

Où trouver le bon candidat ?

Sommaire

- S'appuyer sur le réseau interne
 - Faire évoluer un collaborateur
 - Contacter les anciens collaborateurs
 - Encourager la cooptation
 - Activer les réseaux sociaux professionnels
- Recruter en externe
 - Étudier les candidatures spontanées
 - Publier une annonce sur les job boards
 - S'appuyer sur les écoles / centres de formation
 - Déléguer à un prestataire : interim ou cabinet de recrutement

• S'appuyer sur le réseau interne •

1. Faire évoluer un collaborateur

Le recrutement interne va consister à pourvoir un poste disponible par une **personne déjà salariée dans l'entreprise** (CDI, CDD, intérim, alternant ou stagiaire). Ce collaborateur peut avoir fait acte de candidature. Il pourra aussi être sollicité directement par un responsable au regard de ses compétences ou du potentiel d'évolution détecté (consulter la thématique « évaluer et développer«)

Dans tous les cas, il s'agit d'un moyen de réaliser un recrutement sécurisé puisqu'il s'agit d'une personne que l'on connaît ! C'est également un excellent message de **reconnaissance** et de capacité d'**évolution** dans l'entreprise que ce soit pour l'intéressé comme pour ses collègues.

Ainsi, sauf à ce que le recrutement soit confidentiel, l'annonce peut être portée à la connaissance des collaborateurs par tout moyen (affichage, mail...). Certains peuvent également mettre en place une **plateforme** type « Bourse à l'emploi » à laquelle tous les employés de l'entreprise ont accès. Les postes disponibles sont alors publiés sur celle-ci et visibles par ses membres, qui peuvent ainsi postuler s'ils le souhaitent.

La décision de remplacer ou pas le collaborateur ayant effectué cette mobilité fonctionnelle sera à prendre dans le même temps.

2. Contacter les anciens collaborateurs

Les anciens collaborateurs quels que soit leur type de contrat et la durée de leur passage sont des candidats potentiels à ne pas négliger.

Il est recommandé de garder le contact avec ceux dont la première venue a été favorablement remarquée. Ils peuvent être sollicités à double titre :

- Candidater au poste s'ils sont disponibles ou à l'écoute d'opportunité
- Diffuser l'annonce auprès de leur réseau

3. Encourager la cooptation

Cette méthode consiste à demander aux salariés de **recommander une personne de son réseau** pour un poste à pourvoir au sein de son entreprise.

Méthode peu onéreuse, elle permet de développer le sentiment d'appartenance à l'entreprise pour vos collaborateurs et de sécuriser le recrutement puisque l'un de vos collaborateurs s'engage en recommandant une de ses connaissances.

Ce **processus** est à **encourager** et peut éventuellement être formalisé dans l'entreprise. Le coopteur peut alors être **récompensé** par le versement d'une prime ou avantage si le recrutement se finalise et que la période d'essai est concluante.

Pour en savoir plus, voir l'exemple de note de service qui peut être établie : **la cooptation**

4. Activer les réseaux sociaux professionnels

Ils permettent grâce aux salariés de l'entreprise de donner une visibilité des offres d'emploi à leurs différents contacts. Ces réseaux sociaux développent également la **marque employeur de l'entreprise** à travers les différentes actualités. Il faut attirer des talents et leur donner envie de s'intéresser aux offres. Les plus connus sont :

- **LinkedIn**

Leader des réseaux sociaux professionnels avec plus de **107 millions d'utilisateurs actifs** mensuels, il permet de suivre les domaines d'expertises qui nous concernent le plus, et de se créer un réseau en se concentrant uniquement sur des **contacts professionnels**. Il s'agit d'un mur accessible à tous vos contacts pour communiquer sur les actualités de la société, des services, des produits, etc...

Cibles : 18-35 ans, cadres / agents de maîtrise / employés administratifs

Coût : La création d'un compte entreprise est gratuite, mais il faut payer pour bénéficier d'un compte premium et réaliser des actions de publicité. Il existe quatre comptes premium dont un pour le recrutement (89,95€ par mois).

• Recruter en externe •

En cas d'absence de candidature interne ou en complément de l'appel au réseau interne, différentes possibilités existent passant exclusivement par l'externe. Les 3 premières sont réalisées par le responsable recruteur, la dernière permet de sous-traiter une partie du processus de recrutement.

1. Étudier les candidatures spontanées

Il est fréquent de recevoir des candidatures spontanées par **courrier**, par **mail** ou sur le site internet de l'entreprise s'il existe et comporte une page « emploi ». Elles n'arrivent pas nécessairement au moment de la publication d'une offre d'emploi. Si tel est le cas, elles sont à intégrer aux CV à étudier. Dans le cas contraire, il est recommandé de :

- Répondre à ces candidatures (accusé de réception) essentiellement pour des questions d'image : **Téléchargez le modèle de réponse à une candidature spontanée**

- Conserver ces candidatures pendant une certaine durée (6 mois par exemple) afin de pouvoir recontacter les candidats si un poste correspondant à leur profil venait à se libérer ou être créé.

2. Publier une annonce sur les job boards

Un jobboard est un site internet de recrutement qui met en ligne les différentes offres d'emploi. Il s'adresse à la fois au recruteur et au candidat.

