

De l'expérience candidat à l'expérience employé ou comment optimiser le recrutement RH

Jérémie Lanthier, CRHA



**COLLÈGE
NOUVELLES
FRONTIÈRES**

Plan du projet

- **Présentation du Collège**
- **Objectifs du processus**
- **Marque employeur**
- **Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing**
- **Processus de sélection**
- **Accueil et rétention**
- **Nos employés, nos ambassadeurs**

Présentation du Collège



Présentation du Collège

“Le Collège Nouvelles Frontières est un jeune collège privé mixte de niveau secondaire à Gatineau qui prône des valeurs humanistes dans un cadre non confessionnel. Nous avons rapidement pris une place de choix parmi les institutions de tête de la région en offrant à nos élèves les atouts pour réussir : un milieu de vie à la fois sécuritaire, respectueux et attentionné.

L’équipe NF se distingue par sa jeunesse, son dynamisme et son goût pour une pédagogie qui se renouvelle dans le but de susciter et de maintenir l’intérêt et la passion des élèves. Notre équipe se démarque aussi par sa vitalité et son engagement; chacun de nos élèves peut compter sur l’appui et le dévouement de ses enseignants et tous les membres de l’équipe NF.”

Source: Site web du Collège Nouvelles Frontières, <https://collegenf.ca/le-college/mot-de-la-directrice-generale/>, consulté le 26 février 2023,

Présentation du Collège

Dans la grande région de l'Outaouais, nous pouvons retrouver une forte compétition au niveau de la main-d'œuvre. En effet, nous retrouvons dans la grande région de l'Outaouais un total de trois écoles d'enseignement privé ainsi que trois centres de services scolaire.

De plus, de par sa localisation géographique, le Collège Nouvelles Frontières doit rivaliser avec les établissements d'enseignement situés du côté ontarien.

Ce contexte jumelé avec une pénurie de main-d'œuvre grandissante fait en sorte que le Collège doit revoir son positionnement afin d'améliorer le recrutement.

Objectifs du processus



Objectifs du processus

L'objectif principal est de revoir le positionnement du Collège en matière de recrutement tout en assurant une cohérence entre les valeurs du Collège et le processus de dotation. Cet alignement stratégique se fera en revoyant l'ensemble des étapes du processus de dotation (affichages de postes, publications sur les réseaux sociaux, outils de recrutement, diversification des sources de recrutement, etc.).

L'objectif est de s'assurer que les attentes des candidats, et ultimement du candidat retenu, soient le plus possible en lien avec les valeurs véhiculées par le Collège. L'aménagement de cet écart favorisera une intégration en douceur du candidat au sein de l'équipe du Collège.

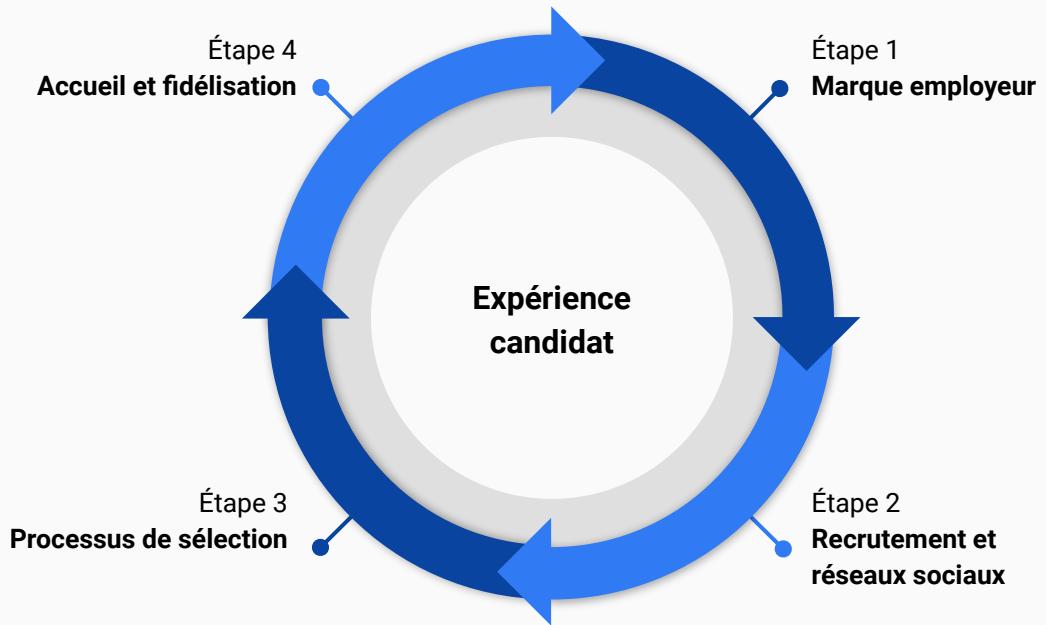
Objectifs du processus

L'atteinte de nos objectifs se fera en mettant au centre l'expérience candidat.

