

Édition
2020



GUIDE DU BON RECRUTEUR

Comment attirer les talents ?



FIBOIS
HAUTS-DE-FRANCE

Ce kit a été réalisé en collaboration avec
l'interprofession Fibois Hauts-de-France



Depuis plusieurs années, FIBOIS Grand Est s'engage à fédérer, à valoriser et à accompagner les entreprises de la filière Forêt-Bois.

Votre interprofession est à l'écoute de vos difficultés en matière de recrutement.

Ce guide, simple et pratique, est destiné aux dirigeants de TPE-PME ne disposant pas d'un service RH. Il recense un certain nombre de pratiques élémentaires à mettre en œuvre pour recruter avec succès.

Prendre le temps d'identifier ses besoins, communiquer avec son équipe, valoriser son entreprise est un premier pas.

De nombreux partenaires sont à votre disposition pour vous accompagner dans vos démarches et participer à la diffusion de votre offre. Par ailleurs, la diffusion via les jobboards est devenue incontournable.

Prendre contact avec un candidat, mener un entretien de recrutement, intégrer un nouveau salarié et fidéliser ses collaborateurs sont autant d'éléments à considérer pour que l'entreprise se développe.

*Sans l'appui d'un service Ressources Humaines,
tout chef d'entreprise peut maîtriser son recrutement
en suivant quelques recommandations.*



RÉDIGER UNE FICHE DE POSTE	4
RÉDIGER UNE OFFRE D'EMPLOI	5
LA POE	8
LE CADRE JURIDIQUE D'UNE OFFRE D'EMPLOI	9
DIFFUSER VOTRE ANNONCE	10
1. LES JOBBOARDS TERRITORIAUX.....	13
2. VOS PARTENAIRES RÉGIONAUX GÉNÉRALISTES	14
3. LES JOBBOARDS SPÉCIALISÉS	14
4. LES JOBBOARDS GÉNÉRALISTES	15
5. LES RÉSEAUX SOCIAUX.....	16
GÉRER UN ENTRETIEN DE RECRUTEMENT : LES CLÉS POUR AGIR	17
LA CULTURE D'ENTREPRISE	20
INTÉGRER VOTRE NOUVEAU SALARIÉ	21
VOS CONTACTS	23



RÉDIGER UNE FICHE DE POSTE



La fiche de poste est un élément déterminant de votre démarche de recrutement. Elle est un descriptif détaillé et précis de vos besoins en compétences dans un contexte qui est le vôtre. C'est aussi un **outil de communication et de valorisation** de votre entreprise. Même le professionnel le moins qualifié devra se sentir valorisé et répondre à une mission précise qu'il convient de lui expliquer pour qu'il ait envie de postuler.

Si vous avez des difficultés à la rédiger, n'hésitez pas à actualiser des fiches de poste plus anciennes, consulter les fiches métiers ou regarder quelques offres similaires à la vôtre sur les jobboards. Les conseillers de Pôle Emploi et des Maisons de l'Emploi peuvent également vous accompagner dans cette tâche.

Cette fiche de poste, une fois rédigée, pourra remplir plusieurs usages :

- Servir de repère lors de l'entretien de recrutement
- Évaluer votre salarié lors de son entretien annuel
- Évaluer les besoins en formation

LES ÉLÉMENTS INDISPENSABLES D'UNE FICHE DE POSTE

TITRE

Le titre correspond à une **nomenclature professionnelle précise**. Vous pouvez l'identifier en recherchant le code ROME correspondant ou le Répertoire National des Certifications Professionnelles. En cas d'incertitude, contactez une personne référente (branche professionnelle, syndicat).

MISSION

Descriptif détaillé de l'activité et rôle dans l'entreprise (tâches, relationnel interne/externe...). Si un de vos salariés exerce une activité similaire, n'hésitez pas à lui soumettre le descriptif pour l'enrichir de son point de vue.

COMPÉTENCES

Compétences **spécifiques** (« savoir-faire ») et compétences **comportementales** (« savoir-être »).

PRÉ-REQUIS

Diplôme(s), formation(s), habilitation(s), expérience, connaissances requises...



RÉDIGER UNE OFFRE D'EMPLOI

Présentez votre entreprise

Au-delà du nom, des coordonnées et du lien vers votre site internet, n'hésitez pas à présenter votre entreprise plus en détail pour augmenter l'attractivité de votre offre. Vous pouvez, en quelques mots, faire un bref historique de votre entreprise, évoquer son environnement. Vous pouvez également préciser votre effectif, votre activité et ses caractéristiques, votre type de clientèle ou de marché.

Vous êtes le meilleur promoteur de votre entreprise, de votre activité et de votre métier.

Cette démarche, constitutive de la création d'une « **marque employeur** », s'avère essentielle aujourd'hui, quelle que soit l'attractivité de votre secteur d'activité.

Précisez que vous recrutez et ajoutez le titre du poste à pourvoir.

