

8 conseils à suivre pour recruter et fidéliser vos talents

Que l'on soit une jeune pousse fraîchement lancée ou une entreprise qui vient de lever des fonds, le recrutement est un enjeu essentiel. Si réussir à trouver un talent est déjà un défi, n'oubliez pas qu'il peut tout aussi rapidement partir et qu'il est essentiel de le fidéliser pour pérenniser votre activité.

TL; DR :

Etablir une liste des compétences dont vous avez réellement besoin.

Rester en alerte sur les besoins et les attentes des candidats : le recrutement est un double jeu de séduction.

Mettre en place un plan d'intégration dans l'entreprise.

Ne pas oublier le plan de formation.

Republication d'un article du 5 janvier 2021

Comme le rappelle Alexandra Brun, Talent Acquisition Specialist chez Stuart, dans [une tribune publiée sur Maddynews](#), « dans l'univers hyper concurrentiel

des startups, la réussite repose sur quelques ingrédients clés dont le recrutement des meilleurs talents fait partie » . Penser que l'on peut réussir à créer une licorne à la seule force de son poignet est pour le moins utopique. De même qu'attirer des développeurs avec un baby foot semble aujourd'hui pour le moins déconnecté des réalités du marché.

« L'an dernier, toutes les entreprises ont dû se concentrer sur l'organisation des équipes et l'acquisition de talents. Elles ont compris l'intérêt des pratiques de recrutement stratégique, de redéploiement et de prévisibilité des futurs talents à recruter, explique Eric Gellé, vice-président Europe du Sud de SmartRecruiters. Maintenant que les professionnels de l'acquisition des talents sont vus comme des partenaires stratégiques, à eux désormais de montrer le chemin de la réussite des recrutements » .

Si les avantages pécuniers font évidemment partie des arguments à présenter, ils sont loin d'être les seuls à pouvoir faire peser dans la balance le choix d'un candidat.e. Voici donc une liste de conseils pour recruter et fidéliser vos futurs employé.e.s.

Préparez vos recrutements en amont

Heureux de devoir recruter et désireux de croître et se développer le plus rapidement possible, on néglige parfois la préparation d'un recrutement. Or, une erreur de casting peut coûter cher, très cher, jusqu'à 200 000 euros pour un commercial, selon une analyse du cabinet Uptoo. Avant de vous lancer à corps perdu dans la recherche de vos futurs commerciaux et développeurs... réfléchissez aux compétences dont vous avez réellement besoin et aux tâches de la fiche de poste. « *Dans un souci d'efficacité, intégrez dans le processus de recrutement des outils tiers de sélection des candidats basé sur leurs compétences clés* » , ajoute Eric Gellé.

Pour réussir à attirer des talents, il faut avant tout comprendre leurs besoins afin de mettre en avant les atouts que vous avez dans votre manche. Mais attention à ne pas enjoliver la réalité, la douche risquerait d'être froide pour le candidat et la période d'essai serait rapidement écourtée. Les valeurs environnementales, sociales et sociétales doivent être présentées. Elles sont des arguments pour certains candidat.e.s.

« L'intelligence artificielle peut aussi permettre aux entreprises d'avoir un processus de recrutement plus inclusif, afin d'améliorer la diversité dans leurs recrutements, source d'une meilleure performance collective notamment » , soutient aussi le vice-président de SmartRecruiters.

Répondez aux nouvelles attentes des Français·es

Les préoccupations des Français·es évoluent et, en ce sens, 2020 a été une année riche d'enseignements et de changements. Poussé par le confinement, le télétravail a su se faire une place de choix dans le cœur des salarié·e·s de l'Hexagone. Difficile à mettre en place dans certaines sociétés, il est désormais considéré comme un critère important voire primordial pour 85% des interrogé·e·s de la dernière étude Qapa, réalisée en décembre 2020. Mais ce seul critère ne suffit pas. Qui dit télétravail ne dit pas soumission à des horaires incongrus. Le besoin d'équilibre vie personnelle – vie professionnelle a pris de l'ampleur durant le confinement, de même que la possibilité offerte aux pères de prendre davantage de temps pour profiter de la naissance de leurs enfants. Si le congé paternité de 4 semaines est acté dans la loi, cette opportunité doit être mise en valeur par les entreprises.

« Les solutions de recrutement modernes vont permettre aux recruteurs et managers d'améliorer leurs processus de recrutements en intégrant des fonctionnalités comme les Chatbot afin de permettre aux candidats de reconstituer un parcours, une expérience ou tout simplement répondre à des questions, ou caler une date de rendez-vous », ajoute Eric Gellé pour anticiper le futur des process de recrutement.

Soignez les processus de recrutement

Une étude publiée par Pôle emploi en 2020 montre que dans la moitié des cas, les recrutements sont effectués en moins de 46 jours par les entreprises soit environ 6 semaines. Un délai relativement long qui peut s'expliquer par l'analyse des candidatures et des CV ainsi que les entretiens à réaliser. Le processus est chronophage pour les DRH mais aussi les candidat·e·s qui doivent souvent se déplacer deux à cinq fois pour espérer obtenir un poste.

