

7 conseils pour une description de poste irrésistible !

Des descriptions de postes excellentes = Des candidats excellents



Sommaire

Conseil n°1 : Soyez créatif dans la description du poste, PAS dans son intitulé



Conseil n°2 : Adoptez le ton de la conversation



Conseil n°3 : Faites la promotion de votre marque employeur



Conseil n°4 : Faites valoir les enjeux du poste



Conseil n°5 : Donnez un coup de projecteur aux descriptions de poste prioritaires



Conseil n°6 : Essayez de nouveaux formats



Conseil n°7 : Optimisez votre description de poste pour les mobiles



Conseil n°1 - Soyez créatif dans la description du poste, PAS dans son intitulé

N'essayez pas d'être trop créatif dans vos intitulés de poste. Si les candidats ne comprennent pas ce que vous recherchez, ils n'iront pas au-delà de l'intitulé. Tenez-vous en à des intitulés et des mots-clés courants, faciles à rechercher, et pour lesquels les algorithmes de LinkedIn peuvent établir plus de correspondances pertinentes avec des candidats.

Au lieu de

Office Ninja

Roi des deals clients

Magicien du pipeline

Champion de la marque

Essayez plutôt

Assistant administratif

Directeur régional des ventes

Directeur des Ressources Humaines

Spécialiste des médias sociaux



Conseil n°2 - Adoptez le ton de la conversation

Rédigez votre description de poste comme si vous parliez à votre candidat idéal au téléphone. Soyez dynamique, direct et cordial. Essayez de donner un peu de style à votre annonce pour la rendre plus attrayante.

Au lieu de

"Description du poste" suivi de 3 paragraphes

Dissimuler un point négatif dans une longue liste de "conditions à remplir"

"Le candidat devra démontrer..."

Essayez plutôt

"Pourquoi nous rejoindre ?" Suivi de 2 phrases

Ajoutez une rubrique telle que "Le plus dur dans ce poste"

1. Décrivez les compétences des professionnels les plus performants :

"Nos ingénieurs les plus talentueux sont passionnés par la programmation, et d'ailleurs ils en rêvent. Si vous aussi vous pouvez coder pendant votre sommeil, vous serez en bonne compagnie."

2. Adoptez un ton personnel pour que le candidat se dise "C'est tout à fait moi !"

"Vous donnez constamment satisfaction à vos clients et vous allez même au-delà de leurs besoins. Mais vous savez aussi dire non lorsqu'il le faut."

3. Faites de l'humour

"Rien ne vous amuse autant que les tableaux croisés dynamiques dans Excel ! Vous êtes tellement à l'aise lorsqu'il s'agit d'analyser des montagnes de données, que vous pouvez le faire les mains dans le dos et les yeux bandés !"



Conseil n°3 - Faites la promotion de votre marque employeur

Les gens ont envie d'aimer l'endroit où ils travaillent, vous devez donc leur dire pourquoi ils vont aimer votre entreprise. Les candidats non convaincus, se retireront et vous gagnerez du temps. Décrivez votre entreprise de façon vivante, donnez des détails et ajoutez un peu de piquant en laissant entrevoir l'esprit de l'entreprise. N'exagérez pas les points positifs, trouvez un équilibre avec quelques points négatifs pour plus de crédibilité.

Associez vos descriptions de poste à l'ensemble de vos opérations concernant votre marque employeur sur LinkedIn et ailleurs. Créez des liens avec d'autres contenus et n'oubliez pas que le contenu provenant de vos [pages Carrières LinkedIn](#) s'intègre automatiquement dans vos descriptions de poste. Ajoutez des vidéos et des nouvelles de votre entreprise pour que votre marque employeur reste à jour (sur la page Annonces et ailleurs).

Au lieu de

"Sait bien s'adapter à notre culture et aux valeurs de notre entreprise."

Comment ?

Inclure tous les détails concernant votre entreprise :
*"la société XYZ a été fondée en 1989 dans un contexte de... blablabla... Nos principales valeurs sont... blablabla. Nous sommes leader dans le domaine de... blablabla."
Vous baillez ?*

Essayez plutôt

"Nos employés se détendent lors des pots mensuels et s'affrontent lors de notre concours annuel du meilleur Chili con carne. Tout le monde travaille dans un open space aux couleurs agréables, y compris le PDG."

XYZ est une entreprise spécialisée dans les médias, qui transforme la relation entre les clients et la publicité.



