



● Article de blog

**12 exemples de
contenus pour
dynamiser son
site carrière**

Introduction

Avant de postuler, 95% des candidats se renseignent sur l'employeur (source : Stepstone). Le contenu ajouté sur le site carrière aide ces candidats à se projeter dans le poste, et surtout dans votre entreprise. On vous donne 12 exemples de contenus pour s'inspirer et dynamiser votre page carrière.

Sommaire

1. Ajoutez des photos	3
2. Informez vos candidats de vos dernières actualités	3
3. Communiquer sur son processus de recrutement	4
4. Ajouter des témoignages de collaborateurs	5
5. Créer des fiches métiers	5
6. Affichez votre parcours d'intégration d'un nouveau collaborateur	6
7. Communiquer sur les événements RH	6
8. Créer des vidéos	7
9. Mettez en avant vos collaborateurs	7
10. Une FAQ pour répondre à toutes les questions des candidats	7
11. Créer un quiz d'orientation	8
12. Communiquez sur votre site carrière	8
13. Livre blanc RH	8

1. Ajoutez des photos

La première chose indispensable pour dynamiser votre site carrière est d'ajouter des photos de votre entreprise. Cela peut être une image de l'équipe, des bureaux, des espaces de restauration ou d'un événement interne. Les photos permettent de promouvoir les avantages qu'offre votre entreprise : salle de sport, bureau agréable, restauration sur place ? Montrez-le aux candidats !

Par exemple, l'entreprise [Marie Morin](#) met en avant ses équipes à travers plusieurs photos sur leur site carrière :



Notre histoire...

Marie Morin est une entreprise familiale spécialisée dans la fabrication de yaourts et desserts gourmands.

A l'origine de cette belle histoire, Marie et Alain, tous deux amoureux de la cuisine et des bons produits. Ensemble, ils décident de se lancer dans une aventure humaine accompagnés de leur trois enfants Bruno, David et Eric.

[En savoir plus](#)



2. Informez vos candidats de vos dernières actualités

Vous avez reçu une récompense ? Un nouveau produit vient d'être commercialisé ? Vous avez embauché un nouveau collaborateur ? L'entreprise s'implante dans une nouvelle ville ? Ajoutez-le sur votre site carrière !

Ces actualités permettent aux candidats de se tenir au courant et de se renseigner avant un entretien. Cela montre également votre dynamisme, vos engagements et peut prouver certaines de vos valeurs.

3. Communiquer sur son processus de recrutement

Chaque entreprise a son processus de recrutement propre. Les candidats, eux, se posent toujours les mêmes questions :

- L'entreprise a-t-elle reçu ma candidature ?
- Dans combien de temps vais-je recevoir une réponse ?
- Combien d'entretien(s) vais-je passer ? Avec qui ? Un manager ? Un recruteur ? La Direction ?

Communiquer sur son processus de recrutement permet aux candidats de se projeter. Ils savent où ils en ont, et combien d'étape il leur reste avant d'être, potentiellement, embauché. Si vous ajoutez un délai entre chaque étape, ils pourront également estimer la date de vos prochains échanges.

Par exemple, l'entreprise [Dolmen](#) affiche sur son site carrière, aux moyens d'une image, les différentes étapes de leur processus de recrutement. On peut donc y voir le nombre d'étapes, le nombre d'entretiens / rencontres.



4. Ajouter des témoignages de collaborateurs

En publicité, un témoignage client ou utilisateur a toujours plus d'impact que le discours de la marque. Vous ferez plus confiance à l'avis d'un proche ou d'un consommateur qui vous ressemble, qu'au discours publicitaire de la marque.

