

## 12 CONSEILS

# POUR TRANSFORMER VOTRE **SITE CARRIÈRES** EN **GÉNÉRATEUR DE TALENTS**



Un site carrières est indispensable pour améliorer l'**expérience candidat** et attirer les **talents en recherche active** ou désireux d'en savoir plus sur votre **marque employeur**. En effet, 61% des candidats déclarent que les sites carrières sont la **ressource** la plus importante dans leur recherche d'emploi.

Votre site carrières doit **attirer l'attention** du candidat potentiel, tout en suscitant son intérêt. Il doit **provoquer** et maintenir l'**engagement** pour enfin entraîner une **candidature**.

Les candidats ne se sentent pas toujours prêts à postuler. L'engagement est donc la clé pour **garder le contact** avec les meilleurs talents, pour le moment où ils seront prêts.

Si vous souhaitez refondre votre site carrières avec une logique de conversion, sur le long terme, vous vous demandez probablement par où commencer.

Avant de penser au site final, il vous faut réfléchir au **message** que vous souhaitez **communiquer** à vos candidats : quelle est votre **Employer Value Proposition** ? Quelles autres fonctionnalités pourraient être nécessaires ou appréciées par vos visiteurs afin d'améliorer l'expérience candidat ? Découvrez en exclusivité notre livre blanc, co-écrit en partenariat avec **Potentialpark** référence internationale qui définit les **bonnes pratiques** à suivre pour réussir son recrutement digital. Grâce à l'**étude approfondie des usages** par Potentialpark et les conseils de La Super Agence, spécialiste du contenu et de la UX candidat, vous saurez mieux engager vos candidats et transformer de simples visiteurs en **futurs collaborateurs**, en leur offrant une expérience candidat exceptionnelle.



La Super Agence



Potentialpark

## Méthodologie Potentialpark

Les statistiques présentées dans ce livre blanc sont issues d'un audit prenant en compte 106 critères conduit auprès de **100 entreprises** en France, ainsi que d'un sondage auprès de 6 500 **étudiants français**.



En Marketing, un **tunnel de conversion** est le processus définissant le parcours de l'internaute sur votre site internet, allant de la première visite à l'**acte d'achat**. Pour guider le visiteur dans le tunnel, des étapes précises sont mises en place: l'**attention**, l'**intérêt**, l'**engagement** et la **conversion**.

Sur votre **site carrières**, l'objectif est non pas de transformer le visiteur en client, mais en **futur collaborateur**, en faisant en sorte qu'il dépose sa candidature en ligne.

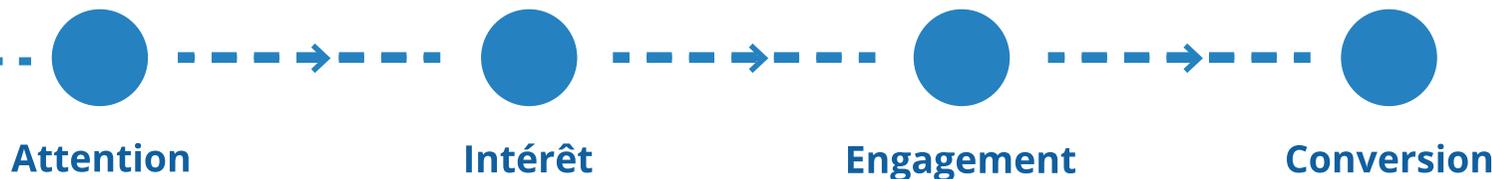
La production de contenu de qualité augmente de 155% la visibilité d'un site carrières, grâce au SEO.

 **70 %**

des candidats abandonnent définitivement une candidature en ligne entamée.

Ce chiffre est en augmentation de **11 %** depuis 2017.

*Tunnel de conversion pour le recrutement*



# CONSEIL 01 DEVENEZ VOTRE PROPRE MÉDIA

A la différence des plateformes externes comme **LinkedIn** ou **glassdoor**, vous avez la possibilité d'exploiter votre site carrières comme un véritable média.

L'avantage ? C'est vous qui avez le contrôle !

## Le site carrières, un espace de contenus pour les candidats

Pendant longtemps, on a considéré que la seule finalité du site carrières était de mettre à disposition les offres d'emploi. Désormais, il occupe une place beaucoup plus centrale dans le dispositif de recrutement.

”

*Si je ne trouve pas l'information que je souhaite en trois minutes, je quitte le site carrières*

Léo, Etudiant ESSEC

## Notoriété et référencement

Le site carrières est le premier élément tangible de l'expérience candidat digitale. En proposant du **contenu** (texte, visuels, vidéo, contenus interactifs, etc.) et un **parcours** (UX) optimisés, il permet à votre marque employeur d'être beaucoup plus visible, surtout pour des recherches indirectes effectuées par des candidats passifs.

Pour devenir votre propre média, produisez de l'information, faites-en la promotion puis orientez le trafic vers vos offres.

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion

# Le blog carrières : l'arme ultime pour augmenter la portée de votre Marque Employeur

Un blog carrières permet de publier régulièrement du contenu hautement qualitatif pour vos candidats. En publiant régulièrement des articles qui répondent aux questions des candidats et en travaillant votre SEO, vous attirez l'attention puis suscitez l'engagement de candidats passifs.

