

À vos portails : Vive le recrutement efficace!

Par **Michel Salmon, CRHA**

À l'instar du téléphone à cadran et de la dactylo, le temps du recrutement courriel (et papier) est révolu. Toutefois, les PME québécoises adoptent les technologies de recrutement plus lentement que les entreprises des autres provinces canadiennes ou des États américains.

Se doter d'un bon système de recrutement n'est pas seulement une question d'amélioration de son efficacité, mais c'est aussi la gestion d'un **actif** qui peut rapporter immédiatement et à long terme. Voici quelques réflexions pratiques qui provoqueront peut-être votre conversion.

À la base, un bon système de recrutement augmente l'efficacité en réduisant la gestion de la paperasse, y compris des courriels. Ceci inclut la gestion des affichages et des descriptions de tâches, la gestion des curriculum vitae, le suivi et l'historique des candidatures et l'amélioration du processus de présélection. Sachez que votre portail d'entreprise peut veiller à tous ces volets à la fois.

Toutefois, il y a aussi la possibilité d'appliquer des stratégies encore plus poussées pour mieux rentabiliser son investissement en recrutement et ainsi bénéficier d'avantages supplémentaires au-delà de l'amélioration de l'efficacité. Quelques exemples concrets :

Attendez-vous qu'un poste soit ouvert pour commencer à dénicher des candidatures? Si oui, vous perdez l'avantage d'un de vos plus importants actifs en recrutement... votre banque de candidats. Une candidature, même périmée, demeure un actif.

Voici comment : i) il est possible que certains des candidats soient encore disponibles ou qu'ils ne soient pas satisfaits de leur emploi actuel; ou ii) même s'ils ne sont pas disponibles, ces individus peuvent devenir une précieuse source de références. Il suffit de leur demander des noms de collègues ou de connaissances! Un appel de suivi téléphonique ouvrira des nouvelles pistes de solutions peu coûteuses.

Affichez-vous en permanence sur votre site d'entreprise en indiquant les quelques postes que votre entreprise doit pourvoir régulièrement.

Utilisez votre budget de publicité pour afficher votre entreprise et cibler une catégorie de postes ou plusieurs postes en même temps. Ainsi, votre stratégie de publicité sert à rediriger une plus grande cible de chercheurs d'emploi vers le portail de recrutement de votre entreprise. Cette approche vous permet de vous distinguer et de vous mettre en mode marketing plutôt qu'en mode réactif. Nul besoin de fournir les descriptions de postes dans vos annonces : présentez une description captivante de votre entreprise avec les catégories ou titres de postes ainsi qu'un hyperlien avec les descriptions de postes détaillés maintenant disponibles sur votre site d'entreprise. Ainsi, un candidat potentiel pourra découvrir plusieurs postes susceptibles de l'intéresser.

Donnez la possibilité aux candidats de faire le premier tri... en divisant les descriptions de vos postes en plusieurs niveaux d'expérience tels niveau d'entrée, niveau intermédiaire et niveau supérieur pour permettre aux candidats de se classer naturellement par rapport aux exigences et à leur degré de compétences. Il est tout de même essentiel de bien structurer les postes, et ce, pour permettre aux candidats de bien se classer, sinon vous risquez la multiplication des demandes.

Utilisez un système de recrutement qui vous permet de poser quelques questions de présélection de base par rapport au poste. Ceci vous permettra de cerner des renseignements importants qui ne sont pas nécessairement communiqués dans le curriculum vitae. Ainsi, vous améliorerez de façon considérable le temps requis (jusqu'à 70 %) par l'exercice du tri et de la présélection des candidatures.

En adoptant ces quelques stratégies, vous profiterez en somme,

- d'une réduction du temps de gestion;
- d'une productivité accrue;
- d'une augmentation de l'impact de votre investissement en publicité;
- d'un historique de vos transactions réduisant le dédoublement d'effort.

Faites vos devoirs au préalable afin de bien structurer votre processus de recrutement. **C'est un actif qui ne peut qu'être payant.**

Michel Salmon, CRHA, est président de Lumas inc.
Téléphone : 514 990-8093
Adresse électronique : msalmon@lumas.ca