



# Faire face à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée en violence sexuelle

## GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT POUR LES GESTIONNAIRES

Rédigé par :

Jennifer Dumas | B.A. Communication sociale

AGENTE AUX COMMUNICATIONS ET À LA VALORISATION DES CONNAISSANCES

JANVIER 2023

# FAIRE FACE À LA PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE

## GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT AUX GESTIONNAIRES

### Table des matières

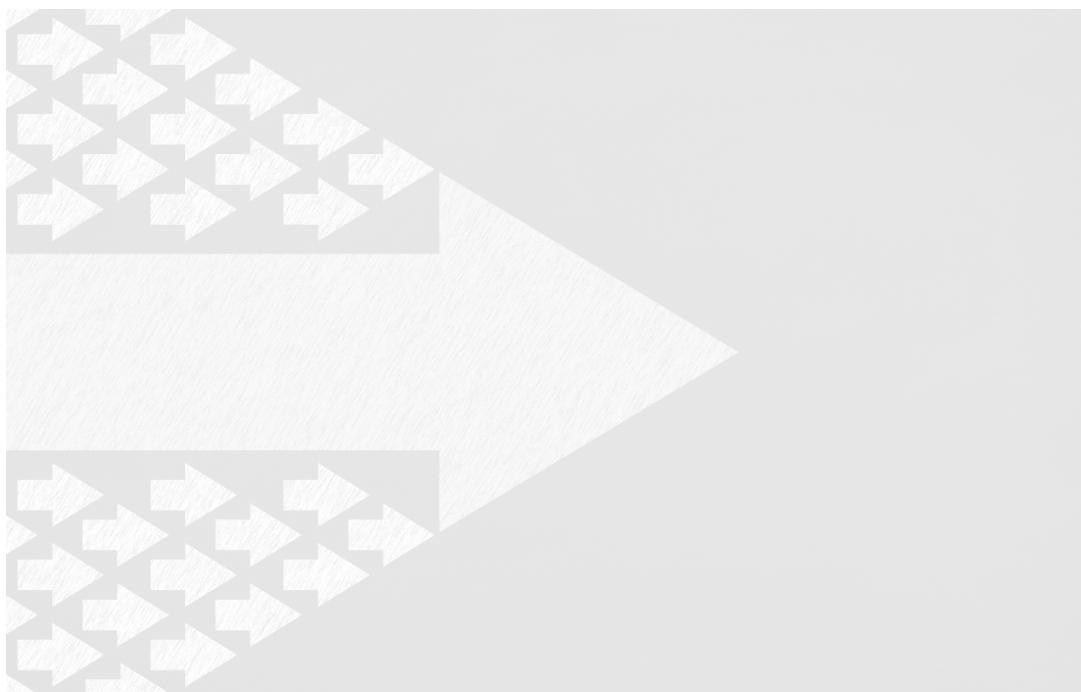
GUIDE DES BUREAUX DE STAGES .....	3
Université du Québec à Montréal.....	3
Université de Sherbrooke.....	3
Université Laval .....	3
Université du Québec à Rimouski.....	4
Université du Québec en Abitibi Témiscamingue.....	4
Université du Québec à Trois-Rivières.....	4
Université McGill.....	4
Université du Québec en Outaouais.....	5
SERVICES GOUVERNEMENTAUX D'AIDE À L'EMBAUCHE ET À LA FORMATION....	5
Accueil de stagiaires .....	5
Aide à l'embauche .....	5
Aide à la formation.....	6
LES MEILLEURES PRATIQUES EN RECRUTEMENT .....	7
Astuces de recrutement.....	7
LES ASTUCES DU RIMAS .....	12
RÉDACTION OPTIMALE D'UNE OFFRE D'EMPLOI.....	13

# AVIS

Ce guide a été rédigé afin d'outiller les gestionnaires d'OBNL membres du **RIMAS**, face aux différentes ressources offertes en matière de recrutement, mais également afin de partager les plus récentes techniques de recrutement utilisées sur le marché du travail.

Inspirées de différentes techniques en relations humaines et en communication, certaines de ces façons de faire peuvent ne pas vous aller.

