



indeed + cpme
CONFÉDÉRATION DES PME

TPE – PME

guide pour recruter en 2024

Perspectives 2024 sur le marché du travail



François Asselin
Président de la CPME

Je me félicite de la publication de ce guide qui va donner aux entrepreneurs des clés pour faciliter leurs recrutements. A ce propos, les chiffres de la dernière enquête CPME¹ sont parlants : alors que près d'un entrepreneur sur deux cherche à recruter, 85% d'entre eux rencontrent des difficultés.

Au-delà des bonnes pratiques, c'est dans le but de stimuler la création d'emplois que la CPME milite sans relâche pour que l'on desserre l'étau des charges fiscales et sociales permettant ainsi de redonner de la compétitivité à nos PME qui, ne l'oublions jamais, évoluent dans un marché mondial.

Chiffres clés

46 %

des dirigeants interrogés **cherchent actuellement à recruter**.

85 %

d'entre eux rencontrent des **difficultés** dans le processus de recrutement.

53 %

des chefs d'entreprise concernés affirment **refuser des commandes ou des ventes** du fait de ces difficultés.

1. Enquête CPME : recrutement, logement et mesures sociales en débat du 30 nov. 2023



Alexandre Judes, économiste chargé de la France au sein du Hiring Lab d'Indeed, nous révèle les 4 tendances majeures qui se dégagent pour l'année 2024 : moins de recrutements, un appariement toujours difficile entre offre et demande sur le marché du travail, des salaires réels qui devraient croître faiblement, et une productivité du travail en berne.

Ces tendances auront des conséquences durables pour les entreprises, qui devront innover et mieux recruter pour préserver leur compétitivité.

Ses recommandations pour 2024

Innover

Pour augmenter leur productivité et être en mesure de proposer des augmentations salariales à l'avenir, les dirigeants doivent s'appropriier les nouvelles technologies, en particulier celles qui exploitent les données et mettent en œuvre l'intelligence artificielle. Tirer pleinement parti de l'adoption de nouveaux outils implique des changements dans l'organisation du travail : certains protocoles, la politique de télétravail, la fréquence des réunions, etc. pourront être revus, avec en perspective l'amélioration de la qualité du « management » et le bien-être des collaborateurs.

Mieux recruter

Le marché reste structurellement tendu dans beaucoup de métiers, des services à la personne en passant par le nettoyage-assainissement ou le commerce de détail. Ces métiers connaissent une pénurie de main-d'œuvre qui existait déjà avant la pandémie. L'enjeu est de recentrer la stratégie de recrutement sur les critères essentiels pour le poste et de faire preuve de flexibilité.

Pour les autres fonctions (marketing, juridique, finance, etc.), il s'agit surtout de mener une analyse rigoureuse sur les compétences nécessaires à l'entreprise, faire preuve de clarté sur les caractéristiques du poste et cibler précisément les candidats.

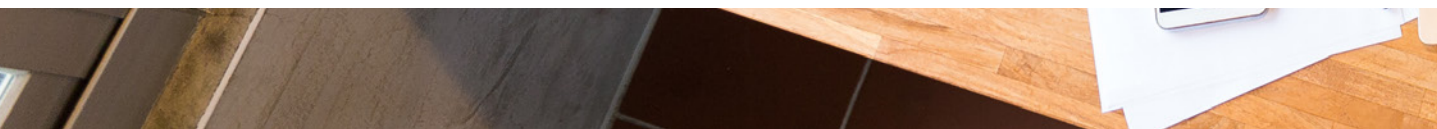


« L'année 2023 a surpris par la résilience de l'économie et du marché du travail. »



Sommaire

- 07** Introduction
- 08** Les 5 astuces pour rédiger une bonne offre d'emploi
- 14** L'importance de la marque employeur
- 20** Témoignage d'une PME
- 23** Pour aller plus loin





Introduction

Votre réussite dépend souvent des personnes que vous recrutez.

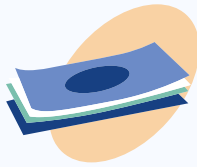
C'est particulièrement vrai chez les TPE et PME : nous savons que votre charge de travail est conséquente et que vous pouvez éprouver des difficultés pour vous démarquer auprès des candidats.

Alors par où commencer pour bien recruter ?

Dans le marché du travail tendu d'aujourd'hui, il peut être difficile de trouver le bon profil. Le recrutement devient alors affaire de séduction - et cela commence dès l'offre d'emploi.

Des descriptions de poste ciblées, rédigées en fonction des candidats potentiels, peuvent vous aider à trouver d'excellents candidats.