Conseil n°4 - Faites valoir les enjeux du poste

Les candidats passifs sont 120 % plus susceptibles de vouloir avoir un impact. Ils aiment relever des défis, vous devez donc leur donner ce qu'ils recherchent. Dites-leur pourquoi ils comptent pour vous, sur quoi ils vont travailler et ce qu'ils vont apprendre. Soyez précis et honnêtes. Ne copiez pas des platitudes d'une description de poste datant de l'année dernière.

Au lieu de

"Diriger l'activité et conduire le changement afin d'atteindre les objectifs."

Qu'est-ce que cela veut dire ?

"Capitaliser sur les atouts pour travailler avec les différentes business units."

Encore plus confus.

"Travailler dans une équipe transverse pour mettre en œuvre des solutions pratiques."

Vous ne dormez pas encore ?

Essayez plutôt

"Vous serez en charge d'une équipe de 50 commerciaux et vous aurez la responsabilité d'augmenter le chiffre d'affaires de 10 % la première année. Vous aurez à gérer quotidiennement au moins 1 548 335 problèmes, et devrez donc prendre des décisions à la vitesse de l'éclair. Nous vous assurons que vous ne vous ennuierez jamais."

"Quand vous ne serez pas en train de relever vos manches pour analyser les chiffres des ventes avec votre équipe, vous ferez du coaching auprès des directeurs régionaux pour qu'ils améliorent leurs techniques de négociation, ou bien vous rencontrerez vos homologues des services Marketing ou Communication pour connaître leur point de vue sur vos stratégies, ou enfin vous présenterez les résultats trimestriels à votre équipe de management."

"Vous suivrez une formation au Leadership et apprendrez à motiver votre équipe afin qu'elle dépasse ses objectifs de vente. Vous aurez de nombreuses occasions de vous entraîner à essayer de convaincre des personnes qui ne partagent pas votre point de vue."



Conseil n°5 - Donnez un coup de projecteur aux descriptions de poste prioritaires

Vous avez besoin de plus d'exposition pour vos postes les plus difficiles à pourvoir ? Vous pouvez sponsoriser une annonce afin de lui donner plus de visibilité auprès de l'audience recherchée, grâce à un bon positionnement sur LinkedIn pour une consultation sur un ordinateur de bureau ou un appareil mobile. **Les annonces sponsorisées** génèrent 30 à 50 % de candidatures de plus que les annonces organiques.

Au lieu

D'attendre que les candidats vous recherchent et laisser vos concurrents aller vers eux les premiers.

Essayez plutôt

De présenter vos offres clés à vos meilleurs candidats. Les annonces sponsorisées permettent de faire passer le message suivant :
"Par ici, Candidat idéal !
Cliquez sur ce lien pour découvrir votre job de rêve !"



Conseil n°6 - Essayez de nouveaux formats

Pour donner vie à vos descriptions de poste, essayez de nouveaux formats. L'entreprise NPR, par exemple, a créé une [description de poste sous forme d'infographie](#) qui permet d'attirer l'attention tout en étant simple à utiliser. Vous pouvez, par ce biais, montrer la créativité de votre entreprise et représenter visuellement votre marque employeur.

Au lieu

D'une description de poste classique contenant essentiellement du texte.

Essayez plutôt

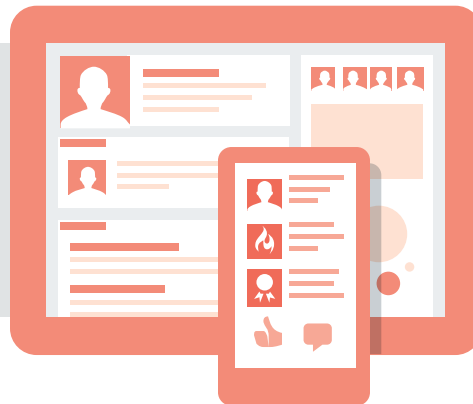
1. Un format interactif, intéressant visuellement tel qu'une infographie.
2. Une vidéo de votre responsable de recrutement décrivant l'entreprise, le poste et le candidat idéal.
3. Une vidéo présentant la culture de votre entreprise s'intégrant dans la description de poste.