Cependant, vous y trouverez assurément quelques idées nouvelles et outils susceptibles de vous aider dans vos difficultés d'attraction, d'embauche et de rétention de personnel qualifié.



## GUIDE DES BUREAUX DE STAGES

Une majorité des organismes membres du RIMAS sont des milieux vivement intéressants pour recevoir des stagiaires.

En effet, bien que ceux-ci puissent être spécifiques à la délinquance sexuelle, lors d'un parcours scolaire en ce sens, plusieurs organismes sont également à la recherche de ressources tant en communication, pour la réalisation de plan de communication, la gestion et l'animation de leurs réseaux sociaux ou pour la création d'outils visuels, mais également de stagiaires en recherche, en ressources humaines, en comptabilité, en secrétariat et plus encore.

Voilà pourquoi il nous semble important de ne pas seulement se limiter à l'intégration de stagiaires cliniques, mais bien au contraire, profiter de ces précieux finissant·e·s afin de nous aider dans la multitude de tâches qui nous entourent.

### Université du Québec à Montréal

Site internet : [Consulter](#)

Demande de placement : [Consulter](#)

JOINDRE :

Directrice : Geneviève Messier

Téléphone : (514) 987-7830

Télécopieur : (514) 987-0107

Courriel : [bfm@uqam.ca](mailto:bfm@uqam.ca)

Heures d'ouverture : Lundi au mercredi de 9h à 12h et de 13h à 17h

[Informations](#)

### Université de Sherbrooke

Site internet : [Consulter](#)

Recrutement : [Consulter](#)

Aide financière à l'embauche de stagiaires : [Consulter](#)

Informations et ressources utiles : [Consulter](#)

JOINDRE :

Téléphones : 819 821-7747 - 1 800 267-8337

Courriels : [coop@USherbrooke.ca](mailto:coop@USherbrooke.ca) (stages coopératifs) | [placement@USherbrooke.ca](mailto:placement@USherbrooke.ca) (offres d'emploi)

Heures d'ouverture : 8 h 30 à 12 h | 13 h à 16 h 30

### Université Laval

Site internet : [Consulter](#)

Affichage et règlements : [Consulter](#)

Stratégie de recrutement personnalisée : [Consulter](#)

JOINDRE :

Téléphone : 418 656-3575

Courriel : [sdp@ulaval.ca](mailto:sdp@ulaval.ca)

## Université du Québec à Rimouski

Site internet : [Consulter](#)

Caractéristiques générales des stages  
et personnes-ressources : [Consulter](#)

JOINDRE :

**CAMPUS DE RIMOUSKI**

Julie Bonenfant, c.o.

Téléphones : 418 723-1986 |

1 800 511-3382, poste 1926

Courriel : [emploi-rimouski@uqar.ca](mailto:emploi-rimouski@uqar.ca)

**CAMPUS DE LÉVIS**

Marie-Pascale Morin, c.o.

Téléphones : 418 833-8800

| 1 800 463-4712, poste 3268

Courriel : [emploi-levis@uqar.ca](mailto:emploi-levis@uqar.ca)

## Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue

Site internet : [Consulter](#)

JOINDRE :

Anne Beaulieu

Téléphone : 819 762-0971 poste 2510

Télécopieur : 819 797-4727

Courriel : [anne.beaulieu@uqat.ca](mailto:anne.beaulieu@uqat.ca)

## Université du Québec à Trois-Rivières

Site internet : [Consulter](#)

Département de psychologie : [Site internet](#)

JOINDRE :

Jacinthe Giguère

Téléphone : 819 376-5011 poste 4064

Télécopieur : 819 376-5195

Courriel : [Jacinthe.Giguere@uqtr.ca](mailto:Jacinthe.Giguere@uqtr.ca)

Département DE psychoéducation : [Site internet Informations](#)

JOINDRE :

Téléphone : 819 376-5011, poste 3549

Télécopieur : 819 376-5066

Courriel : [dir.dep.psychoeducation@uqtr.ca](mailto:dir.dep.psychoeducation@uqtr.ca)

Département DE psychoéducation : [Site internet](#)

## Université McGill

Site internet : [Consulter](#)

Aide financière à l'embauche : [Consulter](#)

JOINDRE:

