



MAXIMISEZ L'EFFICACITÉ DE VOS RECRUTEMENTS

10 CONSEILS PRATIQUES

Maximisez l'efficacité de vos recrutements : 10 conseils pratiques

Introduction	02
#1. Définissez vos critères de recrutement	03
#2. Ouvrez-vous à la diversité	04
#3. Rédigez une offre d'emploi efficace	05
#4. Optez pour une solution à la performance	06
#5. Simplifiez le parcours de candidature	07
#6. Accélérez le processus de recrutement	08
#7. Travaillez votre marque employeur : 5 principes à suivre	09
#8. Mettez sur les nouvelles technologies	10
#9. Diversifiez vos canaux de communication	11
#10. Soignez l'intégration	12
Pour aller plus loin	13
À propos de Monster	14

Introduction

Comment se porte le recrutement en France ? Malgré un climat économique tendu, notre étude *The Future of Work 2024* indique que 92% des recruteurs comptent poursuivre leurs embauches avec, pour la moitié d'entre eux, des budgets identiques à ceux de l'année passée. Dans un contexte de pénurie de talents, les recruteurs savent également être pragmatiques : près de 60% d'entre eux vont concentrer leurs efforts sur les postes les plus compliqués à pourvoir.

Dans notre étude, les recruteurs interrogés ont identifié les trois enjeux clés de cette année :

- Améliorer le taux de réussite des recrutements difficiles
- Réduire les délais de recrutement
- Cultiver leur vivier de candidats

Pour relever ces défis, Monster vous accompagne depuis 30 ans dans vos projets d'embauche avec ses analyses et ses solutions adaptées à la réalité du marché de l'emploi. Découvrez notre guide des best practices qui vous aideront à augmenter la performance de vos recrutements.

Bonne lecture !



[#1] Définissez vos critères de recrutement

En déterminant clairement vos conditions de sélection, vous optimisez la création du profil idéal, la rédaction de l'offre d'emploi, la sélection des CV et l'évaluation des candidats.



Selon notre étude *The Future of Work 2024*, 54% des professionnels du recrutement rencontrent des difficultés pour trouver des candidats dotés des compétences nécessaires. D'où l'importance de réfléchir en amont à vos critères de sélection :

> Quelles sont les missions actuelles du poste ?

Pour la fonction de manager par exemple, s'agit-il de diriger une équipe, développer le business, succéder à un collaborateur à court/moyen terme ?

> Quel est le contexte du métier ?

Le contrôleur de gestion que vous recrutez devra-t-il reporter au Codir ou à la direction financière ? Selon le cas, le niveau d'expérience attendu ne sera pas le même.

> Quels sont les 5 critères nécessaires à la fonction ?

Hiérarchisez les hard skills et prenez en compte les soft skills favorisées par les recruteurs dans *The Future of Work 2024* : l'esprit d'équipe (66%), la communication (55%), l'esprit critique/la résolution de problèmes (41%) et la fiabilité (39%).

> Quel est votre niveau de flexibilité ?

Si votre offre d'emploi n'attire pas les profils escomptés, ajustez vos critères : élargissez votre zone géographique ou sectorielle, intéressez-vous aux compétences transférables, etc.



Les critères des recruteurs évoluent : notre étude indique que 49% d'entre eux préfèrent se concentrer sur les compétences du candidat plutôt que sur son diplôme ou son niveau d'expérience.

[#2]

Ouvrez-vous à la diversité

The Future of Work 2024 révèle que près d'un tiers des candidats renonceraient à postuler auprès d'une entreprise qui ne mène pas de véritable stratégie de diversité et d'inclusion (D&I).



Dans un marché en tension, c'est une raison de plus pour ouvrir vos recrutements et être attentif à votre politique en la matière.

