

Welcome
to the Jungle

OFFRES D'EMPLOI : DOS AND DON'TS



**Votre outil pédagogique et empathique pour réapprendre à écrire
vos annonces d'emploi pour - et seulement pour - les candidat·es**

INTRODUCTION

Offre d'emploi, le détail qui « tue » votre expérience candidat ?

En pleine guerre des talents, recruter est devenu un calvaire pour un grand nombre d'entreprises : actuellement, 22 % d'entre elles cherchent à embaucher. 6 % seulement ne rencontrent aucune difficulté à recruter, selon une grande consultation réalisée par OpinionWay pour CCI France.

Face à cette adversité conjoncturelle (espérons-le), RH et recruteur·se·s s'échinent à trouver des idées innovantes (Gaming, événementiel, journée immersive...) afin d'attirer les candidat·e·s devenu·e·s la ressource rare du 21^e siècle.

Et si la différence se jouait ailleurs ? L'offre d'emploi. Trop basique ? Peut-être, néanmoins, elle reste l'outil le plus convoité par les candidat·e·s (91 %) et les recruteur·e·s (96 %). Autre donnée intéressante : entre 2021 et 2022, on observe une hausse de 72% du volume d'offres (une hausse, également observée par Pôle emploi en 2022), conjuguée à une baisse de 49% du volume de candidatures. Soit une moyenne de 0,88 candidatures par offre. Hypothèse n°1 : les offres d'emploi semblent boudées par les talents. Comment les rendre plus attractives ?

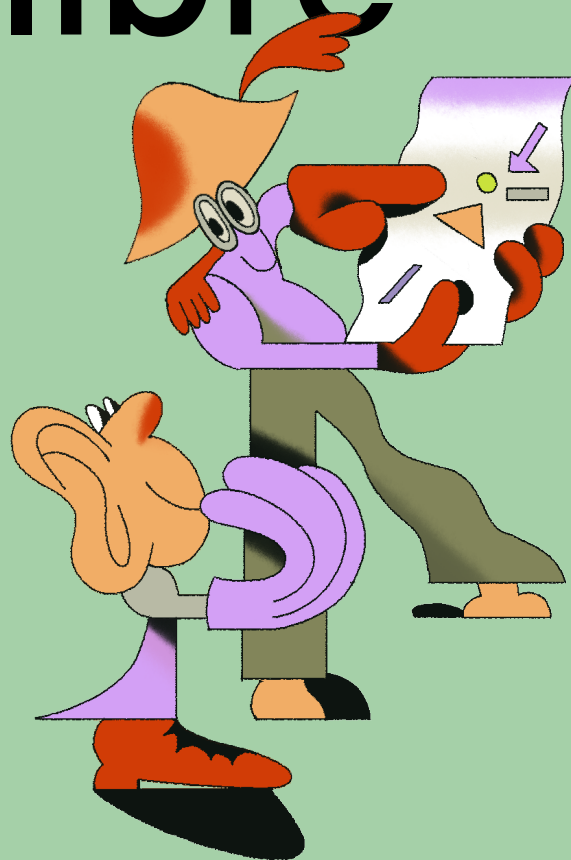
Léo Bernard, cofondateur du bootcamp Tshaped recruter et expert du Lab Welcome to the Jungle, a tenté de répondre à cette question en menant **une expérience empathique sur l'expérience candidat** : il s'est mis dans la peau d'un·e candidat·e en postulant auprès de 50 entreprises dans divers secteurs et villes de France, allant de la PME à la start-up en passant par les grands groupes. Son terrain de jeu ? L'offre d'emploi. Léo Bernard les a décortiquées, analysées, parfois raillées (c'est le jeu !) jusqu'à mener une restitution inédite de son expérience lors de l'événement annuel de Welcome to the Jungle, « Human after all ».

Cet ebook vous dévoile les trois grands paradoxes qui « plombent » vos offres d'emploi, selon Léo Bernard. On ne s'arrête pas là : vous trouverez également des conseils et des exemples ou encore des contre-exemples pour aller à la rencontre, la vraie, de vos candidat·e·s.

Sommaire

2	Offre d'emploi, le détail qui « tue » votre expérience candidat ?
4	Mission et compétences : le grand déséquilibre
5	« Mission & job » : ce qu'on retrouve (trop) souvent
6	Ce que pense le candidat quand il lit ça
6	On fait comment alors ?
7	→ La bonne pratique dont s'inspirer
9	« Compétences & profil » : ce qu'on retrouve (trop) souvent
10	Ce que pense le candidat quand il lit ça
10	On fait comment alors ?
13	→ Candidat persona : comment parler à vos cibles ?
14	Culture : c'est comme la confiture, moins on en a, plus on l'étale ?
15	Ce qu'on retrouve (trop souvent)
15	Ce que pense le candidat quand il lit ça
16	On fait comment alors ?
18	→ La bonne pratique dont s'inspirer
19	→ Marque employeur : comment mettre en avant ses axes distinctifs ?
20	Salaire et télétravail : l'Arlésienne du recrutement
21	Ce qu'on retrouve (trop souvent)
22	Ce que pense le candidat quand il lit ça
23	On fait comment, alors ?
24	→ Dénué de télétravail ou de salaire attractif ? Optez pour le zéro complexe !
25	6 astuces pour passer la 5e, ça vous dit ?
29	Le mot de la fin pour vous mettre en action

Mission et compétences : le grand déséquilibre



Mission & job

Ce qu'on retrouve (trop) souvent

MISSIONS :

- Analyse des besoins et étude fonctionnelle
- Conception, développement et documentation des fonctionnalités
- Maintenance des évolutions de produit
- Participer au développement front et back de nos outils en javascript et CSS
- Etre force de proposition sur des évolutions pour assurer la qualité du code

Lorsqu'il s'agit de parler du job ou de la mission, les premiers écueils se bousculent. L'erreur la plus répandue ? **Les listes de points plutôt banales, sans âme, ni vraie utilité** : « *C'est un ensemble de bullet points que le/la candidat·e connaît déjà. Ils ne parlent pas assez de la mission en elle-même* ».