Service de planification de carrière

Téléphone : 514-398-3304

Courriel : [careers.caps@mcgill.ca](mailto:careers.caps@mcgill.ca)

Site internet : [Consulter](#)

Plate-forme de recrutement en ligne :  
[Consulter](#)

**Crédits d'impôt admissibles** : Crédit d'impôt pour stage en milieu de travail – Étudiant inscrit à temps plein dans un établissement d'enseignement reconnu | Revenu Québec (revenuquebec.ca)

**JOINDRE :**

**Numéro général**

**Téléphone** : (819) 595-3900 | 1 800 567-1283

**Bureau du registraire (Gatineau)**

(819) 773-1850

Sans frais : 1 800 567-1283 poste 1850

**Guichet étudiant | Info-campus (Saint-Jérôme)**

450-530-7616 poste 4859

Sans frais : 1-800-567-1283 poste 4859

**Direction des communications et du recrutement**

(819) 595-3842

Sans frais : 1 800 567-1283 poste 3842

**Heures d'ouverture** : 8 h 30 à 12 h et 13 h à 16 h 30

**Courriels** :

[question@uqo.ca](mailto:question@uqo.ca)

[registraire@uqo.ca](mailto:registraire@uqo.ca)

[dcr@uqo.ca](mailto:dcr@uqo.ca)

## SERVICES GOUVERNEMENTAUX D'AIDE À L'EMBAUCHE ET À LA FORMATION

Le gouvernement du Québec ainsi que le gouvernement du Canada proposent différents programmes d'aide financière à l'embauche et à la formation. Consultez régulièrement ces sites afin d'en prendre connaissance.

### Accueil de stagiaires

- Aide financière à l'embauche de diplômé-e-s | Programmes d'aide : [Consulter](#)
- Programme incitatif pour l'accueil de stagiaires : [Consulter](#)



### Aide à l'embauche

Les aides à l'emploi concernent les dispositifs de financement partiel mis en place par l'État ou les organismes sociaux et visant à favoriser l'emploi. Ces dispositifs sont nombreux, et permettent généralement à l'employeur de bénéficier d'allègements de charges sociales.

Celle-ci permettra à l'employeur de bénéficier de l'exonération totale ou partielle des cotisations et des contributions patronales.

- Diffusion des offres d'emploi | Emploi Québec : <https://cutt.ly/vZs3Zn9>
- Création profil employeur | Emploi Québec : <https://cutt.ly/MZs3MsC>
- Aide financière à l'embauche | Emploi Québec : <https://cutt.ly/7Zs8qe4>
- Aide financière à l'embauche | Gouvernement du Canada : <https://cutt.ly/NZs8cQT>
- Subvention salariale pour employés | Gouvernement du Québec : <https://cutt.ly/8Zs8D64>

## Aide à la formation

Certains membres de votre personnel ont besoin de formation afin d'accomplir correctement leur travail ou seulement afin de mettre à jour leurs connaissances? La mesure de formation de la main-d'œuvre à l'intention des entreprises vise à soutenir le développement des compétences.

Ces programmes pourraient aussi vous aider à maintenir les expertises en place dans votre entreprise.

Vous pourriez obtenir une aide technique ou financière pour :

- Définir vos besoins de formation;
- Réaliser votre projet de formation;
- Évaluer l'efficacité de la formation reçue.



Consultez ces quelques liens répertoriés pour vous :

- Mesure de formation de la main-d'œuvre | Emploi Québec : [Consulter](#)
- Programmes de financement pour les projets d'emplois, de formation et de développement social | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Formation de la main-d'œuvre | Gouvernement du Québec : [Consulter](#)
- Initiatives de formation pour l'emploi | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Former ses employés | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Allocation canadienne pour la formation | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Programme de stages pratiques pour étudiants | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Formation en entreprise | Emploi Québec : [Consulter](#)
- Crédit canadien pour la formation | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Bourses d'études | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Régime d'encouragement à l'éducation permanente (REEP) | Gouvernement du Canada : [Consulter](#)
- Bourses de soutien à la persévérance et à la réussite des stagiaires | Gouvernement du Québec : [Consulter](#)

# LES MEILLEURES PRATIQUES EN RECRUTEMENT

## Astuces de recrutement

### 1. Avoir un site web clair, attrayant et muni d'une section carrières

Les chercheur·euse·s d'emploi visitent de plus en plus les sites web des entreprises afin d'y trouver un travail. C'est pourquoi il est très important d'y retrouver une section carrière. Il peut d'ailleurs être pertinent d'indiquer dans cette section des catégories distinctes.

