

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE DÉTAIL

POUR VOUS ÉCLAIRER DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Les bonnes pratiques du recrutement en ligne

Avant-propos

Au Québec, le commerce de détail compte près de 24 000 établissements et 300 000 employés. Les jeunes de 15 à 24 ans représentent 32 % de ces travailleurs et 23 % d'entre eux sont étudiants.

Les détaillants éprouvent une difficulté croissante à recevoir des candidatures qualifiées en raison de la forte concurrence et de la **pénurie de main-d'œuvre**.

L'embauche de ressources humaines compétentes est cependant un facteur clé quant au développement d'une organisation. Dans le contexte actuel, le **recrutement en** ligne s'avère être une méthode efficace en plus d'être attrayante pour les jeunes en particulier. Découvrez-en ici les avantages et les bonnes pratiques.



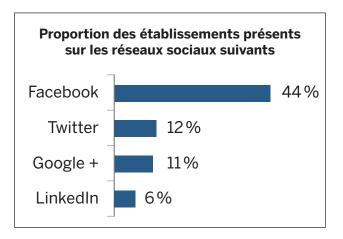
Dans cet article

- · Portrait de l'utilisation des technologies de l'information dans le commerce de détail
- Recrutement 2.0
- Avantages du recrutement en ligne
- Avis d'expert
- 10 bonnes pratiques à considérer
- Sites d'offres d'emploi dans le commerce de détail

Portrait de l'utilisation des technologies de l'information

dans le commerce de détail

Les PME du commerce de détail cumulent un retard de 10 % dans l'utilisation des technologies de l'information par rapport aux plus grosses entreprises. Au Québec, trois établissements sur quatre sont sur le web. Pour ce qui est de la présence sur les médias sociaux, 44 % des détaillants ont une page Facebook, 12 % un compte Twitter, 11 % utilisent Google Plus et 6 % LinkedIn.



« 86 % des chercheurs d'emploi utilisent le site web de l'entreprise pour leurs recherches »











Recrutement 2.0

Selon Statistique Canada, 41 % des travailleurs du commerce de détail font partie de la génération Y. Comme ces jeunes sont à l'ère des nouvelles technologies depuis leur enfance et que celles-ci sont utilisées de façon quotidienne, il est important, voire crucial pour les détaillants, d'employer ces technologies de l'information s'ils désirent attirer des candidats potentiels.

La présence sur les réseaux sociaux ainsi que l'offre d'un site web ciblant particulièrement les besoins de ces jeunes sont désormais à considérer.

Le recrutement 2.0 constitue un levier puissant pour les entreprises et devient indispensable afin de surmonter les enjeux que connaissent les commerçants quant à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée ou encore pour des motifs financiers. Cela dit, le recrutement traditionnel n'est pas désuet et ne doit pas nécessairement être mis de côté.



Avantages du recrutement en ligne

- Diminuer les coûts de recrutement
- Faciliter et accélérer le processus d'embauche
- Projeter l'image d'une entreprise dynamique
- Se différencier de ses concurrents
- Élargir son bassin de candidats potentiels
- Maintenir une banque de candidats qualifiés
- Diminuer la masse de papiers
- En apprendre davantage sur le candidat
- Promouvoir les postes en pénurie de main-d'œuvre
- Pouvoir diffuser rapidement des offres d'emploi
- Mesurer les efforts de recrutement
- Améliorer la qualité de suivi des candidatures
- Communiquer facilement avec les candidats motifs financiers.

Avis d'expert

« L'avenir est assurément numérique et relationnel. Les outils technologiques doivent permettre de nous rapprocher des clients. Il est donc essentiel d'utiliser les réseaux sociaux pour votre image de marque, mais aussi pour la santé de votre entreprise.