L'entretien est un double moment d'évaluation du candidat mais aussi de l'entreprise. Car, rappelons-le, dans un marché tendu, l'entreprise doit aussi séduire. Il est donc important de montrer de la flexibilité, en proposant, par exemple, des entretiens par visio pour les candidat·e·s éloigné·e·s de l'entreprise ou simplement éviter des aller-retour, surtout au début du processus de recrutement. L'aspect humain ne doit néanmoins pas être négligé et il est important de présenter les locaux, l'organigramme de la société, etc.

Soyez également précis et transparent sur le processus, sa durée et le fait que vous recontacterez tous les candidat·e·s ou non.

Préparez leur intégration dans la société

Toujours selon l'analyse effectuée par Uptoo, 36% des CDI sont rompus au court de la première année, soit plus du tiers des recrutements effectués. Deux causes principales sont évoquées pour expliquer cet important taux d'échec : le manque d'intégration au sein de l'entreprise et le manque de résultats.

De nombreuses entreprises ont eu la chance de pouvoir recruter pendant le confinement. Les procédures de visio ont pris le pas sur les entretiens physiques et l'onboarding a, lui aussi, dû se réinventer. Car une fois le contrat de travail signé, il est essentiel d'intégrer le candidat au sein de son équipe et de la société. À distance ou en présentiel, ne négligez pas la mise en place d'un kit de bienvenue, d'une documentation sur l'entreprise (qu'il aura feuilletée avant son entrée en poste) mais aussi d'un ou plusieurs déjeuners pour qu'il puisse faire connaissance avec ses nouveaux collègues.

Développez un plan de formation continue

Plusieurs raisons peuvent expliquer le départ d'un salarié. Pour l'entrepreneur Joe Procopio, *« tous les fondateurs et dirigeants de startups ont le même cauchemar récurrent : arriver un matin et recevoir un message comme quoi son élément le plus performant a besoin d'échanger cinq minutes, rapidement, dès que possible »*. Car cela signifie qu'il a déjà pris la décision de partir. Cette volonté peut résulter d'un mauvais recrutement, d'un élément perturbateur dans l'entreprise ou un problème de KPI.

Pour éviter l'ennui et la baisse de performance – bien que Joe Procopio les juge inéluctables au bout de trois ans – , la formation joue un rôle essentiel. Afin de faire évoluer vos employé·e·s et leur donner envie de rester et de continuer à performer et faire grandir l'entreprise, vous devez leur donner les moyens d'évoluer avec.

La formation interne, les systèmes de mentorat mais aussi les promotions doivent être envisagés de manière continue et pas uniquement lorsque vous sentez qu'un élément vous échappe. Il risque alors déjà d'être trop tard.

Travaillez sur le management

Si les perspectives d'évolution sont un maillon essentiel de la motivation, l'instauration de KPI encourageant, challengant mais réalisables est tout aussi indispensable. Devant un montagne impossible à gravir, on finit souvent par renoncer et aller tenter un autre sommet.

La mise en place d'un management capable de tirer le meilleur de vos salarié·e·s, de leur donner des objectifs stimulants et de faire preuve d'humanité est essentiel. Le groupe de mobilité Keolis, qui possède pas moins de 300 salariés dans 16 pays différents, à lancer la plateforme KeoPeople pour partager les bonnes pratiques managériales et des cas d'étude au sein de toute la structure.

« *Les solutions comme SmartRecruiters offrent aussi la possibilité à leurs clients de mesurer le succès de leurs recrutements, et d'y apporter les corrections nécessaires en fonction des objectifs recherchés : plus de candidats, plus de qualité, un cycle de recrutement plus rapide...* » , assure le vice-président de l'entreprise.

Soyez reconnaissant et montrez-le

Témoigner de la reconnaissance à ses salariés est un moyen de leur montrer leur importance et leur rappeler la place qu'ils occupent dans l'entreprise. Ils ne sont pas que des pions et vous pouvez leur montrer de plusieurs manières. « *Soyez créatifs car de multiples formes peuvent être envisagées : écrite ou orale, privée ou collégiale, monétaire ou symbolique, etc. Les bonus jouent aussi dans l'équation et doivent être pensés pour récompenser l'engagement des collaborateurs : voyages, coaching, formations sur-mesure, temps off à des périodes importantes de la vie (naissance...) ou encore opportunités de bénévolat sont hautement valorisés par les talents les plus en vue* » , encourage Alexandra Brun.

Vous l'aurez compris, recruter est un enjeu et un challenge pour l'entreprise qui nécessite du temps, de l'investissement et constitue un élément clé pour votre entreprise. Si le candidat est jugé, l'entreprise l'est aussi et il serait dommage d'être mal cataloguée pour avoir voulu aller trop vite.

Œuvrez pour la mobilité interne

« *Certes la mobilité interne est depuis longtemps l'un des principaux viviers de recrutement, mais la dernière étude de SmartRecruiters démontre que de nombreux employeurs peinent à appliquer et généraliser des programmes de recrutement interne, regrette Eric Gellé. Selon cette enquête, les statistiques montrent qu'il y a une chance sur 200 de recruter un candidat externe en publiant une offre d'emploi ; alors que la proportion tombe à 1 sur 5 pour les collaborateurs déjà présents dans l'entreprise* » .

Article écrit par MADDYNESS