

■ LA RECOMMANDATION, VOTRE MEILLEURE PUBLICITÉ

Les recommandations et les témoignages jouent un rôle crucial dans la recherche d'emploi, à l'image des avis clients dans le monde de la vente en ligne. Lorsqu'un employeur examine un candidat, ses qualifications et ses compétences techniques sont importantes, mais un retour d'expérience provenant de collègues, supérieurs ou partenaires donne un aperçu plus humain et concret de son comportement professionnel.

Ces avis authenticient la crédibilité du candidat et rassurent l'employeur potentiel, en mettant en avant ses qualités relationnelles, son professionnalisme, et sa capacité à collaborer au sein d'une équipe.

Veillez à maintenir votre réputation en ligne !

■ L'ÉCOUTE ACTIVE, UN ATOUT MAJEUR POUR VOTRE COMMUNICATION

Elle vous aide à bien comprendre les échanges, à adapter vos réponses, à être bien informé, à anticiper des nouveaux besoins, à comprendre des messages cachés et à saisir des opportunités.

- **Être curieux**
Poser des questions à votre interlocuteur, clarifier, prendre des renseignements

- **Faire de la veille**
Lire des magazines spécialisés, réagir aux actualités, explorer de nouveaux métiers

- **Prêter attention**
Observer votre environnement, faire répéter, reformuler, écouter vraiment

- **Analyser**
Réfléchir, prendre de la hauteur, collecter des données

Anecdote
En 2009, Bernard Mauriange, 53 ans, en recherche d'emploi, s'affichait sur un panneau publicitaire format 4x3 dans la région nantaise. Son message, « Directeur commercial audacieux cherche entreprise même profil », accompagné de son numéro de téléphone et de son blog a fait le reste. Résultat, il décroche de nombreux contacts et un job correspondant à ses critères !



■ ET SI VOUS FAISIEZ DU MARKETING POUR TROUVER UN JOB ?

Le « marketing de soi » est une approche originale qui consiste à vous positionner comme une marque en valorisant vos compétences et vos qualités personnelles pour attirer l'intérêt des employeurs. Démarchez-vous sur le marché du travail, comme une entreprise le ferait pour ses produits.

3 outils « marketing » pour penser votre recherche « autrement »

SWOT : quels sont vos atouts ? vos faiblesses ?
Identifiez-les objectivement peut vous permettre de mieux valoriser vos compétences auprès des recruteurs, reconnaître vos points d'amélioration pour vous former.

ENTONNOIR : Quelle est votre cible préférentielle ? Dans quelle entreprise aimeriez-vous travailler ?

Identifiez-les objectivement peut vous permettre de mieux valoriser vos compétences auprès des recruteurs, reconnaître vos points d'amélioration pour vous former.

PLAN DE COMMUNICATION : Quels sont les canaux de communication que vous choisissez (réseaux sociaux...) ? Quels sont les supports ?

Structurez et planifiez vos actions pour maximiser la visibilité et l'impact de votre candidature auprès des recruteurs.

Cliquez, téléchargez et consultez nos outils pratiques en ligne



La Com' dans la recherche d'emploi

Maîtrisez votre communication professionnelle !

Pour vous, candidats, la capacité à communiquer vos compétences, valeurs et aspirations de manière claire et persuasive est déterminante pour vous différencier, vous ouvrir des portes et saisir des opportunités.

■ UN ÉCRIT SOIGNÉ VOUS OUVRE DES PORTES

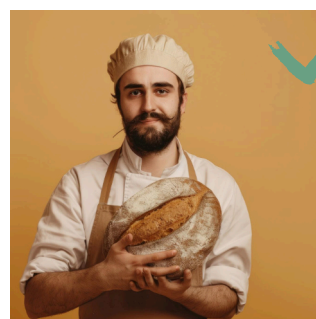
✗ À l'intention de	✓ À l'attention de
✗ Language	✓ Langage
✗ Cession de formation	✓ Session de formation
✗ Inclu	✓ Inclus
✗ Un envoie	✓ Un envoi
✗ Avoir affaire	✓ Avoir à faire
✗ Une tache à faire	✓ Une tâche à faire
✗ Centre d'intérêts	✓ Centres d'intérêt
✗ Professionnelles	✓ Professionnelles
✗ Mr (monsieur)	✓ M. (monsieur) / Mme (madame)
✗ Je me permet	✓ Je me permets de
✗ Connection	✓ Connexion

80 %
des recruteurs rejettent les dossiers de candidats dès qu'ils aperçoivent une faute d'orthographe, car cela démontre un manque de professionnalisme.