Ce que pense le candidat quand il lit ça

« Aujourd'hui, dans les 50 entreprises où j'ai postulé, 66 % des annonces ressemblaient à des partitions, et non des concerts. Une partition est un ensemble de notes. Un concert, ça se vit ! »

Que ressent-on en tant que candidat·e face à cette liste à la Prévert ? La mission reste trop factuelle, voire floue, sans détails vraiment intéressants ou distinctifs. L'offre n'est donc pas très vendeuse : elle est loin de faire basculer le choix d'un·e candidat·e. Quand on sait que la moitié d'entre eux/elles **n'accordent que 45 secondes en moyenne à la lecture d'une offre d'emploi**, mieux vaut être pertinent. Il faut donc aller plus loin : quel est le contexte ? Comment le/la candidat·e se projette ?

On fait quoi alors ?

Évitez de répéter trop de banalités : *« Un·e candidat·e connaît son job ! »*. Cette base, appelée « un starter kit » joue un rôle pivot pour que le candidat comprenne les contours basiques du poste, mais il reste insuffisant. Il/elle a besoin de savoir comment il/elle va exercer son job dans le contexte de l'entreprise en question, et dans quelles conditions.

Soyez prolifique : contextualisez au maximum cette partie et expliquez en quoi le poste consiste : comment travaillez-vous ? Pourquoi vous embauchez ? Dans quel contexte (croissance, enjeux RH, levée de fonds...) vous embauchez ? Quels sont les rituels internes ? Quels sont les outils ? C'est là qu'il faut mettre l'effort car ces éléments sont des vecteurs de projection, et cela rassure les candidat·e-s.

« Par exemple, cela ne sert à rien d'écrire : « Vous allez gérer un CRM », dites plutôt sur quel CRM la personne va travailler. »

La bonne pratique dont s'inspirer

Les missions se font rarement seules. Pour être le plus transparent possible, il ne faut donc pas hésiter à mettre en avant les personnes avec lesquelles le/la candidat·e va être en interaction. Présenter l'équipe, son rôle, mais aussi le manager, dans la mesure du possible, ses réalisations.

Les 5 principales équipes

- **Team Accès** : permettre aux utilisateurs d'accéder aux applis Pix, via authentification interne ou externe, en conservant son compte tout au long de sa vie, en conformité avec la réglementation (CGUs, données perso...)
- **Team Certification** : permettre à toute personne souhaitant valoriser ses compétences numériques d'apporter une preuve fiable de son niveau sur ces compétences grâce à l'obtention d'un certificat.
- **Team Expérience d'évaluation** : permettre de passer un bon moment, d'identifier ce qu'on sait et ce qu'on ne sait pas et d'avoir envie d'apprendre et s'en sentir capable.
- **Team Prescription** : permettre aux prescripteurs de donner des formations adaptées aux besoins des prescrits de son organisation, de mesurer l'efficacité des formations (avant/après), et d'identifier/valoriser les compétences des prescrits.
- **Team Contenu** : permettre d'évaluer ses compétences numériques au sein d'un référentiel de compétences, via des simulateurs ou encore des questions interactives.

Source : [BUILD RH](#)

Pour faire « la diff » ? **Laissez les coordonnées LinkedIn de quelques membres de l'équipe afin de provoquer des points de contact entre candidat·es et collaborateur·rice·s.** D'autres modalités sont à imaginer pour faciliter les connexions :

→ [My Job Glasses](#) est une plateforme qui permet de créer des rencontres virtuelles entre opérationnels et candidat·e·s

→ Alan propose des journées immersives ([Alan Day](#)) pour découvrir le métier et la culture de l'entreprise.

Alan Day

We want you to be **immersed in Alan's culture**. You will be spending the day with us, either in one of [Alan's offices](#) or remotely. You will have the opportunity to meet Alaners and discover the Alan experience, while solving case studies. You will showcase your solutions during a presentation at the end of the day.

This immersion allows both Alan and yourself to make an **enlightened decision** on whether or not we will **enjoy working together**.

Most Alan Days are composed of the following steps:

Briefing

Welcome! We'll give you the planning of the day and set you up for success. You are encouraged to **ask questions** from the get-go!

One or several autonomous work session(s)

You will be **working autonomously** on the case studies. Ask all the questions you might have on your dedicated Slack channel or directly to your Alan Day buddy.

Lunch break

If you're at the office, you will **eat with the team** and take some time to meet Alaners. If you come to our Paris office and the weather is nice, don't forget to check the rooftop!

Coffee break

If you're remote, we'll keep some time during the day for you to have a **coffee break with Alaners**. It will help you project yourself working with us.

Senior Alaner interview

You will meet one of your future **most senior stakeholders**. They'll ask you questions about you and your professional **vision**.

Presentation

At the end of the day, you will present your case study in front of 2 to 3 Alaners.

Debrief session

Finally a short debrief session will allow you to **share feedback** on the day and the overall hiring process.

How can I set myself up for success?

- Communicate a lot
- Ask questions
- Back-up your solutions with data
- Use what you've read about the company culture
- Try to make your presentation as simple and comprehensible as possible

Have a break, have a chit-chat

Take some time to discuss with Alaners during the day. If you play your cards right, you might even unveil our best kept secret: what our mascot is!

Autre levier de projection, plus simple à mettre en place : au sein de l'offre d'emploi, insérez quelques photos de l'équipe ou renvoyez à la page carrière si vous disposez déjà d'une présentation ou de certain·e·s ambassadeur·rice·s métiers.

