

LIVRE BLANC **2023**

**Comment recruter
vos candidats en 2023 ?**



Sommaire

- 01.** Savoir ce que l'on cherche
Eviter des erreurs **P4**
- 02.** Augmenter le volume de candidatures
Trouver les bons outils **P10**
- 03.** Une adaptation au changement
de rapport de force **P17**
- 04.** La digitalisation du recrutement
pour le meilleur **P20**
- 05.** Tendances
Les tendances qui pourraient changer
la donne en 2023 **P25**
- 06.** Conclusion
Qui sommes-nous ? **P27**

Introduction

La DARES fait état de **372 100 emplois vacants au 3e trimestre 2022**.

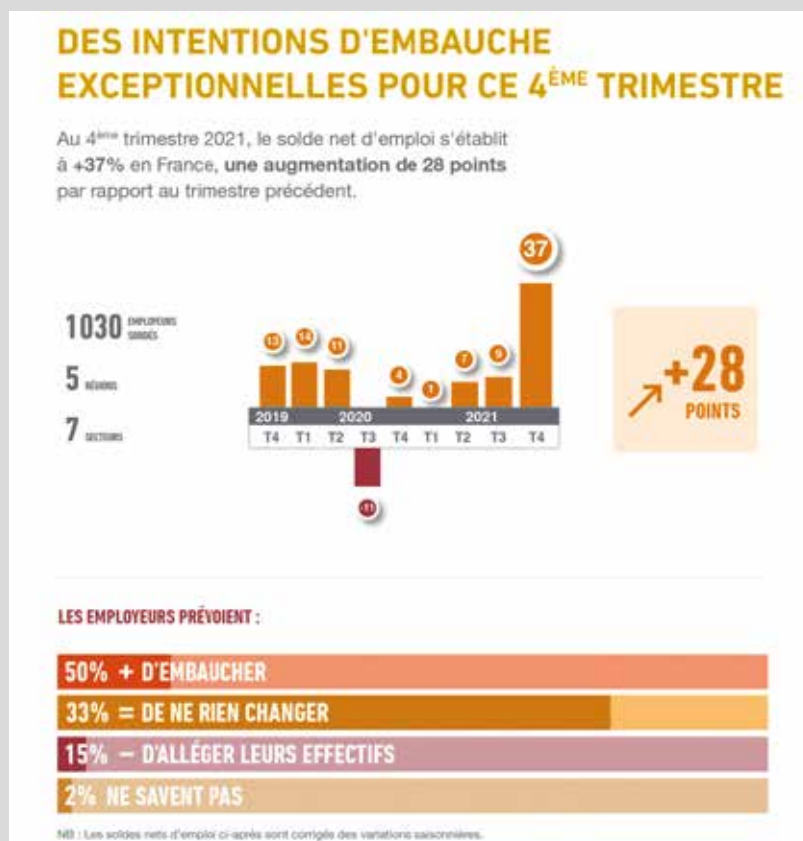
Alors que les offres d'emploi se multiplient, les entreprises peinent à recruter.

Plus d'un dirigeant sur deux, estime que les difficultés de recrutement rencontrées mettent à mal l'activité de leur organisation.

C'est donc dans un **contexte de haute concurrence qu'il faut trouver les bons leviers** et ne commettre aucune erreur pour trouver ses futurs collaborateurs. Et ce même si une étude de Golden bees, indique un léger ralentissement du volume d'offres par rapport au T4 2022 (-5%) mais néanmoins une belle progression par rapport à l'année précédente. Le volume de candidatures toujours en recul : - 33% entre T1 2023 et T4 2022.

Avec une pénurie de talents dans tous les secteurs, les intentions d'embauche frôlent le record de fin 2021

Au 4ème trimestre 2022, le solde net d'emploi s'établit à +34%, des intentions d'embauche en augmentation par rapport au trimestre précédent.



ANALYSE DE POSTE

Savoir ce que l'on
cherche : éviter les erreurs

01.

