



LE SITE CARRIÈRES,
PIERRE ANGULAIRE
DE VOTRE MARQUE
EMPLOYEUR



lasuperagence



potentialpark

LE SITE CARRIÈRES, MOTEUR DE VOTRE MARQUE EMPLOYEUR



la **super**agence



potentialpark



LE SITE
CARRIÈRES,
MOTEUR DE
VOTRE MARQUE
EMPLOYEUR





LE SITE CARRIÈRES, PIERRE ANGULAIRE DE VOTRE STRATÉGIE MARQUE EMPLOYEUR



lasuperagence



potentialpark

Un site carrières est indispensable pour améliorer l'**expérience candidat** et attirer les **talents en recherche active** ou désireux d'en savoir plus sur votre **marque employeur**. En effet 61% des candidats déclarent que les sites carrières sont la **ressource** la plus importante dans leur recherche d'emploi.

Votre site carrières doit **attirer l'attention** du candidat potentiel, tout en suscitant son intérêt. Il doit **provoquer** et maintenir **l'engagement** pour enfin entraîner une **candidature**.

Les candidats ne se sentent pas toujours prêts à postuler. L'engagement est donc la clé pour **garder le contact** avec les meilleurs talents, pour le moment où ils seront prêts.

Si vous souhaitez refondre votre site carrières avec une logique de conversion, sur le long terme, vous vous demandez probablement par où commencer ?

Avant de penser au site final, il vous faut réfléchir au **message** que vous souhaitez **communiquer** à vos candidats : quelle est votre **Employer Value Proposition**. Quelles autres fonctionnalités pourraient être nécessaires ou appréciées par vos visiteurs afin d'améliorer l'expérience utilisateur ? Découvrez en exclusivité notre livre blanc, co-écrit en partenariat avec **Potentialpark** référence internationale qui définit les **bonnes pratiques** à suivre pour réussir son recrutement digital. Grâce à l'**étude approfondie des usages** par Potentialpark et de nos **conseils** pour optimiser votre site carrières, vous saurez mieux engager vos candidats et transformer des simples visiteurs en **futurs collaborateurs**, en leur offrant une expérience candidat exceptionnelle.



Méthodologie Potentialpark

Les statistiques présentées sont issues d'un audit basé sur 55 critères auprès de **100 entreprises** en France, ainsi que d'un sondage auprès de 6 500 **étudiants français**.



En Marketing, un **tunnel de conversion** est le processus définissant le parcours de l'internaute sur votre site internet, allant de la première visite à l'**acte d'achat**. Pour guider le visiteur dans le tunnel, des étapes précises sont mises en place : **l'attention, l'intérêt, l'engagement et la conversion**.

Sur votre **site carrières**, l'objectif est non pas de transformer le visiteur en client, mais en **futur collaborateur**, en déposant sa candidature en ligne.



Attention



Intérêt



Engagement



Conversion

Tunnel de conversion pour le recrutement



70 %

des candidats abandonnent une candidature en ligne entamée.

Ce chiffre est en augmentation de **↗ 11 %** depuis 2017.

01

DEVENEZ VOTRE PROPRE MÉDIA

Pour beaucoup d'entreprises le site est **le seul moyen de communication en ligne qu'elles contrôlent**, à la différence de **LinkedIn**, **glassdoor** et les autres plateformes externes.

À quoi sert un site carrières ?

La fonction première d'un site carrières est de proposer les **offres d'emploi des postes à pourvoir**.

”
Maximum 3 minutes puis je passe au site suivant si je ne trouve pas ce que je cherche
Etudiant ESSEC

La finalité du site carrières

L'objectif qui **vous** intéresse est d'offrir aux candidats de **informations suffisamment intéressantes pour qu'ils continuent à chercher à en savoir plus sur votre marque employeur et qu'il ne quitte pas votre plateforme avant d'avoir postulé**.

Les sites carrières présentés ici ont pris en compte les besoins des candidats et s'assurent de leur proposer des aides et des informations utiles tout au long du parcours.

02

QUEL SITE CARRIÈRES POUR QUELLE STRATÉGIE MARQUE EMPLOYEUR ?

Définissez vos objectifs
avant le début du tunnel de
conversion

Taux de rebond

C'est le taux de personnes qui après avoir atterri sur votre site, **ne vont pas plus loin** (ne cliquent sur aucun bouton). Pour connaître votre taux de rebond, visitez  Google Analytics



Les Candidate Personas

Avant de pouvoir attirer vos candidats avec votre site internet, vous devez définir des **candidats cibles** (Personas). Ces Candidate Personas sont une **représentation fictionnelle du candidat idéal** que vous ciblez. Basé sur des données tangibles, le Candidate Persona est le portrait-robot de votre futur employé.

