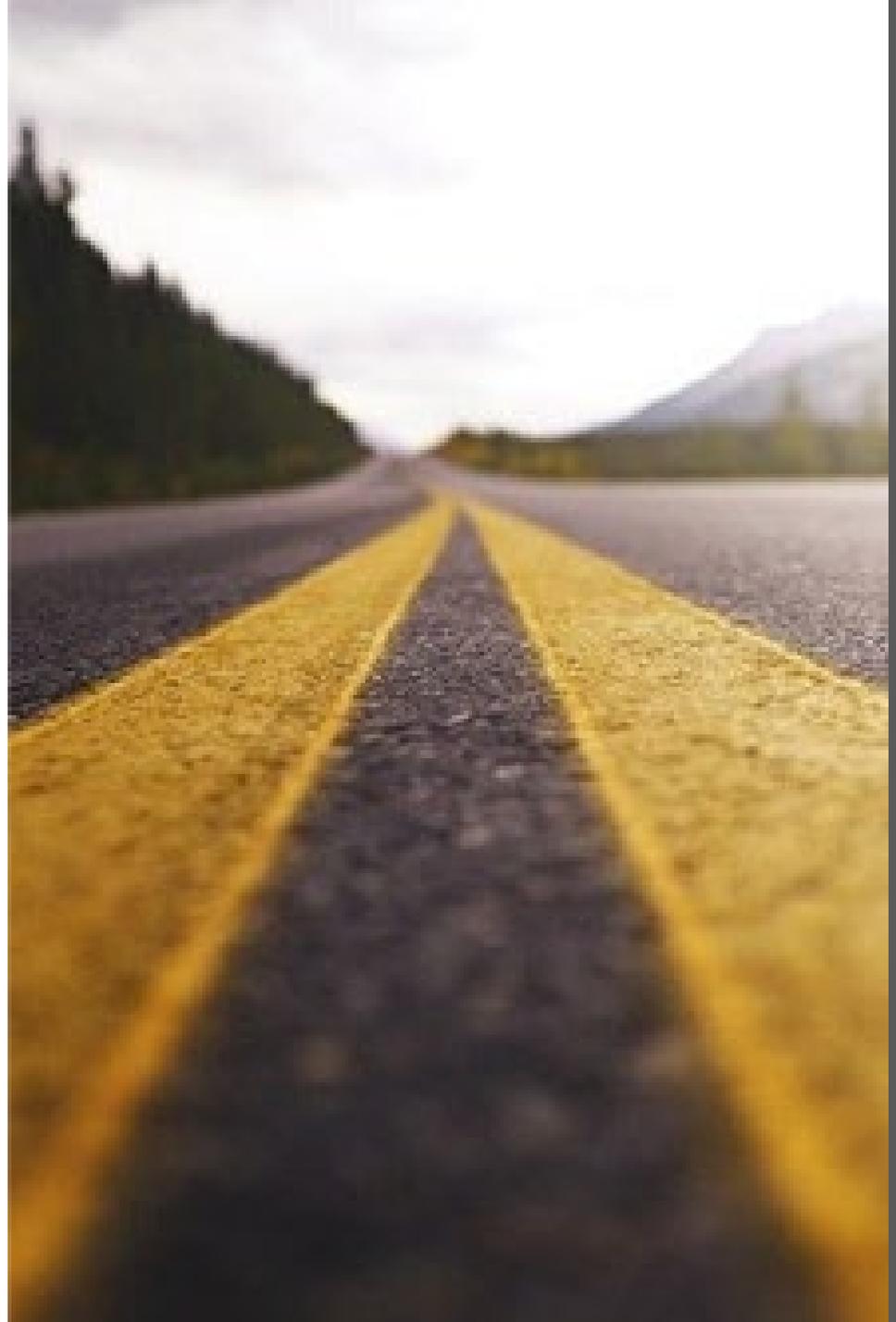


# #1- Les valeurs d'entreprise : un aimant à candidats



- **Constituer une équipe de collaborateurs.rices**
- **Se poser les questions suivantes :**
  - Quels sont les idéaux qui nous unissent?
  - Qu'est-ce qui est important pour notre organisation?
  - Quelles sont les plus grandes qualités de notre entreprise?
  - Quelles sont les valeurs fondamentales que nous respecterons encore dans dix ans ou plus?
  - Quels principes devraient influencer sur nos décisions?
  - Quelles valeurs devraient orienter l'embauche de nos employés, notre choix de produits à créer et nos interactions avec les clients?
- **Nommer vos valeurs**
- **Trouver des éléments de preuve : incarnations**
- **Communiquer et infuser ses valeurs**
- **Donner l'exemple**

**Aider le candidat en lui  
traçant son parcours**



Un candidat s'intéresse à votre entreprise



Entretiens



Communication /feedback



Le candidat se renseigne sur votre entreprise : site carrière, réseaux sociaux, articles divers, ...



