



CONSEILS POUR RENDRE VOTRE OFFRE PLUS ATTRACTIVE

C'est votre premier contact avec les candidats.

Autant mettre toutes les chances de votre côté pour ne pas rater ce rendez-vous !

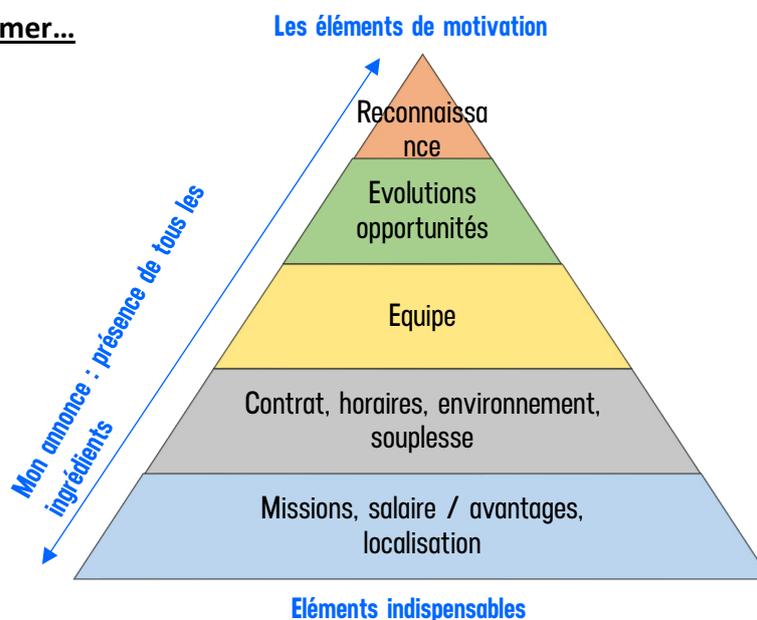
1 - Donner aux candidats l'envie de rejoindre votre entreprise

Les questions à se poser sont : Qui sommes-nous ? Qu'est-ce que nous offrons ? A qui l'offrons nous ? En quoi ça peut plaire ?

A titre indicatif, **différents niveaux de réponses attendues :**

- 🌀 **Les 3 aspects fondamentaux** qui doivent être clairs : missions, localisation du poste, salaire
- 🌀 **Type de contrat et conditions de travail** : télétravail, infrastructures et possibilités de flexibilité/organisation
- 🌀 **Avec qui va-t-on travailler ? Valeurs et culture d'entreprise** (Ex : présentation de l'équipe à rejoindre)
- 🌀 **Reconnaissance en tant que professionnel** : Quelles compétences offre-t-on de développer ? Quelles perspectives en termes d'évolutions (responsabilités, gestion de projets, évolution/progression possibles, ...)
- 🌀 **Donner du sens** et permettre de s'accomplir. En quoi nos missions sont utiles et peuvent faire « grandir » une personnalité

Pour résumer...





NB : Si vous avez un site carrière complet, une page entreprise sur LinkedIn et/ou une page entreprise sur notre site APECITA, mieux vaut présenter sur l'annonce, « l'essentiel » de votre structure.

2 - Le bon intitulé

- 🌀 **L'intitulé de l'offre** doit correspondre au poste que vous proposez mais il doit aussi tenir compte des représentations des candidats sur les métiers.
Ex : « Responsable de ligne » est beaucoup plus recherché que « Conducteur de ligne ».
- 🌀 « Chargé d'affaires » génère plus de retours que « Commercial ».
- 🌀 « Adjoint du responsable d'exploitation » est beaucoup plus attractif que « Ouvrier très qualifié »
- 🌀 **L'ouverture de l'offre** est dépendante de l'attrait pour son intitulé. Celui-ci doit donc être explicite sur les mots clés qui peuvent le rendre attractif et qui apparaitront dans les recherches Google
Ex : CHARGE DE MISSION PROGRAMME « ELEVAGES HERBIVORES BAS CARBONE » F/H est plus vendeur qu'un « simple » CHARGE DE MISSION F/H

[Votre délégation APECITA](#) peut vous conseiller judicieusement à ce sujet.

Citons aussi le site [Google trends](#) qui relève les mots clés les plus recherchés.

3 – Décrire le poste

Les candidats seront plus attentifs si vous décrivez clairement les missions et les tâches à réaliser, en collaboration avec vos salariés qui connaissent bien le terrain.

Se voir confier des projets est un levier de motivation très important.

Ex : à côté des missions opérationnelles, il est opportun de préciser que la personne sera en charge par exemple des dossiers suivants :

- 🌀 *Impact carbone de notre activité*
- 🌀 *Meilleure valorisation de la protéine par l'animal*
- 🌀 *Prise en compte de l'évolution des marchés des matières premières/tarifification.*

Les jeunes générations sont de plus en plus sensibles au management agile, expliquez : comment ces missions vont s'articuler avec les autres postes au sein de l'entreprise, la diversité des contacts qu'elles pourront susciter, la polyvalence et la flexibilité de l'organisation...