Analyse du besoin

Tout recrutement devrait démarrer par une analyse du besoin.



Qui s'en occupe ?

Ce travail est à réaliser par **les managers recruteurs en concertation avec le service RH ou les recruteurs**. C'est une action qui doit être collective car le manager pourra recenser les missions à effectuer au sein de son service. La composante RH, permettra par sa connaissance de l'organisation et de la culture d'entreprise ou encore du marché de l'emploi, d'apporter des éléments déterminants qui feront réussir le recrutement.

Un meilleur alignement en interne, c'est aussi des annonces mieux ciblées, qui permettent :



Un gain de temps dans le tri des candidatures



Un guide pour l'évaluation lors des entretiens



Une aide à la décision lors du choix final

C'est donc tout le processus de recrutement qui n'en sera que plus performant.

Sauter l'étape de l'analyse de poste, c'est risquer de ne jamais trouver le bon candidat ou de chercher un candidat qui n'existe pas.

Construire le persona de son candidat idéal pour plus d'attractivité

Le terme «persona» emprunté au marketing n'est pas anodin, car aujourd'hui **le recrutement ressemble au métier du marketeur** (attirer un candidat peut s'avérer tout aussi complexe qu'attirer un client) et utilise de nombreux outils issus de ce métier. Ce qui implique une nouvelle posture pour les recruteurs.



Etre tous d'accord en interne

Le profil recherché doit faire consensus et être approuvé par l'ensemble des intéressés sous peine de faire capoter le processus de recrutement.

Avoir un brief ouvert

Partir du candidat idéal certes mais avec des stratégies d'ouverture. Tout le monde sait que les candidats sont sollicités et qu'il n'est pas simple de trouver le candidat parfait ... ce changement de rapport de force oblige les recruteurs à penser au plan B dès le départ. Ne pas demander l'impossible à un recruteur, c'est la certitude de pouvoir trouver un candidat.



Un outil indispensable

Pour construire son persona, un outil est indispensable : l'analyse de poste.

L'analyse de poste : mode d'emploi

Pour cette étape, une réunion s'impose avec l'ensemble des intéressés.

Une réunion de kick off de 1,5 à 2,5 heures est à prévoir selon les enjeux du poste et/ou de l'externalisation du recrutement à un tiers.

Qui doit être présent ?

Un parti pris :

La fiche de poste (ou fiche de fonction) n'est pas totalement pour nous une analyse de poste. L'analyse de poste est **une étape à destination du recruteur qui lui permettra de vous proposer les candidats les plus adaptés à votre besoin** en tenant compte du profil du manager, des spécificités du service, du contexte conjoncturel ...

Réunion KICK OFF

Selon le type de poste, la taille de l'entreprise, l'organisation du process de recrutement ... Cela pourrait être le ou les **managers (N et N+1), une personne occupant le même poste, le recruteur / RH ...** En définitif, toute personne pouvant communiquer des informations importantes relatives au poste.

Rédaction analyse de poste

L'analyse de poste : mode d'emploi

Fiche de fonction

La fiche de fonction est un document qui définit, pour chaque famille de métiers : **les missions déclinées en tâches, les critères de performance, le rattachement hiérarchique, etc ...** sans intégrer certains éléments aléatoires (typologie de manager et conjoncture du service) ce qui peut requérir des savoir-faire ou savoir-être légèrement différents.



Analyse de poste

L'analyse de poste va être plus centrée sur **notre objectif de recherche de talents** et permettra de comprendre quels seraient **les axes de recherche du candidat idéal** pour le service concerné à un moment précis de son développement. Elle **repréend cependant une partie des éléments de la fiche de fonction**.