## 4 étapes pour créer un blog carrières

### 1. Produire du contenu ciblé pour vos personas

Un blog carrières qui plaît aux candidats leur parle avant tout d'eux-mêmes.

### 2. Suivre un calendrier de publications

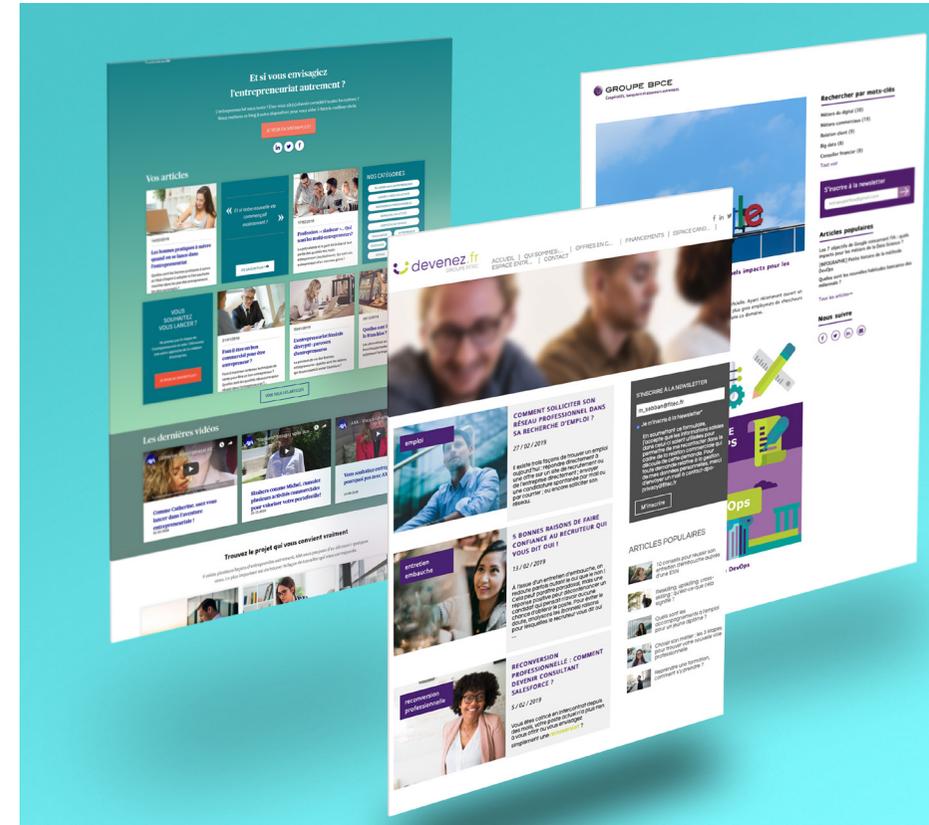
La régularité est cruciale à la fois pour l'engagement des candidats et pour le référencement (SEO).

### 3. Encourager le contenu généré par les collaborateurs

Le contenu produit par vos employés (puis optimisé **par une agence spécialisée**) est celui qui provoque le meilleur engagement.

### 4. Faire la promotion de votre contenu

N'oubliez pas de faire connaître vos articles grâce aux réseaux sociaux !



Quelques exemples de blog carrières réalisés par La Super Agence

# CONSEIL 02

## DÉPLOYEZ VOTRE STRATÉGIE MARQUE EMPLOYEUR

Quels sont vos objectifs à chaque étape du tunnel de conversion ?

### La recherche du trafic qualifié

Le but de votre site carrières n'est pas d'attirer tout le monde, mais les candidats potentiels qui vous intéressent. Analysez vos sources de trafic grâce à

 Google Analytics

Qui cible bien, recrute bien !



### Les Candidate Personas

Avant de pouvoir attirer vos candidats avec votre site internet, vous devez définir des **candidats cibles** (Candidate Personas). Ces Candidate Personas sont une **représentation fictionnelle du candidat idéal** que vous ciblez. Construit à partir de données récoltées lors de focus groups, le Candidate Persona est le portrait-robot de votre futur employé.

### Que devez-vous travailler en priorité ?

- ▶ Même s'il est judicieux d'avoir travaillé sa Marque Employeur avant de lancer son site carrières, ce n'est nullement une obligation. Ce dernier pourra adapter dans un deuxième temps les promesses de votre Marque Employeur.
- ▶ Pour lancer les fondations d'un site carrières préalablement à une plateforme Marque Employeur, contactez **une agence spécialisée en Inbound Recruiting.**

# CONSEIL 03

## OFFREZ UNE VRAIE PLUS-VALUE À VOS CANDIDATS



### Du site «job board» au site Inbound

Durant les années 2000, pour la plupart des entreprises en France, un site carrières était essentiellement un **job board privé** qui permettait de **présenter les offres d'emploi**.

Quand les entreprises ont compris l'intérêt de mettre en avant une **marque employeur forte**, elles ont commencé à **ajouter du contenu** sur leur site : **valeurs, culture, vie de l'entreprise...** En oubliant peut-être parfois un peu de parler de leurs métiers.

Ce n'est qu'à partir de la seconde moitié des années 2010, que le réajustement a été fait : **plus de contenus sur les métiers** directement hébergés sur le site carrières. En effet les ATS (Système de Gestion de Candidatures) ne permettaient pas toujours de venir enrichir le contenu des offres pour permettre aux candidats de se projeter dans leur future entreprise.