4 – Décrire le profil recherché

Ne perdez pas de vue que la motivation et l'implication sont plus difficiles à acquérir que des habiletés spécifiques, des compétences techniques et des connaissances plus académiques.

Précisez les « softs skills », les qualités humaines indispensables pour réaliser les missions attendues.

Veillez à ne pas augmenter démesurément les prérequis exigés, car vous risquez de faire fuir les meilleures volontés.

5 – Soignez le ton

Les candidats apprécient le « parler-vrai » sans être dupes de la démagogie. Votre ton doit refléter l'esprit et l'ambiance de votre entreprise. Il vaut mieux présenter les contreparties de réelles contraintes plutôt que d'occulter celles-ci...

Ex : si pour compenser de fortes amplitudes horaires en période de récolte, vous offrez une grande souplesse d'organisation le reste de l'année (semaine de 4 jours ou mercredi et vendredi après-midi libres...) c'est primordial de le mettre en avant.

6 – Mettez en avant les avantages que vous offrez

Avec le retour de l'inflation et la pénurie de candidats, la rémunération reprend une importance décisive dans le choix d'une nouvelle entreprise.

Précisez le salaire (fourchette) afin de rendre votre offre plus attractive.

Votre proposition doit donc être réaliste par rapport aux pratiques du marché, sous peine de vous priver des candidatures les plus intéressantes.

Outre le salaire et ses périphériques (primes, tickets-restaurants, mutuelle, véhicule de fonction ou de service...) elle doit englober la possibilité de télétravail et/ou une réelle autonomie d'organisation. Vous pouvez inclure aussi les formations financières (CACES, Permis Poids Lourds, auditeur certifié IRCA, etc...).

Cerise sur le gâteau, si vous êtes en mesure de proposer un parcours évolutif, mentionnez-le, les plus jeunes en particulier sont friands de connaître ce qu'ils pourront faire « après... »

7 - Favoriser le référencement de votre offre

L'offre attractive est une synthèse entre la présentation de vos atouts et les exigences « techniques » du référencement sur les moteurs de recherche.



L'annonce d'emploi doit indiquer au minimum :

- 🌀 **L'intitulé de poste** : clair et suffisamment explicite pour donner envie d'ouvrir l'offre
- 🌀 **La date de publication**
- 🌀 **Le nom de votre entreprise** : il est préférable de communiquer sur votre marque connue du public que sur le nom de l'établissement. Ex : « Florette » sera plus vendeur que « filiale du groupe Agrial
- 🌀 *Même si l'offre passe par un cabinet, la mention du nom de l'entreprise est cruciale (sauf cas de force majeure).*
- 🌀 **La description du poste** : responsabilités, qualifications, compétences, horaires de travail (35 ou 39 h, semaine de 4 ou 5 jours, 2x8 ou 3x8...) et possibilité de télétravail, parcours scolaire et expérience attendus
- 🌀 **Le lieu de travail** : ville, région, pays et code postal (la géolocalisation du poste est essentielle quand elle est possible).

Déterminez les mots clés et des # si vous reprenez l'offre d'emploi sur les réseaux sociaux.

Relier un titre à des mots clés du métier insérés dans l'offre d'emploi favorise son référencement Exemple : **“Responsable irrigation”** explicité par : piloter l'irrigation, sondes capacitatives, pivots d'irrigation, application de gestion de l'irrigation, réalisation de bilans hydriques, ordinateur climatique...

8 - Soigner votre annonce

- 🌀 Utilisez des phrases courtes, simples, une présentation structurée
- 🌀 Pour bien référencer votre offre sur les moteurs de recherche : évitez les abréviations, le jargon interne, ou les caractères spéciaux, soignez la ponctuation.
- 🌀 Ajoutez une vidéo pour éveiller la curiosité
- 🌀 Dans la mesure du possible, explicitiez le processus de recrutement, les modalités, le calendrier envisagé et le cas échéant, le nom d'une personne pouvant donner plus de renseignements sur le poste.

Zoom

Recruter sans discriminer (Code du travail - Article L1132-1)

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000028650462&cidTexte=LEGITEXT000006072050>

<https://www.cnil.fr/fr/le-guide-du-recrutement>



L'originalité de l'offre ne doit pas se faire au détriment de la loi. L'offre d'emploi doit être centrée sur les seules compétences et qualifications requises au regard des caractéristiques du poste à pourvoir. Il est notamment interdit de faire référence à l'âge, le sexe, les mœurs, la situation familiale, la grossesse, la race, ethnie ou nation, les opinions politiques, les activités syndicales ou mutualistes, les convictions religieuses, l'état de santé, le handicap, l'orientation sexuelle, l'apparence physique, le nom de famille ou encore les caractéristiques génétiques. En cas d'infraction, même involontaire, les sanctions peuvent être lourdes.

En outre, l'offre d'emploi doit être rédigée en français si le lieu de travail est en France. Elle doit également être datée et mentionner le nom de l'employeur, sauf exception en cas d'annonce anonyme passant par un intermédiaire.