Exemple fiche de poste

Fiche de poste

Date d'arrivée souhaitée : Remplacement ☐

Motif de la demande : ☐ Création de poste ☐ Recrutement interne ☐ Recrutement externe ☐

Type de recrutement : ☐ Recrutement interne ☐ Recrutement externe ☐

IDENTIFICATION DU POSTE

Nature du poste : ☐ CDI ☐ CDD ☐ Stage/alternance ☐ Intérim ☐ Autre

Nature du poste : ☐ IAC (interne, externe, contrat) ☐ STAF (interne, externe, contrat) ☐ Autre

Statut du poste : ☐ Ouvert ☐ Fermé

Temps de travail : ☐ Temps plein ☐ Temps partiel

Liaison du poste : ☐ Coefficient ☐ Annuelle brute ☐ Variable ☐ Oui ☐ Non ☐ Hors échelle (N+1)

Rémunération du poste : ☐ Oui ☐ Non

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

Nom du service :

Mission du service :

Liaison hiérarchique (N+1, études à l'extérieur...) :

Liaison fonctionnelle :

Interne à l'entreprise (services et personnes de l'entreprise) : ☐ Oui ☐ Non

Externe à l'entreprise (clients, fournisseurs...) : ☐ Oui ☐ Non

FIGARO Recruteur

DESCRIPTION ET MISSIONS DU POSTE

Mission 1 :

Mission 2 :

Mission 3 :

Mission 4 :

Mission 5 :

Conditions de travail (environnement, travail en équipe, travail en autonomie...) :

Indicateurs :

Compétences :

Difficultés :

EXPÉRIENCES ET FORMATION

Expériences professionnelles :

Diplômes et formations :

COMPÉTENCES REQUISES

Profil du poste :

Connaissances :

Compétences :

Soft Skills :

FIGARO Recruteur

Recherchez le site qui facilite votre gestion de recrutement !

Partez votre site grâce à nos services : articles, livres blancs, études, infographies, webinars

01 21 08 72 95

recrutement@figaro.fr

Rejoignez-nous en ligne sur le site

FIGARO Recruteur

1/3

3/3

Autopsie d'une analyse de poste

Téléchargez notre analyse de poste type



1

Organisation du processus de recrutement : anonymat des annonces, le process de recrutement envisagé (organisation/interlocuteur), test de technique ou de personnalité, contrôle de référence ...

2

Le contexte de l'entreprise et du recrutement. Vocation du poste, phase de développement de l'entreprise, rattachement hiérarchique et profil du manager, localisation ...

3

Les éléments de satisfaction /d'insatisfaction du poste. Entreprises qui permettront d'affiner les personnalités compatibles mais aussi d'identifier les arguments pour séduire les candidats.

4

Missions générales du poste avec potentiellement les temps alloués aux principales missions.

5

Profil souhaité : formation, expérience, savoir-faire indispensables et savoir-être. Quel est l'ouverture acceptable sur ce poste ?

6

Rémunération : fixe, variable et avantage

LES OUTILS

**Augmenter le volume
de candidatures :
trouver les bons outils**

02.

Augmenter le volume de candidatures : trouver les bons outils

Depuis des années, le nombre de **candidature ne cesse de baisser**. Il existe de nombreux moyens de «doper» son volume de candidats.

Avec **une hausse de 72% des opportunités mais une baisse de près de 50% du volume de candidatures**, publier une offre d'emploi n'est plus suffisant pour recruter, selon les données du baromètre annuel de l'emploi en ligne réalisé par Golden Bees (2021).

Le volume de candidature a un impact direct sur le délai de recrutement et la qualité souhaitée.

Le 1er constat est que les sources sont multicanales, il n'y a donc pas de solution unique qui fonctionne... Dommage !

Une petite revue s'impose. La recette n'est pas universelle et va dépendre du métier et du secteur dans lequel vous recherchez. Si vous connaissez déjà ces outils (site d'emploi et réseau social professionnel), vous êtes sur la bonne voie.