Simple Job Board



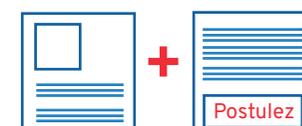
2000  
2010

Focus sur l'Employer Value Proposition



2010  
2015

Fiches métier, contenu SEO et expérience candidat optimisés



2015  
2019

Inbound Recruiting

*Cette timeline schématise l'évolution des sites carrières en France.*

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion

## Le site de référence

♦ En proposant des fiches métiers, des conseils en recherche d'emploi, des portraits de collaborateurs et une proposition de valeur claire, AXA séduit avec son site résolument orienté **vers l'expérience candidat**.

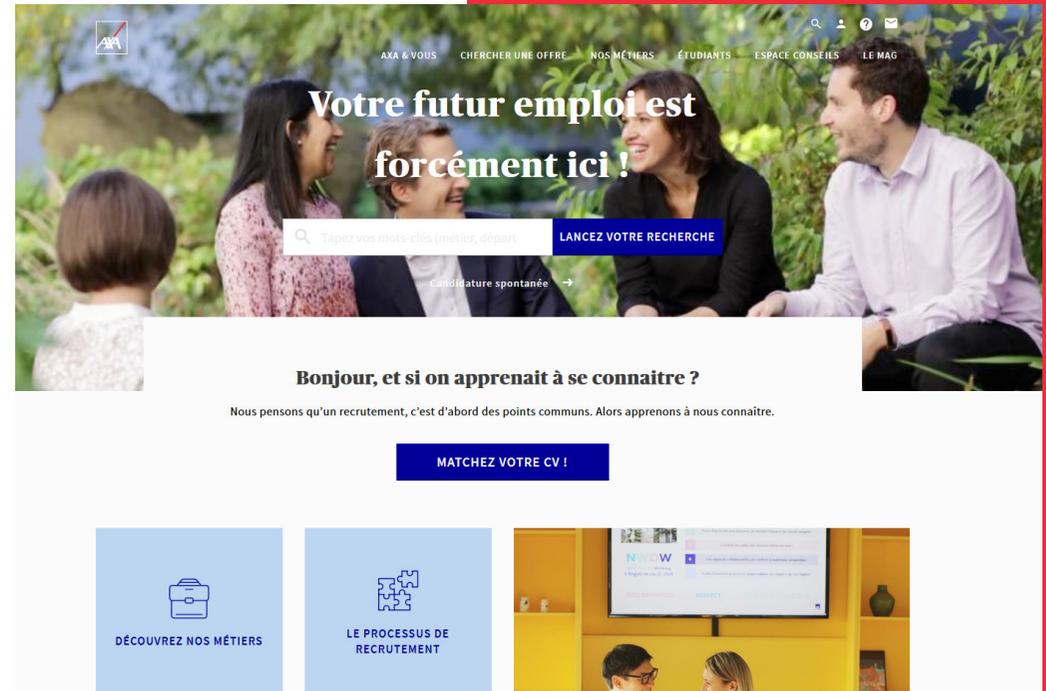
AXA est selon l'étude Potentialpark le meilleur site carrières de France en 2019.

Utilisez des verbes à la forme active pour encourager la prise de décision

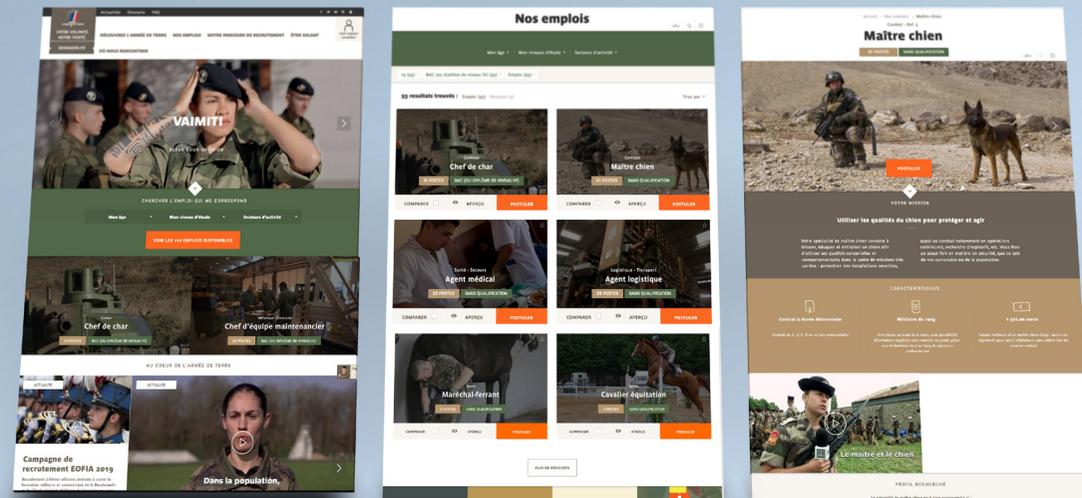
Pour éviter de transformer votre site carrières en une énumération de valeurs, l'EVP peut être affichée en quelques lignes ou un paragraphe court sur votre page d'accueil.

Si possible, privilégiez les contenus visuels !

**Deloitte.** attire l'attention du candidat avec une phrase impactante "Faites de votre carrière une histoire unique. What impact will you make?"