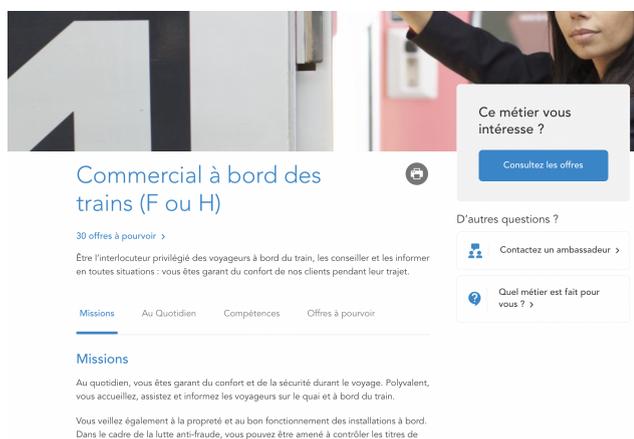
Dans le recrutement, c'est la même chose. Le témoignage d'un collaborateur aura toujours plus d'impact sur un candidat et est très apprécié par ceux-ci. Il peut être sous un format vidéo, article de blog ou un encart sur le site carrière, vous pouvez, par exemple, indiquer le nom de votre collaborateur, son poste, ses principales missions, son parcours, ce qui lui plaît dans son métier, pourquoi il a choisi votre entreprise. Pour aller plus loin, votre collaborateur peut également ajouter un conseil à destination des candidats, son profil LinkedIn ou ses coordonnées pour être contacté.

Les témoignages vont conforter le candidat sur vos valeurs, l'ambiance qui règne dans l'entreprise, lui faire comprendre le poste et connaître l'équipe.

Le Groupe Jean Hénaff a, par exemple, interviewé deux de ses collaborateurs. L'occasion d'échanger sur leur métier et sur ce qu'ils aiment chez Hénaff : [voir les vidéos sur le site carrière](#).

5. Créer des fiches métiers

Très répandu chez les Grands Groupes, les fiches métiers permettent d'expliquer les métiers les plus représentés dans votre entreprise. L'objectif est de faire comprendre aux candidats les différentes tâches pour un métier donné et de lui proposer l'ensemble des offres disponibles.



Sur le site carrière de la SNCF, vous pourrez consulter les fiches métiers du Groupe, assez méconnu du Grand public. Ainsi, vous trouverez par exemple la [fiche de poste d'un Contrôleur](#) avec l'ensemble de ses missions, son quotidien, les compétences à avoir pour le devenir et les offres à pourvoir dans toute la France. Pour aller plus loin, les candidats peuvent également contacter un ambassadeur ou consulter le témoignage d'un collaborateur.

6. Affichez votre parcours d'intégration d'un nouveau collaborateur

Communiquer sur son parcours d'intégration permet aux candidats de mieux se projeter dans le poste. Si des formations sont prévues dès l'arrivée d'un nouveau collaborateur, les candidats peuvent être rassurés sur la prise en main de logiciels ou sur la maîtrise d'un vocabulaire spécifique.

Vous pouvez également afficher les perspectives d'évolution et le suivi du parcours professionnel de vos collaborateurs. Cet élément permet aux candidats de se projeter à long terme dans votre entreprise.

Le cabinet d'expertise comptable Capeos propose, sur son site carrière, une page entière dédiée à l'intégration. Il y explique le parcours d'intégration, le suivi des compétences par les Ressources Humaines et des témoignages vidéos.

7. Communiquer sur les événements RH

Les [événements RH](#) sont un bon moyen de rencontrer de nouveaux candidats et de les découvrir autrement qu'au travers un CV. Si vous participez ou organisez un événement RH type job dating ou forum recrutement, communiquez dessus ! Les candidats qui souhaitent vous rencontrer physiquement pourront profiter de ces moments.

L'entreprise agroalimentaire Daunat organise régulièrement des forums emploi pour recruter des préparateurs de commande ou des agents de fabrication. Il suffit aux candidats de s'inscrire en ligne et de se rendre, le Jour-J, sur le lieu de l'événement avec son CV.

8. Créer des vidéos



Les collaborateurs d'ID Automatism témoignent

A travers leur témoignage les collaborateurs du groupe vous racontent leur expérience : recrutement, intégration, vie de l'entreprise...