Compétences & profil

Ce qu'on retrouve (trop) souvent

- Our ideal candidate will have... 🧐

- 10+ year experience in fast-paced environments (you have seen organizations scale fast and the challenges / opportunities it brings)
- Ability to support, coach, embark and challenge the Top management & managers in order to deliver together the People Experience
- People experience culture and vision (programs, practices, systems...)
- Structured, analytical, pragmatic and you have an action-oriented approach to problem solving
- Ability to be open and transparent with employees, fostering trust and being a calm, centered and supportive leader when the company goes through growth pain
- Strong project management skills

YOU ARE THE PERFECT MATCH FOR THIS POSITION, IF YOU HAVE ...

- Strong leadership
- Decision-making: Ready to make decisions and be accountable for them
- Demonstrate enthusiasm and determination
- Entrepreneurial mindset - comfortable in highly ambiguous environments and able to independently take the responsibility
- Empathy - care for people
- Good listener
- Multidisciplinary and multicultural teams experience is a plus

- Profil recherché

- Maîtrise parfaite de Wordpress
- Maîtrise indispensable des langages web (HTML / CSS)
- Capacité à lire et écrire des mails en anglais
- Connaissances en hébergement web
- Maîtrise du Git
- Maîtrise SEO
- Développement de pages web
- Etre force de proposition

ECOUTE

- Rigueur et organisation
- Gestion des risques
- Force de proposition
- Communication

VOUS

- Diplômes en développement web et 6 ans d'expériences
- Excellent relationnel en anglais et en espagnol
- Autonomie et capacité à s'auto-former
- Esprit rigoureux et organisé

- Ton profil

- Au moins 3 ans d'expérience dans le développement web
- Maîtrise de Javascript
- Maîtrise d'un framework (React, Angular...)
- Connaissance en intégration
- Connaissance en hébergement web
- Connaissance en typescript
- Autorisation à travailler en France
- Connaissance des Bases de données

ENCORE MIEUX SI TU AS

- Connaissance en Cloud (GCP, Azure, AWS)
- Des connaissances en architectures logicielles
- Compétences de Data Engineering
- Connaissance en API (GraphQL, Rest)
- Communication

TU ES TOUJOURS LÀ OU ON T'A PERDU ?

- Tu es prêt à monter en compétence
- Tu veux nous aider à développer notre structure
- Tu es dynamique et tu as un bon relationnel

La partie profil est souvent apparentée à une longue (voire très longue) liste d'attendus. « *J'ai pu expérimenter une offre avec le record du monde de bullet points : plus de 20 !* ». Selon l'enquête de Léo Bernard : 78 % des annonces ont davantage de prérequis que de vraies informations sur le job. « *Il est temps de rééquilibrer, de se dévoiler un peu plus en tant qu'employeur* ».

Ce que pense le candidat quand il lit ça

Qu'est-ce qui est frappant ici ?
Le déséquilibre entre la vague description de poste et cette litanie de compétences à maîtriser. Léo Bernard souligne l'absence de symétrie des attentions : un concept issu du management et du marketing selon lequel la qualité de la relation entre l'employeur et ses salarié·e·s influence celle entretenue avec ses client·e·s ainsi que leur niveau de satisfaction.

Le livre référence en la matière, « Employees first, Customers Second » (2010, Vineet Nayar), a illustré cette théorie par l'exemple : l'auteur, CEO de HCL Technologies, y partage des résultats étonnants avec l'accroissement de la satisfaction des salarié·e·s de 70 % et celle du chiffre d'affaires de plus de 20 %. Une logique transposable au recrutement : « *Je donne autant que ce que je reçois* », souligne Léo Bernard, « *c'est une question de justice : il faut que la personne sente et appréhende les contreparties.* »

On fait comment alors ?

→ **Équilibrez** le rédactionnel entre la partie description du post et la partie compétences demandées : c'est une preuve de respect, d'attention à l'autre. Il est important de rappeler que l'annonce est aussi un premier échange avec le/la candidat·e : c'est une vitrine de votre culture d'entreprise. Faites preuve d'écoute et d'empathie.

→ **Améliorez** votre copywriting : rédigez davantage ! Néanmoins, les bullet points ne sont pas à bannir car ils restent efficaces pour mettre en avant des idées et structurer une offre. La reco de Léo Bernard ? **Pensez l'offre dans sa globalité** pour la rendre plus visuelle, lisible et attractive en mêlant rédaction et idées clés.

Le petit plus ? Pourquoi pas y intégrer une structuration avec des icônes, l'alternative en vogue aux bullet points.

Your future impact :

We believe that every Swiler is important. At Swile, everyone has a huge impact on our strategy. What will yours be?

On Swile

Cascading information to all Swilers, in France or in Brazil
Ensure coherence in our internal communication according to the targets
Impact the success of our new colleagues onboarding

On your team

Structure the team with expertise in internal communication
Work hand in hand with the Marketing / Brand team but also with the EXEC team and at least the People team

Your organization (Team)

You will report directly to Xavier, our Chief Of Staff
You will also work with Sébastien, who work on the PMI (Post Merge Integration) part
You will collaborate with Sébastien, our VP People

The different stakeholders

Loic's EXEC Assistant
The People Team
The Swilers & Bimplers

What to expect over the course of a year:

Expectations (3 months)

Audit of the current situation and discovery of the environment
Creation of an internal communication strategy
Organization and management of internal communication events
Definition of KPIs

Expectations (6 months)

Daily actions
Implementation of innovative formats to maximize impact
Follow-up of KPIs

Source : [Swile](#)

Offres d'emploi : Dos and Don'ts



→ Lorsque que vous explicitez les compétences attendues, **votre plume doit rester empathique !** On peut dire la même chose en renversant le sens de la phrase : « Si vous recherchez une personne créative et originale, tournez-le ainsi : « nous vous offrons un cadre qui vous permettra d'exprimer votre créativité ». Ainsi, vous parlez de votre environnement de travail (liberté, flexibilité, créativité), tout en mettant en évidence que vous ciblez une compétence en particulier.