Mettez en place les bons KPIs

- ▶ Avant de pouvoir attirer vos candidats avec votre site internet, vous devez **déterminer les KPI** (indicateurs de suivi) qui permettront de mesurer son **efficacité**. On analyse la qualité du site par le nombre de visites. Mais pas seulement.
- ▶ Le **taux de rebond**, le **taux de conversion** (transformation du visiteur en candidat), le **temps passé**, et le **nombre de clics** sont autant de facteurs déterminants.

DÉTERMINEZ QUELLE UTILITÉ A VOTRE SITE CARRIÈRES

03 POUR LE CANDIDAT

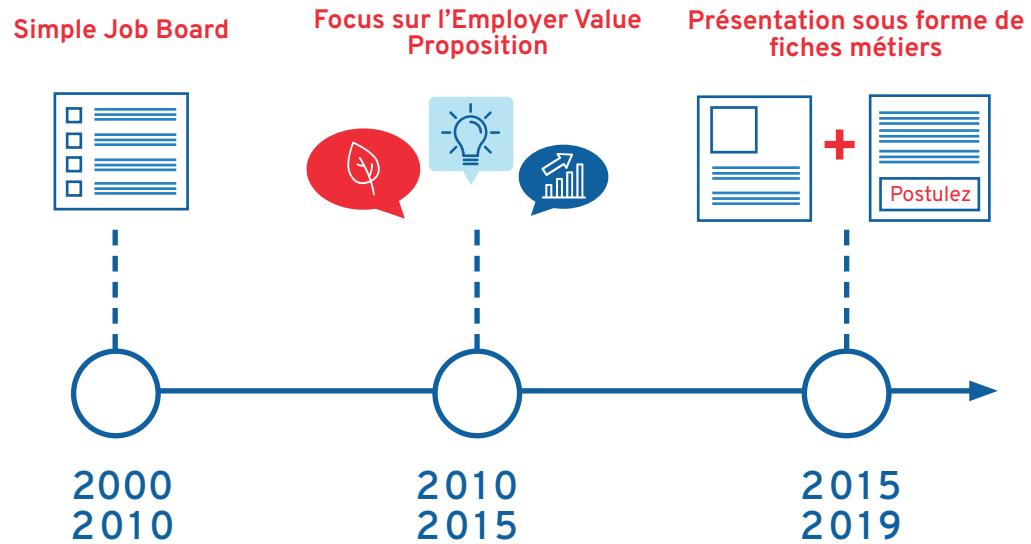


Évolution du site carrières

Lors de la première décennie des années 2000, pour la plupart des entreprises en France, un site carrières était essentiellement un **job board privé** qui permettait de **référencer les offres**.

Quand les entreprises ont compris l'intérêt de mettre en avant une **marque employeur forte**, elles ont commencé à **ajouter du contenu** sur leur site : **valeurs, culture, vie de l'entreprise...** En oubliant peut-être parfois un peu de parler de leurs métiers.

Ce n'est qu'à partir de la seconde moitié des années 2010, que le réajustement a été fait : **plus de contenus sur les métiers** directement hébergés sur le site carrières. En effet les ATS ne permettaient pas toujours de venir enrichir le contenu des offres pour permettre aux candidats de se projeter dans leur future entreprise.



Cette timeline schématise l'évolution des sites carrières en France.

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion



Le site de référence

- En proposant des fiches métiers, des conseils en recherche d'emploi, des portraits de collaborateurs et une proposition de valeur claire, AXA séduit avec son site orienté expérience candidat.



AXA est selon l'étude Potentialpark le meilleur site carrières de France



Utiliser des verbes actifs, au présent encourage la prise de décision.

Pour éviter de transformer votre site carrières en une énumération de valeurs, l'EVP peut être affichée en quelques lignes ou un paragraphe court sur votre page d'accueil.



Deloitte. attire l'attention du candidat avec une phrase impactante
“Faites de votre carrière une histoire unique.
What impact will you make ?”

Votre futur employé est forcément ici !

Tapez vos mots-clés (métier, départ) LANCEZ VOTRE RECHERCHE

Candidature spontanée →

Bonjour, et si on apprenait à se connaître ?