Réussir avec les annonces

Certes moins efficace, **l'annonce reste tout de même un canal à ne jamais négliger**

30% des entreprises reçoivent - de 10 CV



10 958 000 d'offres d'emploi diffusées en France depuis le 1er janvier 2023 sur les différents jobboards

Etude DARES

L'objectif d'une annonce efficace : **Attirer les candidats qui nous intéressent !**

Pour cela, nos annonces doivent toucher le plus de candidats possibles et transmettre une information attractive et adaptée à notre cible. **Il est important d'identifier et mettre en avant les avantages du poste et de l'entreprise.**

Visibilité d'une annonce

Faire en sorte qu'elle soit bien référencée : **les titres dans l'annonce seront à choisir avec stratégie** car ils permettront d'optimiser la visibilité de l'annonce sur google.

Choisir des sites d'emploi bien référencés sur son secteur géographique ou pour le métier concerné. **Les sites d'emploi ont beaucoup investi dans les algorithmes et l'intelligence artificielle ces dernières années.** Les modèles de fonctionnement sont différents les uns des autres, et les modèles économiques sont en pleine mutation. C'est important de les identifier régulièrement.

La visibilité de vos annonces sur les réseaux sociaux ou votre site web n'est pas à négliger. Certains peuvent être efficace une année et l'année suivante avoir une audience en forte baisse.

Qualité du contenu

Un exercice marketing et de communication qui nécessite de s'attarder sur le fond avec **une communication orientée sur votre cible**. Ce qui implique de bien comprendre les motivations et les intérêts de celle-ci. Il n'y a rien de plus inefficace qu'une **annonce non personnalisée** (il faut absolument éviter les recopies ou/et les copies de recopies).

Les qualités rédactionnelles sont indéniablement un plus. Elles permettent de structurer en mettant en évidence les idées clés mais aussi en transmettant une certaine singularité.

Tout le monde est recrutable

ou presque ...

Bonne nouvelle : **80 % des candidats sont des candidats passifs** (Les Échos et LinkedIn). Cela indique que notre vivier de candidats est bien plus important qu'il n'y paraît !

La majorité des salariés peut être approchés.

Les cabinets de chasse sont de plus en plus amenés à recruter avec ces techniques d'approche directe.

L'augmentation du nombre de postes pénuriques nécessite un investissement en temps.

Quelques pistes pour passer du temps mais pas trop :

01.

LinkedIn et son **compte recruteur** qui permet de savoir qui est en open to work

02.

LinkedIn et un **outil d'automatisation** comme waalaxy (growhiring), un robot qui travaille pour nous et qui **contacte en volume des candidats sur linkedin.**

03.

Être abonné à des cvthèques particulièrement efficace comme Hellowork et **mettre des alertes afin d'être notifié lorsque les candidats se remettent en recherche** directement

Le pouvoir des réseaux

Les réseaux sociaux sont devenus courants, voir **indispensables pour le recrutement**.

A titre d'exemple, **85 % des entreprises mobilisent aujourd'hui ce canal pour recruter des cadres**.

APEC 2019

Des résultats difficiles à quantifier mais une utilisation devenue quasi indispensable.



42%

des entreprises **recrutent en utilisant la cooptation**.

La cooptation entraîne un avantage pour celui qui coopte !

Bien que la récompense ne soit généralement pas la première raison pour laquelle les collaborateurs cooptent

En effet, certaines personnes auront à cœur de fournir cet effort pour leur entreprise et pour aider leur entourage à trouver un poste intéressant, ou choisir leurs collègues...

Il s'agit néanmoins d'un incentive performant pour dynamiser et entériner la démarche. En monnaie sonnante et trébuchante le plus souvent, la prime peut aussi se matérialiser avec un cadeau.

Vos autres réseaux :

Faire savoir que vous recrutez sur tous vos réseaux **pas seulement de manière digitale**.

Votre réseau ?

Vos contacts au quotidien peuvent également faire partie de votre réseau. Votre famille, vos collègues, vos anciens collègues ou encore les anciens élèves de votre école, les réseaux professionnels, les prestataires et clients, les professionnels rencontrés lors de salons ou de conférences...