→ Soyez très précis sur les compétences que vous recherchez : « Parler de 5 ans d'expérience, par exemple, ne veut rien dire. En 6 mois, certain·e·s candidat·e·s en apprennent beaucoup plus ! D'ailleurs, il a été prouvé que l'expérience n'est qu'à 7% un facteur prédictif de performance. » Précisez les compétences sous forme de checklist situationnelle : « Vous avez implémenté un CRM de A à Z ? Vous avez géré le recrutement dans une phase d'hypercroissance ? » Deux avantages à ce type de tournures : c'est plus concret pour le/la candidat·e ! Mais aussi pour les recruteur·euse·s : il est plus facile de valider des acquis avec une **liste concrète d'expériences**. Pour finir, vous **élargissez votre cible de candidat·e·s** : par exemple, en mentionnant « 5 ou 10 ans d'expérience », certain·e·s pourraient ne pas postuler à cause de ce critère éliminatoire. Le choix de Léo Bernard ? Ne rien préciser du tout car on se ferme aussi aux profils seniors.

Candidat persona : comment parler à vos cibles ?

Il est essentiel d'identifier les personnes cibles et de se renseigner sur ce qu'elles aiment, leurs habitudes et leur mode de fonctionnement. C'est une approche orientée sur l'utilisateur (à savoir le/la candidat-e) proche du *design thinking*.

Les questions à se poser pour établir vos « personae » : qui sont vos candidats cibles ? Quelles sont les principales problématiques lorsqu'ils/elles recherchent leur futur employeur ? Segmentez au maximum : quelles sont les typologies de candidat-e-s, leur vécu, leurs attentes... Évidemment, cette démarche nécessite de capter les besoins. Vous pouvez opérer un « social listening » : les commentaires sur Google, les comportements sur les réseaux sociaux... En fonction de la taxonomie établie, vous pourrez rédiger vos offres avec une certaine tonalité ainsi qu'avec des mots-clés et une approche adéquats. **Pensez collaboratif** : pour mener ces ateliers, impliquez vos équipes et, pourquoi pas un copywriter externe afin d'enrichir votre offre.



Culture :
c'est comme
la confiture,
moins on en a,
plus on l'étale ?



Ce qu'on retrouve (trop) souvent

Saviez-vous que pour 83 % des candidat.e.s, la culture d'entreprise et l'environnement de travail sont primordiaux pour se projeter dans un nouveau poste ? Les entreprises prennent-elles en compte cette attente ? Comment se présentent-elles ?

Boulie est une entreprise humaine, fière de développer ses logiciels en France et rendre service à la recherche agro-végétale dans le monde entier.

Nos clients sont très variés, ils ont en commun un département R&D qui étudie la culture des plantes : trouver de nouvelles variétés, améliorer la qualité et le rendement de l'agriculture....

La société est saine, rentable, en croissance et réalise déjà plus de 80% de son chiffre à l'export.

L'enjeux derrière notre travail est énorme : protéger l'environnement, nourrir la population, favoriser les circuits courts et les produits sains.

L'expérience de Léo Bernard révèle que 75% des entreprises parlent d'elle en introduction... mais pas de la meilleure façon.

Ce que pense le candidat quand il lit ça

- Qui sont-ils ?

Le game changer de la comptabilité

Nous avons créé "Ma super compta" en 2015 via l'idée visionnaire de notre fondateur : Réenchanter la comptabilité !

Notre mode de fonctionnement n'existait pas encore à l'époque et il est depuis démocratisé partout en France. Grâce à nous.

Plus concrètement :

- nous sommes le premier réseau de néo-comptables en France
- Nous avons une croissance annuelle de +40%
- Un taux de satisfaction de plus de 95% parmi nos clients
- Et une levée de fonds de 65 millions en 2021

Parler (que) de soi en bardant l'annonce de chiffres dénote une certaine arrogance. « *Ce type d'annonce est autocentré* ». Conclusion ? Cela n'invite pas à la confiance. Pire, **la justification par le chiffre mène à la défiance**. On en revient aussi à la symétrie des attentions : le syndrome du « *et moi, et moi et moi* » laisse peu d'espace à l'autre. Comment l'attirer dans votre univers si vous êtes trop tourné sur vous-même ? Pour finir, beaucoup d'entreprises se décrivent de manière très standard : des expressions comme « *leader du marché* » font légion et bien sûr, beaucoup sont là pour « *disrupter* » leur marché. Conclusion : beaucoup de mots-valises, rien de distinctif.

On fait comment alors ?

Comment parler de sa culture et donner envie à un·e candidat·e de vous rejoindre ?

→ Il faut **en finir avec le « bullshit RH »** selon Léo Bernard : « *Pour vous présenter de manière utile, commencez par vous mettre à la place du/de la candidat·e et posez-vous la question suivante : « Qu'est ce qu'il y a pour moi dans cette entreprise ? (What's in it for me) »* Qui sont les personnes avec qui il/elle va travailler ? De quelle manière travaillez-vous ?

Comment faites-vous évoluer les salarié·e·s ? Les pages carrière telles que Welcome to the Jungle sont une tribune idéale pour se différencier sur des leviers d'attractivité : la mobilité, la qualité de vie au travail, la formation, les projets internes ou la vision du management.

SNCF Connect & Tech et EY ont par exemple choisi de personnaliser leurs vitrines Welcome to the Jungle avec un onglet 'Les +' leur permettant de communiquer davantage sur leurs leviers d'attractivité. On y retrouve des éléments concernant des avantages spécifiques, les perspectives d'évolution et les dispositifs de formation.