> Les bénéfices du recrutement inclusif

- Les entreprises les plus innovantes sont celles qui font le choix de la diversité
- 87% du temps les équipes diverses prennent de meilleures décisions ⁽¹⁾
- Des salariés à l'image d'une société éclectique renforcent la marque employeur de l'entreprise : 76% des sondés indiquent que c'est un facteur important quand ils évaluent une entreprise et des offres d'emploi ⁽²⁾
- Les salariés issus de la diversité représentent un vivier de talents inexploités
- Les entreprises qui encouragent l'inclusion au handicap ont constaté des revenus 1,6 fois supérieurs, des bénéfices 2.6 fois supérieurs et 2 fois plus de profits ⁽³⁾
- L'inclusion améliore l'engagement de 91% des salariés ⁽⁴⁾
- La diversité raciale des cadres participe à une productivité accrue des collaborateurs ⁽⁵⁾

> Conseils pour diversifier vos recrutements

- Demandez au service RH de vous fournir vos indicateurs « diversité »
- Pensez « compétences » et « potentiel » plutôt que « critères de recrutement »
- Identifiez les *soft skills* qui favorisent le travail collectif
- Vérifiez l'adhésion aux valeurs et à la culture d'entreprise

(1) *Diversity wins : how inclusion matters* (McKinsey, 2020)

(2) *What job seekers really think about your diversity and inclusion stats* (Glassdoor, 2021)

(3) *The Disability Inclusion Imperative report*, Accenture, 2023

(4) *The business of belonging*, Forrester (2020)

(5) *The Effects of Racial Diversity Congruence between Upper Management and Lower Management on Firm Productivity* (Academy of management, 2021)

[#3]

Rédigez une offre d'emploi efficace

Écrire une annonce efficace, c'est possible. À condition de s'appuyer sur un message structuré, un langage précis et une connaissance des pratiques SEO.



> Travaillez le référencement naturel

La visibilité d'une offre d'emploi dépend de son optimisation par les moteurs de recherche.

Pour satisfaire les algorithmes, vous devez :

- Respecter les règles du SEO pour exposer votre annonce au plus grand nombre
- Utiliser des éléments de langage adaptés au profil recherché
- Répartir dans le texte 5 mots clés recherchés par les candidats (poste, contrat, localisation)

Vous pouvez également vous différencier avec une annonce enrichie en image ou en vidéo, incarnée par un collaborateur plutôt que par un professionnel RH.

> Structurez votre offre d'emploi

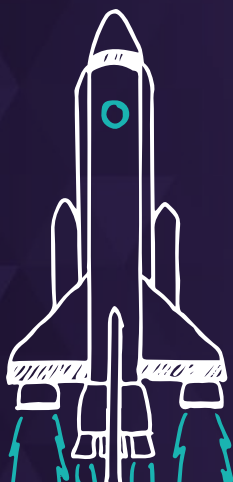
Pour une visibilité optimale, l'annonce doit comporter 700 mots maximum et inclure :

- La date de publication
- Un titre de poste optimisé SEO. Précis, clair et inclusif, il doit capter l'attention de candidats potentiels (65 signes maximum)
- Le nom de l'entreprise
- Le secteur d'activité
- La localisation du poste
- Le type de contrat (CDI, CDD, temps plein, partiel...)
- La date du début du contrat
- La description SEO du poste incluant 3 à 7 responsabilités (40 mots)
- Les attentes sur les qualifications, l'expérience, les compétences et le diplôme
- La rémunération et les avantages (télétravail, primes etc.)
- La présentation brève de l'entreprise pour évoquer ses activités et ses valeurs
- Un call to action pour inciter le candidat à postuler. Par exemple : « Si vous avez envie de rejoindre une entreprise innovante, postulez dès maintenant ».

[#4]

Optez pour une solution à la performance

**Comment trouver des candidats rapidement, sans sacrifier vos exigences ?
Comment capter leur attention dans un marché extrêmement concurrentiel ?
Comment optimiser vos investissements quand la réduction des coûts est au programme ? Une solution : augmenter la visibilité de vos offres d'emploi avec notre solution Pay for Performance (PFP).**



> Une solution flexible pour répondre à la pénurie de talents

Le concept de PFP est simple mais efficace : vous ne payez que lorsqu'un candidat postule à votre annonce. Une solution pensée pour offrir une flexibilité maximale et **optimiser la performance de toutes vos offres d'emploi.**

En optant pour une solution à la performance adaptée, vous faites le choix de :

- **+ de rentabilité** : vous payez uniquement pour la performance obtenue.
- **+ de contrôle** : vous gérez le flux de candidats et le moment où vous utilisez votre budget.
- **+ de réactivité** : vous pouvez modifier rapidement votre stratégie de campagne et votre budget en fonction des performances et du marché.
- **+ de conversion** : vous pouvez standardiser le processus de candidature à partir de n'importe quel ATS