Par exemple, une section pour les étudiant·e·s, les postes de gestion, etc. Il est également recommandé d'avoir un espace alloué aux candidatures spontanées.



*Les 2/3 des candidats font leurs recherches d'emploi à partir de leur téléphone intelligent, selon une enquête RégionJobs<sup>1</sup> de 2017. Les entreprises ont tout intérêt à lancer une application dédiée, ou au moins à s'assurer que leur site carrières dispose d'un responsive design de qualité (design réactif/adapté/réceptif). C'est-à-dire que le site internet adapte facilement son contenu à l'écran, quel que soit le terminal utilisé (téléphone portable, tablette, ordinateur de bureau, télévision...). Il s'agit d'adapter le site à toutes les résolutions.*

### 2. Présence sur les médias sociaux

Les réseaux sociaux sont des outils de communication ayant plusieurs utilités. Ils permettent entre autres de :

- Se créer un réseau de contacts variés;
- Améliorer son image de marque ainsi que son image web;
- Cibler les tendances du marché;
- Trouver et diffuser de l'information à jour;
- Recruter et échanger avec de nouveaux·elles/potentiel·le·s candidat·e·s;
- Prodiguer des conseils aux candidat·e·s/client·e·s
- Être plus proche de son public cible;
- Fidéliser sa communauté;
- Faire la promotion de ses événements;
- Effectuer un retour après-service;
- Obtenir de la rétroaction active de ses client·e·s.



*Plus de la moitié des chercheurs d'emploi ont abandonné leur candidature à la lecture d'un avis négatif sur l'entreprise (55 %), alors que seuls 45 % des employeurs vérifient la réputation en ligne de leur entreprise<sup>2</sup>.*

<sup>1</sup> Source : <https://www.digitalrecruiters.com/blog/recrutement-par-application-mobile-avantages-et-inconvenients>

<sup>2</sup> <http://d31kswug2i6wp2.cloudfront.net/marketo/content/case-studies/careerarc-future-of-recruiting-study.pdf>

### 3. Offre d'emploi sans CV

L'offre d'emploi sans CV gagne en popularité. Cette stratégie permet d'évaluer les réponses du·de la candidat·e avant même de le·la rencontrer, ce qui représente une économie de temps. Voici quelques exemples :

- Le questionnaire d'embauche [20 questions originales](#) afin d'en apprendre davantage sur la personnalité de votre candidat·e
- Voici également [10 sites d'emplois québécois](#) sur lesquels il peut être possible de publier vos offres.

*Plus des deux tiers des Américain·e·s salariés<sup>3</sup> conviennent que la procédure de candidature, d'entretien ou d'offre d'emploi les déciderait ou non à accepter un emploi.*

### 4. Évitez les pertes de temps

Le temps maximum recommandé pour effectuer une demande d'emploi en ligne est de quatre minutes. Les pertes de temps sont donc à éviter. Pour les contrer, lorsque vous publiez de l'information sur le web (sites d'emplois, médias sociaux, etc.), orientez les candidat·e·s vers **votre section carrière** ou votre site internet, **à l'aide d'un lien direct**. Ne récoltez que les informations pertinentes.

Postuler en ligne doit pouvoir se faire facilement. De plus, assurez-vous que votre système est facile à utiliser, sans quoi vous risquez peut-être de perdre une candidature intéressante. La personne qui postule ne doit pas avoir à chercher l'offre d'emploi.