# CONSEIL 04 SOIGNEZ LA COHÉRENCE DE VOTRE SITE



Cohérence visuelle du site de l'Armée de Terre

## Harmonisez votre message

- ▶ Si possible, veillez à ce que votre site principal et votre site carrières proposent la même **cohérence visuelle**.
- ▶ **Harmonisez** vos messages, vos textes et vos visuels. Le **site carrières de l'Armée de Terre** (voir ci-dessus), met en avant son personnel dans un contexte d'opérations où règne le sérieux et la discipline.

## Évitez les sites carrières d'ATS !

- ▶ À de rares exceptions près, les sites carrières fournis clés en main par votre solution de gestion de candidatures (ATS) proposent une expérience candidat très limitée. Il n'est **pas cohérent de vouloir attirer les meilleurs** si vous ne leur offrez pas le meilleur : un site bien pensé pour l'utilisateur !

# CONSEIL 05 EXPLOITEZ VOTRE CONTENU EXISTANT

En plus de produire du contenu original, vous pouvez reprendre du contenu déjà créé par certaines divisions de votre entreprise.

Vous possédez sûrement déjà du contenu tels que des vidéos sur vos événements internes, des enquêtes auprès des collaborateurs, des articles sur la politique RSE interne, etc. Recyclez-le ! C'est probablement le cas pour vos fiches-métiers



Attention

Intérêt

## Cataloguez vos métiers

Ce qui intéresse les candidats c'est de trouver un emploi qui leur plaît, des **missions intéressantes**.

Le site doit **présenter les métiers**, de manière la plus attrayante et instructive possible. Aujourd'hui **les offres d'emploi ne suffisent plus** car leur **format** est souvent **limité par les ATS** qui ne permettent pas de les enrichir de contenu multimédia.

Évitez les pages sans issue :  
toujours proposer un lien  
vers les offres



### L'imbrication fiche-métier et offre d'emploi

Sur le site carrières de La Poste, les fiches métiers sont enrichies avec des contenus vidéos-métier, des modules d'échange, des liens vers le chatbot et bien sûr, les offres d'emploi directement en lien avec la fiche. La cohérence du contenu du site et du contenu de l'ATS est totale !

Engagement

Conversion

# 63/100

des sites carrières des entreprises  
ont des fiches métiers

**FACTEUR H/F**

Au sein de la branche Services Courrier-Colis, les facteurs assurent, 6 jours sur 7 et en tout point de territoire, la distribution du courrier et des colis et la réalisation des nouveaux services de proximité de La Poste. Grâce à ces 73 000 facteurs et facteurs qui desservent quotidiennement 39 millions de boîtes aux lettres, La Poste entretient une relation privilégiée et de confiance avec tous les Français.

**MISSION**

- Réaliser les travaux de préparation et la distribution de l'ensemble du courrier et des colis qui vous sont confiés.
- Développer une relation client de qualité et contribuer à la satisfaction des clients sur votre tournée.
- Participer à la promotion et à la vente de produits et services de La Poste.
- Assurer la réalisation des nouveaux services de proximité de La Poste.

**PROFIL**

- Vous êtes titulaire du permis B.
- Vous aimez votre ponctualité, votre autonomie ainsi que votre sens de l'organisation et vos capacités d'adaptation et de réactivité vous aideront à mener à bien vos missions.
- Vous aimez travailler en équipe et d'entraide vous permettra de vous intégrer au sein de l'équipe.
- Vos qualités relationnelles et votre sens du service seront appréciés par vos clients.
- Vous êtes sérieux et responsable.

**Le métier de FACTEUR**

12\_FACTEURS.mp4

TRANSCRIPTION TEXTUELLE

**ET APRÈS, VERS QUEL MÉTIER PUIS-JE M'ORIENTER ?**

- OPÉRATEUR DE TRAITEMENT COLIS H/F
- AGENT DE PRODUCTION H/F
- AGENT DE TRAITEMENT COLIS H/F
- PILOTE DE PRODUCTION H/F

**DERNIÈRES OFFRES**

Facteur CDD département MAINE ET LOIRE H/F Maine-et-Loire (43)	Facteur TOURNON H/F Ardèche (07)
Facteur CDD BLAIN H/F Sainte-Marthe (44)	Facteur VALANCE H/F Dordogne (24)
Facteur ROMANS PDC H/F Dordogne (24)	

458 OFFRES DE FACTEUR EN LIGNE

Attention

Intérêt

Engagement

Conversion

## L'offre d'emploi enrichie

Les offres d'emploi enrichies permettent de présenter le plus d'informations possibles sur les missions, le type de contrat, les critères de sélection. Elles peuvent être alimentées de contenu vidéo.



## ACCORHOTELS Un aperçu complet

Le contenu des offres d'AccorHotels permet d'avoir une vision complète du poste et de ses missions.

The screenshot shows a job offer page for Adagio Lille Grand Place. The job title is 'DIRECTEUR(TRICE) D'APARTHOTEL H/F'. The page is rich with information, including a detailed description of the role, required competencies, and a contract table.

CONTRAT	
Type de contrat	Emploi
Durée du contrat déterminée:	Non
Statut	Temps plein
Date prévisionnelle d'embauche	25-03-2019

# CONSEIL 06 METTEZ EN VALEUR VOS COLLABORATEURS

## Vos collaborateurs, votre atout social

Votre site carrières doit **impliquer émotionnellement** le candidat.