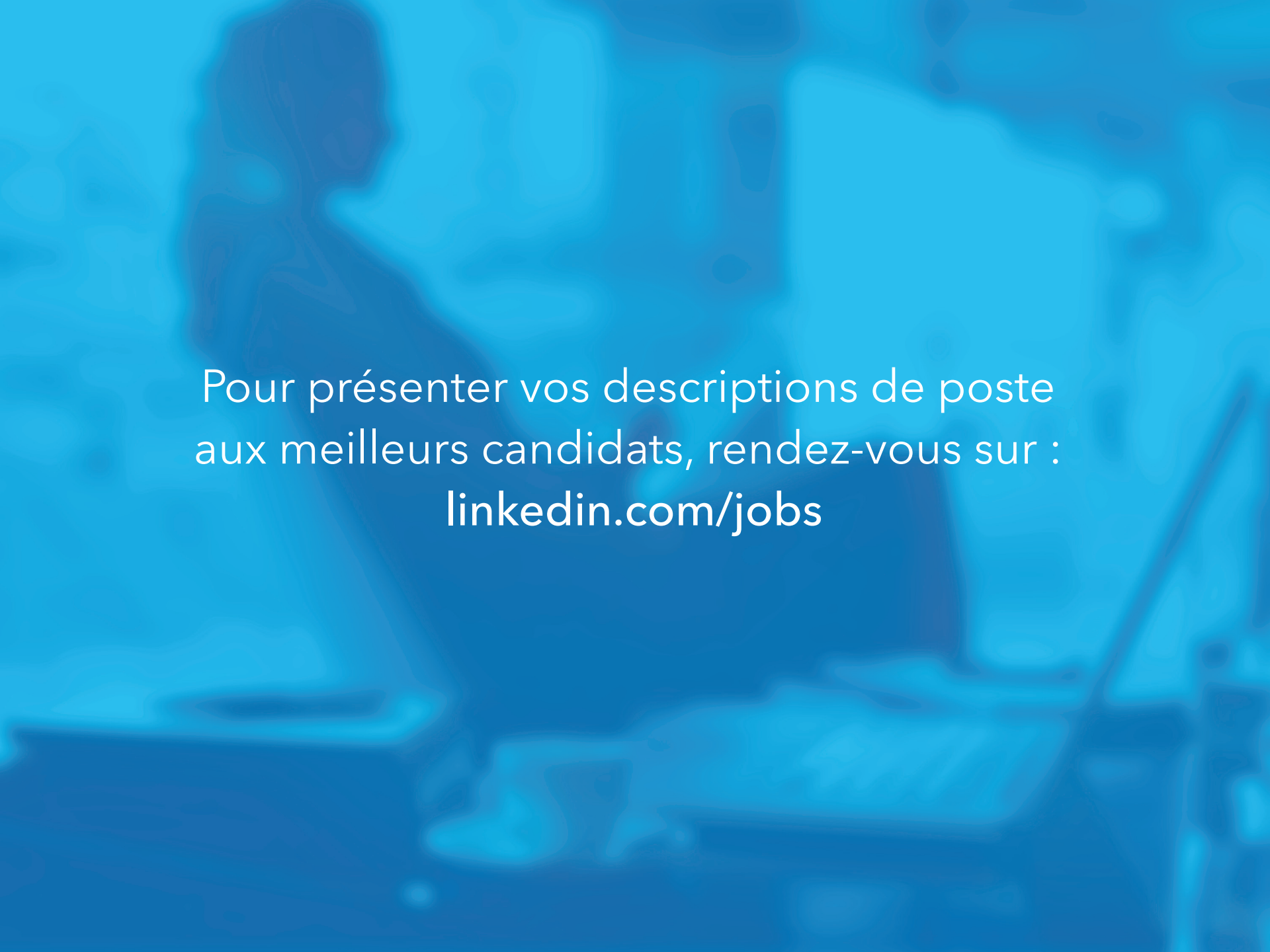
Conseil n° 7 - Optimisez votre description de poste pour les mobiles

Il y a 30 % de chance que votre description de poste soit consultée à partir d'un appareil mobile. Étant donné la petite taille de l'écran, faites en sorte que chaque mot compte. Pour que votre description de poste reste brève, rédigez des paragraphes courts et utilisez des puces pour séparer les parties de votre texte.

Le voyage du candidat commence par votre description de poste : optimisez le flux de la candidature pour vous assurer que le candidat postulera après avoir lu votre excellente annonce.

Si vous stockez des candidatures dans « [LinkedIn Recruiter](#) » (outil de sourcing), vous pouvez facilement intégrer « [Mobile Apply](#) » (fonctionnalité pour postuler à partir de son mobile) et disposer d'un flux de candidature fluide pour vos annonces sur LinkedIn.





Pour présenter vos descriptions de poste
aux meilleurs candidats, rendez-vous sur :
[linkedin.com/jobs](https://www.linkedin.com/jobs)