« Ces réseaux sont d'ailleurs l'une des portes pour réussir votre référencement naturel et ainsi apparaître plus vite sur Google. Il faut être plus créatif que jamais! »

Sylvie Bédard, stratège marketing, auteure.

bonnes pratiques À CONSIDÉRER

1. Avoir un site web clair et attrayant

Aujourd'hui, avoir un site web est sans doute un incontournable pour les entreprises. Celui-ci est bien plus qu'une vitrine pour les commerçants. En fait, c'est l'occasion d'y présenter notamment l'organisation, les valeurs véhiculées, les avantages sociaux ainsi que de démontrer au candidat ce dont il bénéficiera en travaillant au sein de votre équipe.

Dynamisez la visite du candidat sur votre site web en y incluant, par exemple, des témoignages d'employés expliquant les raisons pour lesquelles ils sont heureux chez vous, la biographie de chaque membre ou encore des photos de l'environnement de travail.

> Extrait du site web d'IKEA représentant un bel exemple à suivre.





















Une carrière chez IKEA











INFORMATIONS

Entreprise

Trouver un magasin



Termes et conditions

2. Section carrière

Les chercheurs d'emploi visitent de plus en plus les sites web des entreprises afin d'y trouver un travail. C'est pourquoi il est primordial d'avoir une section carrière. Pour les entreprises qui reçoivent un plus haut volume de candidatures, il serait pertinent d'indiquer sur le site des catégories distinctes; par exemple, une section pour les étudiants, les conseillers-vendeurs ainsi que pour les postes de gestion. Il est également recommandé d'avoir un espace alloué aux candidatures spontanées.

3. 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 candidats vers votre section carrière 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. Le postulant ne doit pas avoir à chercher la demande d'emploi.



Extrait de la page web de Rona Forget. Exemple simple de demande d'emploi.

4. Être présent sur les médias sociaux

La présence sur les médias sociaux est sans doute un incontournable pour les employeurs. Il s'agit d'un levier puissant supplémentaire qui permet notamment de faire connaître rapidement les postes à combler. Le public cible des réseaux sociaux correspond bel et bien au profil des candidats souvent recherchés par les détaillants, c'est-à-dire les jeunes. De plus, notons que 62,7 % des adultes québécois utilisent les médias sociaux. Ces derniers sont donc à considérer avec sérieux.

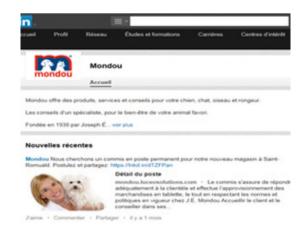


Extrait de la page Facebook de Bain Dépôt.



Facebook, par exemple, donne la possibilité aux employeurs de faire connaître publiquement et gratuitement des offres d'emploi auprès des « fans » de l'entreprise. En d'autres termes, c'est l'occasion pour les détaillants de recruter des candidats passionnés par les produits vendus ou encore par l'entreprise même.

« Il s'agit d'un levier puissant supplémentaire qui permet notamment de faire connaître rapidement les postes à combler. »



Extrait du compte LinkedIn de Mondou. Cette entreprise y soumet d'ailleurs des offres d'emploi.

LinkedIn devient un outil de recrutement inévitable pour le marché de l'emploi. C'est le réseau le plus consulté par les employeurs. Cette plateforme permet aux usagers d'y mettre leur CV en ligne. Tout comme les candidats, les entreprises peuvent avoir un compte LinkedIn et y proposer des offres d'emploi ou encore des nouvelles concernant leurs activités. LinkedIn est très utile pour trouver des candidats ayant des compétences spécifiques.



Extrait de la page Twitter de

La Maison Simons.



Avoir un compte Twitter peut aussi être une tactique intéressante pour les entreprises qui tentent d'attirer et de convaincre les jeunes à travailler pour elles.