Le candidat décide : dépôt



Communication /feedback



Onboarding



# #2 - Une communication en amont



1. **Le candidat doit avoir toutes les infos nécessaires pour découvrir l'entreprise**
  - Site web
  - Google My Business
  - Réseaux sociaux
  - Presse...
2. **Prenez garde à votre e-réputation**
  - Suivez-la grâce à des alertes comme Google Alerts
  - Répondez toujours à un mauvais commentaire
    - Pour désamorcer
    - Pour montrer votre réactivité et votre écoute
  - Publiez suffisamment pour ne pas « laisser la place » aux mauvaises critiques
3. **Soyez transparent sur votre process de recrutement via des mails types**
3. **Informez vos candidats à chaque étape du process : à indiquer sur votre site, onglet « carrières »**

# Communiquer, oui, mais pour dire quoi ?

## Valoriser votre entreprise, sans tomber dans le social-washing

Montrer votre expertise métier

Articles techniques

Partager vos valeurs

Mettez en avant vos clients

Interviews

Etudes de cas

Inciter vos employés à prendre la parole par la mise en place d'un programme ambassadeur



# #3 – Son candidat persona en 3 étapes



1. **Décrire le profil du candidat** : sa personnalité et ses valeurs, son parcours professionnel, ses objectifs, ses motivations, les sites fréquentés, ses frustrations, ses entreprises préférées, ses centres d'intérêts, sa tranche d'âge
1. **Découvrir ses habitudes médias** : Votre candidat idéal est-il davantage sur Facebook? LinkedIn? SnapChat? Pinterest? Sur quels sites navigue-t-il? À quelle heure se connecte-t-il aux médias sociaux? Quels sont les articles qui l'intéressent?
1. **Se mettre dans sa tête et investir son environnement** : offre d'emploi sponsorisée, publier sur certains réseaux sociaux, rédiger un article dans des magazines de presse, etc.

# #4 – La promesse employeur, levier d'attractivité



Qu'est-ce qui vous démarque de vos concurrents employeurs ?

Pourquoi travailler chez vous et pas ailleurs ?

Le bien-être ?

Le développement professionnel ?

La dynamique de croissance et d'ouverture ?

La qualité du management ?

Le challenge ?

L'excellence ?

