

LES interco. DE DEMAIN



Le recruteur
de demain

Safari-rh.fr





Le recrutement de demain commence aujourd'hui !

Le recruteur est un rôle soumis à des mutations et des contraintes majeures qui doit, à l'ère des réseaux sociaux et de l'omniprésence du digital, chercher à se réinventer s'il veut attirer et fidéliser le candidat idéal. Un nombre croissant de métiers sont sous tension en raison de la pénurie de professionnels ou de leur faible attractivité auprès des candidats à l'emploi. Les recruteurs des secteurs privé et public se livrent une concurrence acharnée et les canaux habituels de transmission des offres d'emplois, tels la presse et les sites d'offres d'emplois, ne suffisent plus. L'enjeu majeur pour le recruteur de demain vise alors à miser sur l'attractivité de la marque employeur de son territoire tout en mettant en place une communication de recrutement multicanal.

La marque employeur est la réunion de quatre dimensions : **l'attractivité, la réputation, l'engagement des salariés, et la différenciation**, que la collectivité va partager avec son écosystème

pour promouvoir sa marque en tant qu'employeur.

Il est devenu primordial de cultiver l'image de marque employeur car celle-ci intervient à plusieurs niveaux dans le processus de séduction du candidat cible et de fidélisation des collaborateurs. La marque employeur porte l'identité de la collectivité, son ADN social. Elle sous-tend l'ambition RH, les valeurs, la culture, la réputation interne de toute l'organisation.

La première phase consiste à attirer le candidat en communiquant sur l'environnement global de la collectivité, en mettant en avant les projets réalisés et à venir et tous les atouts dont elle dispose. Une majorité écrasante des candidats postulant et s'informant au préalable en ligne sur la culture de la collectivité, il s'agit pour le recruteur d'être visible et de montrer une image positive et attractive de son environnement. L'augmentation des métiers sous tension accroît la concurrence entre les recruteurs, les candidats

ont alors le choix et se renseignent sur leur éventuel futur employeur. Internet est un outil formidable leur permettant « d'enquêter » sur le recruteur à travers les sites corporate et surtout les réseaux sociaux. Ils auront alors tendance à se diriger spontanément en priorité vers une collectivité valorisant ses projets, sa politique RH et ses perspectives d'évolutions.

La marque employeur ne vise pas qu'à découvrir les talents les plus prometteurs, elle permet également de fidéliser les agents qui pourraient être tentés par d'autres expériences professionnelles. En valorisant le fait d'appartenir à cette communauté, les salariés sont plus fidèles à leur collectivité. Cette stratégie RH vise aussi à fidéliser le collaborateur, à renforcer son appartenance à la culture de la collectivité, à le pousser à communiquer positivement sur son environnement de travail. Il est primordial en effet que l'image de marque employeur dévoilée en externe coïncide avec celle ressentie en interne car tout décalage serait connu par le potentiel candidat à l'époque du partage instantané où les avis les plus scrutés sur une collectivité sont ceux de ses agents.

Mais pour diffuser une image de marque employeur pertinente, le recruteur doit adopter les bons outils, la formation adéquate et un visuel cohérent et notamment, lors de ses campagnes de communication de recrutement traditionnelles (annonces d'offre d'emplois) avec l'image qu'il cherche à transmettre. L'image de marque employeur est donc une composante du marketing RH qui a une incidence non négligeable sur le capital humain des collaborateurs. Si la collectivité recrute

le candidat idéal et lui transmet sa culture interne, il sera d'autant plus intégré et productif.

L'image de marque ainsi développée doit permettre à la collectivité d'entrer dans le cercle vertueux du recrutement : séduction du candidat, conservation de ce dernier, valorisation de son métier et enfin amélioration de la réputation de l'organisation.

Une collectivité qui communique sur ses projets, la qualité de vie qu'elle propose à ses agents les perspectives qu'elle lui offre, aura beaucoup plus de chances d'attirer des candidats en veille, notamment pour les secteurs sous tension.

Mais l'image employeur intervient en amont et ne suffit pas, seule, à optimiser le recrutement du candidat idéal.

Le sourcing de candidats *via* les canaux habituels : sites emplois et/ou presse ne suffisent plus. Il faut pouvoir toucher en plus des professionnels en veille et les séduire, leur donner envie de postuler bien qu'ils ne soient pas forcément en recherche active.

La communication de recrutement doit désormais être multicanal pour essayer de toucher les meilleurs candidats là où ils se trouvent en associant réseaux d'anciens élèves, sites emploi ou éventuellement presse professionnelle, réseaux socioprofessionnels.

Le recruteur de demain doit utiliser toutes les options qui s'offrent à lui. N'ayant pas toujours les ressources et le temps nécessaires pour rechercher les différents canaux qui lui permettront de

communiquer auprès d'une cible qualifiée, en veille ou en recherche active, les recruteurs peuvent aussi s'appuyer sur des professionnels de la communication de recrutement.

Consciente des difficultés que rencontrent les collectivités à recruter dans les secteurs en tension et à trouver le ou les supports qui offriront à leurs annonces d'offre d'emploi une visibilité optimale, Safari RH accompagne les collectivités qui lui font confiance dans le développement de leur marque employeur et a imaginé, conçu et mis en œuvre une solution sur-mesure offrant aux Collectivités des réponses média et hors média optimisées pour répondre au meilleur coût (grâce à sa puissance d'achat) à leur problématique de recrutement, notamment sur les secteurs en pénurie de talents (filiales médicale, petite enfance, informatique, technique...). Il s'agit d'un dispositif qui inclut une multi-diffusion de l'annonce combinant :

- **Le ou les sites spécialisés adaptés** : emploi-public.fr, emploi-collectivites.fr, emploi-environnement.com, talents.fr, lesjeudis.com, economie-territoriale.fr, weka.jobs, crechemploi.fr, etc.
- **Des sites d'écoles ciblées disposant de réseaux d'anciens élèves** (potentiel de 2 500 écoles et universités).
- **Des sites optionnels** : APEC, réseau handicap...
- **Des agrégateurs pour optimiser la visibilité** : Neuvoo, Indeed, Vivastreet, Jobijoba, Trovit, Adzuna...

Ce Multipass permet de multiplier la visibilité de chacune des offres d'emploi et ainsi d'en optimiser le coût et les rendements.

Contact >>

SAFARI RH
Nicolas Vorobieff
01 40 39 14 40
nvorobieff@safari-rh.f
www.safari-rh.fr