Plus spécifiquement, Twitter est un réseau social de microblogage, qui permet d'envoyer des messages de 140 caractères tout en y rattachant des liens d'articles, des vidéos, des photos, etc. Considérant que la communication se fait de façon directe, utiliser un ton léger et sympathique peut être une belle façon de rejoindre les candidats par les émotions. Il est recommandé d'employer un court nom d'utilisateur puisque celui-ci est comptabilisé dans le nombre de caractères. De plus, notez que les hashtag (#) améliorent la visibilité de l'entreprise.

Il s'agit d'un outil de communication qui a plusieurs utilités. En voici quelques-unes:

- Se créer un réseau
- Être plus proche de sa cible
- Trouver et diffuser de l'information
- Améliorer son image de marque ainsi que son image web
- Obtenir de la rétroaction de ses clients
- Recruter de nouveaux candidats
- Fidéliser sa communauté
- Échanger avec des candidats potentiels
- Faire la promotion d'un événement
- Cibler les tendances du marché
- Donner des conseils aux candidats
- Effectuer le service après-vente

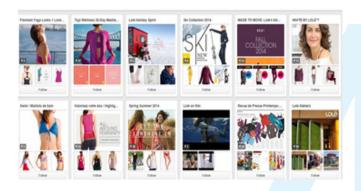


YouTube est intéressant pour diffuser des informations de façon animée

et très dynamique. C'est, en effet, l'endroit idéal pour présenter votre environnement de travail ainsi que l'ambiance de votre entreprise. De cette façon, vous inciterez davantage les candidats à s'intéresser à votre commerce puisque ceux-ci pourront vivre pendant un instant l'expérience de travailler pour vous.

De plus, vous pouvez y publier des présentations que vous avez faites, des interviews auprès d'experts ou encore des conférences que vous avez données. Vous augmenterez alors votre visibilité sur le web.

Bref, YouTube vous permettra de faire parler de vous!



Extrait du compte Pinterest de Lolë. On peut y voir ses nouvelles collections, ses vidéos promotionnelles ainsi que ses ateliers.



Extrait YouTube du Groupe Aldo. Cette visite virtuelle représente bien l'environnement de travail et incite à vouloir y postuler.



Pinterest permet aux utilisateurs de démontrer leurs intérêts tout en partageant leurs trouvailles sur le web. Il s'agit d'un lieu

d'inspiration et d'une plateforme se concentrant essentiellement sur les aspects visuels, ce qui est d'ailleurs particulièrement utile pour les entreprises dans le secteur créatif tel que la mode, la photographie, les produits de beauté, la décoration, etc.

Avec Pinterest, les détaillants peuvent mettre de l'avant des emplois illustrés ou encore publier des nouveaux produits ainsi que des publicités.

Pinterest vous permettra donc d'augmenter la visibilité de votre contenu et celle de votre entreprise tout en créant du trafic sur votre page web.

5. Contrôler son image web

Soigner son image web est important pour se démarquer comme employeur de choix. En effet, les candidats sont de plus en plus à la recherche d'information. Les détaillants doivent ainsi prêter une attention particulière à l'image qu'ils projettent sur le web.

Voici les incontournables pour avoir un site web dynamique :

- Démontrer l'implication de l'entreprise auprès de sa communauté
- Éviter les erreurs de langue dans les publications
- Promouvoir les avantages de son milieu de travail
- Mettre de l'avant des campagnes de recrutement mettant l'accent sur la diversité



Extrait du site web de Rona qui présente un bel exemple d'informations utiles et pertinentes à mettre de l'avant. Dans ce cas-ci, Rona expose la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, ce qui joue en faveur de l'image de celle-ci.

6. Observez et apprenez

L'apprentissage se fait beaucoup par comparaison. Prenez le temps de consulter ce que font vos concurrents pour vous inspirer. Ne vous empêchez pas d'essayer, c'est de cette façon que vous trouverez ce qu'il vous faut pour vous différencier et que vous inciterez des candidats qualifiés à postuler pour un poste dans votre entreprise.



Extrait d'un concours lancé par Brunet.