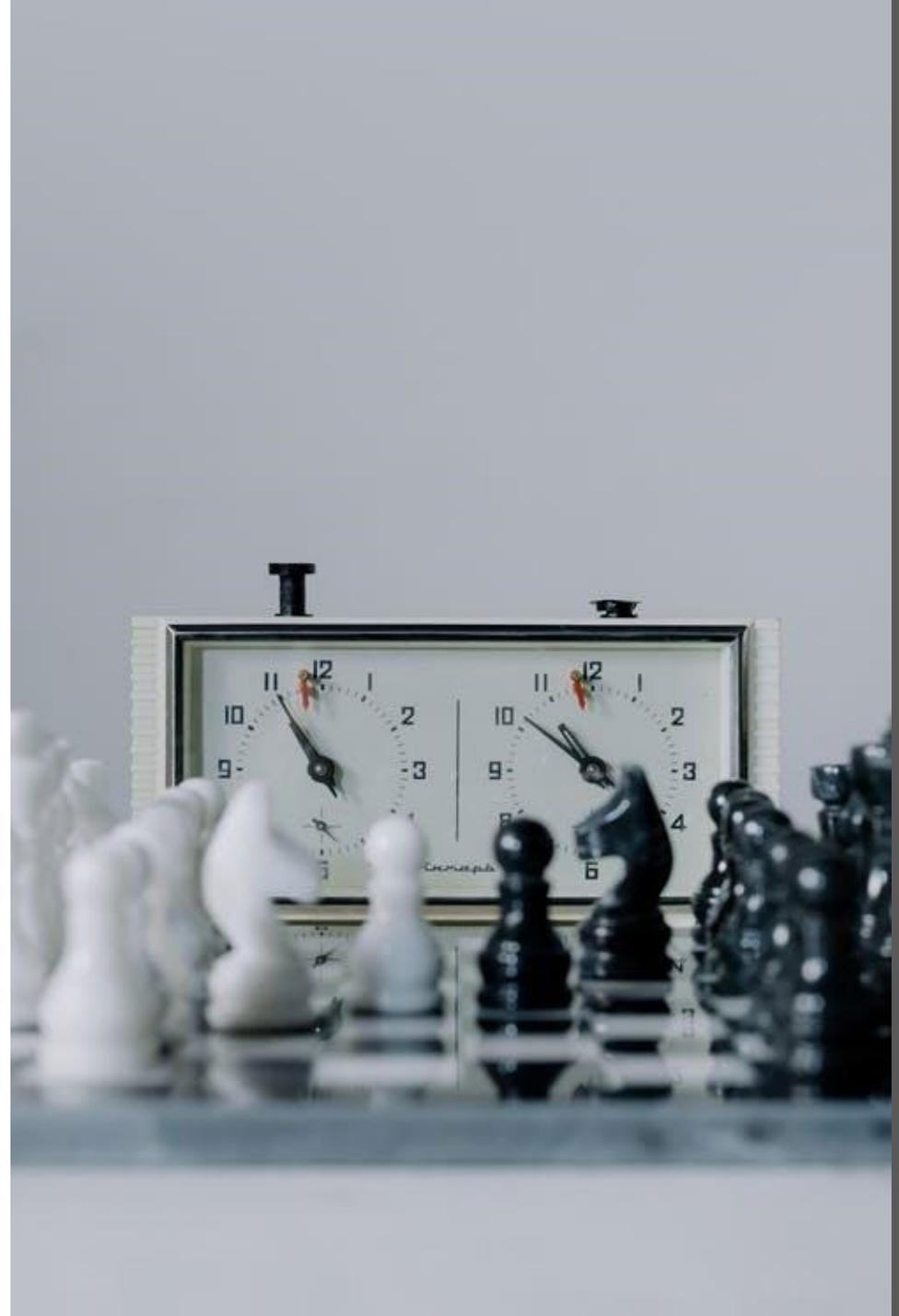
La rémunération ?

L'esprit startup/TPE ?

📌 **Quels avantages RH proposez-vous ?**

Télétravail ? Semaine de 4 jours ? Congés supplémentaires ? ...

# Construire sa stratégie de recrutement



# #5 – Infos pratiques pour élaborer une fiche de poste



La fiche de poste donne un cadre au recrutement.

## Les éléments à faire figurer :

- L'intitulé du poste,
- La position dans l'organigramme,
- L'environnement et les conditions de travail, (ex. : lieu de travail, rythme de travail, organisation, ...)
- L'accès au poste et les conditions d'engagements (ex. : salaire, type de contrat, ...),
- La description des missions et activités (fréquence et importance),
- Les difficultés du poste,
- Les relations avec les autres postes.

# #6 – Les fondamentaux d’une offre d’emploi attractive



Il est important de s’appuyer sur la fiche de poste pour rédiger une offre d’emploi.

