



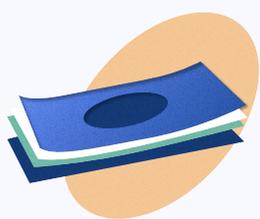
5 astuces pour rédiger des offres d'emploi efficaces

De bonnes descriptions de postes, vitales pour attirer les candidats

Sur un marché de l'emploi tendu où les candidats ont désormais davantage de pouvoir, le recrutement devient affaire de séduction - et cela commence dès l'offre d'emploi. Dans une enquête récente, 52 % des chercheurs d'emploi ont déclaré que la qualité d'une description de poste avait une influence considérable sur leur décision de postuler¹. Des descriptions de poste ciblées, rédigées en fonction des candidats potentiels, peuvent vous aider à trouver d'excellents candidats.

Une description de poste résume les responsabilités, les activités, les qualifications et les compétences essentielles pour un poste. Elle décrit le type de travail effectué et les compétences spécifiques ou l'expérience requises. La description de poste doit contenir des informations importantes sur l'entreprise - sa mission, sa culture et les avantages qu'elle offre à ses employés. Elle peut également préciser à qui le poste est rattaché.

Les indispensables



Salaire



Contrat



Profil



Horaires



Lieu



Avantages

¹ Enquête Indeed, n=2091

Sommaire

- 01** Attirez l'attention dès le titre
 - 02** Soyez transparent (et honnête)
 - 03** Faites en sorte que chaque mot compte
 - 04** Évitez le jargon
 - 05** Testez
- Récapitulatif des règles

01

Attirez l'attention dès le titre

Soyez clair sur le candidat que vous recherchez avec un langage ciblé qui commence dès l'intitulé du poste.

Pour se démarquer, il faut d'abord que l'intitulé du poste soit clair et précis. Après tout, c'est la première chose pour attirer les talents. Un bon intitulé de poste doit reprendre les termes qu'un candidat potentiel est susceptible d'utiliser dans la barre de recherche. Il doit être simple et correspondre aux normes du secteur. En utilisant des titres de postes standard, vous aurez plus de chances d'atteindre un plus grand nombre de candidats correspondant au profil souhaité.

36 % des talents qui utilisent des sites d'emploi font leur recherche en utilisant l'intitulé exact du poste qu'ils recherchent.²

Utilisez des mots clés. Par exemple, si vous recherchez une personne qui sera chargée de mettre en place des parrainages et d'organiser des événements au sein de l'équipe marketing, préférez *Chargé(e) d'Évènements marketing et Parrainages* plutôt que *Responsable Marketing*.

Astuce pratique :

La longueur de l'intitulé de poste suggérée ne doit pas dépasser 35 caractères sur mobile et 60 caractères sur ordinateur



35

60

Parce que la première impression est déterminante, les premiers mots d'une annonce doivent être soigneusement choisis pour capter l'attention. À la suite de ce premier paragraphe d'accroche, rédigez la description du poste aussi précisément que possible. En effet, une offre trop générique perdra de son intérêt aux yeux des candidats.

² Enquête Indeed, n = 2 091

02

Soyez transparent (et honnête)

Rédigez une description fidèle de votre entreprise et du poste.

Communiquez ouvertement sur les valeurs et la culture de votre entreprise. N'hésitez pas à mettre en avant les prix obtenus par l'entreprise dans son secteur d'activité, et les différents avantages qu'elle offre à ses employés. Vous ferez alors bonne impression auprès des candidats potentiels au moment même où ils décident, ou non, de postuler à une offre.

Décrivez les principales responsabilités du poste dans un langage clair et précis. Mettez l'accent sur les missions qui sont uniques ou spécifiques à votre organisation. Cela aidera les candidats à comprendre l'environnement de travail et à se projeter dans l'activité exercée quotidiennement. Précisez comment le poste s'intègre dans l'organisation. Indiquez à qui le poste est rattaché et comment la personne fonctionnera au sein de votre organisation, afin d'aider les candidats à avoir une vue d'ensemble et à comprendre l'impact du poste sur l'entreprise.

N'exagérez ou ne sous-estimez pas les responsabilités d'un poste. Il est courant de voir des descriptifs qui surestiment les opportunités offertes dans le seul but d'attirer des candidats. Cette approche est contre-productive sur le long terme.

Enfin, précisez le niveau de rémunération proposé, qui doit être cohérent avec les responsabilités du poste et les pratiques habituelles du secteur. N'oubliez pas de préciser également les différents avantages monétaires ou non (primes, congés payés, participation aux frais de transport et de repas, télétravail, etc.).