*59 % des candidat·e·s ont abandonné une candidature en ligne en raison de problèmes ou de bogues sur le site web<sup>4</sup>.*

### 5. Ajoutez une section « RECRUTEMENT » à l'infolettre de l'entreprise/organisme, ou encore développez un hashtag dédié sur les réseaux sociaux



*Les outils les plus efficaces de promotion des talents comprennent les sites web des entreprises (68 %), les réseaux professionnels en ligne et les médias sociaux<sup>5</sup>.*

<sup>3</sup> <https://www.icims.com/blog/top-recruiting-stats-for-2019/>

<sup>4</sup> <https://www.icims.com/blog/top-recruiting-stats-for-2019/>

<sup>5</sup> [https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en\\_us/c/pdfs/Ultimate-List-of-Hiring-Stats-v02.04.pdf](https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/Ultimate-List-of-Hiring-Stats-v02.04.pdf)

## 6. Les traditionnelles « *Journées portes ouvertes* » se font de plus en plus pratiques

Il s'agit là d'une occasion pour vous de faire connaître votre entreprise/organisme auprès des potentiel-le-s employé-e-s, mais également auprès de la population en générale et de mettre de l'avant vos savoir-faire.

C'est donc une stratégie de communication qui peut s'avérer extrêmement efficace lorsqu'elle est menée avec succès.

C'est un événement qui doit être bien pensé par les entreprises qui l'organisent afin de profiter de tous ses avantages.

Voici les principaux objectifs pouvant être attendus :

- Augmenter sa notoriété;
- Améliorer sa visibilité;
- Valoriser son image;
- Présenter son savoir-faire;
- Promouvoir ses services;
- Instaurer une relation de confiance;
- Mettre en avant les métiers/formations/études des employé-e-s;
- Séduire de futur-e-s salarié-e-s.



### Les attentes des participant-e-s lors de ces événements

Outre les objectifs directs des entreprises/organismes, les journées « *portes ouvertes* » permettent également de répondre aux attentes du public. Les visiteur-euse-s n'ont pas tous le même profil et il est nécessaire de s'intéresser à leurs besoins pour leur offrir ce qu'ils viennent chercher.

### Les intérêts pour le public sont multiples :

- Avoir accès aux coulisses des entreprises/organismes;
- Découvrir les entreprises/organismes du territoire;
- Observer les savoir-faire en la matière;
- Voir l'ambiance et le lieu de travail de ses proches;
- Trouver des opportunités d'emploi;
- Confirmer une orientation professionnelle.

## Le Speed Recruiting

Lors de ces Journées, il vous est également possible de mettre en place un événement de *Job Datings* ou de *Speed Recruiting*. En effet, certain·e·s recruteur·e·s s'inspirent des modèles développés par les rencontres en ligne afin d'organiser de telles rencontres.

Cette série de brefs entretiens, plus informels qu'un entretien d'embauche classique, vise avant tout à valider l'intérêt de la candidature – pour le·la candidat·e comme pour l'entreprise. L'accent y est notamment mis sur la compatibilité plutôt que sur le CV.

Le public est curieux et adore avoir accès aux entreprises et organismes de sa région. Il est donc souvent enthousiaste de visiter celles implantées dans son lieu de vie. Pour d'autres, la motivation sera plus de l'ordre du professionnel, comme la validation d'une orientation professionnelle, pour des étudiant·e·s ou la recherche d'un emploi, pour les personnes en recherche.

Il est donc primordial de bien identifier les différents publics qui viendront visiter votre entreprise/organisme afin de répondre à leurs attentes et d'atteindre les objectifs de votre « *Journée portes ouvertes* ».

Voici également [un des nombreux sites](#) sur lequel trouver des idées afin d'organiser votre propre « *Journée portes ouvertes* ».

## 7. Les entretiens vidéo

De plus en plus d'entreprises se laissent séduire par les **ENTRETIENS VIDÉO DIFFÉRÉS**. Certaines entreprises proposaient récemment aux aspirant·e·s gestionnaires de médias sociaux de les convaincre en 120 secondes de vidéo, plutôt qu'en envoyant leur CV.



## 8. Une marche avant l'entrevue

Faites la première portion de l'entrevue en marchant dans les locaux ou l'environnement de travail. Ce préambule permet deux choses très intéressantes.