Présentez le poste et le process de recrutement

Intégrez la fiche de poste préparée au préalable. N'hésitez pas à ajouter les attraits du poste et ses perspectives.

Précisez également :

- La période de recrutement et la durée de la période d'essai
- Le type de contrat (CDD, CDI)
- Les possibilités d'évolution ou de mobilité interne (s'il y en a)
- Le lieu d'exercice et le cas échéant, les déplacements à prévoir
- Le volume horaire hebdomadaire
- La rémunération brute horaire ou mensuelle (les primes ou participations s'il y en a)
- Le nom et les coordonnées de la personne en charge de recueillir les candidatures
- La date de l'offre



L'entreprise :

La Société X, située à Forêt-Ville (département), travaille le peuplier depuis 1962. Créateur du label « Peuplier de nos régions », M. Dupont et son équipe (10 salariés) produisent 14 000 m³ chaque année pour fournir une clientèle constituée d'industriels, de professionnels de la filière bois et de particuliers.

Rigueur, exigence et régularité définissent l'activité pour une production de qualité.

Le poste :

L'entreprise Dupont recherche aujourd'hui un **Technicien affûteur (H/F)**. Au sein d'une chaîne de production à taille humaine, vous participez directement à la qualité des sciages par la qualité de préparation des lames et une maintenance de premier niveau des machines.

Les missions :

Dans un atelier dédié, vous préparez les outils de coupe de la scierie : opérations de planage, de tensionnage, d'entretien de la denture, d'affûtage...

En atelier semi-ouvert, vous posez des lames sur les bâtis des scies, réglez les machines et en assurez l'entretien préventif et curatif pour qu'elles conservent précision et performance.

Doué d'un bon esprit d'équipe, vous intervenez sur la chaîne de production en coopération avec les opérateurs polyvalents. Vous participez également au nettoyage de l'atelier.

Vous respectez les procédures et bonnes pratiques sécurité, qualité, environnement et énergie.

Présentation de l'entreprise :

Nom, localité, identité du dirigeant, activité et développement économique, valeurs fondamentales.

Le poste :

Description générique de la mission intégrée à son environnement.

Les missions :

Le descriptif détaillé des missions permet d'introduire la notion de compétences, de « savoir-faire ».



Utilisez un verbe d'action pour décrire une activité.



Vous avez le sens de l'organisation, vous êtes pragmatique et faites preuve d'ingéniosité. De formation technique et bon bricoleur, vous avez de bonnes connaissances en mécanique générale.

Après une période de formation au poste, vous évoluerez en parfaite autonomie et serez formé sur d'autres postes par la suite afin d'augmenter votre polyvalence et favoriser votre montée en compétences.

Expérience :

Débutant accepté. Une première expérience dans les secteurs de l'exploitation forestière ou de l'industrie seraient un plus.

Type de contrat :

CDD 6 mois ouvrant sur un CDI.

À noter : possibilité de POEI pour les demandeurs d'emploi.

Temps de travail :

35 heures hebdomadaires, du lundi au vendredi.

Salaire :

X XXX € brut mensuel (base, puis à définir selon les compétences développées et la motivation à 6 mois).

Introduction du « savoir être » et des compétences génériques (celles que vous attendez de tout collaborateur pour un bon esprit d'équipe).

Intégration en entreprise et perspectives pour rassurer le candidat

Ces éléments sont incontournables aujourd'hui. Ils permettent au candidat de postuler en toute connaissance de cause et de se préparer au mieux.



L'offre doit être précise et transparente, à fortiori quand les compétences sont rares. Si elle doit être représentative de vos exigences, elle doit aussi témoigner de votre ouverture et de vos valeurs d'entreprise.



Vous ne recrutez pas une fiche de poste, vous recrutez un collaborateur. Faire preuve de souplesse vous permettra de recevoir davantage de candidatures et vous donnera par conséquent plus de chances de rencontrer la personne adéquate.





Quand un recrutement s'inscrit dans un plan de développement de votre activité sur la durée, que vous prévoyez un CDD de 12 mois ou un CDI, le Pôle Emploi propose **le dispositif de Préparation Opérationnelle à L'Emploi** (POEI¹ = Individuelle).

Si un profil retient votre attention mais que certaines compétences spécifiques manquent au candidat, celui-ci peut bénéficier d'une formation (400 heures maximum) préalable à l'embauche et à la prise de poste.

Le candidat entre alors en formation et peut, le cas échéant, réaliser des périodes d'application au sein de votre entreprise sous l'égide d'un tuteur choisi parmi vos salariés expérimentés.

Une aide au financement de la formation peut vous être versée une fois la formation réalisée :

- Une aide maximale de 5 euros par heure de formation réalisée par un organisme de formation interne à l'entreprise (dans la limite de 2 000 euros)
- Une aide maximale de 8 euros par heure de formation réalisée par un organisme de formation externe à l'entreprise (soit 3 200 euros) au maximum pour 400 heures de formation
- Un co-financement de l'OPCO dont dépend votre entreprise²
- Un surfinancement de Pôle Emploi pourrait être envisagé pour les bénéficiaires relevant du Plan d'Investissement dans les Compétences (PIC) dans la limite des coûts réels de la formation

Vos partenaires sur la mise en œuvre et le financement :

- Pôle Emploi³
- OPCO (Constructys, AKTO, OPCO2i, OCAPAT...)