+20 %

Les offres d'emploi affichant le salaire reçoivent jusqu'à 20 % de candidatures supplémentaires³

³ Données Indeed, France, T2 2022

03

Faites en sorte que chaque mot compte

Faites bonne impression tout en restant concis.

Dans certains cas, alléger une description est aussi important que de l'étoffer. Essayez donc de trouver le bon équilibre entre donner suffisamment de détails et être concis. Une enquête menée par Indeed a révélé que les chercheurs d'emploi ne consacrent que 3 à 5 minutes à la lecture d'une offre avant de décider de postuler ou non⁴. Inutile d'assommer les candidats potentiels avec de longs paragraphes si vous pouvez présenter le poste de manière succincte dans une liste à puces.

Ne dépassez pas la proportion d'un tiers de listes à puces dans l'ensemble de l'offre.



Mettre en pratique

Les descriptions comprises entre 700 et 2 000 caractères reçoivent jusqu'à 30 % de candidatures en plus⁵

L'un des écueils à éviter est la liste à rallonge de qualifications et compétences requises. S'il est important de spécifier les hard skills (compétences techniques) et les soft skills (compétences humaines et comportementales) attendues, le fait d'inclure trop de pré-requis pourrait dissuader les candidats potentiels. Tout comme dans la vie, une bonne description de poste est une question d'équilibre entre le 'trop' et le 'pas assez'.

⁴ Source : Données Indeed mondiales

⁵ Enquête Indeed, n = 2 091

On voit parfois se répandre des expressions « à la mode » sur les sites d'emploi, avec des intitulés de postes ronflants ou décalés. Cette course à l'originalité peut manquer de clarté pour les candidats qui, eux, emploient des termes simples pour faire leur recherche. Surtout, ce langage réduit l'efficacité de votre campagne de recrutement. Si vous recherchez un commercial, appelez un chat un chat, et non un « rockstar des ventes ».

Évitez également le jargon interne qui serait spécifique à votre entreprise et peu compréhensible pour un candidat.



Astuce pratique

Avant de vous lancer, vous pouvez consulter quelques outils gratuits comme Google Trends qui vous aideront à identifier les termes les plus populaires. Une simple recherche sur Indeed peut déjà vous orienter ! Il vous suffit de vous connecter à Indeed, de rechercher quelques termes et de voir s'ils apparaissent dans les offres d'emploi.

Pour aller plus loin, utilisez également les données et rapports de performance d'Indeed à votre disposition afin de déterminer quels sont les différents intitulés et descriptifs qui reçoivent le plus de trafic et attirent le plus de candidats de qualité.

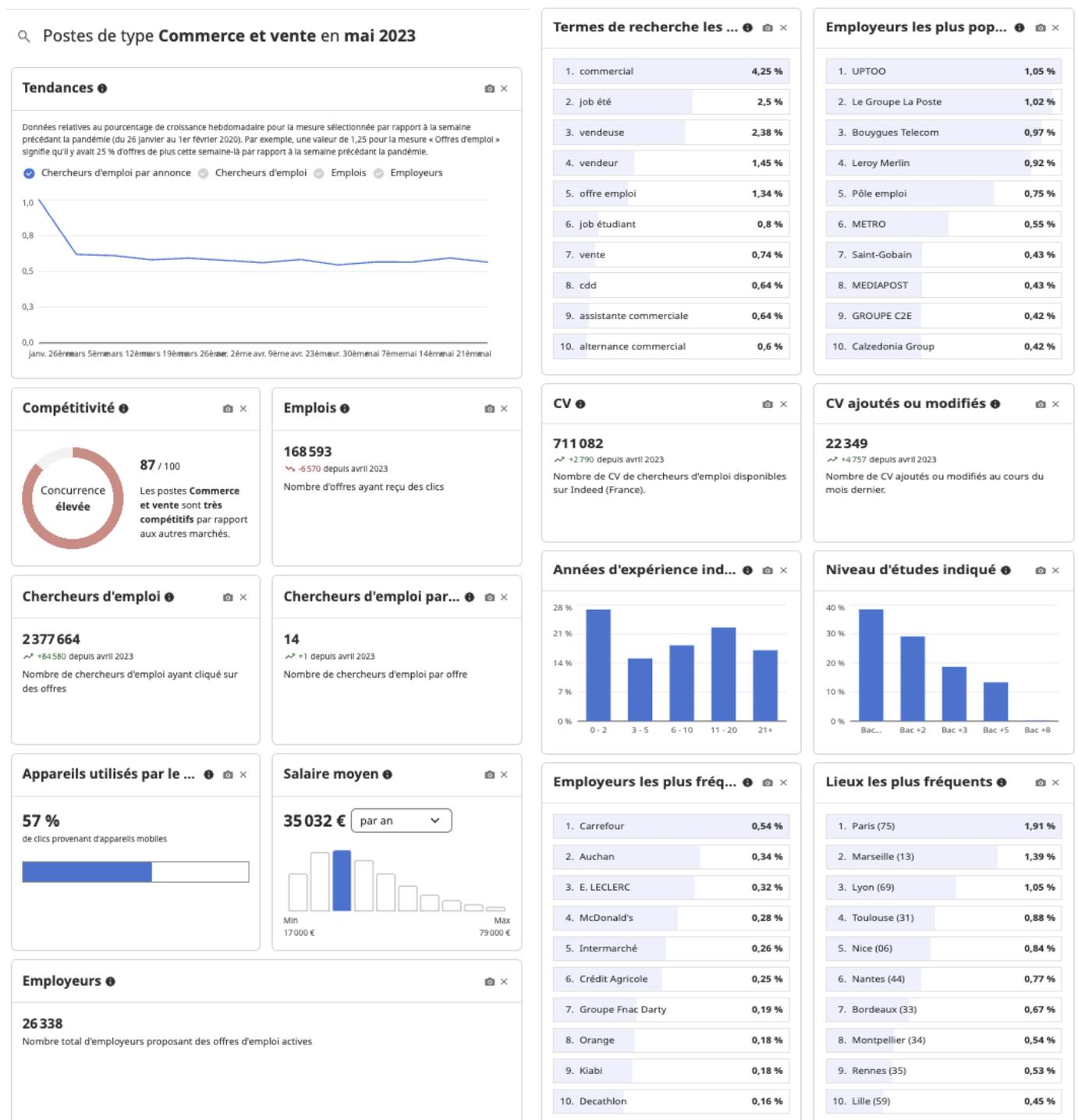
Les essentiels à éviter :

