Annonce de recrutement : Soignez le contact avec votre futur collaborateur.

Face aux difficultés de recrutement, la rédaction d'une annonce détaillée et attractive est devenue un «plus» indispensable pour attirer les potentiels candidats.



ALD mixte (H/F) CDI. Clin. moderne (69), bien équipée (écho, radio…) cher ALD mixte (Ru/Ca), CDI temps plein. Bonne ambiance, prox. autoroute, début. accep., véh. fourni. Contact : veto.ald85@gmail.com

À l'heure où les postes vacants sont plus nombreux que les candidats, où les canaux de communication sont légions et le nombre de caractères illimité, ce type d'annonce appartient au passé. Elle ne peut plus donner envie à un candidat de postuler ni même de se renseigner.

Désormais, une annonce de recrutement pertinente contient au moins quatre points clés bien détaillés : un titre clair et accrocheur, une description de la clinique attirante, une présentation du poste valorisante et une description du profil recherché. Pour passer l'annonce la plus claire possible, il est donc important d'avoir bien identifié, en amont de la rédaction, les objectifs de votre recrutement.

Une annonce complète, honnête, claire et précise fera gagner du temps au recruteur en sélectionnant uniquement les candidats intéressés par ce qu'il propose. Elle ne suffira peut-être pas pour attirer la perle rare, mais elle est un outil indispensable.

Un titre précis

Le titre, tout d'abord, reprend l'intitulé exact du poste proposé. C'est un point essentiel car c'est le premier élément lu par le potentiel candidat, qui déterminera la suite de sa lecture. D'autre part, un titre efficace facilite le tri des annonces car elles sont souvent classées et sélectionnées sur les plateformes de recrutement à partir de ces informations.

Valoriser le cadre de travail

La description de la clinique permet au vétérinaire en recherche de poste - active ou passive - de visualiser suffisamment votre entreprise pour pouvoir s'y projeter. Poser le cadre du lieu de travail est une bonne première étape : le nom de la clinique, sa localisation (commune et département) sont des informations obligatoires. Vous pouvez ensuite aborder de manière positive son emplacement en présentant les atouts de votre situation géographique

(activités culturelles et sportives, proximité d'une ville, cadre agréable, touristique, bassin économique dynamique favorable à l'emploi d'un conjoint, etc.).

Les informations telles que le type de structure, l'activité de la clinique, les locaux et les équipements peuvent être présentés succinctement, mais avec précision.

Une description de l'équipe avec le nombre de collaborateurs associés et salariés, les spécialités de chacun et l'organisation au sein de la clinique permet de valoriser au mieux votre outil de travail. Le lecteur recherche quel type de médecine est pratiquée : activité de référé ou médecine générale, dans une structure conséquente ou à petit effectif, avec gardes réparties ou non…

C'est aussi le moment de détailler l'ambiance de travail et les valeurs de la clinique. Certes, il ne viendrait à l'idée de personne de parler de mauvaise ambiance. Le terme «bonne ambiance» est donc très souvent employé mais mérite quelques précisions. Vous pouvez présenter ce qui pour vous a de l'importance et dans quelle ambiance vous aimez travailler.

Quoi qu'il en soit, toute information valorisant la clinique est bonne à apporter, à condition d'être honnête. Cela permet d'attiser la curiosité du candidat et de lui donner envie d'appeler et de venir visiter.

Un poste bien défini

La présentation du poste reprend des informations indispensables telles que le type de contrat (CCD, CDI, collaborateur libéral), le type d'activité associée au poste et la date de début souhaitée.

Néanmoins, afin de permettre de cerner précisément ce qui est attendu, les détails sont bienvenus ! Vous pouvez préciser la répartition du temps de travail (4 jours par semaine, 1 samedi sur trois…) et des gardes, l'organisation de l'activité du futur salarié (chirurgie canine le matin, mixte et consultations tout venant l'après midi…).