Nous pensons qu'un recrutement, c'est d'abord des points communs. Alors apprenons à nous connaître.

MATCHEZ VOTRE CV !

DÉCOUVREZ NOS MÉTIERS

LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Deloitte.

Découvrir Deloitte Nos métiers Votre carrière Nous rejoindre Postulez Contactez-nous

Faites de votre carrière une histoire unique.

What impact will you make?



la superagence



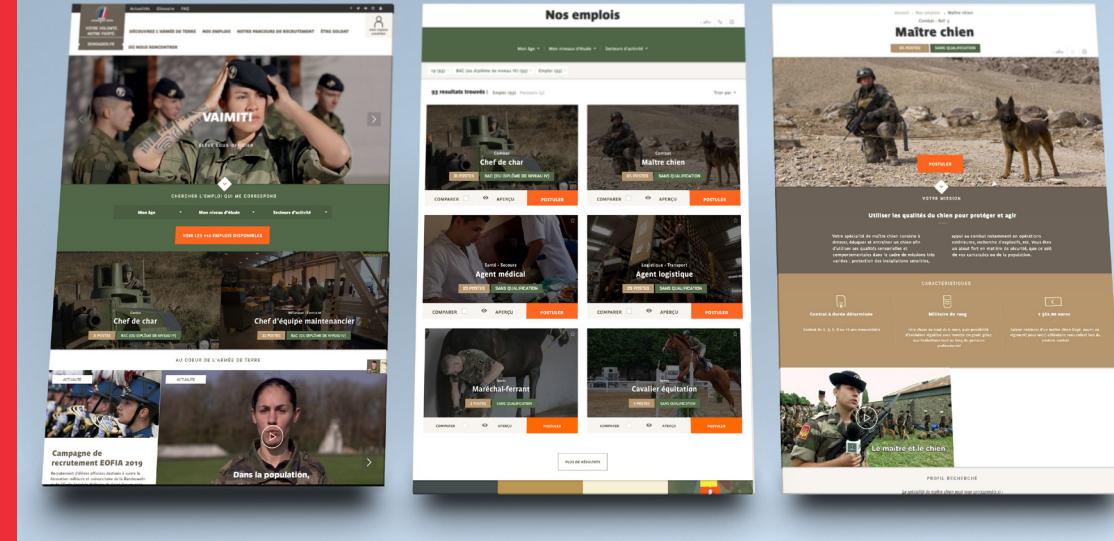
potentialpark

04

SOIGNEZ LA COHÉRENCE DE VOTRE SITE

Harmonisez votre message

- ▶ **Soignez** la cohérence entre votre site principal  et votre site carrières. Les éléments visuels basiques doivent être présents partout (logo, charte graphique, police, couleurs, etc.)
- ▶ **Créez** des liens entre vos pages 



Cohérence visuelle du site de l'Armée de Terre

Travailler le référencement de votre carrière

- ▶ **Faire une étude** de mots-clés pour faire ressortir ceux qui sont les plus utilisés par les candidats.

Contre-exemples :

 **MEDICREA**: Une absence totale de référencement 



 Une organisation de page difficile à comprendre

05

AVANT DE VOUS LANCER, CONSOLIDEZ VOS BASES

Nul besoin de produire uniquement du contenu original, vous pouvez **reprendre le contenu déjà existant** pour identifier s'il est exploitable ou non pour votre site carrières.

Vous possédez déjà du contenu tels que des vidéos sur vos événements internes, des enquêtes auprès des collaborateurs, des articles sur la politique RSE interne, etc. Recyclez-le !



Cataloguez vos métiers

Ce qui intéresse les candidats c'est de trouver un emploi qui leur plaît, des **missions intéressantes**.

Le site doit **présenter les métiers**, de manière la plus attrayante et instructive possible : Aujourd'hui **les offres d'emploi ne suffisent plus** car leur **format** est souvent **limité par les ATS** qui ne permettent pas de les enrichir de contenu multimédia.

Évitez les pages sans issue : toujours proposer un lien vers les offres



Bien plus qu'une offre

Après avoir découvert la **fiche métier** pour un poste de facteur sur le site de La Poste recrute, le visiteur peut bien sûr postuler, mais il peut aussi :

- ❖ découvrir une vidéo sur le métier de facteur
- ❖ discuter avec des facteurs-ambassadeurs
- ❖ en apprendre davantage sur les services de proximité offerts par la poste
- ❖ suivre les conseils du «coach emploi !»