> Les avantages de Pay For Performance :

- **Déterminez vos objectifs et votre budget** : volume de candidatures désiré, priorités en fonction des postes les plus urgents à pourvoir.
- **Publiez vos offres** : nous récupérons les offres d'emploi publiées sur votre site carrière ou via un flux XML.
- **Augmentez votre visibilité** : nous publions vos annonces sur notre plateforme et notre large réseau de partenaires pour en accroître l'impact.
- **Simplifiez le parcours de candidature** : notre site et notre app proposent des processus de candidature simples et rapides pour assurer la conversion de vos offres.
- **Optimisez vos campagnes de recrutement** : vous pouvez examiner leurs résultats par rapport à vos objectifs et si besoin, ajuster vos priorités et votre budget.

> Une équipe PFP dédiée

Nous travaillons en étroite collaboration avec vous pour assurer la visibilité et la conversion de vos offres d'emploi.

[#5] Simplifiez le parcours de candidature

Grâce à un processus fluide, vous attirez les candidats et retenez leur attention et ce, quel que soit le support utilisé (ordinateur, smartphone, tablette etc.).



Notre étude *The Future of Work 2024* s'est intéressée à la réalité des candidats qui postulent. Elle révèle notamment que 55% d'entre eux abandonnent leur candidature au bout de 15 minutes. Comment éviter la perte de profils potentiellement intéressants ?

1. Facilitez la navigation sur votre site carrière

Votre plateforme dédiée aux emplois doit permettre au candidat de s'orienter facilement et d'en apprendre plus sur :

- Le projet de l'entreprise
- Les collaborateurs et la marche à suivre pour les contacter
- La culture et l'ambiance de travail
- Les parcours possibles au travers de témoignages de salariés
- L'expérience personnalisée selon le profil (débutant, expérimenté, alternant...)

2. Améliorez la présentation des offres d'emploi

Vos annonces sont-elles clairement visibles sur votre site carrière ? Pour optimiser l'expérience, misez sur :

- La centralisation de l'information pour guider le candidat
- Le design des rubriques pour trouver en quelques clics les renseignements recherchés
- Le responsive design pour s'adapter automatiquement à l'écran utilisé

3. Facilitez le suivi de la candidature

Dans notre étude *Future of Work 2024*, 39% des candidats disent abandonner le processus de recrutement en raison du manque de communication de l'entreprise. Pour éviter cela, indiquez sur votre page carrière les différentes étapes requises et la durée moyenne du recrutement pour un poste.

L'EXPÉRIENCE CANDIDAT SE SOIGNE AUSSI SUR UN JOBBBOARD

La solution *MONSTER EASY APPLY* permet aux candidats de postuler à vos offres sans sortir de Monster, vous recevez leur CV directement dans votre ATS. Grâce à cette fonctionnalité, vous pouvez :

- Générer plus de candidatures qualifiées
- Simplifier le processus de candidature
- Améliorer l'expérience de votre audience « mobile », un bon point pour votre marque employeur et vos performances.

[#6] Accélérez le processus de recrutement

Le facteur temps compte beaucoup dans l'expérience candidat. En réduisant les délais, vous témoignez votre respect, maintenez l'intérêt et soignez la marque employeur.



Notre étude *The Future of Work 2024* indique que :

- Les délais de recrutement sont trop longs pour 39% des candidats. Un chiffre qui grimpe à 43% chez les milléniaux et à 42% chez la Gen Z.
- Les entretiens sont trop nombreux pour 33% des personnes interrogées (38% chez la Gen Z).