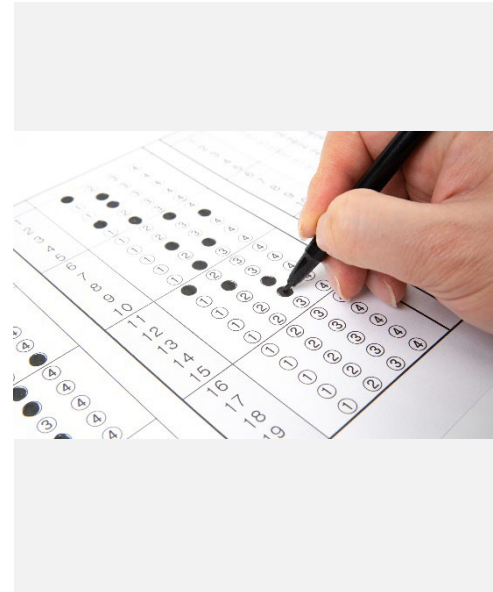
- C'est une bonne façon d'aider le·la candidat·e à évacuer son stress, ce qui rend son attitude plus naturelle;
- C'est l'occasion d'observer celui-ci.

Posez-lui des questions sur ce qu'il a remarqué lors de la visite, sur ce qu'il a le plus apprécié. S'il explique, par exemple, qu'il a aimé voir la dynamique de l'équipe, cette information nous apprend que les rapports humains sont importants pour ce·cette candidat·e. Si ce qu'il a remarqué est l'équipement présent dans les locaux, par exemple le type de technologie utilisée, les outils mis en place pour le personnel et la clientèle, on peut y voir là un souci d'utiliser les meilleures pratiques mises à sa disposition.

## 9. Des tests de recrutement et de personnalité

Faites passer un test de personnalité en guise de test de recrutement. Les tests de personnalité fournissent de l'information très pertinente sur divers aspects de la personnalité d'un-e candidat-e.

Certains tests sont gratuits et peuvent être trouvés très facilement sur internet! Non seulement sont-ils agréables à réaliser – chacun-e est généralement curieux-se de connaître le résultat – mais en plus, ils sont assez révélateurs. À vous de voir, d'abord et avant tout, de quel type de personnalité vous avez besoin pour compléter votre équipe. Est-ce d'un-e agent-e aux communications ou d'un-e responsable clinique?



Voici **quelques liens vers des tests de personnalité** facilement adaptables à vos réalités :

- Un [outil](#) afin d'évaluer le potentiel de votre futur-e employé-e;
- Un [test de personnalité](#) rapide dans lequel il est question de l'ouverture à l'expérience, la conscience professionnelle, l'extraversion, la convivialité, les réactions naturelles;
- Une [évaluation](#) psychométrique et d'évaluation du potentiel

## 10. Une question hors sujet pour clore l'entrevue

Ajoutez une question hors sujet à votre entrevue, mais pas n'importe laquelle...

En entrevue, souvent, les recruteur-e-s pensent à questionner les candidat-e-s sur des éléments qui concernent uniquement le travail : ponctualité, rigueur, esprit d'équipe...

Trouvez une question qui sorte de l'ordinaire et qui vous permettra dans connaître davantage sur votre candidat-e tel que :

- Vous gagnez un million au loto. Que faites-vous de cet argent ?
- On vous demande d'organiser notre prochain team building. Que nous proposez-vous ?
- Si vous écriviez votre autobiographie, quel en serait le titre ?

## LES ASTUCES DU RIMAS



**Organisez une journée porte ouverte** : Seul ou en équipe! Dans vos locaux ou dans une salle que vous louerez. Il n’y a pas meilleure visibilité pour un organisme que d’entrer en contact direct avec les chercheur·euse·s d’emploi.



**Participez aux journées carrières des Cégeps et universités** : Munissez-vous d’un dépliant à votre effigie et ciblez les écoles dans lesquelles vous souhaitez présenter. Allez directement à la rencontre de futur·e·s employé·e·s en leur présentant ce que vous avez à offrir.



**Instaurer des activités de [team building](#)** : Au sein de votre équipe, ces activités qui n’ont nullement besoin d’être très laborieuses sauront resserrer les liens et sortir du moule parfois très strict qu’impose la profession. Prenez un temps pour vous retrouver tous ensemble et vous amuser. Ce ne sera que bénéfique pour vous tous, mais également très alléchant pour de potentiel·le·s candidat·e·s.