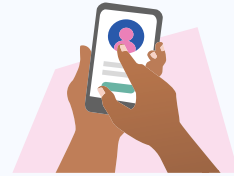
5 astuces pour rédiger une bonne offre d'emploi



Salaire



Contrat



Profil



Horaires



Lieu



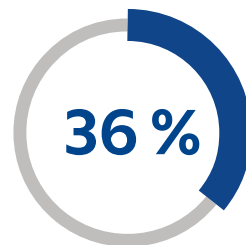
Avantages

Astuce n°1

Attirez l'attention dès le titre

Parce que la première impression est déterminante, les premiers mots d'une annonce doivent être soigneusement choisis pour capter l'attention.

Pour se démarquer, il faut d'abord que l'intitulé du poste soit clair et précis. Un bon intitulé de poste doit reprendre les termes qu'un candidat potentiel est susceptible d'utiliser dans la barre de recherche. Il doit être simple et correspondre aux normes du secteur. En utilisant des titres de postes standard, vous aurez plus de chances d'atteindre un plus grand nombre de candidats correspondant au profil souhaité.



36 % des talents qui utilisent des sites d'emploi font leur recherche en utilisant l'intitulé exact du poste qu'ils recherchent.²

2. Enquête Indeed, n = 2 091



Astuce n°2

Soyez transparent (et honnête)

Rédigez une description fidèle de votre entreprise et du poste.

Décrivez les principales responsabilités du poste dans un langage clair et précis. Mettez l'accent sur les missions qui sont uniques ou spécifiques à votre organisation. Cela aidera les candidats à comprendre l'environnement de travail et à se projeter dans l'activité exercée quotidiennement. Précisez comment le poste s'intègre dans l'organisation. Indiquez à qui le poste est rattaché et comment la personne fonctionnera au sein de votre organisation, afin d'aider les candidats à avoir une vue d'ensemble et à comprendre l'impact du poste sur l'entreprise.

N'exagérez ou ne sous-estimez pas les responsabilités d'un poste. Il est courant

de voir des descriptifs qui surestiment les opportunités offertes dans le seul but d'attirer des candidats. Cette approche est contre-productive à long terme.

Enfin, précisez le niveau de rémunération proposé, qui doit être cohérent avec les responsabilités du poste et les pratiques habituelles du secteur. N'oubliez pas de préciser également les différents avantages proposés (monétaires ou non).

2,1 X

En moyenne, les offres d'emploi comportant des informations sur la rémunération, le type d'emploi et l'équipe ont **2,1 fois** plus de candidatures commencées.³

3. Indeed Data France, mai 2023

Astuce n°3 :

Faites en sorte que chaque mot compte

Faites bonne impression tout en restant concis

Dans certains cas, alléger une description est aussi important que de l'étoffer. Essayez donc de trouver le bon équilibre entre donner suffisamment de détails et être concis. Une enquête menée par Indeed a révélé que les chercheurs d'emploi ne consacrent que 3 à 5 minutes à la lecture d'une offre avant de décider de postuler ou non⁴.

Inutile d'assommer les candidats potentiels avec de longs paragraphes si vous pouvez présenter le poste de manière succincte dans une liste à puces.

4. Données Indeed mondiales





Astuce n°4

Évitez le jargon

Et facilitez la connexion avec les candidats

On voit parfois se répandre des expressions « à la mode » sur les sites d'emploi, avec des intitulés de postes décalés. Cette course à l'originalité peut manquer de clarté pour les candidats qui, eux, emploient des termes simples pour faire leur recherche.

Surtout, ce langage réduit l'efficacité de votre campagne de recrutement. Si vous recherchez un commercial, appelez un chat un chat, et non un « rockstar des ventes ».

Évitez également le jargon interne qui serait spécifique à votre entreprise et peu compréhensible pour un candidat.

Les essentiels à éviter :



Excès de mots-clés



Gros titre



Redondance



Contenu en stock



Jargon interne



Astuce n°5

Testez

Et amusez-vous !

Expérimentez, remettez en question les idées reçues et testez vos annonces continuellement. N'hésitez pas à régulièrement affiner, analyser et optimiser vos intitulés et descriptifs de poste afin de les améliorer. Vous pouvez par exemple comparer les performances de différents intitulés ou descriptifs pour ne garder que les plus performants.

L'importance de la marque employeur



Sur le marché de l'emploi, les candidats sont désormais en position de force. Par conséquent, votre marque employeur est extrêmement importante. Pour attirer des talents pertinents sur un marché concurrentiel, vous devez leur donner une raison claire et convaincante de choisir votre entreprise plutôt qu'une autre. La marque employeur est sans aucun doute l'une des clés de la gestion des talents en 2024.

« La marque employeur reflète l'image perçue par les candidats potentiels et les employés d'une entreprise. »

Qu'est-ce qu'une marque employeur ?