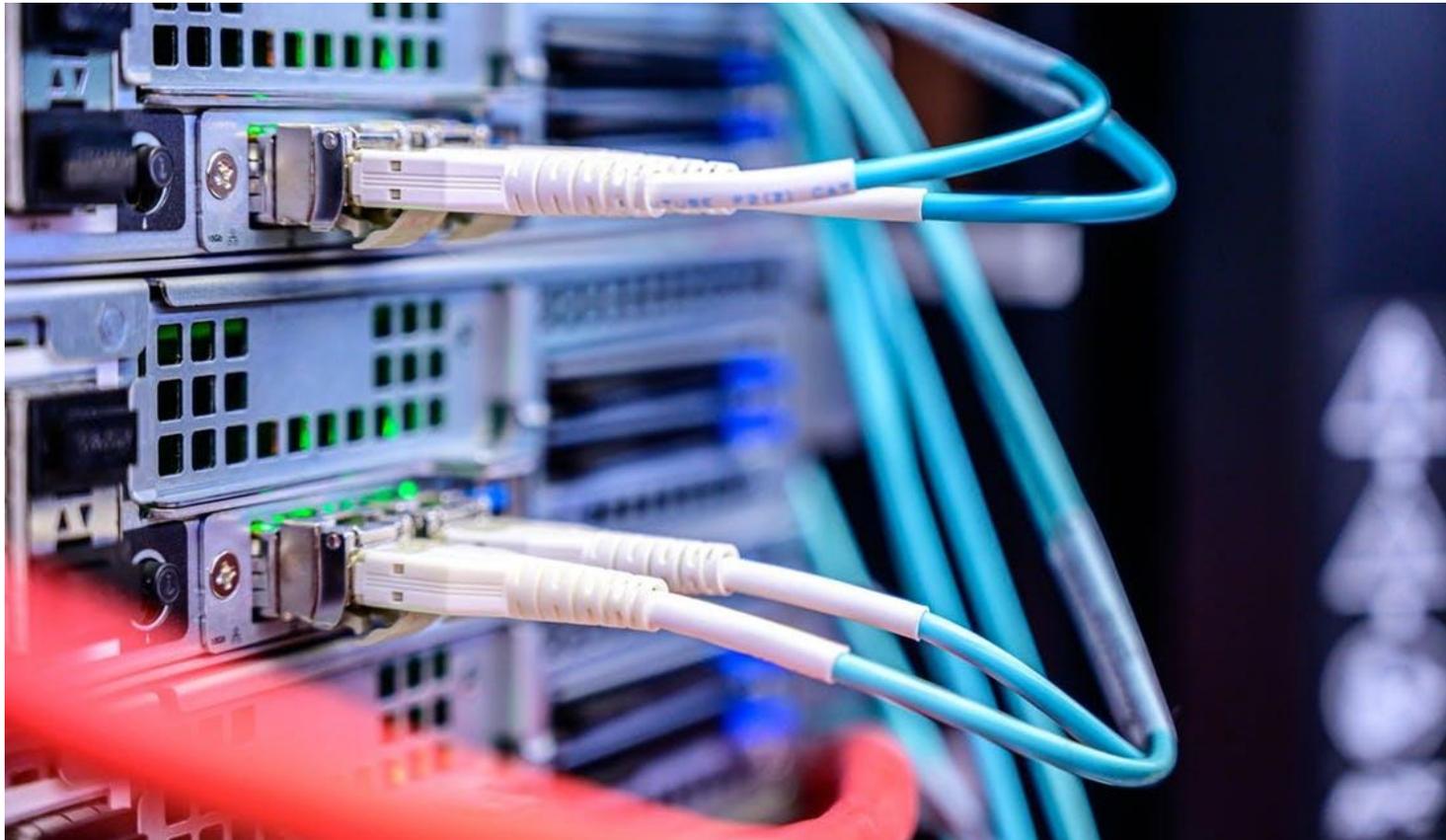
## Les fondamentaux :

- Le storytelling
- Les valeurs et la culture d’entreprise
- Une citation du/de la dirigeant.e
- L’environnement de travail
- Les missions proposées
- Les caractéristiques du poste
- Conditions pour postuler
- Des témoignages de clients, collaborateurs

## Attention aux obligations légales :

- H/F
- Date et identité de l’entreprise
- Français
- Une référence de l’offre
- Mention handicap

## #7 – L'efficacité du réseau professionnel et personnel



Qui vous connaît mieux que vos clients, vos prestataires, vos partenaires, amis, famille, anciens collaborateurs ?

# #8 – Des jobboards adaptés au profil recherché



Choisir les jobboards en fonction de la fiche de poste et du candidat persona

*« On ne recrute pas de la même manière un.e technicien.ne manutentionnaire et un.e assistante RH expérimenté.e »*

**Cadre et profil expérimenté :**

- LinkedIn
- Cadre Emploi
- L'Apec
- ...