Le métier de FACTEUR

▶

12_FACTEURS.mp4

TRANSCRIPTION TEXTUELLE ▾

VOIR TOUTES LES VIDÉOS

**DÉCOUVRIR LA FILIÈRE
DISTRIBUTION / LIVRAISON**

💡 BESOIN DE CONSEILS AVANT DE POSTULER ?
CONSULTER MON COACH EMPLOI

DERNIÈRES OFFRES VUES

Facteur à CHAMONIX (HAUTE-SAVOIE) H/F HAUTE-SAVOIE (74)

Echangez avec nos Ambassadeurs

Audrey B.
FACTEUR QUALITÉ

Posez votre question

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion

Offres d'emploi enrichies

Les offres d'emploi enrichies permettent de présenter le plus d'informations possibles sur les missions, le type de contrat, les critères de sélection. Elles peuvent être alimentées de contenu vidéo.



ACCORHOTELS Un aperçu complet

Le contenu des offres d'AccorHotels permet d'avoir une vision complète du poste et de ses missions.

The screenshot shows a job listing for 'DIRECTEUR(TRICE) D'APARTHOTEL H/F - ADAGIO LILLE GRAND PLACE' at AccorHotels. The page includes sections for 'ETABLISSEMENT' (Lille), 'COMPÉTENCES' (education level: BTS / DUT / Bac +2, experience: 6 to 10 years, languages: French, English), 'CRITÈRES INDISPENSABLES ET SOUHAITÉS' (experience, communication skills, team management), and 'CONTRAT' (contract type: permanent, duration: non-determined, status: full-time, start date: 25-03-2019). The top navigation bar shows 5089 offers and search filters for 'EMPLOI', 'STAGE / APPRENTISSAGE', and 'OPTIONS AVANCIÉES'.

06 METTEZ EN VALEUR VOS COLLABORATEURS

Vos collaborateurs, votre atout social

Votre site carrières doit **impliquer émotionnellement** le candidat.

Vos candidats, tout comme vos collaborateurs se trouvent déjà sur les réseaux sociaux classiques. Profitez-en pour leur offrir du **contenu facilement partageable**.



Pour augmenter l'impact des témoignages sur votre site carrière, triez-les par métiers pour faciliter le **cheminement des candidats**

Rapport **LinkedIn** sur les Tendances du recrutement mondial (2015) :



2%

des collaborateurs partagent de l'information

20%

de l'engagement social global est lié aux collaborateurs

54%

des candidats lisent les avis des employés sur les sites carrières



07 CRÉEZ LE DIALOGUE

Les ambassadeurs de marque employeur : véritables porte-parole de leurs métiers

Pour faciliter le partage entre les ambassadeurs et les candidats, il existe de nombreux outils qui permettent d'échanger comme les **plateformes conversationnelles** SaaS : elles permettent un **dialogue transparent et différé** comme sur les réseaux sociaux, avec l'avantage d'être hébergé sur votre site.



Comment mettre en valeur vos ambassadeurs sur votre site carrières

PathMotion est une plateforme conversationnelle qui propose aux entreprises d'instaurer sur leur site carrières des interactions avec les candidats grâce à des collaborateurs-ambassadeurs, prêts à répondre à leurs questions.

myjobglasses permet également aux candidats d'entrer en contact avec des professionnels, par métier, toutes entreprises confondues.



Attention



Intérêt



Engagement



Conversion

28 / 100

des entreprises permettent
d'échanger avec les collaborateurs
sur le site carrières

Révélez votre culture d'entreprise

Laissez vos collaborateurs s'exprimer : rendez **les histoires vraiment personnelles** et donnez des exemples : Interrogez vos collaborateurs sur les valeurs en entreprise.

“

*Je n'aime pas les mails non personnalisés de refus.
Personnalisez les mails, et expliquez nous pourquoi nous ne sommes pas retenus pour le poste !*