Perspectives d'évolution



Rejoindre EY, pour un stage comme pour un CDI, ...

... c'est l'opportunité de travailler sur plusieurs projets et clients au cours de l'année, avec des équipes différentes à chaque fois, tout en bénéficiant d'un apprentissage en continu dans un environnement multidisciplinaire. (6,9 jours de formations par collaborateurs par an)

L'expérience EY, c'est aussi être au contact direct de nos clients, quelques soient leur fonction au sein de l'entreprise, vous permettant de créer votre propre réseau auprès des décideurs d'aujourd'hui et de demain.

Véritable accélérateur de carrière, l'expérience EY est unique et dure toute une vie. Notre réseau alumni le prouve, aujourd'hui, ce sont 9 000 membres actifs et fidèles, toujours prêts à échanger et à soutenir nos collaborateurs.



Source : EY

Avantages

Mobilité durable ☀

Dans le cadre d'une alternative au transport public ou au véhicule personnel, vous pouvez bénéficier tous les 3 ans, d'une option d'achat d'un vélo neuf avec une prise en charge à hauteur de 50% par EY

Congés ☀

Chez EY, vous bénéficiez de 5 semaines de congés et jusqu'à 12 jours de RTT par an

Restauration ☀

Bénéficiez d'un restaurant d'entreprise ou de tickets restaurant

Équipement ☀

Avec notre politique « smartworking », vous êtes totalement équipé pour pouvoir travailler dans les meilleures conditions possibles : casque, chaise ergonomique et écran vous seront fournis

Comité d'entreprise ☀

Grâce au comité d'entreprise, bénéficiez d'accès billetteries, de tickets cinéma, de chèques culture, de réduction aux salles de sport, et bien plus encore !

Titre de transport ☀

Votre abonnement Navigo est pris en charge* à 75%

Perspectives d'évolution



L'accompagnement de nos collaborateurs dans leur trajectoire professionnelle est primordial et stratégique pour SNCF Connect & Tech. Pour accompagner cette démarche, nous proposons différents dispositifs : La mobilité vers un autre métier ou au sein de SNCF, le développement d'une ou plusieurs expertises et la promotion hiérarchique.

L'entretien de développement annuel obligatoire entre le manager et le collaborateur nous permet de mener à bien cette mission : faire un point sur la période écoulée, identifier les professionnels/perspectives d'évolution et exprimer des attentes pour l'année suivante.

Formation

Chez SNCF Connect & Tech nous accompagnons tous les collaborateurs dans leurs trajectoires professionnelles et le développement de leurs compétences en proposant une approche innovante, multimodale & humaine.

Nous développons l'offre de formation, pour des contenus toujours plus riches, accessibles et complets : Programmes d'accompagnement dédiés (Migration Cloud, nouvelles technologies, soft skills, management ...), Digital Learning, Formations internes (école interne pour former les collaborateurs), Hands On, Boot Camps,



Avantages

Programme « I feel Good » (QVT) ☀️

Le programme I Feel Good a été créé en 2012 à l'initiative des collaborateurs et est au cœur de la politique de Qualité de Vie au Travail de SNCF Connect & Tech.

Le fondement du programme repose sur notre conviction que le bien-être au travail est propre à chaque individu et qu'il relève de notre responsabilité d'apporter les clés qui permettront à chacun d'agir pour son bien-être dans le meilleur environnement possible. Cette communauté I Feel Good compte 148 membres actifs.

Accord Télétravail ☀️

Précurseur en matière d'équilibre vie pro / vie perso, SNCF Connect & Tech a signé son premier accord télétravail en 2012.

Depuis 10 ans, cet accord évolue et est entièrement co-construit avec les collaborateurs et la communauté managériale pour proposer des rythmes adaptés à chacun en tenant compte des besoins de l'équipe.

Nous donnons ainsi la possibilité de faire jusqu'à 3 jours de Télétravail/semaine.

Parentalité et Politique Familiale ☀️

SNCF Connect & Tech accompagne ses collaborateurs vers une parentalité active, sereine et pleinement épanouie dans le meilleur environnement professionnel possible.

Cette démarche s'inscrit dans notre stratégie globale de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) et de Qualité de Vie au Travail (QVT) pour contribuer au mieux-être des collaborateurs ainsi qu'à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

Source : SNCF Connect & Tech, filiale privée de SNCF Voyageurs, leader du e-commerce et des transformations numériques dans le secteur des mobilités en France

→ Pour se présenter, sortez de la phrase toute-faite « *Nous sommes une jeune entreprise créée en xxx avec une croissance annuelle de xxx* ». **Mettez en exergue un élément marquant de la vie de l'entreprise** : une réussite, un prix, un lancement de produit ou encore une réorganisation. Quel est le dernier événement clé qui pourrait intéresser les candidat·e·s ? Quelle émotion avez-vous envie de susciter chez eux/elles ? L'objectif est de partager des éléments concrets de la vie d'entreprise, moins insipides que des valeurs ou des dates.

→ **Mettez en avant la trajectoire du manager de l'équipe** : racontez son parcours, sa progression au sein de votre entreprise. Qu'est-ce qu'il/elle fait aujourd'hui ? Cet exercice permet au/ à la candidat·e de comprendre comment cette personne pourra l'aider demain, dans son futur job, voire l'inspirer.

A PROPOS DE TON FUTUR MANAGER

- **Son background** : Tu vas reporter directement à Aurélie notre Global Marketing and Communications Director. Après 15 ans d'expérience en tant que consultante marketing dans des **scaleups** tech, Aurélie a un parcours où elle a pu prouver sa capacité à définir et exécuter des campagnes marketing, des stratégies de **rebranding** pour des entreprises comme B-line ou encore the **Pork**.
- **Ce qu'elle peut t'apporter** ? Avec son expérience et sa passion pour construire des "**love brand**", Aurélie apporte une richesse d'expériences via ses précédents jobs. Mais plus que ça, elle aime structurer un environnement créatif pour son équipe afin d'obtenir les meilleurs résultats possibles.