■ INSPIREZ CONFIANCE AVEC VOTRE IMAGE

Votre image personnelle, que ce soit à travers une photo professionnelle sur votre CV ou sur vos profils en ligne, joue un rôle clé dans la perception initiale qu'ont les employeurs de vous. Elle reflète non seulement votre sérieux et votre professionnalisme, mais aussi votre capacité à vous présenter de manière soignée et adaptée au contexte.

- ✗ Photo mal cadrée
- ✗ Photo de soirée
- ✗ Photo de vacances
- ✗ Photo datée
- ✗ Photo retouchée
- ✗ Avatar
- ✗ Photo triste
- ✗ Photo de groupe



Posture professionnelle



Plan poitrine

« Votre sourire est votre logo, votre personnalité est votre carte de visite, et comment vous laissez les autres se sentir après une expérience avec vous devient votre marque. »

Dale Carnegie, organisme de formation international

■ LINKEDIN, VOTRE VITRINE PROFESSIONNELLE

En tant que plateforme dédiée au réseau professionnel, LinkedIn offre une visibilité unique en permettant aux candidats de se présenter sous leur meilleur jour, en détaillant leur parcours, compétences, et réalisations à travers un profil complet et soigné.

5 astuces pour taper dans l'oeil des recruteurs

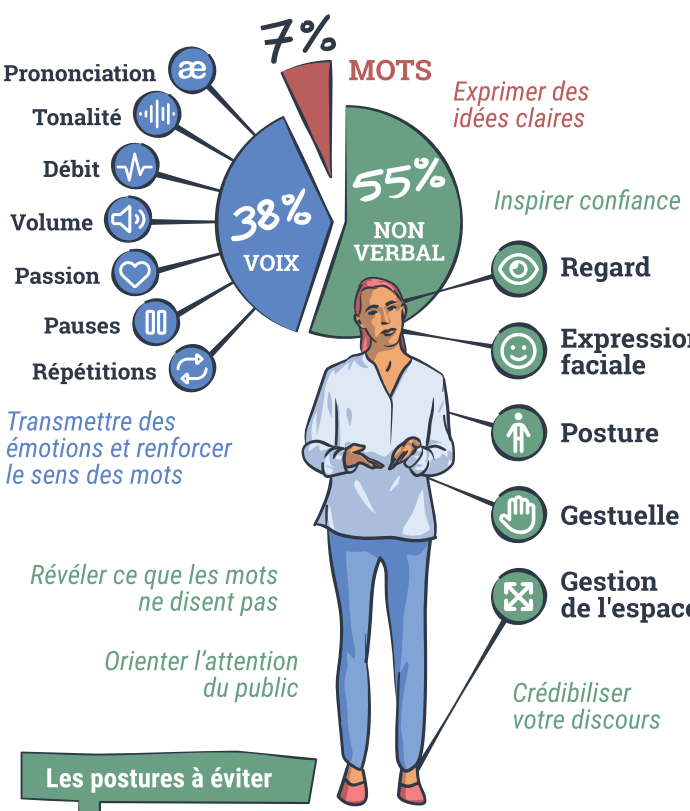
- Mettre à jour votre « statut professionnel » qui ne doit pas être l'intitulé de votre poste actuel mais plutôt ce que vous recherchez.
- Utiliser des bons mots clés en vous inspirant des mots renseignés par d'autres professionnels de votre domaine sur leur profil.
- Mettre en avant des exemples de vos travaux et références pour apporter une dimension concrète à votre expérience.
- Écrire un résumé attractif et pertinent de quelques lignes plus personnelles que sur votre lettre de motivation.
- Publier des articles à valeur ajoutée, réagir aux actualités, commenter d'autres posts, s'inscrire dans des groupes... sont autant de manières de vous faire entendre.

Optez pour la formule simple et efficace de fin de lettre de motivation
« C'est avec plaisir que je me rendrai disponible pour un entretien. »

■ VOTRE ÉNERGIE ET VOTRE GESTUELLE PARLENT POUR VOUS

Le non-verbal joue un rôle crucial dans votre recherche d'emploi. Il renforce ou contredit ce que vous exprimez verbalement, et les recruteurs sont souvent très attentifs à ces signaux.