Étudiante ESSCA Angers/Paris



La plateforme conversationnelle Job Preview de BNP Paribas

Attention

Intérêt

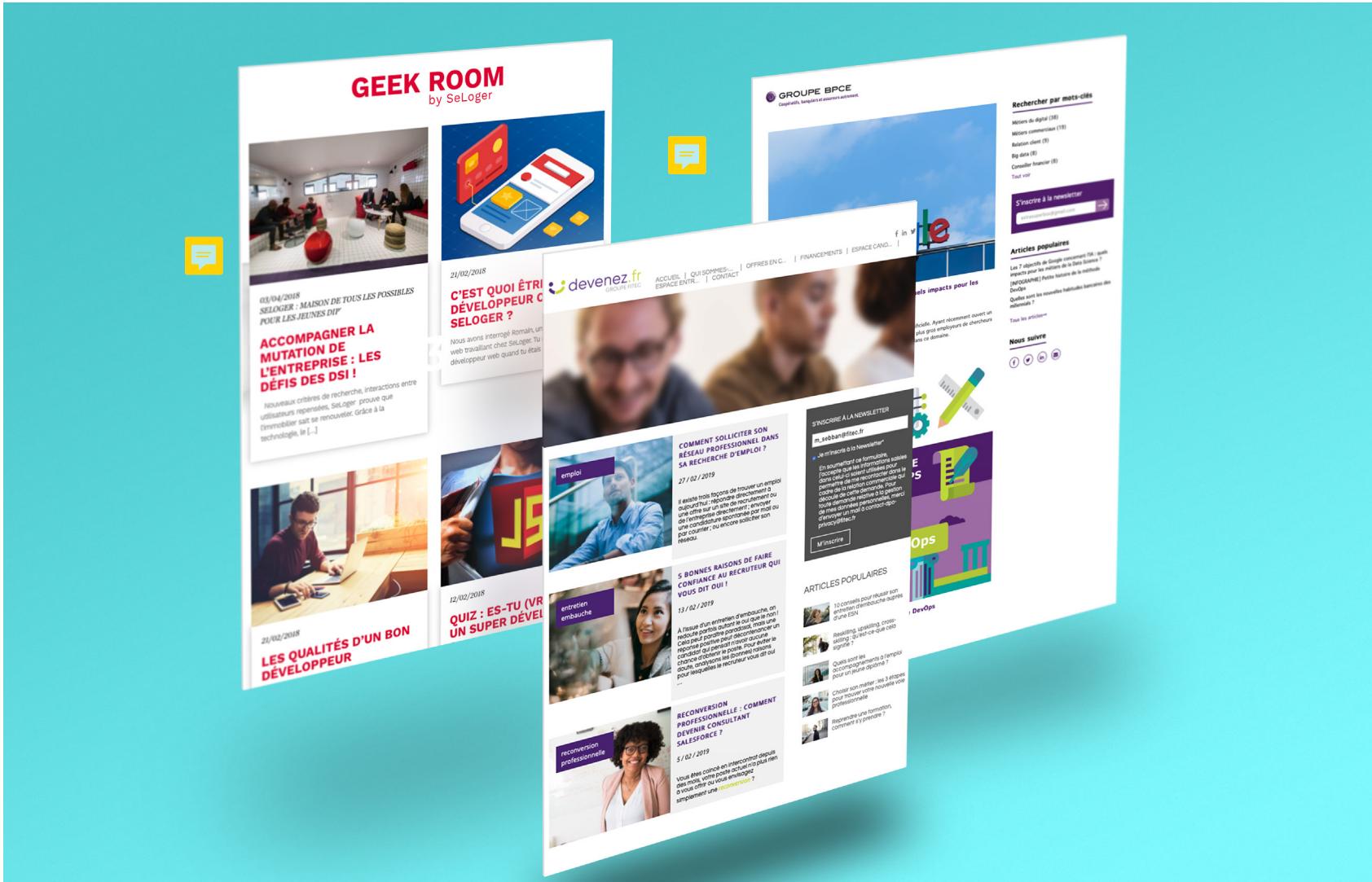
Engagement

Conversion

Sans oublier votre blog carrières !



Ati valorporis sitem dolendio eum eum raercil ipsant ium veres expelitaes ium eraesti sus.