La bonne pratique dont s'inspirer

L'exemple de Qonto est une très bonne pratique : dans chacune des offres, une section dédiée au futur manager est réservée :

Your future Manager

Jérémie, VP of Data, will be the one to help you succeed

His background?

Before joining Qonto, Jérémie was an associate professor at Telecom Paris and Telecom SudParis. He led data teams for some of France's most reputed digital companies and still advises several deep tech startups. He teaches at Ecole Polytechnique and co-authored over 50 scientific papers.

What does he bring to the team?

Jérémie defines a clear vision and path to success for our data platform, BI, data science, and data products teams. He ensures they operate efficiently and have a smooth collaboration with other departments at Qonto. He also helps them continuously learn new skills while improving their existing ones and is still very involved in the hiring of his teams.



N'oubliez pas : la somme des trajectoires individuelles, atypiques et particulières est aussi l'expression de votre culture d'entreprise. C'est un visage plus humain de votre fonctionnement interne !

Marque employeur : comment mettre en avant ses axes distinctifs ?

Votre offre d'emploi doit mettre en avant vos axes de différenciation RH, votre EVP (*employee value proposition*), la promesse employeur. C'est ce qui véhicule votre identité (Quelles sont l'histoire et les valeurs de votre entreprise ? Quelles compétences et expertises vendez-vous ?) et l'image de l'entreprise (Comment votre entreprise est-elle perçue en interne et à l'extérieur ? Qu'est la perception des futurs salariés et de vos collaborateurs ?) ainsi que ses avantages RH (Quelles sont vos pratiques RH à savoir les rémunérations, le cadre de travail, CSE, etc.). Pour cela, identifiez les dispositifs RH et sociaux qui apportent une valeur aux candidat·e·s.

Différentes dimensions de l'entreprise sont à explorer :

→ **Processus RH** : formation, évaluation, évolution, mentoring, recrutement...

→ **Culture** : habitudes, communications, codes, convivialité...

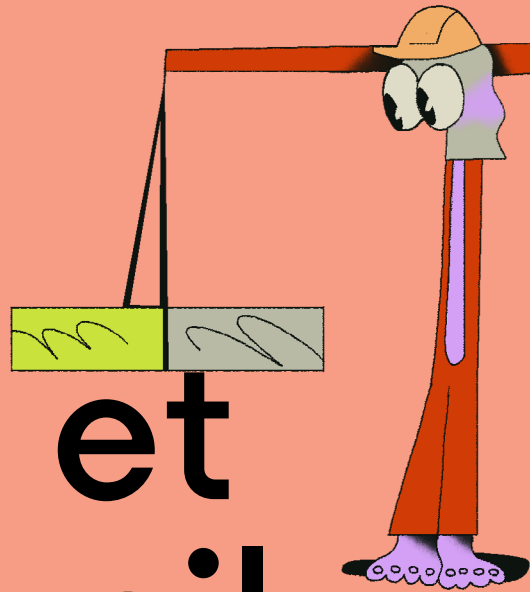
→ **Package salarial** : rétribution, avantages sociaux, aides au logement...

→ **Modes de fonctionnement internes** : autonomie, flexibilité, intrapreneuriat, congés illimités...

→ **Métiers** : quels sont vos métiers ? Comment les voyez-vous : avec passion, modèle artisanal ? Quelles causes servez-vous ?

→ **Rituels** : réunions, sport en entreprise, salle de repos, fruits à volonté, voyage d'équipe...

→ **RSE** : une approche RSE (social, environnement, sociétal) ? Du mécénat de compétences ? Modèle de gouvernance particulier ? Certification B-corp ?



Salaire et télétravail : l'Arlésienne du recrutement

Ce qu'on retrouve (trop) souvent

90 % des annonces auxquelles Léo Bernard a postulé ne parlent pas de salaire.
Or, la rémunération est une attente forte des candidats (87 %). Près de la moitié d'entre eux (45 %) sont moins susceptibles de postuler en l'absence de cette mention.

- Profil recherche

- Formation : Ingénieur mécanique
- Expérience : 5 ans minimum, 10 ans souhaités
- Salaire : A définir selon profil

- Expérience : 5 ans minimum exigé
- Salaire : en fonction de l'expérience
- Démarrage : au plus vite

- Profil recherche

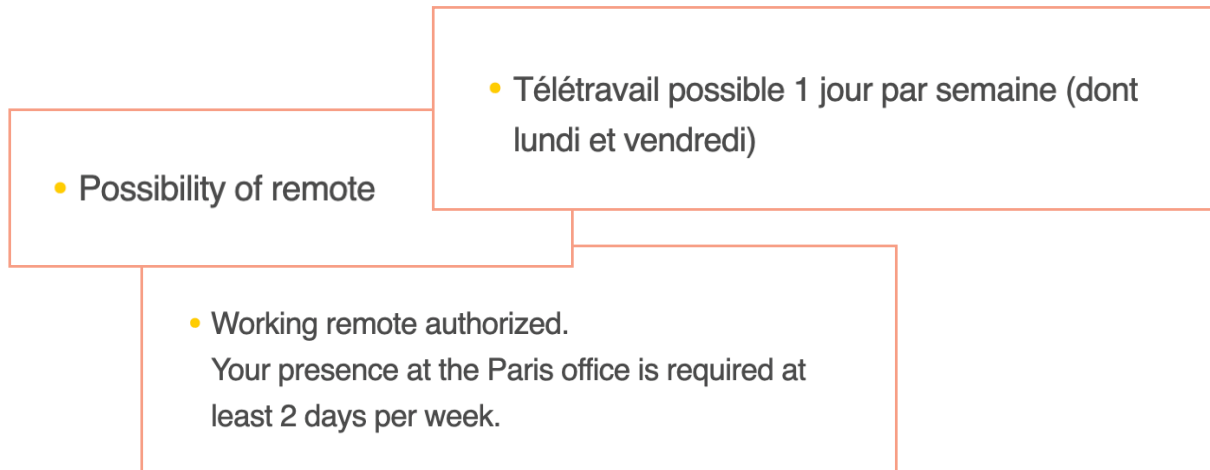
Les avantages

Salaire - si, si, sûr : on insiste !