Votre marque employeur donne aux recrues potentielles une vision globale du travail au sein de votre entreprise. Il peut s'agir du traitement de vos employés et des candidats, des avantages sociaux que vous offrez, de votre proposition de valeur aux collaborateurs, de la culture de votre entreprise et de votre environnement de travail général.

Contrairement aux idées reçues, la marque employeur n'est pas l'apanage des grandes entreprises. Au contraire, les petites et moyennes entreprises possèdent des atouts uniques en matière de marque employeur qui peuvent séduire les candidats à la recherche d'opportunités professionnelles authentiques et enrichissantes : un environnement de travail à taille humaine, une transmission de savoir-faire unique, ou encore la reconnaissance et l'évolution professionnelle par exemple. En mettant en avant ces valeurs distinctives, les PME peuvent créer une marque employeur attrayante qui reflète leur culture d'entreprise et leurs engagements envers leurs employés.

Le processus de marque employeur : étape par étape

La marque employeur, c'est un condensé de votre réputation en tant qu'employeur et de tout ce qui fait de votre entreprise un lieu de travail idéal.

Voici quelques étapes pour créer, mettre en œuvre et gérer une stratégie de marque employeur efficace.





1. Analysez la perception de votre marque employeur à l'instant T

Essayez de voir votre entreprise à travers les yeux de vos collaborateurs. Vous pourrez mettre le doigt sur les problèmes susceptibles de freiner l'attraction et la rétention de talents. Pour analyser votre marque employeur, vous pouvez :

- **Consulter les avis employeurs en ligne** : les avis et les notes de votre entreprise sur les sites de notation peuvent vous permettre d'identifier les questions et commentaires récurrents.
- **Récolter les avis de vos collaborateurs** : interrogez vos salariés en interne pour avoir leur avis sur l'entreprise. Vous pouvez leur poser les questions suivantes : « Pourquoi avoir rejoint l'entreprise ? » ou « Qu'aimez-vous le plus / le moins dans votre travail ? ».

- **Mener des entretiens auprès des employés qui quittent l'entreprise** pour mieux comprendre leur expérience et cibler les faiblesses de vos processus et de votre culture d'entreprise
- **Garder un œil sur les réseaux sociaux**, en suivant les mentions de votre marque pour avoir des avis francs sur votre entreprise.

92 %

92 % des chercheurs d'emploi affirment lire les avis concernant un employeur potentiel avant de se forger une opinion sur lui⁶.

6. Enquête Indeed, Search for Greatness, 2020-2021, n = 7 101 (monde)

2. Définissez la proposition de valeur unique de votre entreprise

Votre proposition de valeur aux employés réunit tout ce qui est au cœur de votre entreprise, y compris ses valeurs fondamentales, sa mission, sa vision et sa culture.

De nombreux chercheurs d'emploi souhaitent travailler pour des entreprises qui correspondent à leurs centres d'intérêt et à leurs valeurs. Une proposition de valeur en phase avec les objectifs et les passions d'un talent peut faire pencher la balance en votre faveur. Elle doit représenter les valeurs de votre entreprise et faire en sorte que vos employés se sentent fiers, motivés et encouragés à donner le meilleur d'eux-mêmes chaque jour.

Une proposition de valeur convaincante peut inclure (entre autres) les éléments suivants :

- **Des récompenses financières** telles que le salaire, les options d'achat d'actions et les primes
- **Des avantages sociaux** comme une mutuelle avantageuse, des congés parentaux ou des vacances sponsorisées par l'entreprise

- **Les possibilités de développement de carrière**, telles que la formation au leadership, la formation technique, les programmes de mentorat, les promotions, les possibilités de voyage, le remboursement des frais de scolarité ou les cours de formation rémunérés.
- **Des avantages et des incitations monétaires et non monétaires supplémentaires**, tels que l'abonnement à une salle de sport, du café et des en-cas gratuits, des horaires de travail flexibles, des possibilités de travail à domicile ou des ateliers de renforcement de l'esprit d'équipe, ...
- **Un environnement de travail positif** qui offre de l'autonomie, de la reconnaissance et un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée.
- **Des déclarations sur la culture, les objectifs et les valeurs de l'entreprise**, comme la communication, la collaboration et les relations positives entre les membres de l'équipe et les superviseurs

3. Développez une stratégie de promotion de la marque employeur

Une fois votre marque employeur établie, réfléchissez à la façon dont vous allez la promouvoir. Vous pouvez par exemple :

Créer une page Carrières sur votre site web avec des photos des coulisses et des témoignages de salariés

Surveiller les avis laissés sur votre entreprise, et prendre le temps de répondre aux commentaires (aussi bien positifs que négatifs) des salariés

Demander à vos salariés de partager leur expérience au sein de votre entreprise sur les réseaux sociaux

Ajouter vos éléments de marque à vos offres d'emploi pour les démarquer (logo, avantages, etc.)