Le format vidéo est très apprécié aujourd'hui, que ce soit auprès des clients que des candidats. Il permet aux candidats de voir vos locaux, votre équipe et de s'y projeter. La vidéo permet également de mettre vos collaborateurs en avant.

C'est le cas de Digitaleo qui a initié une [série de vidéos](#) pour mettre à l'honneur ses collaborateurs. Au programme, une série de questions sérieuses et décalées pour apprendre à connaître 8 collaborateurs.

9. Mettez en avant vos collaborateurs

Avec l'expansion du digital, nous avons de plus en plus besoin de mettre en avant l'humain. Si vous le pouvez, ajoutez vos collaborateurs sur le site internet en indiquant leur nom, prénom, fonction et le lien vers leur profil LinkedIn. Vous pouvez également l'agrémenter d'un témoignage. Les internautes sont très friands des retours d'expérience. Cela rend vos collaborateurs (et votre entreprise) plus accessibles. Les candidats, eux, peuvent rencontrer virtuellement leurs potentiels futurs collègues et les contacter. Attention tout de même. Si certains de vos salariés ne souhaitent pas être ajouté sur le site internet, ne les obligez pas !

10. Une FAQ pour répondre à toutes les questions des candidats

Pour diminuer le nombre d'abandons de candidature, certaines entreprises répondent aux principales questions des candidats directement sur leur site carrière. Ainsi, vous pouvez expliquer aux candidats votre processus de recrutement, le temps d'attente entre chaque étape, le nombre d'entretiens effectués, les personnes rencontrées.

Certaines grandes entreprises, comme Carrefour, vont plus loin en donnant des conseils aux candidats pour postuler ou pour préparer un entretien.

Cette idée de contenu peut largement être utilisée par de plus petites entreprises. Pour cela, répertoriez les principales questions que vos candidats se posent et répondez-y sur votre site carrière dans un espace dédié. Cet espace peut être une page de votre site, un encart sur l'accueil de votre site recrutement ou une vidéo.

11. Créer un quiz d'orientation

Si vos métiers sont très spécifiques à votre entreprise, vous pouvez proposer un quiz d'orientation. Le candidat répond à une série de questions, ce qui lui permet ensuite de consulter son profil et les métiers qui lui correspondent dans votre société.

Pour plus d'efficacité, ajoutez le lien vers les offres à pourvoir dans ce métier après les résultats du quiz.

12. Communiquez sur votre site carrière

Mettez en avant votre site carrière sur vos supports de communication. Vous pouvez communiquer depuis vos réseaux sociaux et ajouter le lien de votre page carrière dans la signature e-mail de vos collaborateurs. Vous organisez une campagne de communication pour promouvoir vos recrutements ? Pensez à ajouter le lien de votre site carrière !

13. Livre blanc RH



Vous avez un projet de refonte ou de création d'un site carrière et ne savez pas par où commencer ? Notre livre blanc est fait pour vous ! Plus de 20 pages de conseils pensés pour les équipes RH : choix de la solution technique, prix... [Télécharger gratuitement.](#)



Notre mission

"Réenchanter le recrutement, pour tous"

Nous concevons un logiciel qui optimise l'expérience de toutes les parties prenantes d'un recrutement. Oui, vraiment toutes !

● Recruteurs

Un outil de travail spécialisé pour les métiers du recrutement, intuitif et, ce qui ne gâche rien, joli !

● Managers

La prise en compte des opérationnels qui interviennent dans les recrutements et qui n'ont pas ou peu de connaissances RH.

● Candidats

Un soin apporté aux interfaces utilisées par les postulants et une optimisation des processus de recrutement pour aboutir à l'expérience candidat optimale.

www.werecruit.com

02 30 96 67 56

Cet article a été rédigé par la société We Recruit.
Merci de nous contacter à l'adresse mletellier@werecruit.io
avant de le diffuser ou d'en citer des extraits.

We Recruit, 1 b avenue de Belle Fontaine, 35510 Cesson-Sévigné, France