Choisir **la POE** c'est :

- Être accompagné et appuyé dans votre démarche de recrutement
- Former un futur collaborateur à vos propres méthodes
- Assister à l'évolution de la personne recrutée et l'intégrer progressivement à votre équipe
- Embaucher un candidat immédiatement opérationnel sur son poste de travail



À savoir : la POEI peut également être mise en place pour une formation pré-qualifiante préparant à la conclusion d'un contrat de professionnalisation ou un contrat d'apprentissage.

¹ POEI : Préparation Opérationnelle à l'Emploi de Pôle Emploi - Voir le focus ci-après

² Les heures en entreprise ne sont pas prises en charge par le Pôle Emploi

³ Sous réserve d'un conventionnement avec le Pôle Emploi



LE CADRE JURIDIQUE D'UNE OFFRE D'EMPLOI



En toute bonne foi, vous cherchez une personne mûre, de bonne condition physique (parce que l'activité l'exige), qui réside sur votre territoire ? Vous ne pouvez le préciser dans votre offre. Ces éléments seraient considérés comme discriminatoires.

Voici donc les 10 éléments à bannir de vos offres d'emploi :

1. Un âge minimum. Il est interdit de préciser un âge requis pour entrer en poste.
2. Une limite d'âge.
3. L'absence de date. Toute offre d'emploi doit comporter une date de diffusion. Cela est aussi vrai pour les offres diffusées sur votre site.
4. Les descriptions en langue étrangère. Une exception est permise : si le poste à pourvoir est dans un pays étranger. Les intitulés de poste doivent être aussi en français.
5. L'absence du nom de l'employeur. Une exception est faite pour les offres anonymes via média ou cabinet de recrutement (qui ont toujours connaissance de l'identité du recruteur et peuvent en rendre compte sur demande).
6. Les dispositions sexistes. Vous ne pouvez pas indiquer que vous désirez recruter un homme ou une femme. Précisez systématiquement « H/F » et adaptez le titre en conséquence.
7. Les mentions discriminatoires (origine ethnique, opinions politiques, convictions religieuses des candidats).
8. La situation familiale (ex : « célibataire » ou « sans enfant »).
9. Les mentions fausses. Toutes les données dans l'offre doivent être vérifiables sans aucune exception.
10. Les informations n'ayant pas un lien direct avec l'emploi (ex : demander le permis B si le poste ne demande aucun déplacement).



DIFFUSER VOTRE ANNONCE

En interne : faites appel à vos salariés et réseautez

Chaque membre de votre personnel peut être un **ambassadeur de votre entreprise** et dispose d'un réseau qui lui est propre. En outre, pour faire face à une problématique de recrutement, et en fonction de votre effectif, peut-être pouvez-vous envisager une mobilité interne. Quoi qu'il en soit, pour recruter, n'hésitez pas à faire appel à vos salariés et appuyez-vous sur les différents réseaux.



Le réseau professionnel

Avez-vous informé vos salariés de votre intention de recruter ? De l'agent de production au cadre, chacun peut disposer de ressources pour diffuser votre besoin en personnel. Les moins qualifiés travailleront à un phénomène de « **bouches à oreille** » quand les plus qualifiés pourront diffuser votre offre sur les **réseaux sociaux**, auprès d'**associations d'anciens étudiants** ou plus simplement auprès de leur **réseau personnel**.

Vous pouvez échanger avec eux sur leur vision de l'entreprise et de leur activité, sur ce qu'ils attendent d'un nouvel arrivant. Votre offre d'emploi ne pourra que s'enrichir.

Centres de formation et grandes écoles

Quelles que soient les compétences que vous recherchez, les **centres de formation ou autres grandes écoles disposent généralement d'un réseau surprenant**. Outre leurs jeunes diplômés, ou ceux en passe de l'être, certaines entretiennent un lien avec leurs anciens élèves. Par conséquent, n'hésitez pas à les contacter. Pour les connaître, vous pouvez joindre votre **interprofession qui vous aiguillera**.

À noter tout de même, pour les compétences dites « **spécifiques** » (souvent rares) ou pour les profils de type ingénieur, il vous faut réfléchir à long terme sur votre projet de recrutement et valoriser votre entreprise, son activité, son bassin d'emploi. Par ailleurs, il semble préférable d'opter pour les **stages en entreprise ou l'alternance pour optimiser vos chances de fidélisation**. Ces profils très recherchés ont aujourd'hui de nombreuses opportunités et sont généralement embauchés dès l'obtention de leur diplôme dans l'entreprise qui leur a fait confiance durant leurs études.