**Participez aux événements organisés dans vos régions** : Faites une collecte des différentes activités et événements organisés dans vos régions. Il s’agit là d’un moment opportun afin de vous faire connaître, mais également afin de potentiellement recruter de nouveaux·elles stagiaires/employé·e·s.



**Engagez des stagiaires pour gérer vos communications** : Pour mettre à jour votre site internet, rédiger vos offres d’emploi, alimentez vos réseaux sociaux et plus encore.



**Utilisez à bon escient votre département des ressources humaines** : Si vous disposez d’une telle ressource, celle-ci sont toute disposée à vous outiller afin d’organiser vos entrevues, instaurer des activités au sein de l’équipe, mais également afin de vous outiller en matière des dernières tendances face au recrutement



**Intégrez la grammaire inclusive dans vos communications** : Notre société est en continuelle évolution et l’utilisation de la grammaire inclusive n’y fait pas exception. Consultez le guide que le **RIMAS** a rédigé pour vous afin d’intégrer graduellement cette nouvelle façon de communiquer, et ce, dans vos communications, sur vos sites internet, sur vos réseaux sociaux, etc.



**Compter sur le RIMAS** : Le **RIMAS** travaille pour ses membres. Nous vous offrons notre aide afin de publier vos offres d’emploi, tant sur nos réseaux que sur les sites internet universitaires. Profitez sans limitation de ce service totalement gratuit!



**Consultez nos guides** et n’hésitez jamais à nous consulter ou nous faire part de vos idées. Nous les mettrons en applications dans la mesure du réalisable!

## RÉDACTION OPTIMALE D'UNE OFFRE D'EMPLOI

Pour qu'une offre d'emploi soit attrayante et donne envie aux chercheur·euse·s d'emploi de déposer leur candidature, celle-ci doit respecter quelques normes, mais surtout être de son temps. Voici donc quelques astuces afin de rédiger une offre d'emploi qui captera l'attention des candidat·e·s.

### CE QUI DOIT S'Y RETROUVER :

Les informations essentielles :

- L'intitulé du poste;
- Le lieu;
- Le salaire;
- Les avantages;
- Les tâches et responsabilités;
- Les qualités et exigences recherchées.

**L'intitulé du poste** et sa description ont la même fonction qu'un titre. C'est-à-dire que vous devez amener le·la lecteur·trice à continuer leur lecture. Utilisez un ton direct (n'oubliez pas que vous parlez à une personne!). Rédigez votre annonce de façon succincte : plus celle-ci sera longue, moins il est probable qu'elle soit lue en entier. Surtout, laissez tomber les énumérations techniques!

Les informations essentielles (**le lieu; le salaire; les avantages**) doivent être placées en évidence, dans le haut de votre document. N'hésitez pas à user de fantaisie (des polices qui sortent de l'ordinaire, des couleurs vibrantes, des listes à puce, etc.).

Concentrez-vous d'abord sur **les tâches** essentielles, celles qui prennent des années à maîtriser. C'est lors de l'entrevue que vous pourrez juger de l'intérêt et de la capacité de la personne à en faire plus.

Dans le choix des **qualités et des exigences recherchées**, n'oubliez pas que la personnalité est aussi très importante dans le choix d'un·e candidat·e! Énoncez clairement les qualités nécessaires pour faire partie de votre équipe : curiosité, soif d'apprendre, capacité à travailler dans de courts délais, autonomie, etc.

### PRÉSENTEZ-VOUS

Présentez votre entreprise et expliquez clairement ce que vous faites. **Laissez tomber les longues descriptions qui figurent dans les documents de l'organisme** et usez encore ici d'ORIGINALITÉ.

Pour mettre l'eau à la bouche de vos futur·e·s employé·e·s, donnez-leur quelques exemples de **vos réussites les plus récentes**. Vous pouvez aussi **parler de votre mission et de vos valeurs, vos buts et projets**, ou encore leur **expliquer ce que vous faites concrètement pour votre clientèle**.

Les gens qui se cherchent un travail ne cherchent pas seulement un salaire. Ils cherchent aussi un environnement dans lequel ils pourront s'épanouir.