Excès de mots-clés	Utilisation d'un trop grand nombre de mots-clés ou de mots-clés inappropriés à la manière d'un « fourre-tout ».
Gros titre	Gros titre au style publicitaire inadapté à la recherche en ligne.
Redondance	Informations, telles que le nom de l'entreprise et son emplacement incluses dans le titre alors que ces champs sont automatiquement affichés dans les résultats de la recherche.
Contenu en stock	Descriptions standardisées souvent obsolètes et surexploitées.
Jargon interne	Reprend des formules utilisées par le service RH ou juridique, ou directement adressées à un public interne plutôt qu'à des candidats.

Expérimentez, remettez en question les idées reçues et testez vos annonces continuellement. N'hésitez pas à régulièrement affiner, analyser et optimiser vos intitulés et descriptifs de poste afin de les améliorer. Vous pouvez par exemple comparer les performances de différents intitulés ou descriptifs pour ne garder que les plus performants.

Astuce pratique

Retrouvez le tableau de bord sur votre compte Indeed pour suivre les performances de vos annonces



Récapitulatif des règles

Règles de qualité

- 1. Éviter les symboles et émojis**
✗ Conducteur de travaux !! H/F =)
- 2. Éviter les caractères d'urgence**
✗ Poste à pourvoir immédiatement
- 3. Éviter l'utilisation excessive de mots clés**
✗ Recherche maçon vrd, tp, travaux publics, voirie...
- 4. Éviter les titres appâts de clics**
✗ Postuler maintenant €€
- 5. Éviter les majuscules**
✗ OUVRIER MANŒUVRE TP
- 6. Postes en freelance**
Les termes freelance ou indépendant doivent apparaître dans l'intitulé
- 7. Stages et alternances**
Les termes stage ou alternant doivent apparaître dans l'intitulé



Votre prochain recrutement commence ici.

**100 € offerts pour sponsoriser votre
première offre d'emploi sur Indeed***

Indeed est le premier site d'emploi au monde¹ et permet aux talents de rechercher des millions d'offres dans plus de 60 pays et 28 langues. Plus de 3 millions d'employeurs utilisent Indeed pour trouver et embaucher de nouveaux employés. Plus de 300 millions de visiteurs uniques utilisent Indeed chaque mois pour rechercher des emplois, publier des CV, rechercher des entreprises et plus encore.

Découvrez comment Indeed peut vous aider à recruter :

<https://fr.indeed.com/recrutement/frtp-lorraine-2023>

Indeed France SAS
42 rue Washington
75008 Paris

* Le crédit s'applique uniquement à tout nouvel annonceur en France qui a publié une offre d'emploi et ajouté un mode de paiement valide. Le crédit expire un an après l'utilisation de l'offre promotionnelle. À l'expiration du crédit, les utilisateurs sont facturés sur la base du budget de l'emploi sponsorisé. Les conditions générales et les normes de qualité s'appliquent.

⁶ ComScore, nombre total de visites, septembre 2022