la superagence

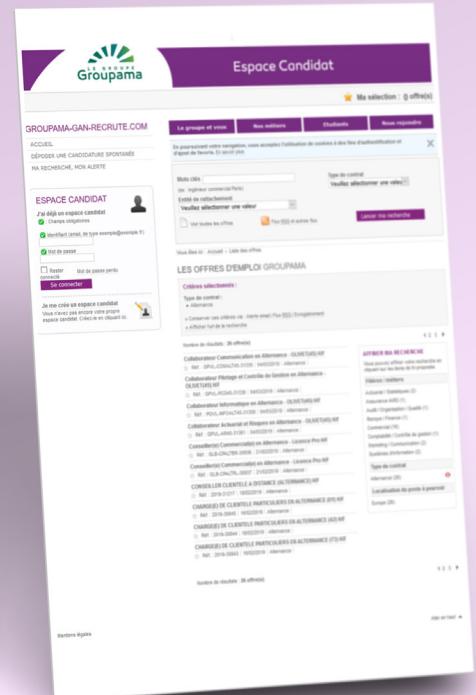


potentialpark

08 LE RÔLE DU SYSTÈME DE GESTION DES CANDIDATURES (ATS)

Un système de gestion des candidatures est essentiel pour vous permettre d'**organiser vos annonces**, de **trier les CV** de façon **semi-automatisée** et de **garder le contact** avec les talents. Parce que c'est un outil pratique et clé en main, l'ATS est bien souvent aussi utilisé pour **héberger les annonces et descriptions de poste**. Hélas, cet outil est **très peu personnalisable** : la navigation s'y fait moins bien, les zones de texte sont trop denses, le dépôt de candidature en ligne est compliqué, etc.

Les sites carrières qui se démarquent proposent aujourd'hui une expérience candidat continue entre le site et le formulaire de candidature : L'ATS est intégré dans l'environnement visuel du site.



Le site carrières de Groupama



La plateforme ATS où sont hébergées les offres

09

METTEZ EN PLACE DES PARCOURS UTILISATEURS ORIENTÉS CANDIDAT

Les meilleurs candidats n'ont pas la **patience de passer les nombreuses étapes** d'un processus de dépôt de candidature fastidieux.

Tous les candidats ne passent pas nécessairement par votre **page d'accueil**. Beaucoup arrivent directement sur les offres.

 **72 %**

des entreprises pensent que cela prend moins d'une heure pour déposer une candidature sur leur site, quand cela prend aux candidats entre 3 et 4 heures

Beamery, 2018

**50 %**

des candidats disent se sentir perdus sur un site carrières

Potentialpark, 2019

EMPLOI SNCF Nos offres ▾ Travailler chez SNCF ▾ Nos métiers ▾ Reportages ▾

 Se connecter

CONSTRUISSONS ENSEMBLE NOTRE FUTUR

Je cherche dans le secteur
de niveau en



Une navigation facilitée

Ceci est un moteur de recherche d'offres sans saisie, qui permet également d'adapter le contenu du site (offres, témoignages de collaborateurs) de façon instantanée.



Attention



Intérêt



Engagement



Conversion

Les outils qui facilitent l'orientation du candidat

De plus en plus, une nouvelle approche d'orientation du candidat est apparue, inspirée des habitudes de consommation de l'information, où le contenu qui intéresse l'internaute vient directement à lui (Recommandations **YouTube** de contenu vidéo en fonction de l'historique de navigation, timeline **facebook**, etc.).

Cela s'applique aussi aux recherches d'offres d'emploi : **le candidat souhaite avoir directement accès aux offres qui correspondent à ses compétences.**

Le questionnaire de personnalité **Cubiks** permet aux entreprises de recueillir des informations précises sur les candidats lors des entretiens de recrutement. Ces informations les aident à mieux comprendre les **motivations au travail**, et d'évaluer l'**adéquation entre un candidat et un poste** en particulier.



Le Job Matching de CV CATCHER



propose aux entreprises un système de **Job Matching** où les candidats ont accès aux offres les plus pertinentes grâce à l'**analyse en temps réel** de leur CV.

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion

Les chatbots sont également un excellent moyen d'accompagner le candidat dans son orientation.

KICK MY BOT ce chatbot peut recueillir directement les CV des candidats. Son **interface ludique** rappelant celle de Facebook incite davantage les candidats à postuler et à s'adresser directement au recruteur.

Les chatbot peuvent vous rendre différents services :

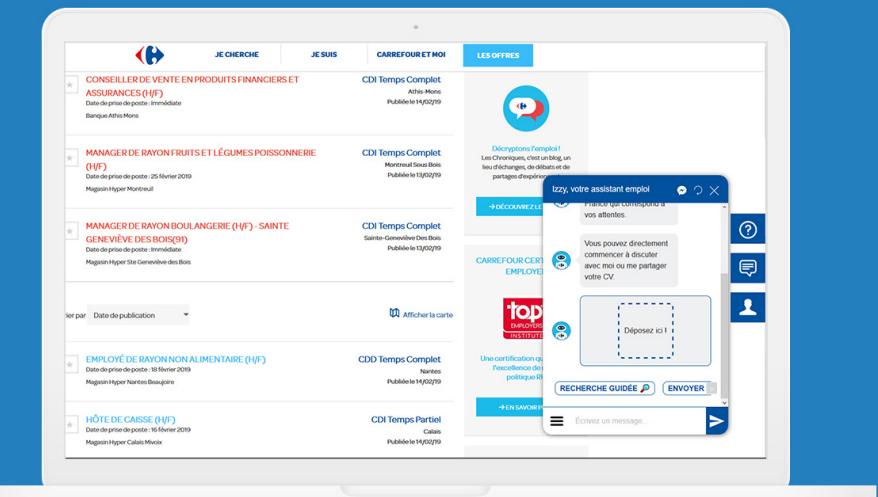
- ❖ préparer les candidats à l'entretien,
- ❖ orienter les candidats pour trouver la bonne offre,
- ❖ accompagner les candidats dans leur dépôt de candidature,
- ❖ préselectionner les meilleurs candidats avant l'entretien

