



# EXPERIENCE CANDIDAT

# 10 techniques pour perfectionner votre site carrière



la<sup>super</sup>agence

# Expérience utilisateur : du client au candidat

L'**expérience utilisateur** (ou UX pour *User eXperience*) est un domaine dans lequel les marques ont énormément progressé ces dernières années.

De Free à Vente-privée, en passant par BNP Paribas, elles ont réussi à se forger une excellente **réputation** en mettant la technologie **au service du consommateur**.

Les internautes se sont tellement habitués à un bon niveau de **simplicité** et d'**intuition**, qu'ils ne supportent plus le moindre défaut.

Un site qui bugue ou une page qui met un peu de temps à être rafraîchie et ils sont déjà partis ailleurs.



Pourtant, il existe un domaine où les avancées en matière d'**ergonomie** ne semblent pas avoir été intégrées : c'est le **recrutement**.

Les entreprises qui proposent encore une expérience candidat **décevante** sur leur **site carrière** ressentent déjà les effets en terme de **nombre** et de **qualité** des **profils** reçus.

Ces marques rendent la tâche bien plus difficile à leurs **recruteurs** qui cherchent sans cesse à attirer des **talents**.

Ce livre blanc va vous aider à améliorer votre **parcours candidat** sur votre site carrière pour ne plus perdre de précieux profils. Grâce à de **nouvelles fonctionnalités** ainsi qu'à la mise en place d'un **pipeline** de candidats performant, vous optimiserez vos efforts en recrutement.




# Mais d'abord, qu'est-ce que l'expérience candidat ?



Ce livre blanc traite de la partie technologique de l'expérience candidat.



# ATS, site carrière et expérience candidat



Pourquoi tant de sites carrière sont dépassés ?

---

Le principal handicap des sites carrière reste l'absence de couche UX sur le **système de gestion des candidatures** (*Applicants Tracking System* ou ATS).

En effet, le site carrière nécessite des fonctionnalités particulières pour connecter les candidats aux offres. Souvent, celui-ci est hébergé sur une plateforme différente du site web de l'entreprise.

Or, les ATS sont conçus comme des **systèmes d'enregistrement** mais n'ont pas de **fonctionnalités d'engagement**. Ils remplissent des tâches de **validation** des candidatures mais n'offrent pas d'expérience candidat pertinente.

Nous vous présentons 10 techniques simples et efficaces pour rendre l'expérience de vos candidats vraiment inoubliable.

# 1. Adoptez un design élégant et responsive

L'usage incontournable du mobile et la montée du m-recrutement rendent indispensable la **responsivité** de tout site carrière.

Les candidats d'aujourd'hui s'attendent à ce que les sites qu'ils visitent se mettent au bon format, qu'ils utilisent leur smartphone, leur tablette ou leur ordinateur.

Si le candidat est contraint de faire un zoom avant et arrière avec ses doigts pour remplir un formulaire, il sera beaucoup plus susceptible d'abandonner le processus en cours de route.



## 2. Proposez des capacités de recherche avancées

**Google** a transformé la façon dont les gens cherchent les informations.

Les candidats attendent donc des outils aussi performants sur un site carrière.

Voici 4 options de recherche que vous pouvez intégrer :



Intégrez  
automatiquement les  
requêtes précédentes



Donnez des résultats  
géo-localisés



Affichez les résultats  
par secteur d'activité



Facilitez le filtrage  
des résultats  
facilement

Pour afficher les offres rapidement, la **barre de recherche avancée** doit être mise en avant sur votre site.

### 3. Simplifiez le processus de dépôt de candidature

De plus en plus d'apps de recrutement proposent le dépôt de candidature en **quelques clics** ([CornerJob](#), [Job Around Me](#) ou [Kudoz](#)). L'expérience candidat devrait pouvoir être aussi **simple** sur votre site carrière.



Pensez à proposer le dépôt de **candidature sans CV**. Cette tendance s'impose de plus en plus et permet aux nombreux candidats qui n'ont pas leur **CV à jour** (comme les candidats passifs) de franchir le pas.

Réfléchissez à vos **problématiques** de recrutement comme un **marketeur** le fait de ses prospects :



Comment puis-je augmenter mon **taux de conversion** ?



A quel moment du processus de dépôt de candidature, le candidat décroche t-il ?



Est-il facile pour le candidat de télécharger son CV depuis n'importe quel appareil ?



## 4. Ecrivez des articles de blog vraiment intéressants

Tenir un blog sur votre site carrière améliore nettement l'expérience de vos candidats.

**53% des responsables RH considèrent le blog comme crucial** dans leur stratégie de recrutement en 2017 ([source : LinkedIn](#)).

Le contenu doit être publié de **façon régulière** (au minimum une fois par semaine) et **orienté candidat** (et non centré sur les informations de l'entreprise)

N'hésitez pas à faire appel à vos **collaborateurs** qui seront les mieux à même de parler de leur métier. Ils seront également reconnaissants de les avoir valorisés. Si vous rencontrez des difficultés à produire périodiquement du contenu de qualité, faites appel à une [agence spécialisée](#).

Votre blog vous aidera également à être **mieux référencé** (voir technique 8). Un **contenu métier** qui cible des profils recherchés est plus facilement repéré par ces candidats. Grâce à des **mots-clés** bien choisis, ils trouveront le contenu que vous avez publié sur leur activité.



## 5. Formez une communauté de coopteurs connectés

Le système de cooptation est une source, souvent peu exploitée, de **candidatures de qualité**. Or, à quelques exceptions près (Coop-time, Keycoopt), le processus n'a pas suivi l'**évolution** de la **Technologie** dans le domaine du recrutement.

Dans un **monde digital** et **social**, les candidats ont pris l'habitude de voir apparaître des **misés en relation** entre entreprises et plateformes sociales. Le processus de **recommandation** est dans la continuité de cette tendance.