Qu'est-ce que l'expérience candidat? “*L'expérience candidat est l'ensemble des impressions, sentiments et ressentis par lesquels passent vos candidats lors de leur processus de recrutement. Elle part de votre marque employeur (la réputation de votre entreprise, votre marketing RH), passe par le sourcing/recrutement et la sélection, et se termine par l'accueil et l'intégration de votre candidat.*”¹

¹Source: Site web, Ordre des conseillers en ressources humaines, <https://carrefourrh.org/ressources/revue-rh/volume-21-no-1/lexperience-candidat-quelques-concepts-essentiels>, consulté le 24 février 2023.

**Concrètement
l'expérience
candidat se décline
comme un
processus itératif se
représentant ainsi :**



Marque employeur

A photograph of a school hallway with blue lockers on the left. Several students are walking away from the camera. In the foreground, a boy in a striped shirt and jeans walks on the left. Next to him is a girl in a blue plaid skirt. In the center, a boy in a purple shirt and jeans walks. To his right is another girl in a blue plaid skirt. The hallway has a polished floor and a ceiling with recessed lighting. A red exit sign is visible on the wall. The overall atmosphere is a typical school environment.

Marque employeur

La première étape est de définir notre marque employeur en répondant aux questions suivantes :

Quelles sont nos valeurs?

Que recherchons-nous?

Qu'est-ce qui nous démarque?

Comment voulons-nous nous positionner comme employeur?

En répondant à ses questions, nous avons élaboré notre proposition de valeur employeur.

Marque employeur

Après réflexion le Collège Nouvelles Frontières a élaboré cette proposition de valeur s'adressant aux futurs employés :

UNE ÉQUIPE DE CRÉATEURS DE PASSIONS

Tous les membres de la communauté NF souhaitent le meilleur pour nos élèves. Nous voulons les accompagner et contribuer à leur autodépassement. Animé par cet altruisme, notre environnement de travail est humain, respectueux et inclusif. Toujours à la recherche de nouvelles façons de faire pour engager nos jeunes, nous donnons les moyens à notre équipe de réaliser des projets audacieux qui sortent des sentiers battus. Si vous avez le cœur bienveillant et la tête innovante, joignez-vous à notre équipe de créateurs de passions!

Marque employeur

Pourquoi avoir adopté cette approche?

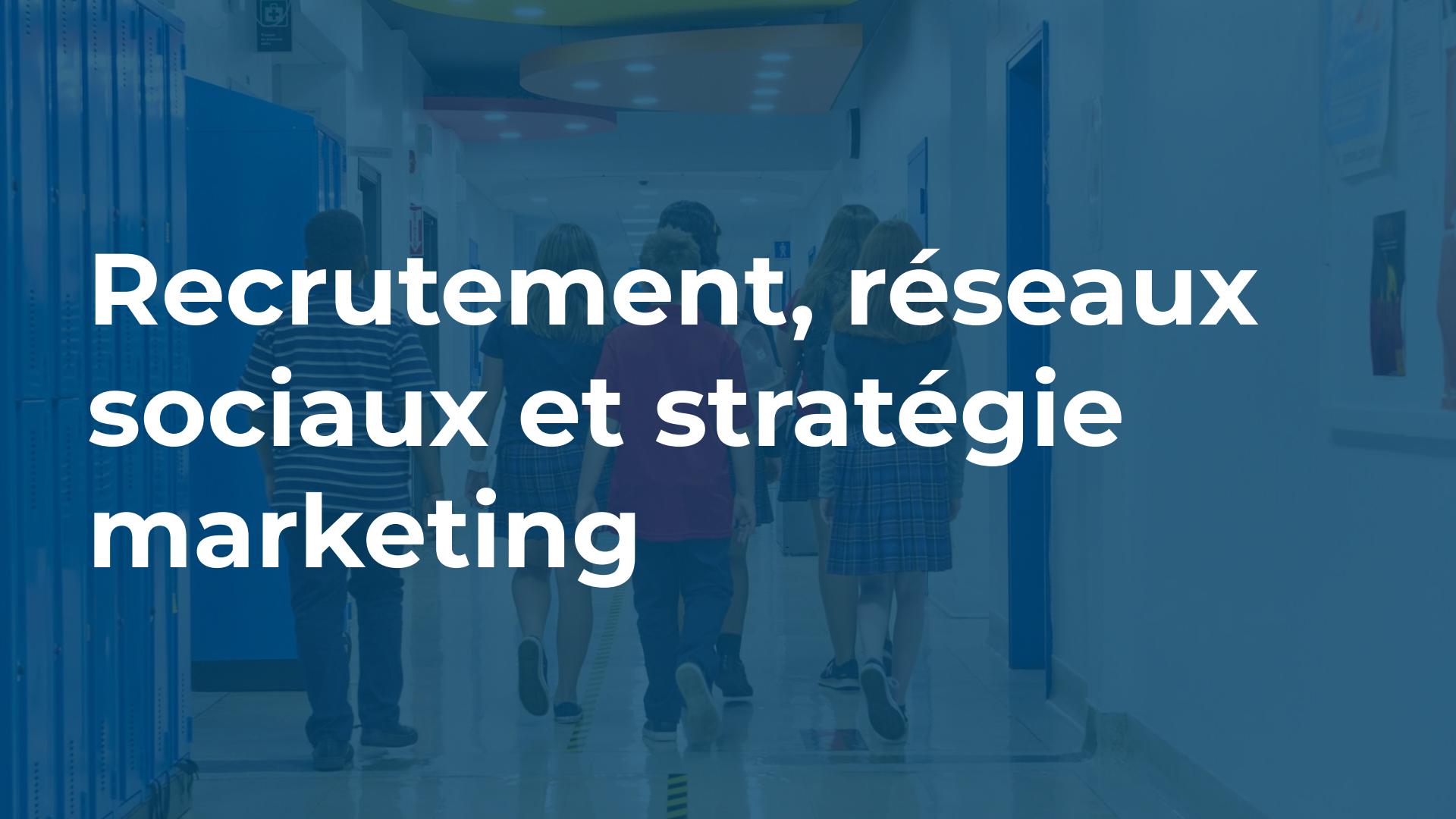
Tout simplement parce qu'elle nous représente. Nous mettons de l'avant nos valeurs ainsi que ce que nous désirons pour nos élèves.