24 / 100

des entreprises utilisent un logiciel de **Career Matcher** pour faire coïncider les offres d'emploi avec les profils des candidats.

12 / 100

des entreprises ont un **chatbot** sur leur site carrières pour accompagner le candidat dans son orientation.



Chatbot proposé par Carrefour

”

Pour ma recherche d'emploi, j'aime quand je trouve facilement quelque chose qui correspond à mes compétences et à mes domaines d'intérêt.

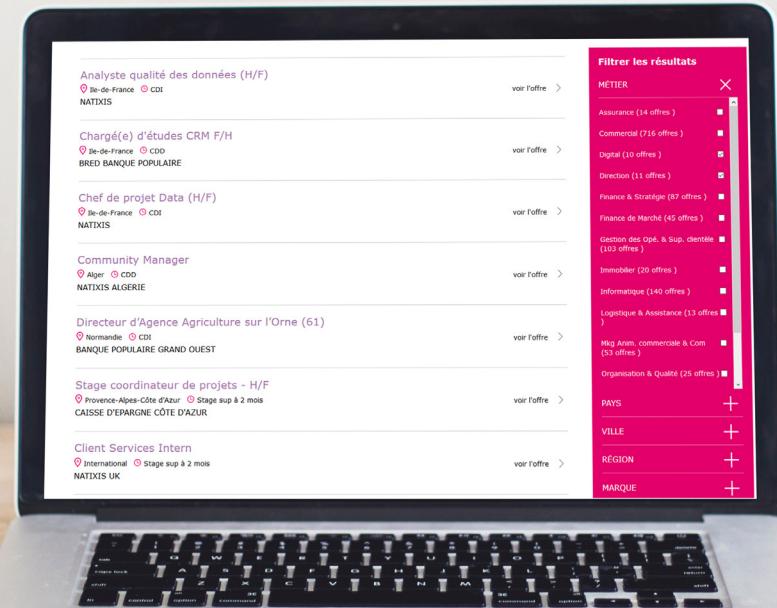
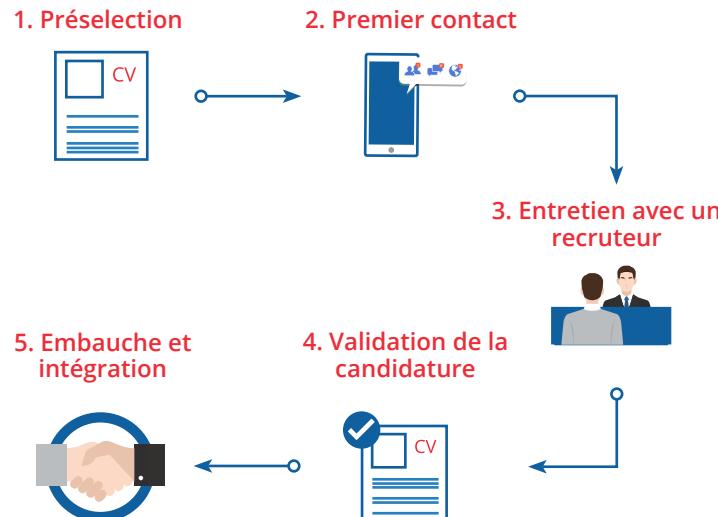
Étudiant SKEMA

}

10

COMMENT AMENER LE CANDIDAT À POSTULER ?