Vos candidats, tout comme vos collaborateurs se trouvent déjà sur les réseaux sociaux classiques. Profitez-en pour leur offrir du **contenu facilement partageable**.

Pour augmenter l'impact des témoignages sur votre site carrières, organisez-les par métier pour faciliter le parcours des candidats



Rapport **LinkedIn** sur les Tendances du recrutement mondial ( 2015 ) :

2%

des collaborateurs partagent de l'information

20%

de l'engagement social global est lié aux collaborateurs

54%

des candidats lisent les avis des employés sur les sites carrières

# CONSEIL 07 CRÉEZ LE DIALOGUE



## Les ambassadeurs de marque employeur : véritables porte-parole de leurs métiers

Pour faciliter le partage entre les ambassadeurs et les candidats, il existe de nombreux outils qui permettent d'échanger comme les **plateformes conversationnelles SaaS** : elles permettent un **dialogue transparent et différé** comme sur les réseaux sociaux, avec l'avantage d'être hébergé sur votre site.

## Comment mettre en valeur vos ambassadeurs sur votre site carrières

**PathMotion** est une plateforme conversationnelle qui propose aux entreprises d'instaurer sur leur site carrières des interactions avec les candidats grâce à des collaborateurs-ambassadeurs, prêts à répondre à leurs questions.

my**job**glasses permet également aux candidats d'entrer en contact avec des professionnels, par métier, toutes entreprises confondues.

Attention

## Révélez votre culture d'entreprise

Laissez vos collaborateurs s'exprimer : rendez **les histoires vraiment personnelles** et donnez des exemples en interrogeant vos collaborateurs sur les valeurs en entreprise.

Intérêt

Engagement

# 28 / 100

des entreprises permettent d'échanger avec les collaborateurs sur leur site carrières

Conversion

”

*Un expert en Marketing d'une grande société a pris le temps de répondre à mes questions. C'est une attention que je n'oublierai pas !*

Manon, étudiante ESSCA Angers/Paris



La plateforme conversationnelle Job Preview de BNP Paribas

CONSEIL

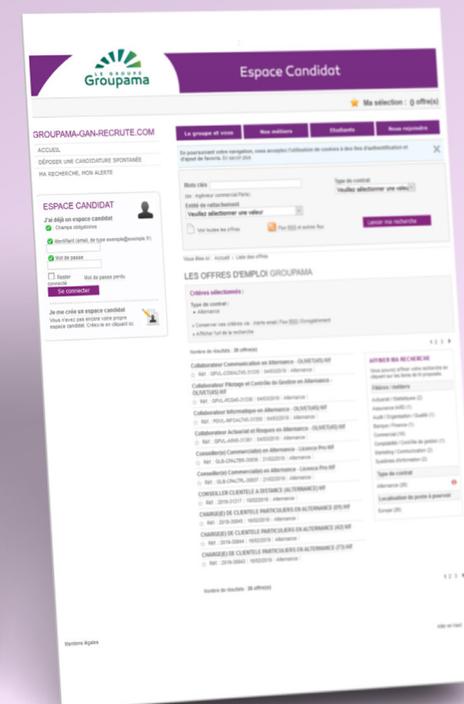
08

# CHOISISSEZ UN SYSTÈME DE GESTION DE CANDIDATURES (ATS) PERFORMANT

Un système de gestion des candidatures est essentiel pour vous permettre d'**organiser vos annonces**, de **trier les CV** de façon **semi-automatisée** et de **garder le contact** avec les talents. Parce que c'est un outil pratique et clé en main, l'ATS est bien souvent aussi utilisé pour **héberger les annonces et descriptions de poste**. Hélas, cet outil est souvent **trop peu personnalisable** : la navigation s'y fait moins bien, les zones de texte sont trop denses, le dépôt de candidature en ligne est compliqué, etc.

Les sites carrières les plus performants proposent aujourd'hui une expérience candidat continue entre le site et le formulaire de candidature : L'ATS est intégré dans l'environnement visuel du site.

DigitalRecruiters



Le site carrières de Groupama



La plateforme ATS où sont hébergées les offres

# CONSEIL 09

## TRAVAILLEZ VOS PARCOURS ET VOTRE ENGAGEMENT CANDIDATS

Les meilleurs candidats n'ont pas la **patience de passer les nombreuses étapes** d'un processus de dépôt de candidature fastidieux.

Avant cela, pensez à positionner votre moteur de recherche dès la page d'accueil et au-dessus de la ligne de flottaison (partie immédiatement visible de la page, dans défilement).



# 72 %

des entreprises pensent que le dépôt de candidatures sur leur site est rapide alors qu'il prend en moyenne près d'une heure.

Beamery, 2018



# 50 %

des candidats disent se sentir perdus sur un site carrières.

Potentialpark, 2019

EMPLOI SNCF [Nos offres](#) [Travailler chez SNCF](#) [Nos métiers](#) [Reportages](#) [Se connecter](#)

## CONSTRUISONS ENSEMBLE NOTRE FUTUR

Je cherche  dans le secteur   
de niveau  en



### Une navigation facilitée

Le moteur de recherche d'offres de la SNCF est impressionnant de simplicité et de convivialité pour le candidat.

