

Attirer des candidats et optimiser son processus de recrutement

Public concerné :

Toute personne en charge du recrutement et qui fait face à des difficultés pour recruter.

Prérequis :

Avoir déjà recruté ou cherché à recruter des salariés

Objectifs :

- Interroger son processus de recrutement (est-il long ou compliqué pour les candidats ? etc.) ;
- Savoir où et comment les candidats qu'il vise postulent ;
- Appréhender les attentes des candidats aujourd'hui (un emploi, une expérience, un CDI ?) ;
- Intégrer l'IA dans son processus de recrutement ;
- Rendre son entreprise et ses offres d'emplois attractives.

Contenu de la formation :

Contenu classe virtuelle 1 (3h)

Recruter, un acte stratégique :

- ▶ Les enjeux du recrutement.
- ▶ La place du recrutement au sein de la stratégie RH.
- ▶ Comprendre le principe d'Analyse des enjeux du recrutement en fonction de chaque acteur (candidat, recruteur, entreprise).
- ▶ Identifier le besoin : La notion de compétences. Analyser le besoin. Définir précisément le profil recherché sur la base de critères prioritaires.
- ▶ Définir le poste à pourvoir : Définir précisément le besoin, le poste et les missions. Identifier et hiérarchiser les compétences clés du poste à pourvoir. Intégrer et comprendre les attentes des candidats : de l'intergénérationnel à l'interculturel.
- ▶ Clarifier le besoin en compétences et élaborer une fiche de poste efficace grâce à l'IA : Cartographie des compétences actuelles avec l'aide de l'IA et exploration des opportunités de mobilité interne. Priorisation des compétences techniques et comportementales avec un soutien IA.

Travaux pratiques : Rédiger une fiche de profil de poste.

Contenu classe virtuelle 2 (3h)

Choisir les moyens de sourcing :

- ▶ Éventail des outils de sourcing : internes, externes.
- ▶ Choisir le bon support de communication : quelle utilisation des outils web (job boards, réseaux sociaux...) ?
- ▶ Sélectionner les supports de diffusion.
- ▶ Formuler son besoin et rédiger l'offre : contenu et cible.
- ▶ Comprendre l'intérêt d'un processus maîtriser et de fiches pratiques de rédaction d'offre d'emploi.
- ▶ Présélection des candidatures : Analyser une lettre de motivation et un CV. Comment objectiver sa sélection ? Mener des entretiens téléphoniques au préalable de présélection.
- ▶ Optimiser son recrutement via l'usage de l'IA : Stratégie de recherche assistée par l'IA : sourcing et réseaux sociaux. Rédaction d'annonces de recrutement plus attractives grâce à l'assistance IA.

Travaux pratiques : Trier des CV sur la base d'un poste à pourvoir. Rédiger une annonce fictive.

La notion de discrimination :

- ▶ Les mécanismes de la discrimination : stéréotypes, préjugés et biais cognitifs.
- ▶ Les notions de discrimination directe, indirecte et positive à l'embauche.
- ▶ Le cadre juridique en matière de discrimination.
- ▶ Les critères définis par la loi, le code du travail, code pénal avec quiz pour identifier les critères.
- ▶ Les différences de traitement autorisées à partir de certains critères et les points de vigilance dans le processus d'embauche.
- ▶ Les risques encourus : responsabilité civile et pénale, impact sur l'image de l'entreprise.
- ▶ Les autorités de contrôle.

Contenu classe virtuelle 3 (3h)

Attirer des candidats et
optimiser son processus de
recrutement

Attirer des candidats et optimiser son processus de recrutement

(suite)

État des lieux et fréquence des mises à jour du process de recrutement :

- ▶ Identifier les points d'amélioration et les bonnes pratiques.
- ▶ Recenser et renouveler ses pratiques, ses approches...
- ▶ Intégrer pleinement sa démarche de recrutement dans ses politiques de GEPP : Comprendre et appréhender le maillage existant entre : plan de formation, politique de recrutement et politique de mobilité. Identifier et analyser les écarts. Quelles actions à mettre oeuvre pour réduire les écarts (anticiper pour adapter les compétences à l'évolution des emplois, du métier et du segment, maîtriser les changements en interne, gérer les carrières sur le court, moyen, long terme...).

Travaux pratiques : Atelier sur l'état des lieux des pratiques de recrutement / SWOT. Apport de réponses complémentaires à des situations concrètes difficiles. Échanges de bonnes pratiques.

Cerner les enjeux et évolutions de la marque employeur :

- ▶ Définir les différents types de communication de l'entreprise.
- ▶ Cerner les enjeux de la marque employeur.
- ▶ Prendre en compte le changement des attitudes des candidats.
- ▶ Intégrer l'évolution permanente des canaux de communication et de leurs utilisateurs.
- ▶ Connaître les évolutions des pratiques de management RH de la concurrence.
- ▶ Analyser les caractéristiques des candidats potentiels selon le recrutement envisagé et ajuster le processus en place.

Travaux pratiques : Échanges sur les comportements et attentes des candidats visés, leur perception des employeurs et leurs pratiques de recherche d'emploi.

Contenu classe virtuelle 4 (3h)

Identifier son positionnement sur le marché des employeurs :

- ▶ Préciser les éléments constitutifs de la « marque employeur ».
- ▶ Évaluer son positionnement auprès de ses cibles internes et externes.
- ▶ Identifier ses spécificités en tant qu'employeur.
- ▶ Repérer les facteurs clés de succès dans le domaine du recrutement et du management des RH.
- ▶ Formuler un diagnostic de la situation afin de positionner des scénarios de stratégie.

Travaux pratiques : Construction d'un outil d'investigation permettant de cerner son image de marque employeur.

Mettre en oeuvre sa stratégie de marque employeur :

- ▶ Définir des objectifs à atteindre dans ce nouveau cadre.
- ▶ Choisir une ligne éditoriale valorisante pour ses offres de recrutement.
- ▶ Tester un storytelling adapté et le brand content associé.
- ▶ Sélectionner les prescripteurs, supports, formats et canaux adaptés aux cibles visées.

Travaux pratiques : Rédaction d'une offre d'emploi.

Mesurer l'efficacité de sa stratégie et ajuster ses actions :

- ▶ Choisir les critères et outils de mesure de performance de sa stratégie.
- ▶ Ajuster ses stratégie et actions selon les résultats obtenus en mobilisant les parties prenantes.

Travaux pratiques : Sélection des indicateurs et outils de mesure d'impact adaptés à sa stratégie et à ses cibles.

Méthodes d'intervention :

- Apports d'outils théoriques.
- Chaque classe virtuelle alterne de manière équilibrée des apports théoriques et des mises en pratique (ou phases de rédaction ou d'appropriation) des outils et méthodes présentés.

Attirer des candidats et
optimiser son processus de
recrutement