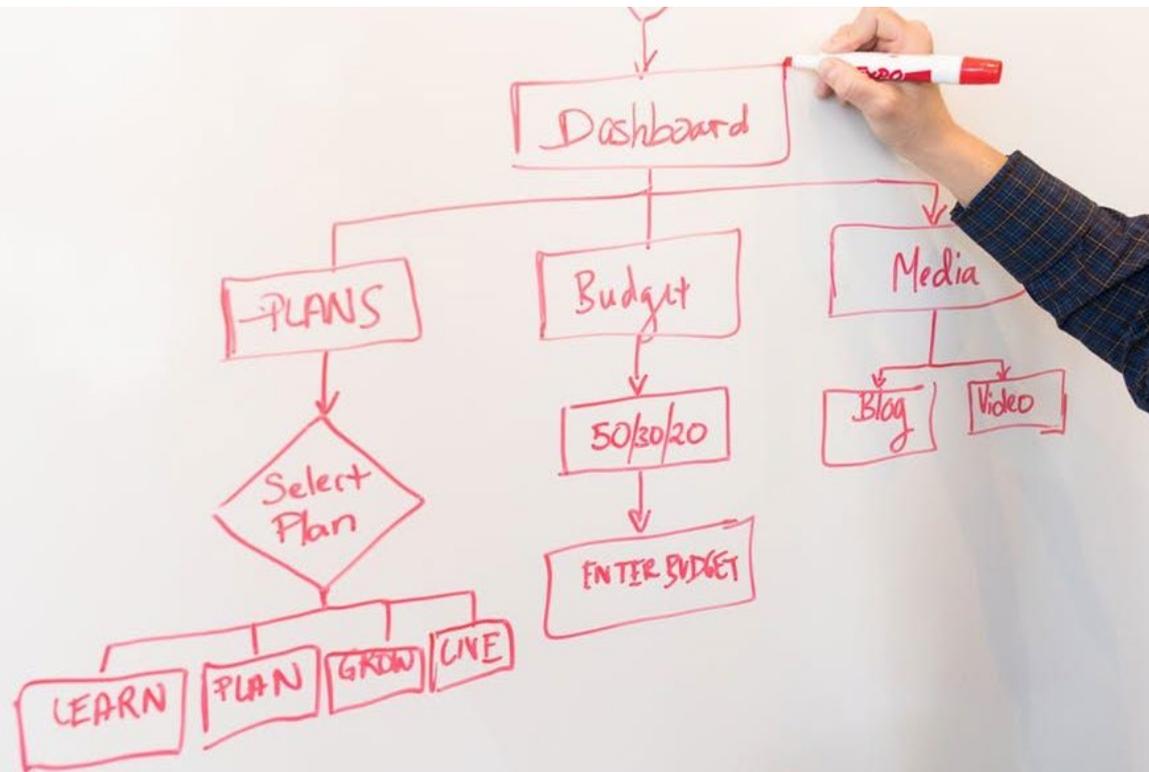
**Profil technique (ingénieur) :**

- Alumni Ecoles
- Relations écoles
- Site spécialisé
- ...

**Profil junior :**

- Réseaux sociaux
- Relations écoles
- Job dating
- ...