Lors d'un entretien, par exemple, une posture droite et ouverte, un sourire authentique et un regard franc peuvent donner l'impression que vous êtes sûr de vous, motivé et intéressé par l'opportunité. Au contraire, des gestes fermés (comme croiser les bras) ou éviter le regard peuvent être interprétés comme des signes de stress ou de manque de confiance, même si vos réponses sont techniquement bonnes. Le non-verbal a donc la capacité d'amplifier votre message ou de créer des doutes chez votre interlocuteur.



Les postures à éviter

- ✗ **Se pencher**
Créez un engagement avec une posture droite
- ✗ **Pointer du doigt**
Préférez les mains ouvertes vers l'audience
- ✗ **Placer des barrières**
Évitez de croiser les bras pour ne pas vous fermer
- ✗ **Ignorer l'audience**
Maintenez le contact visuel, ne fixez pas vos supports
- ✗ **Gestes automatiques**
Évitez les mouvements nerveux qui distraient l'audience



La Com' dans le recrutement

Attirez les candidats qui vous correspondent !

Une marque employeur bien communiquée améliore non seulement la visibilité et la réputation de votre entreprise, mais elle permet également de vous démarquer dans un marché du travail compétitif.

■ CAMPAGNE DE RECRUTEMENT CHOISISSEZ L'ORIGINALITÉ ET LES BONS OUTILS !

- ✓ **Innover pour se démarquer des concurrents**

En optant pour des stratégies non conventionnelles, une entreprise peut se différencier des autres employeurs qui utilisent des méthodes de recrutement traditionnelles. Par exemple, au lieu de publier simplement des annonces classiques, elle pourrait organiser des événements uniques, tels que des « hackathons » pour les ingénieurs, ou des concours créatifs pour les designers.

- ✓ **Attirer des profils spécifiques**

En choisissant une approche originale, une entreprise peut attirer des candidats qui partagent des valeurs similaires en termes de créativité, d'innovation ou de culture d'entreprise. Cela peut se faire via des campagnes qui reflètent l'identité de l'entreprise de manière plus authentique.

- ✓ **Créer une expérience candidat mémorable**

En créant une expérience différente, l'entreprise renforce sa marque employeur et laisse une impression positive durable chez les candidats, qu'ils soient retenus ou non. Cela peut inclure des processus de candidature interactifs ou amusants, tels que des jeux en ligne, des questionnaires ou des mises en situation.

Utilisez les réseaux sociaux

Pour cibler et engager directement les candidats avec du contenu authentique et interactif sur la vie de l'entreprise.

« Le meilleur moyen de gérer les attentes est de communiquer clairement dès le début. Cela s'applique particulièrement dans les processus de recrutement. »

Warren Buffett

■ AVEZ-VOUS PENSÉ À VOS SALARIÉS ? POUR PROMOUVOIR VOTRE ENTREPRISE

Un « salarié ambassadeur » est un employé qui représente activement et positivement son entreprise auprès de l'extérieur. Il promeut l'image, les valeurs et la culture de votre entreprise, souvent à travers les réseaux sociaux, des événements ou lors de discussions avec des contacts professionnels. En partageant son expérience et en mettant en avant les avantages de votre organisation, le salarié ambassadeur contribue à renforcer la marque employeur, à attirer de nouveaux talents et à améliorer la réputation de l'entreprise.

- Créer un environnement de travail positif où les employés se sentent valorisés
- Partager clairement la vision, les objectifs et les valeurs de l'entreprise.
- Mettre en avant les réussites des employés
- Inviter les salariés à partager leurs expériences professionnelles
- Créer des programmes d'ambassadeurs où les salariés volontaires sont formés
- Reconnaître et récompenser l'engagement



■ ÉTUDE DE CAS : BOULANGERIES MARIE BLACHÈRE

Les boulangeries Marie Blachère, présentes sur tout le territoire français, et dont le siège social est situé à Châteaurenard, s'engagent activement dans le recrutement de nouveaux talents. La stratégie de recrutement du groupe s'appuie fortement sur des campagnes en ligne, notamment via les réseaux sociaux et les plateformes d'emploi spécialisées. Marie Blachère utilise ces canaux pour diffuser des offres d'emploi actualisées, permettant une visibilité maximale auprès des candidats en quête d'opportunités dans le secteur de la boulangerie.