Parlez du secteur dans lequel se trouvent vos bureaux. De l'ambiance qui règne au sein de votre équipe. Donnez un aperçu d'une journée typique.



**VOICI UN EXEMPLE D'OFFRE D'EMPLOI PRIS SUR LE WEB. Celui-ci présente quoi ne pas faire et vous donne une idée de la meilleure formulation possible afin d'attirer un personnel de qualité :**

**Bloc ennuyant, hyperdescriptif et sans personnalité :**



*« Agendrix est une entreprise sherbrookoise qui se spécialise en gestion du personnel. Elle aide les gestionnaires à simplifier la planification des horaires, faire le suivi des feuilles de temps et communiquer avec leurs employés. »*

**Bloc motivant, intéressant et pertinent :**



*« Agendrix, c'est avant tout une équipe de passionnés des technologies qui souhaitent redéfinir la culture du travail.*

*Notre application de gestion d'employés simplifie la planification des horaires, le suivi des feuilles de temps et la communication en milieu de travail.*

*Au quotidien, nous aidons plus de 95 000 employés à être plus satisfaits et engagés au travail.*

*Nous nous sommes donnés comme mission d'inspirer une gestion plus humaine. Pour la concrétiser, nous cherchons à nous entourer des meilleurs. »*

## **L'APPEL À L'ACTION**

Aenez vos lecteur·trice·s à passer directement à l'action en ajoutant des textes accrocheurs à vos offres d'emploi, tels que : « *Postulez maintenant* » ou « *envoyez-nous votre CV dès maintenant* ».

**Établissez des mots clés et répétez-les tout au long de votre annonce.** Il s'agit d'une façon gagnante et efficace de marquer votre candidat·e. Il peut s'agir **des avantages, du type d'ambiance** qui règne au sein de l'équipe.

## **DES MOTS SIMPLES, MAIS PARLANT!**

Faites vibrer votre annonce et donnez leur envie de faire partie de votre équipe. Vous pourrez expliquer le poste plus en détail aux candidat·e·s qui vous contacteront.

## **SOYEZ CLAIR, CONCIS ET ATTRAYANT!**

## SURTOUT, N'OUBLIEZ PAS DE DIRE AUX GENS COMMENT POSTULER!

Dites clairement aux candidat-e-s comment postuler à l'emploi. **Ce n'est pas le temps de jouer aux devinettes.**

Spécifiez aussi ce que vous voulez qu'on vous envoie : CV, lettre de motivation, références, vidéo de présentation, etc.

Voici un exemple où vous avez peu de chance qu'on s'intéresse à votre annonce :

Cette partie de votre offre d'emploi n'a pas à être ennuyeuse. Vous pouvez user d'un peu de créativité.



Faites-nous parvenir une lettre de présentation et votre CV à l'adresse : [jobplate@gmail.com](mailto:jobplate@gmail.com).

Et maintenant, une formulation plus stimulante :



*« Oublie les formules de politesse qu'on retrouve dans les gabarits de lettres de présentation en ligne. Tu vas plutôt récolter des points bonis si tu nous parles un peu plus de toi de façon authentique.*

*Qu'est-ce que tu aimes dans un contexte de travail (tâches, ambiances, relations de travail, etc.)?*

*Qu'est-ce qui t'anime en dehors du travail (passions, sports, cuisine, voyages, etc.)?*

*As-tu des exemples de succès professionnels ou de projets qui méritent d'être partagés (en lien avec le poste)?*

*Si tu préfères envoyer ça en format vidéo (pas besoin de flafla), c'est encore mieux! »*

**N'oubliez jamais le mot d'ordre « humain », parce que vos offres s'adressent avant tout à des personnes!**

## Voici pour vous une offre d'emploi fictive que nous avons rédigée. Vous pouvez vous en inspirer!

Cliquez sur l'image afin d'être redirigé vers le document PDF.



## CONCLUSION

En plus de ces différentes astuces qui vous ont été proposées, depuis quelque temps déjà, le RIMAS vous permet de publier vos offres d'emploi sur les différents sites universitaires, préalablement ciblés. De plus, nous créons pour vos offres des visuels attrayants que nous partageons sur nos réseaux sociaux, en plus d'ajouter ces offres sur notre site Internet.