Le développement de compétences

Pour faire face à une problématique de recrutement ou pour sauvegarder un savoir-faire spécifique à votre entreprise, vous pouvez initier une démarche de formation pour un membre du personnel intéressé par une évolution à l'interne.

S'il est toujours possible de proposer à un salarié de se former, cela n'est pas sans conséquence sur l'activité. En 2018, la réforme de la formation a ouvert le droit à la formation en entreprise pour favoriser la mobilité professionnelle tout en structurant l'acquisition de compétences au sein de l'entreprise.

Votre interprofession se tient à votre entière disposition pour vous guider sur les solutions de formation au sein de votre entreprise.

Tout savoir sur le plan de
développement des
compétences



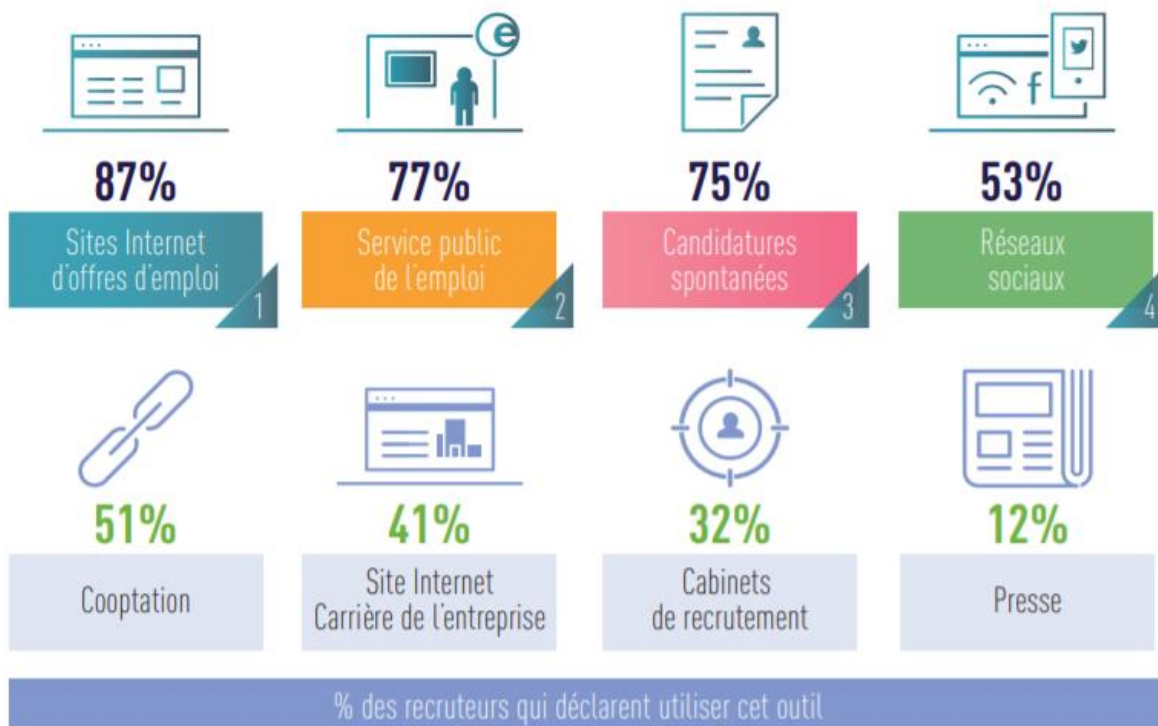
La cooptation

L'un de vos salariés a peut-être dans son entourage une personne correspondant à votre recherche. Les salariés aux compétences spécifiques, ayant bénéficié d'un parcours de formation précis, auront peut-être des personnes ressources à vous recommander. N'hésitez pas à les solliciter sur la question du recrutement que vous souhaitez faire.



À SAVOIR...

→ Quels supports utilisez-vous pour recruter ?



→ Quelle part de vos recrutements est effectuée par ces différents supports ?



Grande enquête diffusée en février 2015 par RegionsJob auprès de 346 professionnels.





Une campagne interne n'exclue pas la **diffusion externe de votre offre**. Quels que soient vos besoins et le caractère urgent de votre recrutement, vous disposez de nombreux outils, et en premier lieu votre propre **site internet**, si toutefois votre entreprise en possède un.

Si cela n'est pas déjà fait, l'ajout **d'une rubrique « Carrière »** est aujourd'hui essentielle. Les offres que vous y publierez seront identifiées par des sites dits « **agrégateurs** » et diffusées. L'onglet « Carrière » est également un témoignage numérique de votre ouverture et de votre développement, participant à l'élaboration de votre « **marque entreprise** ».

Les métiers du bois, « *de la graine à la cendre* », représentent une niche d'activités hélas encore méconnue.

La menuiserie peut être une alternative pour les sortants du secondaire souhaitant s'engager dans l'apprentissage. L'ébénisterie ou la construction bois commencent timidement à susciter des vocations chez les CSP+ en quête de reconversion. *A contrario*, les métiers forestiers ou de première transformation restent inconnus pour le grand public, souffrant par ailleurs d'une forte territorialisation.