Expliquez vos process de recrutement et de candidature



Multicoche proposé par BPCE

Ayez un moteur de recherche d'offres intelligent

- ▶ Il comprend malgré les fautes d'orthographies
- ▶ Il permet de cocher plusieurs choix pour élargir la recherche du candidat
- ▶ Il reconnaît le wording utilisé par le candidat pour le faire coordonner avec des offres du site carrières

11 SOYEZ RESPONSIVE

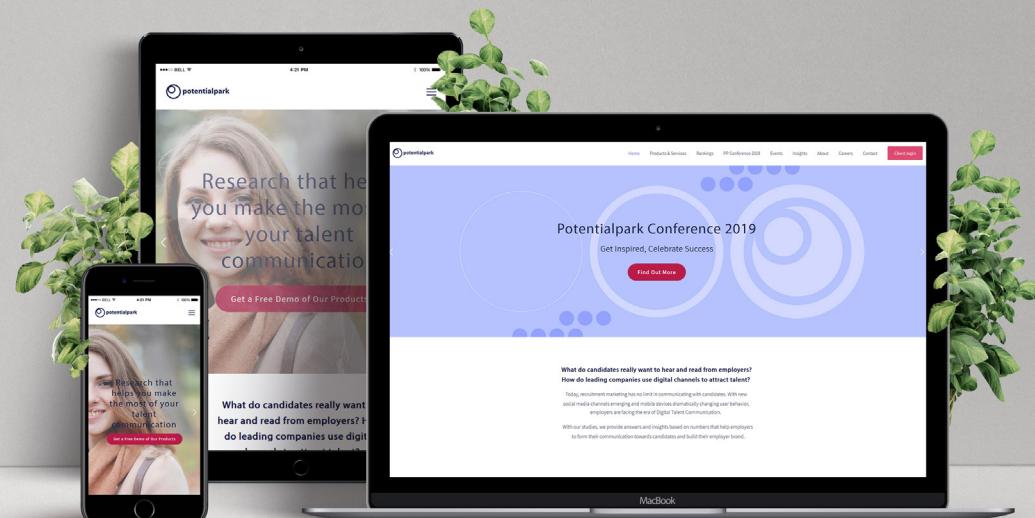
La vague mobile est clairement passée pour la majorité des sites :

Proposer un site responsive ou la candidature mobile  sur votre site n'est plus un avantage compétitif.

Ne pas le faire en revanche vous positionne clairement en retard du marché.

98/100
des entreprises ont un site mobile

85/100
des entreprises proposent la candidature mobile



12 L'OPTIMISATION DU FORMULAIRE DE CANDIDATURE

Le dépôt de candidature peut être un processus rébarbatif (long, semé d'embûches techniques). Assurez-vous de **faciliter la tâche** aux candidats tout au long du processus grâce à une **Expérience Utilisateur Candidat** (UX) optimisée :

- ▶ Auto-remplissage
- ▶ Imports de CV
- ▶ Possibilité d'enregistrer sa candidature pour finalisation ultérieure
- ▶ Matching **LinkedIn**
- ▶ Postuler sans compte 

L'OPTIMISATION DU FORMULAIRE DE CANDIDATURE

” Souvent il faut créer un compte de candidature par entreprise, c'est très long et démotivant.

Etudiant UTT


 44 / 100

des candidats ont déjà postulé sur **Linkedin**

 85 / 100

des candidats ont déjà postulé sur **mobile**

 38 / 100

des entreprises permettent de postuler sans compte

Conclusion

Depuis quelques années, les candidats ont **pris le contrôle du processus de recrutement**, en se comportant comme des consommateurs. Ils s'informent et font des recherches sur une marque employeur. Lorsque ce qu'il trouvent en ligne ne correspond pas à leurs **attentes** ou leurs **valeurs** ou que le processus de dépôt de candidature est trop long, il peuvent se ravisier sur une entreprise et aller voir ailleurs. **75% des candidats veulent en savoir plus sur votre marque employeur** avant de postuler.

Rassasiez leur curiosité en montrant vos équipes au travail, vous donnerez ainsi à voir **à quoi peut ressembler le quotidien** de vos futurs collaborateurs !

Vous bâtirez ainsi des **relations de confiance** avec vos candidats, pour qui votre site carrières, vos réseaux sociaux et vos envois de newsletter deviendront le fil d'échange privilégié. En investissant dans du **contenu de qualité** à chaque étape du tunnel de conversion, vous pourrez proposer une expérience candidat unique... jusqu'à **la signature du contrat de travail** !



Vous souhaitez avoir des conseils pour optimiser votre site carrière ?



lasuperagence

contact@lasuperagence.com

06 43 49 18 71

www.lasuperagence.com



potentialpark

france@potentialpark.com

06 10 58 11 49

www.potentialpark.com