En résumé :

Comment optimiser son budget recrutement ?



Pourquoi parle-t-on de **budget** ?

Parce que le **temps c'est de l'argent** et aussi que parfois il est nécessaire d'investir dans des outils (ou prestation) pour avoir des candidatures de qualité et dans des délais raisonnables.

Un budget peut être compris entre 3000€ et 12000€ selon les postes.

Les bonnes pratiques d'un budget maîtrisé :

1

Promouvoir votre marque employeur

2

Choisir les bons sites d'emploi payant pour optimiser la visibilité de vos annonces.

3

Investir sur LinkedIn sur les solutions payantes qui accroissent votre visibilité.

4

Favoriser la cooptation

5

Former son équipe au recrutement digital

6

Faire en sorte que vos recruteurs aient du temps

7

Optimiser et digitaliser ses processus internes

8

Réussir votre recrutement

9

Trouver un cabinet de recrutement qui passera du temps et aura les outils que vous n'avez pas

Selon le baromètre APEC, 29% des entreprises ont eu recours aux services de cabinets de recrutement au cours de l'année 2021, tandis que 25% totalement ont abandonné leur démarche.

ADAPTATION

Une adaptation au changement
de rapport de force

03.

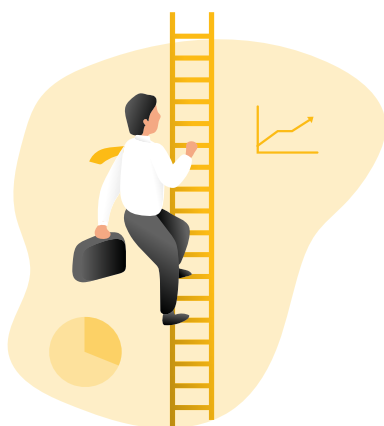
Une adaptation au changement de rapport de force

86%

des professionnels RH affirment que le recrutement ressemble de plus en plus au Marketing (ICIMS).

Le candidat : un client exigeant

Message d'approche et posture de recruteur à soigner tout particulièrement. **On doit comprendre son besoin** et être à l'écoute de celui-ci. Les recruteurs sont évalués par les candidats ! Ils ont le pouvoir de valoriser ou de discréditer leur entreprise.



Bien connaître les souhaits des candidats et les compétences qu'ils possèdent afin de déterminer la meilleure façon dont leur carrière peut évoluer au sein de votre entreprise. Une posture empathique mais aussi de conseil en orientation professionnelle est primordiale. Une parfaite compréhension des métiers et secteurs d'activité sont de vrais atouts pour attirer de futurs collaborateurs.

En résumé, une posture permettant :

Un rapport
d'égal à égal

Des échanges
authentiques

Une volonté
de rendre service

6 mois

à haut risque

La préintégration



Tout commence avant de commencer.

Pourquoi ne pas créer du lien avant le recrutement? Les candidats ont toutes les chances d'être approché pendant leur période de préavis et avant de rejoindre leur nouvelle entreprise, alors en créant du lien, cette période avant intégration peut être un peu plus sécurisée. Et pour cela il sera important de garder le contact (repas, vidéo de pré-intégration, lien téléphonique...)

L'intégration doit transformer l'essai

1 cadre sur 3 a songé à démissionner après une mauvaise intégration (Cadre emploi 2019).

L'onboarding désigne l'ensemble des processus d'accueil mis en place dans une entreprise pour intégrer un nouvel employé. Cette intégration comprend une dimension formelle avec **l'apprentissage des valeurs, de la culture de l'entreprise et de toutes les procédures obligatoires à suivre.**

Il comprend également une **dimension sociale** avec l'intégration de la nouvelle recrue au sein de l'équipe et l'environnement.