Optimiser vos pages entreprise avec des photos et des vidéos qui véhiculent l'esprit de votre entreprise

Astuce pratique :

Les Pages Entreprises Indeed sont gratuites pour tous les employeurs.

Les demandeurs d'emploi qui visitent votre page d'entreprise Indeed sont, en moyenne, **77 %** plus susceptibles de postuler à vos offres d'emploi.⁷

Témoignage d'une PME



Julien Crépin,
gérant de l'entreprise Bio Propre

Quelques mots sur Bio-Propre :

Bio Propre est une entreprise engagée, créée en février 2020. Opérant dans le secteur de la propreté dans les régions de l'Oise et la Somme en Hauts de France, elle offre ses services aux professionnels. Avec une équipe de 60 salariés, Bio Propre se spécialise dans les interventions de bio nettoyage, notamment dans les secteurs hospitaliers, agro-alimentaires et tertiaires.

Depuis sa fondation, l'entreprise est fortement orientée vers la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Elle repense constamment ses modes opératoires pour limiter son impact environnemental et sociétal, en utilisant des produits biologiques.

Bio Propre est également un adhérent de la CPME du département 60.

Quelles difficultés avez-vous rencontré dans le développement de votre entreprise ?

Par essence, notre business model est très lié à la main d'œuvre. Trouver les bons salariés est donc un enjeu essentiel pour notre développement. Nous avons pris le parti de beaucoup communiquer sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, et Youtube) pour promouvoir notre image d'employeur auprès des jeunes et des personnes susceptibles de nous rejoindre.

Nous avons aussi refondu tout le processus de recrutement, historiquement assez lourd et chronophage (CV papier, candidatures en volume mais peu ciblées, etc.). Nous nous sommes tournés vers Indeed pour publier nos offres d'emploi, et cela nous a permis d'aller chercher près de 4 fois plus de candidatures⁸, tout en étant capables de filtrer et sélectionner les candidats très facilement, et répondre individuellement à chacun des candidats. C'est un point qui nous semble très important : ne jamais laisser les candidats sans réponse.

Quels conseils partageriez-vous aux entreprises qui rencontrent aussi des problématiques de recrutement ?

Identifier ses avantages et en tirer parti :

nous partons d'un secteur qui n'est sur le papier pas forcément très attractif. Néanmoins, en travaillant bien nos fiches de poste et en mettant en avant nos avantages, on se rend compte que notre engagement environnemental est un vrai facteur différenciant. De même que notre engagement au niveau des horaires de travail - que nous proposons en journée, et non de nuit comme cela se fait beaucoup dans la profession. Finalement, beaucoup de nos salariés viennent justement pour cela. C'est donc essentiel de bien travailler les modèles d'annonces, et de présenter nos forces de la meilleure des manières.

Savoir y passer le temps nécessaire :

ces dernières années, on remarque une inversion de la tendance, c'est devenu un vrai travail de bien recruter, et il faut désormais prendre le temps de séduire les candidats pour les faire venir. Être présent, investi, et faire vivre l'image de son entreprise est essentiel (entretiens, relances, présence aux forums, salons, etc.).

Quels sont vos projets pour l'année à venir ?

De nouveaux recrutements, évidemment ! Nous avons également un projet de développement en franchise, qui va nous amener à recruter aussi sur des postes d'encadrement, d'agents, et d'assistants. Nous travaillons également pour obtenir la certification B-Corp, et sommes en veille technologique constante pour réinventer notre métier.

8. Source : Bio Propre



Votre prochain recrutement commence ici.

Donnez toutes les chances à votre entreprise en 2024, avec Indeed et la CPME.



La **CPME** (Confédération des petites et moyennes entreprises) est l'organisation patronale des petites et moyennes entreprises, tous secteurs confondus : industrie, services, commerce, artisanat et professions libérales.

Partenaire social, la Confédération les représente tant dans les négociations paritaires qu'auprès des pouvoirs publics, en France et à l'international. Première organisation d'employeurs de France, la CPME regroupe 239 000 entreprises adhérentes employant plus de 3 millions de salariés à travers tout le territoire, y compris l'outre-mer.



Indeed est le premier site d'emploi au monde⁹ et permet aux talents de rechercher des millions d'offres dans plus de 60 pays et 28 langues. Plus de 3,5 millions d'employeurs utilisent Indeed pour trouver et embaucher de nouveaux employés¹⁰.

Plus de 350 millions de visiteurs uniques utilisent Indeed chaque mois pour rechercher des emplois, publier des CV, rechercher des entreprises et plus encore¹¹.

9. Comscore, total visites, juin 2023

10. Données Indeed

11. Données Indeed, moyenne mensuelle de visiteurs uniques d'avril à juin 2023

indeed

+

cpme
CONFÉDÉRATION DES PME