Comment fonctionne un **réseau de cooptation** efficace ?



La démarche doit être simple et rapide (quelques clics seulement)



Il offre une prime intéressante pour chaque cooptation réussie



Il est parfaitement intégré aux réseaux sociaux

---

Les entreprises qui ont une **approche novatrice** du recrutement mettent en avant la cooptation afin de permettre aux candidats d'exploiter leurs **connexions personnelles**.

## 6. Construisez un pipeline de talents intégré

L'acquisition de talents se fait généralement au coup par coup. A terme, cette approche pose un problème de rentabilité.

Il s'agit désormais de **passer d'une logique de stock à une logique de flux.**

Mettre en place un **pipeline de talents** permet aux recruteurs de **rester connectés** avec des candidats actifs et passifs en permanence.

En plaçant de nombreux points de contact sur le site carrière, vous pourrez construire organiquement ce pipeline de talents :



Affichez clairement les **Call-to-Action** sur vos contenus pertinents



Ajoutez des liens sur **les réseaux sociaux** orientés carrière



Encouragez vos visiteurs à laisser des **commentaires** sur votre **blog**



# 7. Envoyez des notifications pertinentes et personnalisées

Un **pipeline de talents** efficace est mis à jour régulièrement. Les recruteurs envoient pour cela des notifications régulières, pertinentes et personnalisées aux collaborateurs potentiels. Cette étape s'appelle le **candidate nurturing**.

Les avantages du **candidate nurturing** :

- ✓ Gardez le contact avec les talents
- ✓ Exposez les candidats passifs à votre marque employeur
- ✓ Offrez la possibilité aux candidats de postuler des mois après leur première interaction



La mise en place du nurturing de vos candidats peut se réaliser rapidement grâce au **Marketing Automation**.

En restant en contact avec des candidats passifs grâce à l'**envoi direct** de contenu pertinent, vous atténuez sensiblement votre **dépendance** aux job boards et réduisez le **temps** et le **coût** du recrutement.

## 8. Améliorez votre référencement naturel (SEO)

Plus de **79% de candidats** commencent leur recherche d'emploi sur Google (source : [Talentboard](#)). Votre marque employeur doit donc être bien visible sur les moteurs de recherche. Pour cela, le site carrière doit être **optimisé** pour les **moteurs de recherche (SEO)**.

### Facteurs d'amélioration du référencement web

Être totalement  
sécurisé grâce à un  
**certificat SSL**

Avoir un site  
« **responsive** »  
(dont le contenu  
s'adapte à la taille  
de l'écran)


Respecter les  
bonnes  
pratiques du  
**référencement  
On-Page**

Publier  
régulièrement  
du **contenu  
original**

En ne tenant pas compte du **SEO**, les recruteurs ratent de nombreux **candidats passifs**.



## 9. Gardez un branding cohérent jusqu'aux pages externes



Pourquoi les ruptures  
dans l'image de marque  
se produisent-elles sur  
le site carrière ?

---

Le site carrière semble être le dernier endroit où la **cohérence de l'image** de marque et celle de la UX ne sont pas prises en compte. Cela peut être déroutant pour un candidat de voir le **logo** de la marque employeur se transformer en logo de l'ATS pendant le processus d'inscription.

Lorsque les candidats arrivent sur le site carrière, la **page d'accueil** est généralement conçue par une **agence web spécialisée**. Par contre, une fois qu'ils décident de déposer leur candidature, ils sont automatiquement transférés vers l'**ATS**, qui a souvent un **look standard**, très différent du site carrière.

Ce type d'expérience a longtemps été **toléré** par les candidats, mais ils ont aujourd'hui des attentes nettement plus élevées.

# 10. Faites de l'A/B testing

L'A/B testing consiste tout simplement à déterminer ce qui marche et ce qui ne marche pas sur un site, en modifiant un paramètre à la fois et en analysant les résultats.

Dans le cas d'un espace carrière, vous pouvez agir sur plusieurs leviers.

## Trois exemples d'A/B testing pour améliorer l'expérience candidat



Modifiez certains **intitulés** de vos **annonces** pour détecter la meilleure formulation.

Par exemple : Maître Jedi PHP ou Ultimate coder PHP



Proposez différents types de **formulaire**s de **contact** pour savoir le nombre idéal d'informations à demander au candidat



Changez la **couleur** de vos **call-to-action** pour déterminer celle qui aura le plus d'impact

Offrir une expérience candidat de qualité comparable à celle offerte au consommateur nécessite l'analyse des données et des performances du **tunnel de recrutement**.

# Pour conclure

Très souvent, votre site carrière est votre **premier point de contact** pour les candidats.

Leur expérience commence en naviguant dans **l'écosystème digital de votre marque employeur**. Ne ratez pas cette chance de faire une excellente impression auprès de celles et ceux qui seront votre richesse de demain.

Grâce à ces 10 techniques, héritées essentiellement du Marketing digital, vous augmenterez nettement la qualité perçue de votre entreprise en tant qu'employeur.

**Mais pourquoi s'arrêter là ?**

Ne vous contentez pas d'attirer et de simplifier la vie de vos candidats, incitez-les à **s'identifier** et **chouchoutez-les** pour qu'ils aient la meilleure image de vous possible :

Lancez-vous dans [l'Inbound Recruiting](#), l'art d'attirer des talents !

Un autre livre blanc ([disponible ici](#)) vous explique en détail cette nouvelle méthode.

# **Vous souhaitez aller plus loin ?**

**Faites appel à la Super Agence  
et  
obtenez une consultation gratuite**

[contact@lasuperagence.com](mailto:contact@lasuperagence.com)

09 51 96 93 99

@lasuperagence