> 6 conseils pour gagner du temps

Le processus de recrutement prend un à trois mois pour 58% des entreprises (*The Future of Work 2024*). Voici comment l'accélérer :

1. Optimisez les entretiens en conviant plusieurs interlocuteurs (candidat+ RH + opérationnel par exemple)
2. Proposez des entretiens en visioconférence
3. Aidez le candidat à se projeter dans l'entreprise avec une visite des locaux et des échanges avec des collaborateurs
4. Faites pression sur les décideurs en leur rappelant que les bons candidats sont rares et que votre réputation est en jeu
5. Répondez dans les deux jours aux candidatures prometteuses et n'oubliez pas celles que vous écarterez !
6. Informez le candidat des retards ou imprévus

[#7] Travaillez votre marque employeur : 5 principes à suivre

**La marque employeur symbolise
l'essence et la mission de l'entreprise :
elle se veut inspirante, authentique et
cohérente.**



61% des candidats de moins de 40 ans sont plus enclins à postuler dans une entreprise dont la marque employeur leur convient⁽¹⁾. Outil stratégique, elle renforce aussi les techniques de recrutement et les professionnels RH l'ont bien compris : 43% souhaitent « rénover » leur marque employeur tandis que 36% la jugent utile pour se distinguer de la concurrence (*The Future of Work 2024*). En voici les grands principes :

1. Des valeurs propres à l'entreprise

Identifiez-les au travers des comportements, parcours, discours... Pour se démarquer, elles doivent être incarnées par les collaborateurs de l'entreprise.

2. Des actions précises pour s'ancrer dans la réalité

Vous prônez la flexibilité ? Expliquez comment cela se traduit sur le terrain : modes de travail, nombre de journées de télétravail etc.

3. Un message adapté à chaque cible

Oubliez les généralités et optez pour des annonces adaptées aux attentes des candidats.

4. Un discours cohérent

Pour aider les candidats à se projeter, la marque employeur doit penser sa communication dans son ensemble, en interne, envers ses clients, les candidats, son secteur.

5. Une réputation soignée

La marque employeur, c'est ce que vous dites de vous ; la réputation, c'est ce que les autres disent de vous. Prenez soin de vos équipes : les canaux numériques facilitent la circulation d'informations.

(1) Source LinkedIn

[#8] Misez sur les nouvelles technologies

Les outils digitaux sont vos alliés pour relever les enjeux de votre marque employeur : attirer, convertir, recruter, fidéliser.



La marque employeur s'inscrit dans un dispositif de marketing RH. Appuyez-vous sur les outils numériques pour proposer une expérience candidat de qualité.

> Un site carrière clair et attractif

67% des candidats interrogés dans *The Future of Work 2024* indiquent qu'ils se rendent sur le site carrière pour recueillir des informations sur l'entreprise. Pour faciliter leur navigation, le site doit :

- Être centré sur l'utilisateur (*user friendly*)
- Soigner le parcours utilisateur pour inciter à postuler
- Faciliter l'accès à l'information
- Garder le lien avec le candidat potentiel (newsletter, réseaux sociaux etc.)

> Des outils pour favoriser les interactions

- Les avis permettent aux candidats de se projeter
- Les réseaux sociaux ou les chatbots facilitent le dialogue entre candidats et collaborateurs
- Les solutions d'automatisation intelligente favorisent la diffusion des contenus sur les réseaux sociaux.

> Du marketing programmatique et du retargeting

Attirer les bons talents grâce à une approche ciblée, basée sur l'analyse de leurs comportements à travers les cookies.

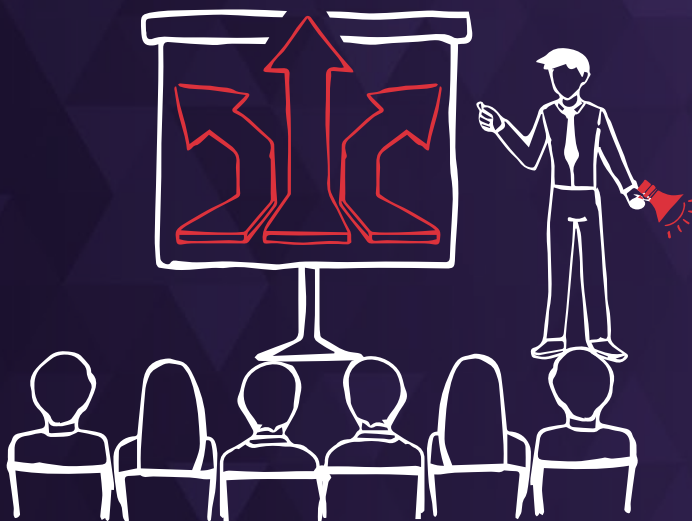
> L'inbound recruiting et l'automatisation