Marque employeur

Afin de marteler le positionnement, cet énoncé se retrouve dans l'ensemble de nos outils de recrutement (affichages de poste, site de recrutement, publications, outils marketing, etc.).

Cet énoncé de valeur représente notre positionnement et comment nous désirons nous démarquer.

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing



Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

La première étape de la refonte de l'expérience candidat a été la refonte de notre section emploi. Cette révision complète avait deux grands objectifs.

Premier objectif : Communiquer comment nous nous démarquons comme employeur (environnement de travail, avantages sociaux, etc.).

Deuxième objectif : Alléger le plus possible le processus de recrutement avec le minimum d'étapes.

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Pour le premier objectif, nous avons structuré le site web afin d'avoir en seulement un ou deux cliques toute l'information nécessaire.

Notre page recrutement est structurée afin de communiquer l'information nécessaire et apporter le candidat à déposer sa candidature.

Nous désirons apporter un candidat potentiel à poser sa candidature.

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Exemple du site web :



96% des membres du personnel du Collège NF sont fiers de faire partie de la communauté NF et affirment qu'il s'agit d'un milieu de travail qu'ils recommanderaient.

-Sondage Aramis complété en 2019 auprès du personnel de NF.

Un emploi avantageux

Fonds de pension



Assurances collectives



Échelles salariales compétitives



Deux semaines de relâche



Un milieu de travail bienveillant

Programme d'aide aux employés



Accès à de la télémédecine



Banque de congés flexibles



Accès gratuit à un centre d'entraînement



Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Il est possible de consulter notre site web en visitant l'adresse suivante :

www.collegenf.ca/nous-joindre/emplois/

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Nous avons également revisité nos affichages de poste afin de mieux communiquer nos avantages concurrentiels.

Exemple d'un ancien affichage de poste

Exemple d'un nouvel affichage de poste



Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Dans le cadre de notre stratégie de recrutement, nous avons segmenté notre marché afin d'utiliser les bons outils de recrutement. Pour bien établir notre clientèle cible, nous avons élaboré des personas pour nos postes clés.

Avec ces personas, il est possible d'établir les outils pertinents ainsi que la stratégie. Par exemple, les outils ne seront pas les mêmes pour un surveillant d'élèves versus un enseignant.

Il est possible de consulter des exemples de persona en cliquant [ici](#).

Recrutement et réseaux sociaux

PROMOTION DE LA MARQUE

Voici un exemple concret de publication adaptée à l'auditoire.



Collège Nouvelles Frontières - section secondaire · 6 juillet 2022 · [...](#)

☀️OFFRE D'EMPLOI☀️

À toutes et tous les technicienNES en travail social, que diriez-vous d'avoir congé tout l'été? Passez du temps de qualité avec vos enfants ou reposez-vous tout simplement! Cliquez sur le lien pour en apprendre plus sur le poste et les avantages de travailler au Collège NF 😊

<https://collegenf.ca/nous-joindre/babillard-demploi/>

9 52 ⏲

9 J'aime 52 ⏲

J'aime Commenter Partager

Plus pertinents

Jean-Michel Bard-Parent
Alecks Aubé...?