La communication est donc aujourd'hui un enjeu vital.

Si votre interprofession et vos partenaires participent à donner de la visibilité aux métiers du bois, **chaque entreprise est la mieux placée pour valoriser ses métiers**. Et l'offre d'emploi représente aussi une opportunité pour promouvoir vos savoir-faire.

Les outils sont nombreux. Parmi eux :

1. LES JOBBOARDS TERRITORIAUX

En fonction du niveau de qualification que vous recherchez, les canaux de diffusion pourront varier. Néanmoins, il est conseillé d'utiliser tous les vecteurs possibles, en particulier si la qualification recherchée est rare ou que le manque d'attractivité du métier reste problématique.



2. VOS PARTENAIRES RÉGIONAUX GÉNÉRALISTES



Quel que soit le professionnel recherché, l'inscription de votre offre sur le poleemploi.fr est vivement conseillée. Le site de Pôle Emploi est le site spécialisé le plus consulté en France*. Il propose la diffusion d'annonces **totale**ment gratuite et donne accès à une CVthèque des demandeurs d'emplois.



Les Maisons de l'Emploi, les missions locales, les structures d'insertion sont des interlocuteurs pouvant faciliter la diffusion de votre annonces auprès des jeunes ou personnes en reconversion.

*Classement des sites emploi 2019 - Médiamétrie / NetRatings (MNR)

3. LES JOBBOARDS SPÉCIALISÉS



FIBOIS France a développé son propre site de diffusion : la Bourse à l'Emploi FIBOIS France :

<https://www.franceboisregions.fr/bourse-d-emplois>

Les demandeurs d'emploi ou étudiants à la recherche d'un emploi, d'un apprentissage ou d'une alternance peuvent déposer leur CV gratuitement. Vous disposez donc d'une CVthèque à portée de clic !

Recruteur, votre (vos) offre(s) est (sont) diffusée(s) gratuitement si vous adhérez à votre interprofession régionale. Si vous n'êtes pas adhérent, la création de votre profil et le dépôt d'une annonce vous coûtera 50 euros HT pour une annonce (parution de 6 mois maximum) ou 100 euros HT pour un nombre d'annonces illimité sur une année.

De nombreux services sont proposés :

- Consultez les profils des candidats
- Créez un compte et sauvegardez les profils en favoris
- Créez des alertes mail et recevez les profils qui vous intéressent
- Déposez une ou plusieurs annonce(s)

Pour toute information, vous pouvez contacter Natacha CARRÉ (ncarre@fibois-bfc.fr).

À ce jour, une étude est réalisée à l'échelle nationale pour optimiser cet outil. Déposer votre offre d'emploi de manière systématique sur le site de FIBOIS France contribuera à sa visibilité et par conséquent à sa fréquentation.





metiers-foret-bois.org
s'orienter, se former, s'épanouir

Le site **Métiers-Forêt-Bois.org** propose également une bourse emploi. Il propose notamment une série de liens vers différents sites correspondant à différents secteurs où se développent les métiers du bois.

<https://www.metiers-foret-bois.org/bourses-emploi>

Ce site Métiers-Forêt-Bois.org vous redirigera vers :



<https://www.foretprivreefrancaise.com/annonces>

Le site Forêt Privée Française propose de diffuser les offres relatives aux métiers forestiers mais également de répertorier les candidatures.



<https://www.apecita.com/offres>

Ce site dispose d'un espace candidat et d'un espace recruteur. Il propose un système d'alerte et de CVthèque. Les métiers du bois touchant de près au secteur agricole (comme la sylviculture par exemple) ont toute leur place sur ce site !

4. LES JOBBOARDS GÉNÉRALISTES

Diffuser votre offre a un coût. Le coût moyen d'une diffusion par jobboards est estimé à 800 euros pour un seul mois de diffusion. Il est néanmoins possible de minimiser les coûts en choisissant des canaux de diffusion dits « agrégateurs ».

De même, diffuser une offre d'emploi demande du temps, bien avant l'analyse des candidatures ou les entretiens de recrutement. Vous pouvez créer un profil sur chaque site ou vous munir d'un logiciel spécifique de multidiffusion.

Les jobboards les plus visités, hors Pôle Emploi et Indeed, tous secteurs d'activité confondus, en tête du palmarès, sont les suivants :



leboncoin

CADREMPLOI



Pour la recherche de **profils peu qualifiés**, portés au bouche-à-oreille en local, le Pôle Emploi et le Proch'Emploi (qui relaie sur Indeed) sont des alliés incontournables. Leboncoin peut également s'avérer utile.



À noter : Pour un besoin urgent de personnel non qualifié, les agences intérim locales sont un atout. Elles vous permettent de rencontrer des candidats compétents potentiellement intéressés par une embauche à plus long terme.