Améliorer le processus de conversion passe par :

- L'automatisation des offres d'emploi, de la base de données de CV et du process de candidatures pour 35% des recruteurs
- L'intelligence artificielle qui, pour 32% des recruteurs, permet de rédiger des offres d'emploi plus attractives (*The Future of Work 2024*)
- L'*inbound recruiting* pour développer les contenus et attirer les candidats

[#9] Diversifiez vos canaux de communication

**Une stratégie multicanale augmente
vos chances de trouver les profils
correspondant à vos besoins de
recrutement.**



> La cooptation et l'employee advocacy

Les salariés sont les meilleurs ambassadeurs de l'entreprise pour attirer les talents. La preuve, 45% des candidats consultent les sites d'avis sur les entreprises (*The Future of Work 2024*).

> Les plateformes favorisées par vos cibles

Savez-vous où se trouve votre audience ? Selon notre étude, les candidats cherchent un emploi en priorité sur les sites emploi (48%), puis sur les sites carrière et les réseaux sociaux/plateformes professionnelles (17%) ou Google (14%).

> Les CVthèques

45% des recruteurs utilisent les bases de CV pour chercher des profils qui correspondent à leurs critères de sélection.

> Le réseau professionnel

Privilégiez le bouche à oreille pour recruter certains postes, notamment ceux de direction.

> Le terrain

Certains profils (ouvriers du BTP par exemple) utilisent peu les plateformes numériques. C'est sur le terrain qu'il faut les recruter.

> Les intermédiaires du recrutement

Dénicher des profils rares ou experts avec l'aide de cabinets ou de consultants indépendants permet d'aller plus vite.

> L'événementiel

Journées portes ouvertes, forums étudiants et autres job dating favorisent la création de liens entre employeur et jeunes diplômés.

[#10] Soignez l'intégration

À son arrivée dans l'entreprise, le salarié découvre de nouveaux outils, un management différent, des activités opérationnelles inhabituelles. Le processus d'intégration - ou l'onboarding - permet un temps d'adaptation à cet environnement de travail.



41% des recruteurs souhaitent focaliser leur stratégie sur la rétention plutôt que l'acquisition de talents (*The Future of Work 2024*). Pour y parvenir, fidéliser un salarié commence donc dès son arrivée dans l'entreprise.

> Anticipez l'intégration

Partez du principe que le candidat choisi n'est pas tout à fait conquis. Cultivez le lien avant son arrivée, partagez des informations sur l'entreprise et ses missions. Prévenez les équipes de son intégration prochaine.

> Accueillez-le en personne

Ne laissez pas un nouveau collaborateur se débrouiller seul. Le manager - ou s'il est absent - un salarié doit l'accueillir et lui présenter l'équipe. Assurez-vous que tous ses outils de travail soient opérationnels.

> Accompagnez ses premiers pas

Les six premiers mois demandent de rester vigilant, notamment en télétravail. Instaurez des points réguliers, en adaptant la fréquence selon la personne.

> Prévoyez un suivi en trio : manager, tuteur, collaborateur

Le manager accompagne la prise de poste et les besoins de formation, le tuteur s'occupe de l'aspect relationnel, le nouveau salarié partage ses impressions et difficultés éventuelles.