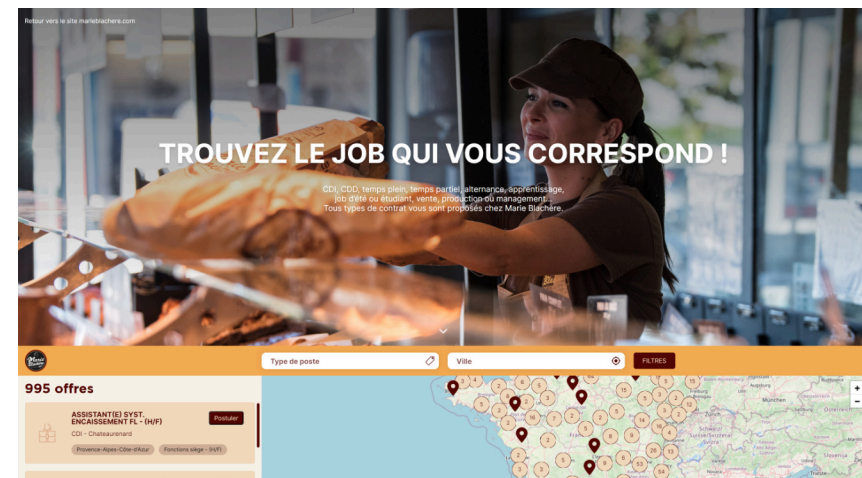
L'enseigne a également mis en place un processus de candidature simple et rapide, favorisant une expérience utilisateur fluide, via sa page « Carrières » entièrement dédiée au recrutement dans la France entière avec offres d'emploi, d'apprentissage... (995 au moment d'écrire cette gazette). L'accent est mis sur la motivation des candidats et la flexibilité des jobs proposés.

En complément de sa présence digitale, Marie Blachère mise aussi sur des méthodes plus traditionnelles mais tout aussi efficaces, comme l'affichage en boulangerie à travers la France. Chaque magasin dispose d'annonces attractives, visibles par des candidats potentiels de passage, souvent déjà intéressés par cet univers. Marie Blachère participe également à des salons de l'emploi et des forums professionnels pour rencontrer directement des candidats



motivés. Cette approche à 360° permet de toucher un large éventail de profils et de recruter des collaborateurs passionnés par le savoir-faire et les valeurs de Marie Blachère.

marieblachere.com/carrieres



■ UNE PAGE CARRIÈRE CHALEUREUSE SUR VOTRE SITE WEB

Un « site carrière » permet d'attirer et d'engager des talents en présentant l'entreprise, sa culture et ses offres d'emploi. Il améliore la visibilité de la marque employeur tout en facilitant les candidatures en ligne. Bien-sûr, selon la taille de l'entreprise, il sera plus ou moins développé mais il ne doit pas être oublié dans tous les cas.

Les contenus à ne pas oublier

- Votre processus de recrutement
- Des témoignages d'employés
- Les avantages offerts aux salariés
- Les évolutions possibles
- Les valeurs et la vision de votre société

Les petits plus

- Adaptation 100% mobile
- L'accessibilité à tous les troubles et handicaps
- Vidéo de présentation
- Des photos de qualité
- Une infographie de l'histoire de votre entreprise

83 %
des candidats visitent le site carrière d'une entreprise avant de postuler

Exemples



« La communication est la compétence la plus importante dans le processus de recrutement, tant pour attirer les candidats que pour les engager. »

Dave Ulrich

■ PETITE HISTOIRE DE LA MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur représente la perception et la réputation d'une entreprise en tant qu'employeur, influençant l'attraction et la fidélisation des talents.

Saviez-vous que l'armée a été l'une des premières institutions à faire appel à la communication pour recruter ? Voici par exemple une affiche de recrutement pour les fusiliers marins, Louis XV. A cette époque, on sait déjà mettre en valeur les candidats, les « beaux hommes » ! Les avantages du métier (EVP) sont bien décrits : on est bien payé, nourri, logé, blanchi et on voit du pays ! Qui ne signerait pas immédiatement ?