Pour la recherche de **profils dits « Middle » et peu spécialisés**, Régionsjob et Cadremploi s'avèrent adaptés, toujours alliés aux acteurs institutionnels (Pôle Emploi et Proch'Emploi). Une visibilité de votre entreprise sur un réseau social professionnel (type LinkedIn ou Viadeo) est souhaitable.

Pour les **profils cadres à hautes qualifications**, l'APEC est incontournable. Une diffusion sur les jobboards précédemment cités ne sera pas inutile (Leboncoin a d'ailleurs lancé son offre de diffusion pour les profils cadres). Néanmoins, pour ces profils spécifiques, s'ajoutent les jobboards spécialisés. Une visibilité de votre entreprise sur un réseau social professionnel (type LinkedIn ou Viadeo) est alors indispensable.

5. LES RÉSEAUX SOCIAUX



Réseaux dédiés à la mise en ligne de profils professionnels, ces deux sites peuvent également vous aider à développer votre « marque entreprise ». En mettant votre profil à jour régulièrement, vous mettez en valeur votre activité, votre savoir-faire, vos valeurs, votre rayonnement.

Utilisés par les **profils de moyenne et haute qualification** mais également par les entreprises, les cabinets de recrutement, les chasseurs de tête... Ils sont devenus des alliés incontournables pour diffuser vos offres d'emploi et vous faire connaître.

Concernant le profil des entreprises présentes, **Viadeo est d'avantage utilisé par les PME** : 60 % des entreprises présentes sur ce service ont moins de 100 employés. Au contraire, **LinkedIn** est prisé par les entreprises de plus de 1000 salariés. En tant qu'utilisateur, LinkedIn paraît globalement privilégié par les chefs d'entreprise, les cadres supérieurs et les professions réglementées, tandis que Viadeo est plus prisé par les cadres moyens et les commerciaux.

À première vue, beaucoup de personnes en recherche d'emploi privilégient Viadeo. Mais LinkedIn s'est imposé comme le réseau social professionnel de référence. Une fois que votre offre d'emploi est publiée, sur un site ou sur l'autre, vous pouvez accéder à vos offres publiées, suivre et gérer vos candidats, modifier votre budget moyen quotidien et obtenir une analyse des personnes ayant consulté l'offre d'emploi et des candidats.

Un point de vigilance : les offres étant facturées au clic ou au nombre de candidatures, cette démarche a un coût financier certain. L'astuce est d'insérer votre offre dans votre fil d'actualité, quand celui-ci est entretenu (un article hebdomadaire). L'offre ne sera alors visible que de votre réseau, mais elle pourra néanmoins être relayée.





Des expérimentations sont actuellement à l'œuvre dans différentes branches professionnelles pour la diffusion d'offres sur Facebook, Snapchat et Twitter, mais aucune statistique n'a encore prouvé l'intérêt d'une telle démarche.

Astuce



Avant de diffuser votre offre, tapez dans la barre d'un moteur de recherche internet le poste correspondant à ce que vous proposez, et notez sur quels sites il est le plus référencé.

GÉRER UN ENTRETIEN DE RECRUTEMENT : LES CLÉS POUR AGIR

Instaurez un climat de confiance



Soignez votre accueil, montrez de la bienveillance. Un candidat ne se sent jamais à l'aise et cela peut biaiser ses réponses ou son comportement. Présentez votre entreprise et favorisez le dialogue.

Un des objectifs de l'entretien est d'en savoir plus sur sa personnalité et son comportement dans un cadre professionnel.

Utilisez des questions ouvertes : « Expliquez-moi votre parcours », « Quelles sont vos motivations pour ce poste ? », « Qu'attendez-vous d'une équipe ? »...

Les questions que vous poserez ne doivent pas être là pour vous piéger, ni pour piéger le candidat. Interrogez-le sur son parcours, ses réussites mais aussi sur ses échecs. La question de l'échec est révélatrice de la capacité du candidat à se remettre en question et vous en dira beaucoup sur sa façon de se comporter face aux difficultés.



Uniformisez autant que possible la structure de l'entretien

Salutations, présentation de l'entreprise et du poste, nombre de questions/réponses, délais et modalités de réponse... **Fixez-vous une limite de temps.** Veillez à avoir une durée d'entretien relativement égale pour chaque candidat sur un même poste et un traitement identique.

Autorisez-vous des repères

Basez-vous sur votre annonce et la fiche de poste pour garder en tête les compétences, savoir-faire et savoir-être en lien direct avec le poste. Cela vous permettra de ne rien oublier. Ne négligez pas les motivations : **un candidat motivé trouvera l'énergie nécessaire pour s'adapter.** Gardez également sous les yeux le CV du candidat.

N'hésitez pas à vous rédiger une grille rapide qui vous servira de repère. Prenez également quelques notes sur les points de l'échange qui vous semblent importants.

Suscitez la curiosité !

Invitez le candidat à vous poser toutes les questions qu'il souhaite. Cela vous permettra de cerner ses attentes, ce qu'il a perçu de vos explications et son intérêt pour votre entreprise. Si cela est possible, présentez rapidement votre équipe au candidat et faites-lui visiter l'entreprise.