Attention

Intérêt

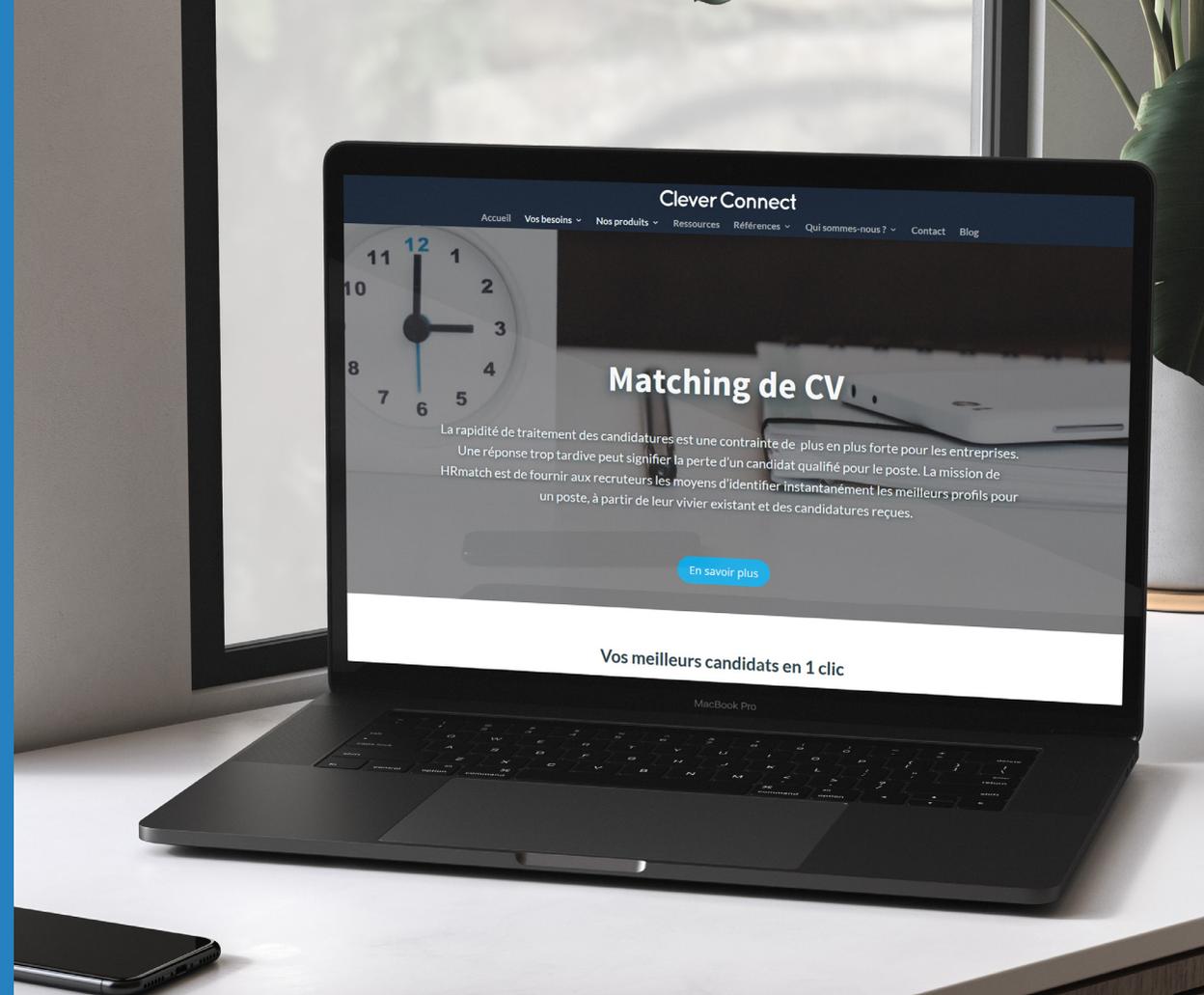
Engagement

Conversion

## Les outils qui facilitent l'orientation du candidat

De plus en plus, une nouvelle approche d'orientation du candidat est apparue, inspirée des habitudes de consommation de l'information, où le contenu qui intéresse l'internaute vient directement à lui (Recommandations **YouTube** de contenu vidéo en fonction de l'historique de navigation, timeline **facebook**, etc.). Cela s'applique aussi aux recherches d'offres d'emploi : **le candidat souhaite avoir directement accès aux offres qui correspondent à ses compétences.**

Le **questionnaire de personnalité Cubiks** permet aux entreprises de recueillir des informations précises sur les candidats lors des entretiens de recrutement. Ces informations les aident à mieux comprendre les **motivations au travail**, et d'évaluer l'**adéquation entre un candidat et un poste** en particulier.



*Le Job Matching de CleverConnect*

**Clever Connect**  
Metajob - Visiotalent - HRmatch

propose aux entreprises un système de **Job Matching** où les candidats ont accès aux offres les plus pertinentes grâce à l'**analyse en temps réel** de leur CV.

