

JobCLOUD

► jobs.ch | jobup.ch



Qu'est-ce qui démarque
aujourd'hui une annonce
d'emploi de qualité ?

3 Thèmes. 3 Experts. 9 Astuces.

01

Pour obtenir
un bon Profil :
L'Employer Branding

3 Astuces de Philipp Metzler,
Partner, C-Factor AG

01 | 1

Mettre en avant vos atouts en tant qu'employeur



Quelles valeurs importent à votre entreprise ? Quels attributs la démarquent en tant qu'employeur ? Soyez-en conscients avant de publier votre offre d'emploi.

Un titre, une image ou un texte «A propos de l'entreprise» dans l'annonce d'emploi sont l'emplacement idéal pour présenter les qualités de votre entreprise pour attirer les collaborateurs idéaux. C'est seulement ainsi que vous serez crédible.

01 | 2

Proposer des informations sur les emplois spécifiques à vos candidats-cibles



Un professionnel avec des années d'expériences a d'autres attentes qu'un/e jeune diplômé/e.

Pour cette raison, proposez des informations spécifiques aux postes pour tous les publics cibles, et veillez aux formulations adéquates. Donnez la possibilité aux chercheurs d'emploi d'apprendre à connaître leur environnement de travail, et éventuellement aussi leurs éventuels futurs collègues sur la page « Carrière ». Celle-ci sera liée à vos annonces d'emplois.

01 | 3

Utilisez le potentiel
de votre annonce :
en tant que Teaser



Limitez vos annonces d'emploi à l'essentiel.

Il ne s'agit que d'un Teaser, un des nombreux points de contacts dans le processus de recrutement. Si la curiosité du collaborateur potentiel est éveillée, d'autres sources, telles que la page carrière, les médias sociaux et d'éventuels discussions personnelles peuvent fournir des renseignements supplémentaires.

02

Pour vous
faire comprendre :
Un texte efficace

3 Astuces d'Enrico Bachmann,
Chef Conseiller, Supertext AG

02 | 4

Du concret
au lieu de bla-bla



Vous gagnerez le War for Talent si vous ne gaspillez pas vos paroles avec des phrases toutes faites.

Soyez clairs et concis. Uniquement des paroles concrètes restent dans l'esprit et feront pencher la balance en faveur votre entreprise.

02 | 5

L'essentiel en premier



Et voilà le candidat. Mettez-le au centre de votre texte.

Formulez sur un ton direct et confiant ce que vous attendez de votre futur collaborateur et ce que vous souhaitez accomplir avec elle/lui. Les renseignements sur l'entreprise ne devraient être indiqués qu'à la fin.

02 | 6

Ecrivez comme
vous parlez



Vous savez qui vous recherchez. Vous savez ce que vous attendez. Transmettez-le à travers vos annonces.

Faites du brainstorming. C'est le meilleur moyen de mettre vos pensées directement sur papier. Il ne s'agit pas de construire des formulations sophistiquées, simplement de dire clairement ce que vous voulez.

03

Pour engager
le dialogue :

Les nouveaux médias

3 Astuces de Matthias Mäder,
CEO, Prospective Media Services PMS AG

03 | 7

Evitez les documents PDF et Flash



Déjà plus de 40 % des recherches d'emplois sont effectuées sur des appareils mobiles (exemple : jobs.ch). Si votre annonce ne s'affiche pas bien en format réduit, cela sera un point négatif.

La meilleure solution est celle du « Responsive Design » ou alors d'établir vous-même une version mobile de votre annonce avec de gros boutons. Evitez en tous les cas les formats Flash et PDF, car ces derniers ne sont souvent pas correctement affichés sur les Smartphones.

03 | 8

Des URL clairs,
pour que Google
les comprenne

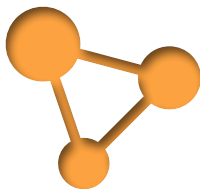


50 % des chercheurs d'emplois débutent leurs recherches sur Google. Utilisez le potentiel de ce moteur de recherche et optimisez vos annonces pour qu'ils soient référencés facilement par Google.

Utilisez des « URL parlants » pour les annonces d'emplois que vous publiez sur votre site web. Au lieu d'une combinaison de chiffre cryptique, utilisez une suite de texte compréhensible, p.ex. *jobs.entreprise.ch/postes-vacants/sales-jobs/ventes-zurich/223*. Google peut ainsi classer les résultats en conséquence et rendre votre annonce plus visible.

03 | 9

Les réseaux des collaborateurs



Un grand potentiel réside dans les réseaux de vos collaborateurs. Utilisez vos collaborateurs en tant que promoteur, car les médias sociaux remplacent aujourd'hui les traditionnelles discussions d'entant autour d'un café.

Motivez vos collaborateurs à partager vos postes ouverts dans leurs réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Xing et LinkedIn. Ainsi vous atteindrez un grand nombre de candidats potentiels, que vous ne toucheriez pas forcément autrement.

JobCLOUD

► jobs.ch | jobup.ch

Retrouvez
plus d'astuces,
Best Practices
et contributions
au sujet des RH et
du recrutement sur
le **JobCloud blog**

jobcloud.ch/leblog

Blog