Faites un choix

Laissez-vous le temps de la réflexion. Attendez d'avoir reçu au moins deux personnes pour faire votre choix. Respectez néanmoins le délai et les modalités de réponse que vous avez annoncés. N'hésitez pas à appeler un ancien employeur pour avoir des références après en avoir informé le candidat au préalable. **Et surtout, faites-vous confiance !**



Attention aux préjugés. Ils ne peuvent que biaiser votre approche. Gardez en tête que vous ne savez rien du candidat. L'objet de votre rencontre est avant tout de définir si une coopération est possible. Si votre première impression est importante, elle n'est pas infaillible. Préserver votre objectivité lors de l'entretien est nécessaire.



Pendant l'entretien de recrutement, vous posez des questions pour valider les compétences, la motivation et l'intégration possible dans l'équipe comme dans l'entreprise du candidat. Pour obtenir des indicateurs précis, votre questionnement peut s'inspirer des points suivants :

Expériences précédentes et compétences

- Activité, taille de(s) entreprise(s)
- Son positionnement dans l'organigramme et/ou dans l'équipe, son évolution
- Quelles compétences a-t-il développées ?
- Son rôle et ses tâches précises, ses objectifs et résultats, son organisation
- La durée et la période

Motivations

- Raisons de départ de(s) entreprise(s) précédente(s)
- Ses motivations pour le poste que vous proposez, le secteur d'activité et l'entreprise
- Ses prétentions de salaire et le niveau de rémunération précédent
- Son souhait de s'intégrer sur le long terme dans votre entreprise

Intégration dans l'entreprise

- Ses valeurs, ses défauts, ses qualités
- Quelle description en ferait un ami, ancien collègue ou responsable ?
- Les matières favorites dans le cadre de ses études (jeune diplômé) ou ce qu'il a le plus aimé dans son parcours, et pourquoi
- Ses réussites, ses échecs
- Qu'attend-il d'une équipe ? D'un supérieur hiérarchique ?



Votre démarche de recrutement doit refléter la rigueur avec laquelle vous gérez votre entreprise. Une réponse négative envoyée à l'ensemble des candidats, même ceux non reçus, finalise votre démarche et met en avant le professionnalisme de votre entreprise. N'oubliez pas qu'un candidat séduit, même si vous ne l'embauchez pas, contribuera à l'image positive de votre entreprise à l'extérieur. Il peut même devenir votre client ou l'un de vos prestataires demain.



LA CULTURE D'ENTREPRISE



Quand on s'intéresse au sujet des Ressources Humaines, la question de la culture d'entreprise est régulièrement évoquée. Cela peut paraître inutile pour beaucoup de TPE-PME, surtout quand l'activité est au centre de toutes les préoccupations.

Pourtant, prendre un temps pour définir votre culture d'entreprise peut s'avérer nécessaire, autant pour faire face à vos difficultés de recrutement que pour étayer un entretien, fidéliser vos nouveaux salariés⁴ ou proposer une reprise.

Pourquoi ?

Parce que l'idée claire de ce qui fait l'identité de votre entreprise et de son fonctionnement est devenue incontournable pour valoriser ce qui est le fruit de toute une vie de travail.

Quelques questions pour vous aider...

Quelle est l'identité de votre entreprise ? Pourquoi votre entreprise est celle-ci et pas une autre ? Quelle est son histoire ? Quel est son fonctionnement ? Quelle place tient-elle dans la vie locale ? Comment est-elle perçue en interne, comme à l'externe ?

Comment qualifieriez-vous les rapports humains dans et au dehors de votre entreprise ? Quel chef d'entreprise êtes-vous ? Comment motivez-vous vos équipes ? Comment communiquez-vous avec vos équipes ? Comment vous perçoivent vos salariés ? Qu'est-ce qui anime votre équipe ? Comment définiriez-vous votre rapport à vos fournisseurs ? À vos clients ? À vos sous-traitants ?

Quelles sont les perspectives d'évolution pour votre entreprise ? Pour vous ? Pour chacun de vos salariés ? Pour votre activité ? Pour votre production ?

Quelles sont vos valeurs ? Quelle vision avez-vous du travail ? Quelle vision avez-vous de votre activité ? Quelle vision avez-vous de chaque métier exercé dans votre entreprise ? Quelle vision avez-vous du chef d'entreprise, de votre équipe ?

Prendre le temps de réfléchir à ce que vous répondriez à ces questions, c'est accepter de vous inscrire dans une démarche de valorisation devenue inévitable à l'ère de l'image et des réseaux sociaux.

C'est aussi prendre soin de votre entreprise et travailler à son rayonnement.

⁴ Une étude réalisée par LinkedIn en 2015 indique que 36 % des candidats changeant d'employeur le font pour une insatisfaction liée à la culture d'entreprise.



INTÉGRER VOTRE NOUVEAU SALARIÉ



On n'a jamais une deuxième chance de faire une première impression !