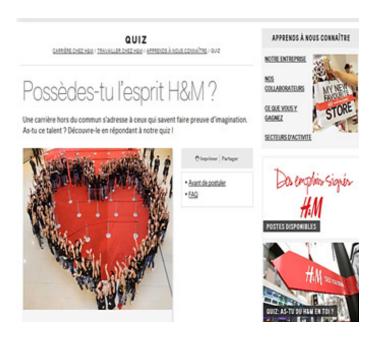
7. Optez pour des concours

Lancer des concours avec vos employés sur les médias sociaux ou encore avec le grand public démontrera aux candidats potentiels le dynamisme et la cohésion d'équipe de votre entreprise. De plus, cette méthode vous permettra de travailler sur l'image de votre marque tout en générant du trafic sur votre site web et les médias sociaux utilisés.

8. Soyez créatif

Soyez créatif et démarquez-vous! C'est de cette façon que vous attirerez des candidats intéressants. Faites-leur vivre l'expérience de votre entreprise tout en leur offrant un environnement stimulant propice à la création.

que la créativité est source d'innovation et d'adaptation et qu'elle signifie plaisir au travail, il est à votre avantage de l'inclure dès maintenant à votre stratégie.



Extrait de la page web de H&M. Ce détaillant propose aux candidats intéressés un jeu-questionnaire permettant, d'une part, de vérifier leurs aptitudes, et d'autre part, de stimuler leur intérêt.

9. Publiez des articles sur votre entreprise

Cette technique a pour objectif d'informer, d'une part, vos clients des produits et services que vous offrez, et d'autre part, de mettre en valeur les bons coups de votre entreprise, les possibilités d'avancement ou encore les mentions d'honneur reçues.



Extrait du site web de Couche-Tard. Cette entreprise met de l'avant son engagement social, ce qui rehausse l'image de celle-ci.



Extrait du site web de Sail. Ce détaillant a définitivement opté pour la méthode derecrutement sans CV. L'entreprise demande plutôt au candidat de raconter sa « meilleure histoire ». C'est une belle occasion pour Sail de découvrir la personnalité du postulant.

10. Offre d'emploi sans CV

L'offre d'emploi sans CV gagne en Cette popularité. stratégie permet d'évaluer les réponses du candidat avant même de le rencontrer, ce qui représente une économie de temps. Plutôt que d'avoir recours à un CV sous forme de points, les recruteurs sont mieux outillés pour détecter la passion ainsi que les motivations profondes du chercheur d'emploi.

De plus, selon le type de méthode employé, le détaillant en apprend davantage sur la personnalité du futur travailleur.



Sites d'offres d'emploi du détail

- Emploi-Québec
- Détail Québec
- Detail.ca
- Jobboom
- Monster
- **Workopolis**



Important

- Déterminez d'abord le profil des candidats recherchés
- Choisissez le ou les types de réseaux en fonction du public cible
- Prenez le temps nécessaire pour établir votre stratégie
- Répartissez vos publications sur les réseaux sociaux sur un mois
- Restez authentique et n'utilisez pas un ton inadapté (trop familier ou trop formel)
- Alimentez en continu les mises à jour

En somme, à l'ère des nouvelles technologies, le recrutement 2.0 s'impose et devrait être inclus à votre stratégie de ressources humaines. Comme les jeunes sont de plus en plus présents sur les médias sociaux, il est de votre avantage de vous y mettre aussi.

Ce document a présenté 10 bonnes pratiques à ce sujet. Toutefois, vous devez prendre le temps d'évaluer la bonne stratégie à employer en fonction de vos besoins et des candidats que vous souhaitez intéresser.

Alors, qu'attendez-vous?









COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE DÉTAIL

RÉALISÉ GRÂCE À LA CONTRIBUTION FINANCIÈRE DE LA COMMISSION DES PARTENAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL ET AVEC L'APPUI DES PARTENAIRES DU MARCHÉ DU TRAVAIL DU COMMERCE DE DÉTAIL