

ADAPTER SA POSTURE FACE AUX DIFFERENTS COMPORTEMENTS DES CANDIDATS ET DES CLIENTS INTERNES

L'objectif pédagogique : Etre en capacité d'ajuster sa posture professionnelle en fonction des comportements variés des candidats et des clients internes pour faciliter les échanges et renforcer votre efficacité dans le processus de recrutement.

Contenu pédagogique

1. Définitions et notions de base

La posture professionnelle est une façon d'interagir et de se positionner de manière appropriée selon le contexte et l'interlocuteur, qu'il s'agisse de candidats ou de clients internes. La posture professionnelle tient compte des attentes et des réactions de chaque personne pour établir une relation de confiance.

L'adaptabilité est une compétence qui permet d'ajuster sa communication et son comportement face à une variété de profils et d'attitudes, afin de répondre de manière efficace aux différents besoins des interlocuteurs.

La typologie des comportements :

- Les comportements des candidats peuvent se traduire par des attitudes variées telles que l'anxiété, l'assurance excessive, l'hésitation, ou la défensive. Comprendre ces comportements permet de mieux s'adapter et de faciliter le dialogue.
- Les comportements des clients internes peuvent se manifester par des attitudes diversifiées, comme une grande exigence, une impatience, une faible disponibilité ou, au contraire, un besoin de conseils détaillés.

2. Bonnes pratiques

- **Observation et écoute active** : il est essentiel de prêter attention aux signaux verbaux et non verbaux pour cerner les attentes et le niveau de confort des interlocuteurs. Cela aide à ajuster sa communication de manière appropriée.
- **Adaptation de la posture** : en fonction des besoins identifiés, le recruteur peut, par exemple, adopter une attitude empathique et rassurante face à un candidat anxieux, ou faire preuve d'assertivité et de clarté face à un client interne pressé ou très exigeant.
- **Utilisation d'exemples concrets** : lorsque l'on échange avec un client interne peu disponible, il est judicieux de lui présenter directement les informations clés. De même, avec un candidat hésitant, il est conseillé de poser des questions ouvertes afin de créer un climat de confiance et de le mettre à l'aise.

Conseils :

- **Maintenir un langage clair et accessible** pour faciliter la compréhension des informations par tous types d'interlocuteurs.
- **Adopter une attitude flexible et adaptable** en ajustant sa communication en fonction des spécificités de chaque candidat ou client interne.
- **Savoir poser des questions pertinentes** afin de clarifier les attentes des clients internes et de mieux cerner les compétences des candidats.

3. Exemples

- **Candidat anxieux** : Si un candidat montre des signes de stress ou d'anxiété, par exemple en hésitant ou en évitant le contact visuel, vous pouvez adopter une posture détendue et bienveillante. Une façon de le mettre à l'aise est de commencer par des questions ouvertes et informelles, comme « Parlez-moi de votre parcours » ou « Qu'est-ce qui vous a attiré dans ce poste ? », pour qu'il se sente en confiance et plus enclin à se livrer.
- **Candidat sûr de lui ou confiant** : Un candidat très confiant peut parfois donner l'impression d'être arrogant ou distant. Dans ce cas, vous pouvez adopter une posture ferme et posée, en le guidant vers des exemples concrets qui illustrent ses compétences sans vous laisser impressionner par son assurance. Par exemple, demandez : « Pouvez-vous me décrire une situation où vous avez rencontré une difficulté et comment vous l'avez résolue ? » pour tester sa capacité de réflexion.
- **Client interne exigeant** : Lorsqu'un client interne est pressé et exige des résultats rapides, il est utile de synthétiser l'information de manière concise. Vous pouvez lui proposer un état des lieux régulier sous forme de points clés : « Nous avons shortlisté trois candidats correspondant à vos critères. L'un d'eux a une expérience significative en gestion de projet, un autre est particulièrement orienté vers la relation client, et le troisième est fort en analyse. Souhaitez-vous que nous organisions les entretiens ? »
- **Client interne indécis** : Face à un client interne hésitant, vous pouvez adopter une posture proactive en lui proposant des options tout en clarifiant les impacts. Par exemple, dites-lui : « Nous avons identifié des profils différents, certains axés sur la technique, d'autres avec un fort potentiel en relation client. Souhaitez-vous approfondir avec un candidat technique ou plutôt relationnel en priorité ? Cela permettra de mieux orienter nos entretiens. »
- **Candidat défensif** : Si un candidat se montre sur la défensive et répond de manière succincte, voire froide, vous pouvez adopter une approche empathique en posant des questions pour explorer ses motivations de manière non intrusive. Par exemple : « J'imagine que vous avez pu vivre des expériences variées dans vos précédents postes. Pouvez-vous me parler de celles qui vous ont particulièrement marqué ? »

4. Ressources complémentaires

- Articles et études sur l'intelligence émotionnelle appliquée au recrutement.
- Formations axées sur la communication interpersonnelle dans le cadre du recrutement

5. Éléments à retenir

En résumé, savoir adapter sa posture face aux comportements variés des candidats et des clients internes constitue une compétence essentielle pour tout recruteur. Grâce à l'observation, à l'écoute active et à une communication ajustée, vous serez en mesure d'instaurer un climat de confiance propice aux échanges, améliorant ainsi l'expérience de chacun et maximisant l'efficacité de vos interactions professionnelles.