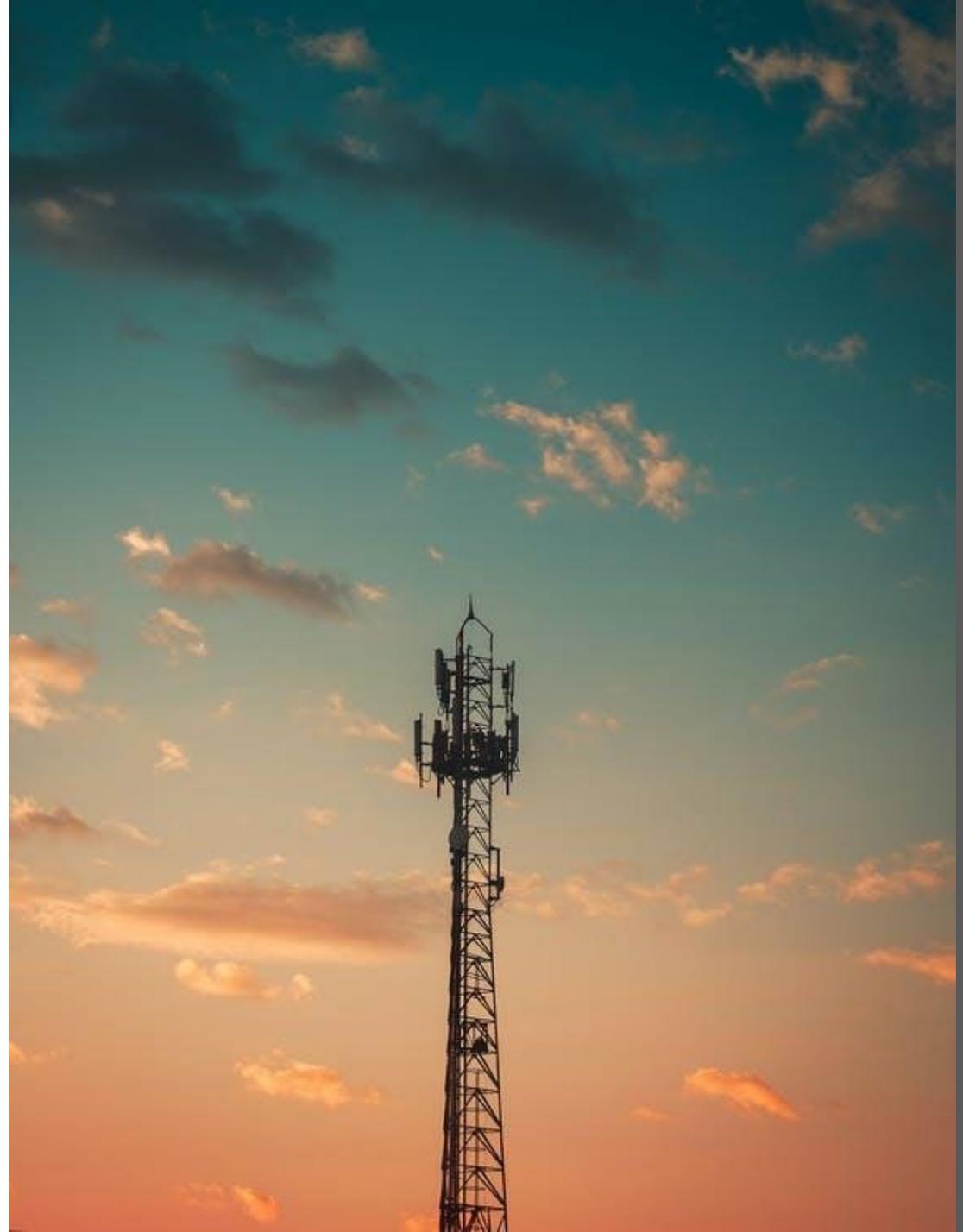
# #9 – Un recrutement efficace grâce à son process de recrutement



Méthode QQQCP et formaliser votre process en étape ou logigramme :

1. Définir son besoin
2. Prendre la décision de recruter
3. Créer la fiche de poste
4. Rédiger l'offre d'emploi
5. Diffuser l'offre d'emploi
6. Mobiliser les canaux spécifiques
7. Gérer les candidatures
8. Les messages types
9. Présélection des candidatures
10. Définir les modalités d'évaluation des compétences
11. Elaboration d'une short list
12. Validation de la candidature
13. Intégration