Attention

Intérêt

Engagement

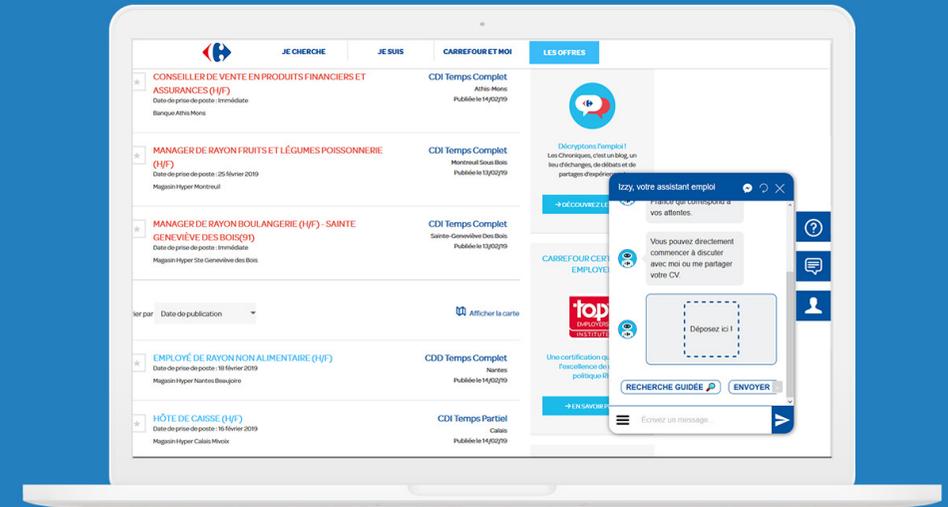
Conversion

Les chatbots sont également un excellent moyen d'accompagner le candidat dans son orientation.

**KICK<sup>MY</sup>BOT** est un chatbot peut recueillir directement les CV des candidats. Son **interface ludique** rappelant celle de Facebook incite davantage les candidats à postuler et à s'adresser directement au recruteur.

Les chatbots peuvent vous rendre différents services

- ◇ préparer les candidats à l'entretien,
- ◇ orienter les candidats pour trouver la bonne offre,
- ◇ accompagner les candidats dans leur dépôt de candidature,
- ◇ présélectionner les meilleurs candidats avant l'entretien



Le site carrières de Carrefour s'est doté d'un chatbot performant

”

Quand je visite un site carrières, j'ai toujours le réflexe de regarder en bas à droite pour voir s'il y a un chatbot. Ils sont trop cools !

Géraldine, étudiante à SKEMA

24/100

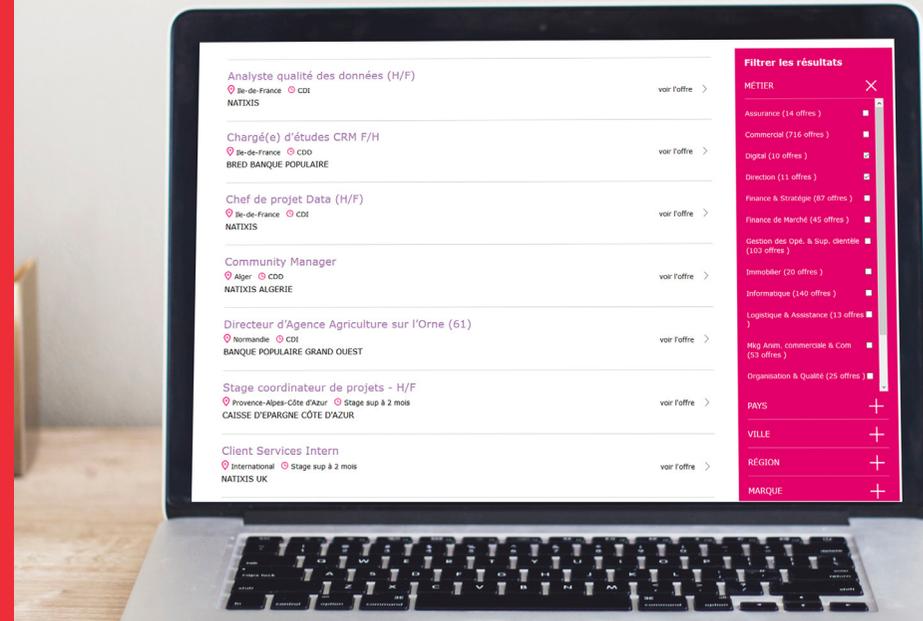
des sites carrières des entreprises utilisent un logiciel de «Career Matcher» pour faire coïncider les offres d'emploi avec les profils des candidats.

12/100

des sites carrières des entreprises ont un chatbot sur leur site carrières pour accompagner le candidat dans son orientation.

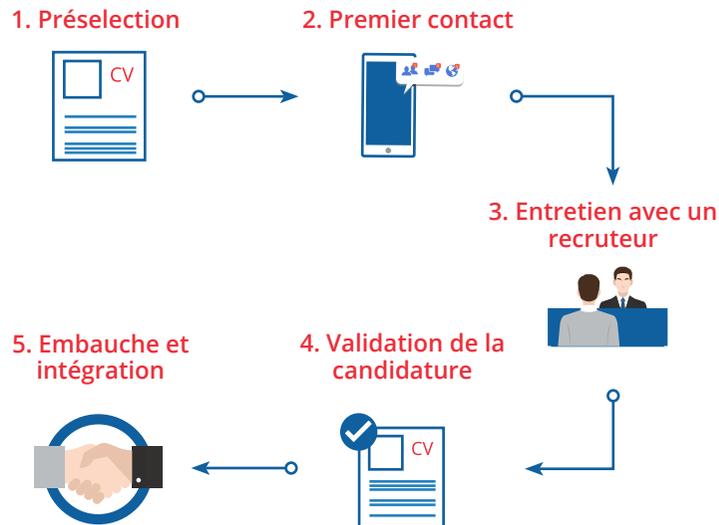
# CONSEIL 10

# AMENEZ CLAIREMENT LE CANDIDAT À POSTULER



Multi-coche proposé par BPCE

## Expliquez vos process de recrutement et de candidature



## Utilisez un moteur de recherche d'offres intelligent

- ▶ Il comprend les requêtes, malgré les fautes d'orthographe
- ▶ Il permet de cocher **plusieurs** choix pour élargir la recherche du candidat
- ▶ Il **reconnait** le wording utilisé par le candidat pour le faire coordonner avec des offres du site carrières