Ce qui est important au moment de l'onboarding chez le collaborateur :



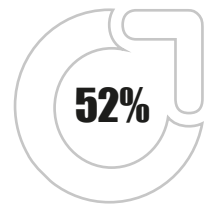
La visite
des locaux



La présentation de
l'entreprise par un
membre de la
direction



La présentation
du poste



Le petit-déjeuner
ou déjeuner
d'accueil

La digitalisation du recrutement pour le meilleur

D'après une étude menée par l'institut de sondage OpinionWay 2023 sur le "Recrutement et crise sanitaire", **82% des recruteurs déclarent avoir modifié leurs procédures de recrutement en réponse aux difficultés d'embauche, et plus particulièrement depuis la crise sanitaire.**

Trois quarts de ces professionnels affirment que le digital a considérablement amélioré leur processus de recrutement dans sa globalité.

L'étude précise aussi que **84 % des entreprises qui ont digitalisé l'embauche en 2021 ont eu accès à de meilleurs profils de candidats et ont pu s'engager avec les candidats de manière plus personnalisée.** Ces mêmes entreprises ont aussi pu traiter les candidatures plus rapidement grâce à des logiciels ATS et les autres outils en ligne.

22% des entreprises les plus performantes automatisent une partie de leurs processus de recrutement (Deloitte)