# **La communication ciment du recrutement**



# #10 - Comment travailler sa page carrière ?



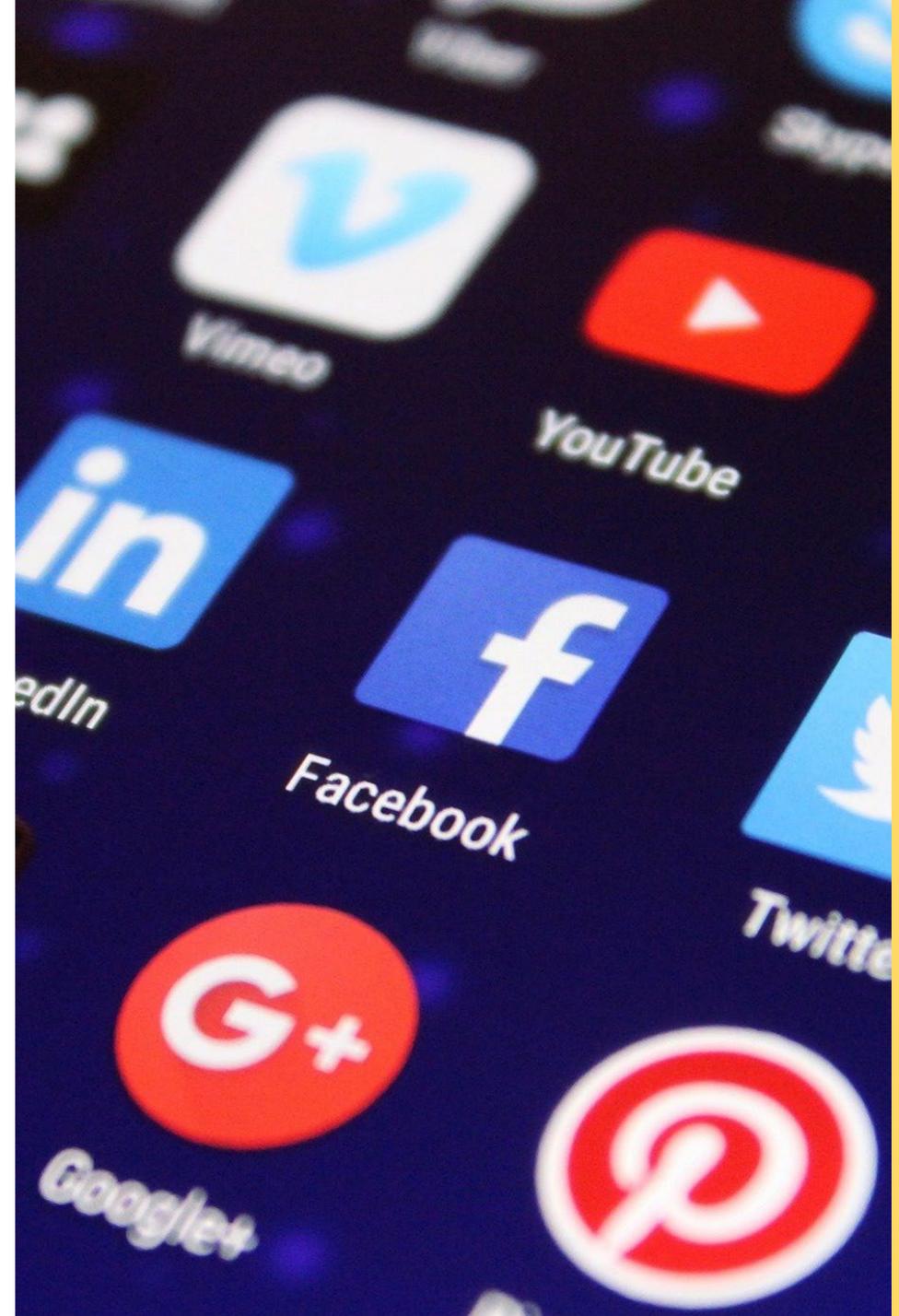
Il s'agit de la vitrine de votre entreprise, elle doit donner envie de « rentrer », comme dans un magasin

- Le contenu que l'on préconise :
  - Parlez de vos valeurs
  - Intégrez les informations pertinentes sur votre process de recrutement
  - Affichez des témoignages d'employés pour humaniser votre contenu
- Pour répondre à l'offre :
  - Un process clair
  - Un nombre d'étapes limitées pour ne pas perdre le candidat en route
- D'un point de vue technique :
  - Soignez vos visuels
  - Pensez à l'expérience utilisateur : temps de chargement, facilité de navigation
  - Optimisez votre SEO sur les mots clés de votre métier pour monter en 1<sup>ère</sup> page des recherches

# #11- Utiliser les réseaux sociaux avec parcimonie

- Choisir 2 ou 3 réseaux maximum en fonction des cibles identifiées
- Publier de façon régulière et
  - Garder une cohérence visuel
  - Garder une cohérence éditorial
- Intégrer ses employés grâce à un programme ambassadeur

**Attention : le Community management peut être très chronophage et addictif !**



# #12 - Un outil sous estimé : Google My Business

Peut s'avérer très utile si vous avez des avis ★★★★★

Développe l'attractivité locale

Permet de publier des posts, événements et de rediriger vers le site web

Crée du trafic

Fait partie des outils Google

Augmente le référencement du site web associé

Merci pour votre attention.

Des questions ?