CONSEIL

11

## REPENSEZ VOTRE FORMULAIRE DE CANDIDATURE

Le dépôt de candidature ne doit pas être un processus fastidieux (long, semé d'embûches techniques). Assurez-vous de **faciliter la tâche** aux candidats tout au long du processus grâce à une **Expérience Utilisateur Candidat** (UX)

- ▶ Auto-remplissage
- ▶ Imports de CV
- ▶ Possibilité d'enregistrer sa candidature pour finalisation ultérieure
- ▶ Matching **LinkedIn**
- ▶ Dépôt de candidature

”

*Souvent il faut créer un compte de candidature par entreprise, c'est très long et démotivant.*

Nadia, étudiante UTT

 **44 / 100**

des entreprises proposent la candidature directement depuis LinkedIn

 **85 / 100**

des entreprises proposent des formulaires spécialement adaptés à la saisie sur mobile

 **38 / 100**

des entreprises permettent de postuler sans compte

# CONSEIL 12 RÉPONDEZ AUX BESOIN DU RECRUTEMENT MOBILE

La vague mobile est clairement passée pour la majorité des sites :

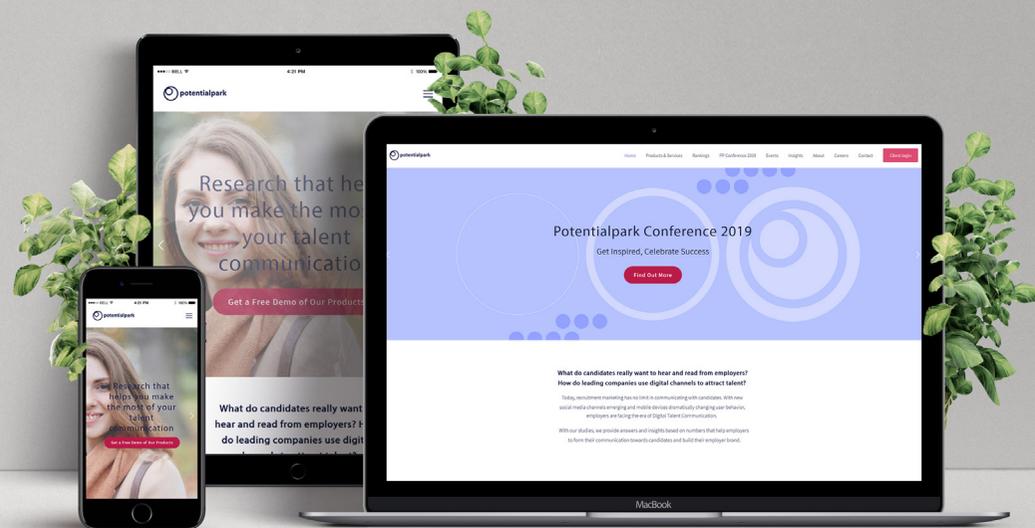
- ↑ Proposer un site responsive ou la candidature mobile sur votre site n'est plus un avantage compétitif.
- ↓ Ne pas le faire en revanche vous positionne clairement en retard du marché.

Pensez à exploiter intelligemment la géolocalisation de vos candidats, en filtrant les offres en fonction de leur position

# 47%

des candidats recherchent des offres sur leur smartphone, mais seulement

# 19%

 postulent

## Conclusion

Depuis quelques années, les candidats ont **pris le contrôle du processus de recrutement**, en se comportant comme des consommateurs. Ils s'informent et font des recherches sur une marque employeur. Lorsque ce qu'il trouvent en ligne ne correspond pas à leurs **attentes** ou leurs **valeurs** ou que le processus de dépôt de candidature est trop long, il peuvent se raviser sur une entreprise et aller voir ailleurs. **75% des candidats veulent en savoir plus sur votre marque employeur** avant de postuler.

Répondez à leur curiosité en montrant vos équipes au travail, vous donnerez ainsi à voir **à quoi peut ressembler le quotidien** de vos futurs collaborateurs !

Vous bâtirez ainsi des **relations de confiance** avec vos candidats, pour qui votre site carrières, vos réseaux sociaux et vos envois de newsletter deviendront le fil d'échange privilégié. En investissant dans du **contenu de qualité** à chaque étape du tunnel de conversion, vous pourrez proposer une expérience candidat unique... jusqu'à **la signature du contrat de travail** !



Vous souhaitez avoir des conseils pour optimiser votre site carrières ?



la**super**agence

[contact@lasuperagence.com](mailto:contact@lasuperagence.com)

06 43 49 18 71

[www.lasuperagence.com](http://www.lasuperagence.com)



[france@potentialpark.com](mailto:france@potentialpark.com)

06 10 58 11 49

[www.potentialpark.com](http://www.potentialpark.com)