Une 6ème semaine de congés payés
(après un an d'ancienneté)

- Salaire : A partir de 45K€

Autre point intéressant : **seulement 7 % des annonces auxquelles Léo Bernard a postulé expliquent, de manière précise, les conditions de télétravail.** Seules deux annonces ont osé le faire !



Ce que pense le candidat quand il lit ça

→ Télétravail et salaire sont deux critères qui ressortent le plus depuis la sortie de la crise Covid.

S'ils n'apparaissent pas dans l'offre, les candidat·e·s vont boycotter l'offre:

« C'est la base de la pyramide de Maslow : ce n'est pas le critère qui va motiver les personnes à choisir votre entreprise, mais c'est ce qui fait qu'elles n'y postulent pas ».

On fait ici référence aux facteurs de satisfaction et d'insatisfaction de Frederick Herzberg : les facteurs qui conduisent à la satisfaction dans le travail sont différents de ceux qui conduisent à l'insatisfaction. Les facteurs qui conduisent à la satisfaction sont qualifiés de « facteurs de motivation » ou « valorisants » (autonomie, compétences...).

Ceux qui amènent à l'insatisfaction sont envisagés comme des « facteurs d'hygiène » ou d'ambiance (politique d'entreprise, environnement physique de l'entreprise, télétravail, salaire...).

Les réactions des individus sont différentes selon que l'on s'intéresse à leurs motivations au travail ou aux causes de leurs mécontentements.

Le psychologue en a même fait une équation : pour motiver, il faut une absence d'insatisfaction et de la satisfaction. Motivation = absence d'insatisfaction + satisfaction.

→ **Certains termes sont également à bannir : « Salaire vraiment motivant » ou encore « selon expérience ou profil ».**

Que lit-on en filigrane ? L'entreprise assume de dire qu'elle paie à « la tête du/de la candidat·e » et qu'elle en est fière... *« Mieux vaut ne rien mettre... ou, au moins, une fourchette ».*

On fait comment, alors ?

→ On observe **80 % de clics en plus** sur une offre quand le **salaire est affiché** selon Léo Bernard :

« Au lieu de 1000 candidats, vous en avez 1800 ». En effet, 65 % des candidat·e·s évoquent l'absence de fourchette salariale comme principal drapeau rouge pour postuler. Dans cette mouvance, certains jobboards, tels que Indeed, exigent de le mentionner, ou a minima, une fourchette.
« Il est temps d'arrêter de se cacher et d'assumer. »

→ Quant aux conditions de télétravail : selon le baromètre du télétravail de 2021, 86% des télétravailleur·euse·s souhaitent poursuivre le travail à distance avec une moyenne idéale de 2 jours par semaine. **Dans l'offre, précisez les conditions pour vous rapprocher au plus des attentes (et évitez l'effet déceptif !)**. Quelles sont les modalités (jours imposés ou libre de choisir, les conditions...) ? Possibilité de faire du remote à l'étranger ? Quid des frais de déplacement ? Est-ce que l'entreprise a mis en place une culture qui est alignée avec le travail asynchrone ?



Dénué de télétravail ou de salaire attractif ? Optez pour le zéro complexe !

Quand on a ni salaire ni télétravail à offrir, que fait-on ? « *Peut-être faut-il s'interroger sur le pourquoi de cette dissonance avec le marché et en profiter pour revoir sa grille de salaire et les conditions de télétravail ?* » S'il est impossible de faire évoluer ces deux thèmes, il ne vous reste qu'à assumer ! Même si le recrutement est devenu une opération séduction, l'authenticité doit rester la ligne conductrice. Deux stratégies sont possibles :

→ **Faire de l'humour** : « *Vous l'aurez compris, les salarié·e·s ne restent pas chez nous pour le salaire, à première vue. Mais voilà ce qui les motive au quotidien : xxxx* » Vous pouvez expliciter tous les avantages et les conditions favorables pour le/la candidat·e (mutuelle, sport, évolution, responsabilités, vélo ou voiture à disposition, formation...). Pour appuyer vos déclarations, renvoyez vers les commentaires Glassdoor ou sur la page de vidéos témoignages de Welcome to the Jungle.

→ **User de pédagogie** : expliquez vos choix, vos enjeux en termes de télétravail avec transparence. Vous ne faites pas de télétravail ou peu : peut-être que vos métiers ne sont pas télétravaillables à plus de X % ? Peut-être que, justement, c'est un sujet en cours de discussion (accord ou charte en cours de création) ? Mettez l'accent sur le revers positif de la médaille : la convivialité ! Au bureau, vous organisez des événements, les déjeuners sont gratuits certains jours, des sorties sportives et culturelles sont prévues tous les vendredis...

6 astuces pour passer la 5e :

1. Si on parle de symétrie des attentions, il faut tout de suite parler du/ de la candidat·e et non de vous ! L'idéal ? Après l'intitulé du poste, posez directement 3 questions sur lui/elle afin de présenter le poste et l'entreprise de manière détournée.

Par exemple, Projective, qui accompagne les entreprises dans leur transformation organisationnelle, digitale et spatiale, propose 4 questions pour aider les candidat·es à mieux cerner le poste et l'entreprise en toute première partie de son annonce.