Le mode de rémunération (forfait heure, jour…) peut être évoqué : le salarié sera-t-il payé d'office au strict minimum de la «CC» ou la rémunération sera-t-elle à définir en fonction de ses compétences ? Il existe d'autres possibilité de rémunération : intéressement et participation aux bénéfices, primes selon objectifs fixés… et d'autres avantages à valoriser : voiture fournie, logement disponible au dessus de la clinique (un vrai «plus» pour les premiers mois), prise en charge du déménagement, tickets restaurants...

C'est aussi le moment de présenter tous les autres atouts liés au poste : formation, liberté/autonomie d'organisation, gestion des cas complexes en équipe, nombreuses vacances, clientèle aisée permettant d'aller au bout du diagnostic…

Identifier le profil recherché

Le cadre de travail et la nature du poste ne font pas tout. Il s'agit avant tout de recruter une personnalité qui s'épanouira au sein de votre entreprise. D'où l'importance de vous être posé les bonnes questions et de les traduire dans votre annonce : *«Dans quelles conditions et avec qui souhaitons-nous travailler ?» ; «Quels sont les objectifs et les attentes du poste ?» ; «Souhaitons-nous un vétérinaire généraliste ?» ; «Des compétences spécifiques ?» ; «Sera-t-il-elle en charge de certains projets ?».*

Les critères indispensables sont les compétences et l'expérience souhaitée. Attention cependant à ne pas trop surestimer le savoir-faire par rapport au savoir-être. Les qualités professionnelles et personnelles seront des atouts importants pour le travail en équipe et la relation à la clientèle. Le meilleur profil est celui dont l'état d'esprit est compatible avec celui des autres membres de l'équipe. Il sera plus facile d'apprendre à faire que d'apprendre à être.

S'il s'agit de trouver la perle rare, soyez précis et exhaustifs sur les besoins et critères de recherche. Cela permettra de cibler directement les candidats les plus proches de vos besoins. Vous gagnerez du temps et de l'argent.

S'il s'agit plus simplement de trouver des bras supplémentaires, l'entente avec l'équipe sera in fine plus importante que les compétences. L'annonce doit traduire votre capacité d'ouverture et d'adaptation à tout type de profil : formateur pour les débutants, autonomie et personnalisation pour les plus expérimentés…

Naturellement, l'annonce se terminera par des coordonnées contacts complètes : nom du vétérinaire responsable du recrutement, numéro de téléphone et adresse mail, ainsi que le lien vers le site internet de la clinique et/ou vers un réseau social si la clinique y est active.

Adapter sa communication



En fonction du profil souhaité, il peut aussi être utile d'adapter le ton de l'annonce. Vous souhaitez attirer un jeune ? Montrez votre dynamisme, tutoyez (si c'est de mise à la clinique) et proposez si possible un logement pour dépanner. Vous souhaitez quelqu'un de plus expérimenté et spécialisé ? Une annonce au ton plus professionnel, affichant votre souhait de développement, la possibilité de vous adapter au rythme de travail souhaité… sera sans doute plus appréciée.

Les canaux de communication à disposition sont variés et peuvent également être adaptés au profil recherché. Les jobboards vétérinaires (sites web de recherche d'emploi) comme VétoJob, les réseaux sociaux, le site internet de la clinique, les sites et réseaux étudiants ainsi que votre réseau de connaissances et celui de vos salariés sont autant de moyens pour diffuser une annonce.

Au delà, afin de favoriser le bouche-à-oreille sur votre clinique, il est important de rendre la clinique attractive et de la faire connaitre. Développer et maintenir un réseau de contacts (étudiants et stagiaires, jeunes vétérinaires, GIE, associations et réunions professionnelles…) facilite la diffusion de l'annonce et donc le recrutement. Valoriser et former son personnel et des stagiaires, savoir se rendre visible et bien communiquer, soigner sa réputation en étant transparent, sont autant d'autres points clés pour favoriser un bon recrutement. Il s'agit de développer globalement votre «marque employeur», pour attirer plus facilement vos futurs salariés.

Gautier Jacquinet
DMV – Chargé de mission junior chez Coveto

Cet article est accessible par cette URL : http://www.coveto.fr/article-annonce-de-recrutement---soignez-le-contact-avec-votre-futur-collaborateur--1753-249.html