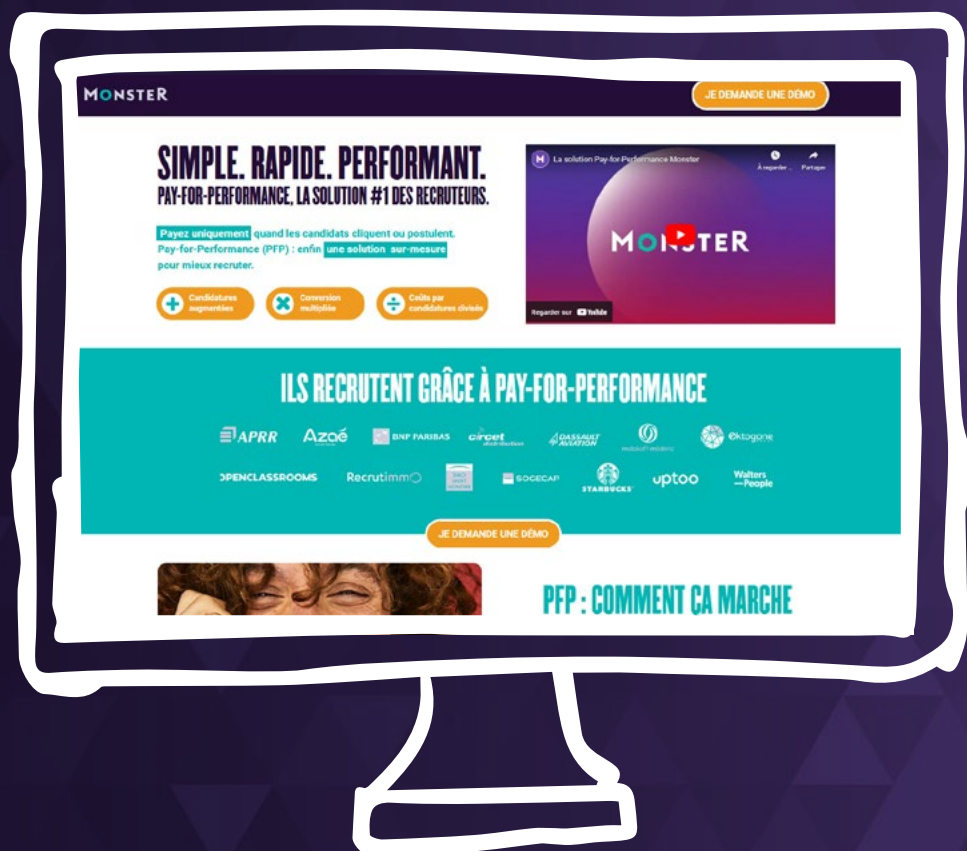
Pour en savoir plus

Pour tout savoir sur notre solution **Pay-for-Performance** n'hésitez pas à vous rendre sur notre page dédiée : learnmore.monster.com/fr-pay-for-performance

Ou bien contactez l'un de nos conseillers qui sera fera un plaisir de vous renseigner sur Pfp.

> Par mail à pfp-france@monster.fr

> ou par téléphone au 0800 050 060



À propos de Monster



> Qui sommes-nous ?

Monster Worldwide est un leader mondial de la mise en relation entre les personnes et les opportunités de carrière. Depuis 30 ans, Monster s'emploie à transformer le secteur du recrutement en France et à l'international. Aujourd'hui, le groupe s'appuie sur une technologie avancée utilisant des solutions digitales, sociales et mobiles intelligentes ainsi qu'une vaste gamme de solutions RH et de services de recherche d'emploi et gestion de carrière. Monster est une entreprise numérique appartenant à Randstad North America, une filiale de Randstad N.V., leader mondial du conseil en ressources humaines.

> Notre mission

Chaque jour, Monster participe à faire de chaque lieu de travail un espace plus heureux et plus productif en transformant la manière dont les recruteurs trouvent les meilleurs talents et la manière dont les candidats font les bons choix de carrière.

> Nos solutions

Pour les candidats : Monster propose une suite complète d'outils et de services pour aider les personnes à trouver leur futur emploi et mettre en avant tout leur potentiel auprès des employeurs.

Pour les entreprises : Monster offre une large gamme de solutions RH et de marque employeur pour permettre aux entreprises de communiquer, recruter, et gérer les meilleurs candidats avec efficacité.

Pour en savoir plus, visitez [Monster.fr/recruter](https://monster.fr/recruter)



MONSTER

SUPPORTEUR
OFFICIEL



Monster.....

Site candidats

monster.fr

Site recruteurs

monster.fr/recruter

Contact candidats

candidat@monster.fr

Contact recruteurs

serviceclientele@monster.fr

Téléphone

0800 050 060

Adresse postale

Monster Worldwide SAS
14-16 rue Clément Bayard
92 300 Levallois-Perret

Réseaux sociaux.....

Facebook

facebook.com/Monster.fr

Twitter

twitter.com/MonsterFrance

Instagram

instagram.com/monster.recrutement.france/

LinkedIn

linkedin.com/company/monster-france

Tiktok

tiktok.com/@monster.france