— Qui sont-ils ?

- Vous avez l'art d'imaginer des stratégies de communication impactantes ?
- Vous êtes curieux des dernières innovations en matière de communication ?
- Le futur du travail et des espaces de travail vous passionne ?
- Vous aimez gérer et piloter vos projets ou missions de manière autonome ?

Nous recherchons un expert en communication (et passionné !) pour faire briller notre marque (et sa marque employeur), Projective, auprès de ses clients, prospects et candidats. Notre enjeu ? Nous foisonnant d'idées et d'initiatives innovantes sur le futur du travail, l'architecture ou encore l'expérience collaborateur : nous avons besoin d'une personnalité créative pour mettre en lumière l'ensemble de nos actions.



2.

66 % des candidats souhaitent connaître les étapes du processus de recrutement dès l'offre d'emploi. Cette information donne des repères et les rassure. « *Mais il faut bien détailler chaque étape en écrivant la durée, les objectifs (ce qui va être évalué), les personnes qui vont mener les entretiens (fonction et, si possible le nom de la personne).* »

Léo Bernard propose aussi de **créer un guide du recrutement** pour pouvoir aider les candidat·e·s à se préparer.

Par exemple, Cleyrop détaille chaque étape sur son site carrière.

Notre process de recrutement

Ces compétences et ces expertises seront vérifiées au cours de notre process de recrutement, défini spécialement pour ce job.

1/ D'abord un premier entretien avec Jennifer, notre Chief Recruitment Officer, pour parler de tes ambitions professionnelles et identifier si ce que tu veux faire convient avec nos besoins et inversement. L'échange portera également sur notre orga et culture d'entreprise.

2/ La deuxième étape : un usecase pour comprendre ta méthode et ta vision du recrutement, peut importe le résultat ce qui nous intéresse c'est ton approche. Restitution du usecase auprès de Jennifer pour continuer d'approfondir l'opérationnel.

3/ Le second entretien avec Rhita, notre Head of People, afin de t'apporter plus d'informations sur nos valeurs.

4/ La dernière étape sera un échange avec Jérôme, co-founder pour t'exposer la vision long terme de Cleyrop.

N'hésite plus et envoie nous ta candidature, Jennifer t'attend déjà pour le premier échange !!! 😊

3.

Ne pas hésiter à indiquer 2 ou 3 questions qui sont posées systématiquement en entretien : des questions de préférence situationnelles et comportementales selon Roseline Laloupe, experte du Lab Welcome to the Jungle : « *Choisissez des questions ouvertes qui seront posées à TOU·TE·S les candidat·e·s pour le même poste.* » Elle propose deux exemples : « *Pouvez-vous me raconter un projet qui a été marquant pour vous ?* » Ou « *Quel projet a été une réussite pour vous ?* »

- 4.** Le job title : plutôt créatif ou classique ? Un mix des deux : **rédigez plutôt un titre classique pour faciliter la recherche.** Néanmoins, il faut savoir capter l'attention avec une baseline un peu originale : « *Data scientist : expert des énigmes de l'analytique pour aider les entreprises à prendre de meilleures décisions.* »
- 5.** Le tutoiement : **Seul·e·s 10% des candidat·e·s souhaitent être « tutoyé·e·s ».** Notre conseil ? C'est un choix qui doit être en phase avec la culture d'entreprise : restez cohérents avec votre communication interne et externe.
- 6.** L'écriture inclusive : un sujet assez clivant mais qui reflète, encore et toujours, la culture d'entreprise. Il faut donc l'appréhender au cœur de la réflexion sur la marque employeur. Pour vous aiguiller :

Pour	Contre
→ Un signal qui attire davantage de candidates → L'écriture inclusive pose le décor en donnant des indications sur votre culture d'entreprise	→ Avec l'écriture inclusive invite au (trop) politiquement correct → Lourdeur du texte → L'algorithme de Google se base sur une masse d'offres d'emploi essentiellement rédigées sans écriture inclusive

La solution ?

→ **Le langage épicène est une bonne option pour éviter les discriminations.** En langage neutre, les termes masculins sont remplacés par des termes non sexués. Comme le fait d'écrire « des personnes » au lieu « des hommes » ou de parler « des membres de l'équipe dirigeante » et « des responsables d'un service ».

→ **Opter pour des offres moins complexes, la (vraie) solution inclusive ?** À qualifications égales, environ 20 % moins de femmes postulent à un poste, un chiffre qui s'explique par le fait que **les femmes candidatent plutôt lorsqu'elles sont certaines d'avoir 100% des compétences**, quand les hommes ont statistiquement tendance à prendre plus de risques. Aussi, une offre d'emploi longue, chargée d'attentes et de qualifications (parfois accessoires) est souvent décourageante pour une femme.



Le mot de la fin pour vous mettre en action

« Vous l'aurez compris, l'expérience candidat est fondamentale. Mais elle est souvent ternie par de petites choses. Petites choses que vous pouvez modifier là, maintenant, tout de suite en quelques instants.

Si vous voulez vraiment vous différencier pour attirer à vous les candidats que vous souhaitez, il faut les mériter, on espère que ces conseils vous aideront à les recruter.

Et si jamais vous voulez savoir ce que ça donne, amusez-vous également à faire un exercice d'empathie, vous ne serez jamais déçus.

Bons recrutements ! »

Léo.



Réalisé par

Welcome to the Jungle

Rédaction

Léo Bernard

Laure Girardot

Édition

Ellora Ainadjoglou

Héloïse de Montety

Mise en page

Yana Gurskaya

Illustration

Karol Banach

Photographies

Thomas Decamps

Welcome to the Jungle Solutions

Envie d'en savoir plus sur l'offre Welcome to the Jungle ?
Programmez une démo avec notre équipe !

Nous contacter