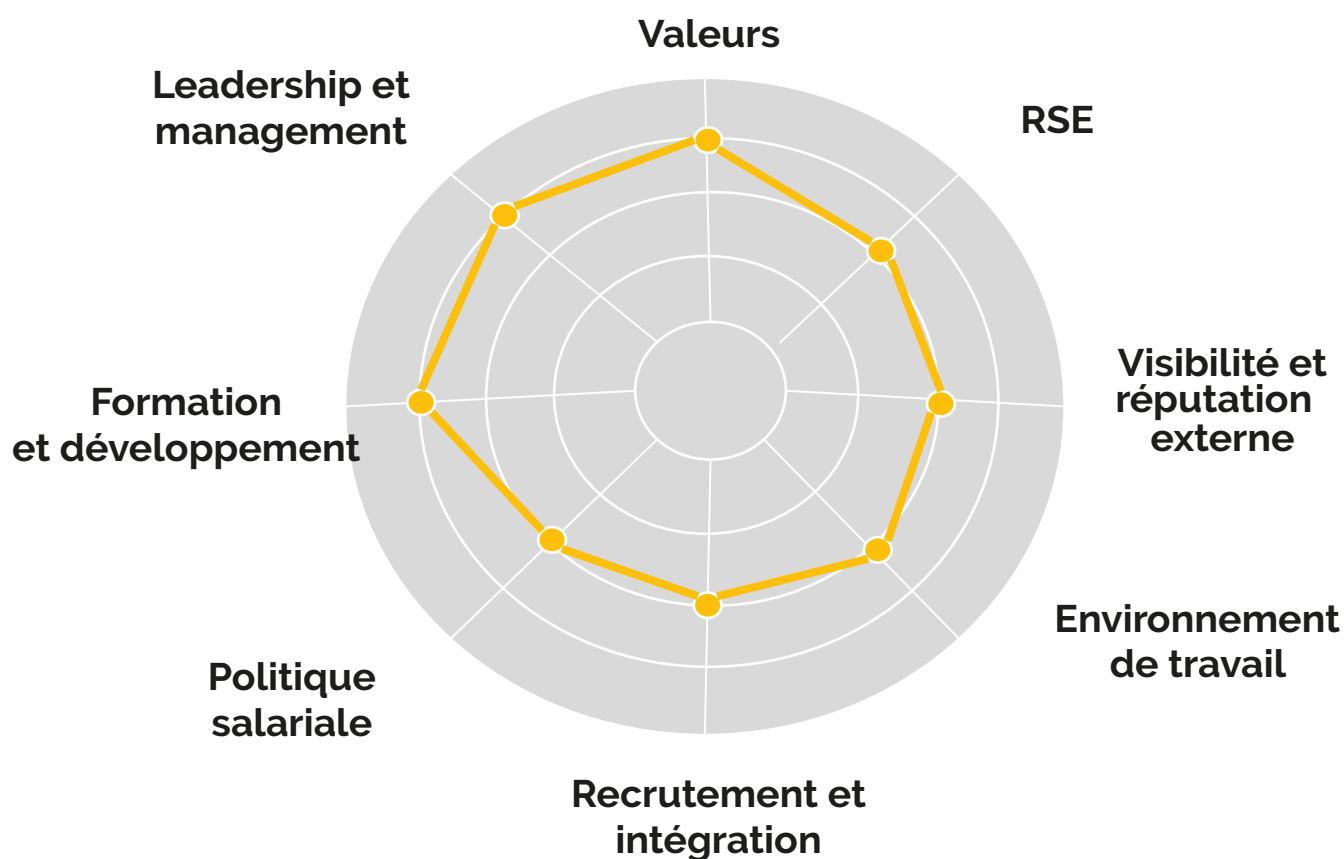


Nouvelles problématiques de recrutement ?

Un ennemi : **le temps.**

L'optimisation repose donc sur **des solutions d'automatisation qui vont permettre aux équipes de répondre à différentes problématiques** comme la gestion des tâches administratives, le suivi et la gestion des processus mais aussi leur évaluation pour s'inscrire dans une démarche d'amélioration constante.

Le mapping marque employeur : un de vos leviers pour attirer certes mais aussi fidéliser «vos clients internes» que sont vos meilleurs collaborateurs



DIGITALISATION

La digitalisation du recrutement
pour le meilleur

04.

Le logiciel du recrutement pour le suivi des candidatures

7 Problématiques de recrutement qu'un ATS permet de résoudre :

- Se libérer des tâches chronophages
- Gérer les candidatures volumiques
- Suivre les candidatures en temps réel
- Simplifier la communication candidats
- Évaluer l'efficacité de ses actions de recrutement
- Faciliter l'interconnexion de ses outils RH
- Offrir une meilleure expérience de recrutement

Notre petite liste d'ATS avec un bon rapport qualité prix

Nos critères de sélection :

- Facilité d'utilisation/ergonomie
- Multidiffusion des offres, ou multi-posting d'annonces
- Suivi du processus de recrutement
- Évaluation des candidats
- Fiche candidat
- Multicanal et importation CV depuis différents jobboards
- Reporting, via des tableaux de bord et des rapports
- Exploitation CVthèque
- Une tarification annuelle maîtrisée (inférieur à 8k€ quelques soit le nombre d'utilisateur ou de recrutement)

Un doublé gagnant :



Un logiciel SIRH doit prendre en charge **les processus RH particulièrement chronophages et faire gagner du temps dans toutes les tâches gérées.**

Cela concerne notamment la gestion des carrières, des contrats de travail, des congés payés du personnel ou encore la paie.

Un système d'information de gestion des ressources humaines :

- Gestion des données administratives des collaborateurs
- Une gestion maîtrisée des congés et des absences
- Suivi des entretiens de performance
- Suivi des temps de travail
- Gestion de la paie
- Gestion des notes de frais

Progresser dans ses pratiques

Les statistiques pour connaître son ROI

Une démarche vertueuse pour améliorer les pratiques des managers et recruteurs



- Sources du recrutement.
- Durée du recrutement.
- Délai d'embauche.
- Durée de chaque étape du recrutement.
- Coût par recrutement.
- Qualité du recrutement.
- Le taux de départ la première année.
- Ratio nombre d'entretiens pour une embauche.

Le sourcing et le growthhiring

Plus de candidats sur un délai plus court

Le **growth hiring** est une **méthode de recrutement** qui s'inspire du growth marketing et du growth hacking. L'objectif est de **recruter les meilleurs talents en utilisant des techniques de marketing et de growth hacking**.

L'objectif est de recevoir plus de candidature en faisant grossir le nombre de candidat VS le nombre de clients pour le growth hacking. Les techniques d'automatisation et les outils permettent d'arriver à cet objectif en un temps plus court.