Pour le recruteur, il permet :

- De déposer ses offres d'emploi
- De consulter les CV de la CVthèque
- L'achat d'espaces publicitaires

Il s'agit d'un canal de recrutement assez peu coûteux. En effet, la publication sur un jobboard pour deux semaines peut varier de 400 à 700€.

Attention : il est recommandé de bien cibler le ou les sites où faire paraître l'annonce. En effet, une diffusion trop large ou mal orientée peut conduire à recevoir de très nombreux CV et/ou des dossiers de candidats très éloignés du profil recherché.

Jobboard	Prix publication Annonce (HT)	Cible	Lien
Apec	Gratuit, CVthèque entièrement gratuite • 1 annonce : 770€ • 5 annonces : 3350€	Cadres	https://recruteurs.apec.fr/
Cadres Online	soit 670€/annonce • 10 annonces : 6400€ soit 640€/annonce • 1 annonce : 630€ • 2-4 annonces : 570€/annonce	Profils ingénierie, informatique, R&D	https://entreprise.regionsjob.com/
Monster	• 5-9 annonces : 495€/annonce • 10-24 annonces : 400€/annonce	Cadres intermédiaires	https://ecommerce.monster.fr/
Pôle emploi	Gratuit		https://www.pole-emploi.fr/employeur/
Cadre Emploi	820€ pour la diffusion d'une offre	Cadres confirmés	https://espace-recruteurs.cadremploi.fr/#/
Keljob	690€ pour la diffusion d'une offre	Métiers de la santé. Attention : moins de qualification que sur les autres jobboards	https://www.keljob.com/recruteur

Il peut également exister des job boards spécifiques à un métier ou un secteur d'activité.

Dans tous les cas, il est recommandé de répondre aux candidatures reçues, la plupart du temps par mail. Un mail de réponse peut être adressé systématiquement dès réception de la candidature.

Téléchargez le modèle de réponse à candidature suite à annonce

3. S'appuyer sur les écoles / centre de formation

Les écoles peuvent également représenter un outil de sourcing intéressant. C'est le cas lorsque l'on recherche un stagiaire ou un alternant mais également pour une recherche de CDD ou CDI. Il convient de :

- Rechercher les différents diplômes en lien avec le poste à pourvoir et les différentes écoles qui proposent ce diplôme
- Communiquer des offres à pourvoir aux écoles qui s'appuient le plus souvent sur un réseau des anciens élèves et proposent la publication d'offres d'emploi souvent gratuites.

Par ailleurs, il peut être utile de mettre en place un partenariat avec les écoles susceptibles de former les profils les plus recherchés dans l'entreprise. Ce partenariat peut prendre plusieurs formes, outre la diffusion des offres de recrutement :

- Contribution à l'élaboration des contenus pédagogique, voire dispense de cours ou de conférence par un collaborateur de l'entreprise dans sa spécialité
- Participation aux jurys de mémoire
- Recrutement de stagiaires ou alternants
- Participation de l'entreprise au Forum de recrutement de l'école
- Versement de la taxe d'apprentissage etc...

4. Déléguer à un prestataire : interim ou cabinet de recrutement

◦ Les agences d'interim

Pour recruter sur **des missions d'interim** la plupart du temps mais également en CDD/CDI auquel cas la prestation s'apparentera à celle d'un Cabinet de recrutement (voir ci-après).

Il existe de nombreux réseaux d'agences d'interim. Parmi les plus importants on peut citer : Adecco, Adia, Kelly, Manpower, Randstad.

Il peut également exister des agences spécifiques à un métier ou un secteur d'activité.

◦ Cabinet de recrutement

Il est en effet possible de faire appel à un cabinet pour rechercher des talents spécifiques à certains postes ou lorsque les actions précédentes n'ont pas permis de pourvoir le poste.

Les principaux intérêts de ce recours pour l'entreprise :

- Sous-traitance/**externalisation du processus de recrutement**
- Présélection par le Cabinet et rencontre des candidats les plus pertinents et adaptés au

profil et besoins de l'entreprise.

- Certains cabinets sont spécialisés, avec un vivier de candidats présélectionnés déjà important

Cette prestation a un coût élevé le prix pouvant varier de **10 à 25% de la rémunération brute annuelle** globale prévue pour le poste à pourvoir.

Le pourcentage peut être encore plus élevé lors d'une approche directe qui consiste à aller chercher des candidats en poste dans une autre entreprise (Chasseur de tête).

Important : Il faut prendre le temps et s'assurer de la bonne compréhension du besoin par le Cabinet. Cela nécessite une fiche de poste claire et précise, mais également de transmettre un maximum d'éléments ; ne pas hésiter à donner des éléments contextuels, historiques, de valeurs, permettant la bonne adéquation du profil au poste.

Attention : compte tenu du coût du recrutement et du caractère souvent très spécifique des profils recrutés par ce biais, il est nécessaire d'obtenir du Cabinet une garantie comme par exemple :

- **Paiement du solde de la prestation une fois la période d'essai validée**
- **Reprise du recrutement sans surcoût si la période d'essai n'est pas concluante**