- ☛ 4 % des salariés quittent leur poste après une journée désastreuse
- ☛ 22% des rotations du personnel ont lieu dans les 45 premiers jours

Vous avez choisi le candidat, il vous reste cependant une étape capitale : **l'intégration du nouveau salarié**⁵, qui conditionnera le succès de son arrivée dans votre entreprise. Il est nécessaire d'y consacrer du temps et d'aider le nouvel embauché à se situer dans son nouvel environnement professionnel, à donner du sens à son travail et à s'investir.

Une bonne intégration passe par :

L'entretien d'accueil

Selon votre entreprise, sa taille ou vos habitudes, cet entretien peut être conduit par le dirigeant ou le responsable hiérarchique. Cet entretien d'accueil permet de présenter :

- Les orientations et objectifs de l'entreprise et de l'équipe
- Les missions du nouvel arrivant, les avantages et contraintes liés au poste
- Les règles à respecter
- Les moyens et personnes pouvant l'aider dans sa mission
- Les autres acteurs (fournisseurs, clients, partenaires...)

Il est aussi recommandé de veiller à la réussite de l'intégration du nouveau collaborateur par des entretiens réguliers. Comme chacun de vos salariés, le nouvel embauché doit échanger avec vous sur son besoin en matière de formation et ses perspectives d'évolution⁶.

L'accueil administratif

Tous les documents relatifs à l'embauche doivent être au complet, sans omettre les éléments d'aspect plus pratiques, propres à la vie de votre entreprise (restaurant d'entreprise, chèques déjeuner, remboursements de frais, parking, adresses utiles, mutuelle, prévoyance...).

⁵ Une étude réalisée par le cabinet Mercuri Urval en 2012 nous révélait que 1 salarié sur 2 souhaitait quitter sa nouvelle entreprise pendant la période d'essai.

⁶ D'après l'étude *Why & How People Change Jobs*, c'est la raison numéro 1 pour laquelle un salarié quitte une entreprise : le manque de perspective d'évolutions.



La mobilisation de l'équipe

Informez l'ensemble de l'équipe de l'arrivée du nouveau collaborateur. N'hésitez pas à préciser la raison de son recrutement, les missions qui lui seront confiées, sa place au sein de l'équipe... Demandez à l'ensemble de l'équipe de faciliter l'accueil et l'intégration du nouvel arrivant (en organisant un déjeuner d'accueil par exemple).

Vous pouvez aussi solliciter, sur la base du volontariat, une personne de votre équipe pour opérer à une médiation, comme un parrain ou un tuteur, et définir avec lui la nature de l'accompagnement du nouveau salarié. Son rôle sera de :

- Préciser la culture de l'entreprise
- Présenter les autres collaborateurs de l'équipe de manière plus informelle
- Donner des renseignements pratiques (gestion et habitudes quant aux repas, parking, pauses café...)
- Faire visiter les locaux afin de lui faciliter son travail au quotidien
- Répondre aux questions

Si cela vous semble opportun, vous pouvez également communiquer sur l'arrivée de votre nouveau collaborateur auprès de vos partenaires extérieurs (fournisseurs, clients, sous-traitants...).

La préparation du poste de travail

S'assurer que le nouvel embauché a toutes les ressources nécessaires pour sa prise de poste en adéquation avec ses missions (EPI, vestiaire individuel, vêtements spécifiques à l'entreprise, badges ou clés, fournitures, ordinateurs et/ou téléphone...).

L'intégration des plus jeunes

De nombreuses études démontrent que, pour les jeunes interrogés, il y a trois facteurs clés pour une intégration réussie :

- Un fort esprit d'équipe (accueil, entraide, disponibilité)
- Une bonne ambiance et une équipe dynamique
- Un accompagnement important par le supérieur hiérarchique



Malgré leur demande d'autonomie, ces jeunes qui entrent dans la vie professionnelle souhaitent être accueillis, accompagnés et formés. Ils ont besoin de votre disponibilité et de votre suivi. Des retours réguliers sur la manière dont ils remplissent leur mission sont nécessaires afin de savoir si leur travail correspond à vos attentes et à celles de votre équipe pour s'améliorer.



VOS CONTACTS

Vous souhaitez de l'aide dans la rédaction de votre offre d'emploi ? Avoir un regard extérieur sur votre processus de recrutement ? Travaillez votre discours ?

CONTACTEZ-NOUS !

DIRECTION



GWENDOLINE LEGROS

Déléguée générale adjointe

gwendoline.legros@fibois-grandest.com

Tél. : 03 83 37 78 51

Port. : 07 68 57 40 59

EMPLOI & FORMATION

STÉPHANIE TEIXEIRA

Chargée de mission

stephanie.teixeira@fibois-grandest.com

Tél. : 03 83 37 78 57

Port. : 06 69 38 32 23



Ce support vous est proposé par FIBOIS Grand Est pour vous accompagner dans vos démarches de recrutement. Il est non exhaustif, compile des éléments jugés pertinents et se veut général.