C'est une technique digitale qui nécessite une certaine aisance à l'utilisation d'outils et une philosophie de hacker avec laquelle tout le monde n'est pas à l'aise.

TENDANCES

Les tendances qui pourraient
changer la donne en 2023

05.

Les tendances

qui pourraient changer la donne en 2023

1. ChatGPT

L'IA au service des recruteurs

L'IA est un véritable puit de connaissance et de capacités de traitement qui permet aux utilisateurs de poser des questions. L'interface est conçue pour **simuler une conversation humaine**. Les réponses de ChatGPT ressemblent d'ailleurs beaucoup à celles des humains, car l'IA a été entraînée sur de grandes quantités de données écrites par des personnes réelles.

Quelques idées :

Aide à la rédaction
d'offres d'emplois

Analyser des CV pour un poste :
mots clés pertinents pour proposer un taux de matching

Écrire des articles de blog
pour votre site carrière

Comprendre les métiers
/ secteur d'activité

Créer une banque de questions
par fonction pour vos entretiens

2. L'innovation sociale

Un virage obligatoire

La place du travail, l'équilibre vie professionnelle/ vie privée est la principale aspiration au travail des salariés en 2023. **La flexibilité ou une nouvelle façon de vivre son quotidien au travail** : 43% des salariés seraient intéressés par une formule consistant à « conserver son emploi actuel à mi-temps et être free-lance l'autre moitié du temps ». Le **Management de Transition** connaît une croissance de 13%/an depuis 2016 (<http://bitly.ws/KquZ>)

3. L'externalisation de savoir-faire

Le nombre de freelance a doublé en 10 ans et 27 % des freelances exercent dans les fonctions support (dont les recruteurs freelances) contre 23 % dans le secteur IT (FocusRH)

57% des entreprises travaillent avec des freelance experts faute de ressources internes (lzyfreelance)

35 % des cadres de moins de 35 ans envisage de quitter son entreprise pour se lancer à son compte (lfop/freelance.com)

CONCLUSION

Qui sommes-nous ?

06.

cofabrik^{RH}

contact@cofabrikrh.fr

04 78 88 61 93

www.cofabrikrh.com

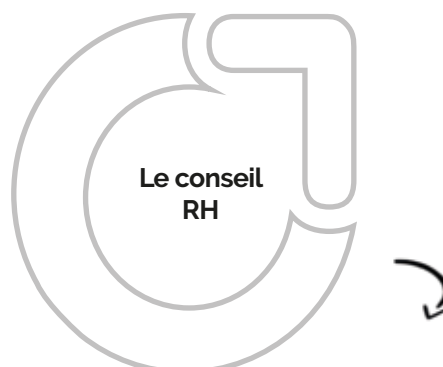
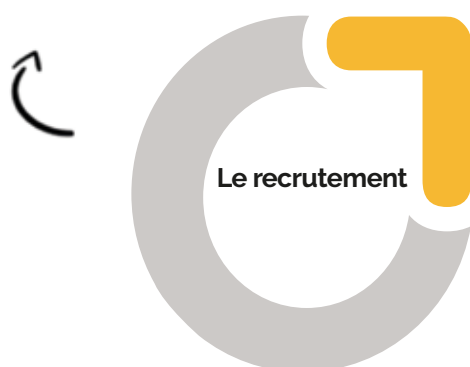
Qui sommes-nous ?

**Cofabrik RH est un cabinet de conseil
en ressources humaines et recrutement.**

Notre mission est d'accompagner nos clients sur leurs enjeux RH
en étant partenaire de leur réussite et en maximisant l'engage-
ment de chaque collaborateur.

En considérant l'humain comme un levier de performance pas
comme les autres, Cofabrik développe 2 expertises majeures :

Executive search avec un cœur
d'expertise dans les industries
de haute technologie



Place l'humain au cœur de la
performance de l'entreprise :
rh externalisées, audit et
diagnostic, formation ...

Contactez-nous