J'aime Répondre 33 semaines

La sélection est sur Plus pertinent, certains commentaires ont donc peut-être été filtrés.

Écrivez un commentaire...

...

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Au printemps 2022, nous avions fait une première tentative afin de recruter un technicien en travail social. Le premier affichage n'a pas été fructueux. Nous nous sommes donc questionnés afin de revoir notre stratégie.

Un des éléments irritants était que le poste est de 10 mois par année. Nous avons donc tourné cet irritant en notre avantage afin de cibler un public qui recherche ce type d'emploi et le fait de pouvoir profiter de l'été.

Résultat: La personne identifiée dans la publication a été embauchée.

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Avec l'aide des persona, nous avons segmenté notre marché. Par exemple, pour les surveillants d'élèves, notre public cible est les personnes retraitées ou encore semi-retraitées.

Nous avons donc réalisé une entrevue à la radio qui a comme auditoire cette clientèle.

Il est possible d'écouter l'entrevue en [cliquant ici](#).

Il est difficile d'évaluer les retombées puisque l'entrevue a eu lieu le 7 mars 2023.

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Il est important de ne pas seulement partager du contenu en lien avec des emplois à combler. L'objectif est de faire rayonner le Collège afin de susciter un engagement auprès de notre auditoire. Afin de développer l'engagement, nous avons développé du contenu organique.

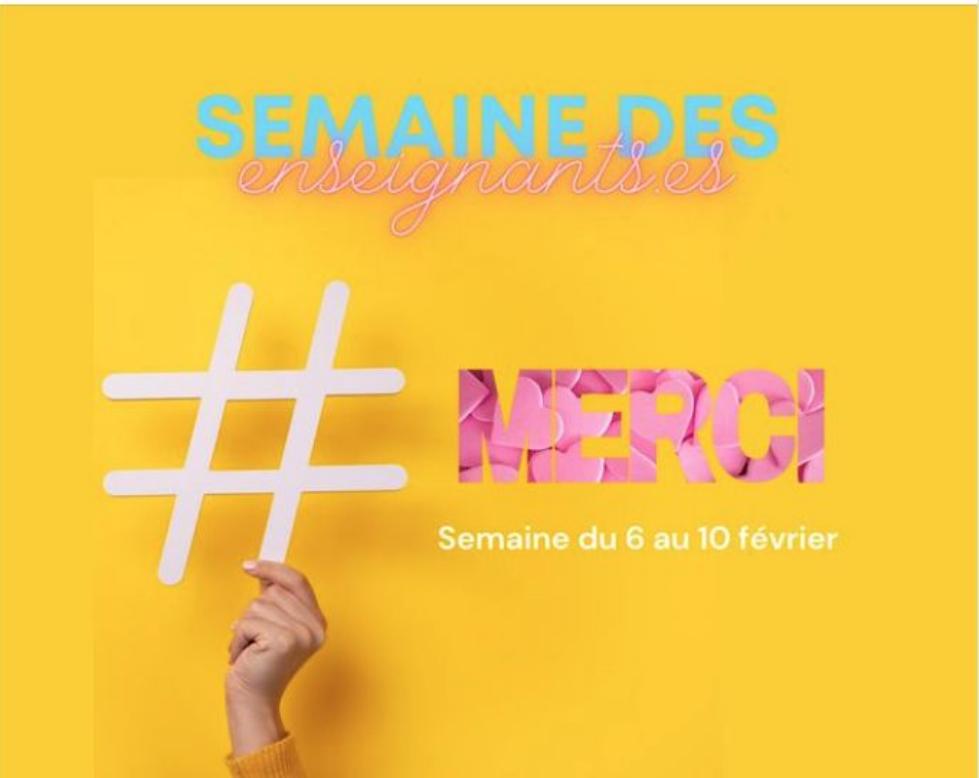
L'objectif est de faire vivre la marque employeur aux personnes qui ne sont pas directement dans le milieu afin de les engager.

Voici des exemples de publications organiques

Publication pour la semaine des enseignants

 Collège Nouvelles Frontières - section secondaire
le 7 février à 10 h 12 · 

Joignez-vous à nous pour souligner le travail et l'engagement exemplaire de nos enseignantes et enseignants!
Nous profiterons de la semaine entière pour les chouchouter 😍
[#merci](#) [#semainedesenseignants2023](#)



**SEMAINE DES
enseignants.es**

MERCI

Semaine du 6 au 10 février

 33

Publication pour souligner la journée santé mieux-être

Tout le personnel de NF a eu le privilège de consacrer la journée pédagogique d'aujourd'hui à leur mieux-être. Une variété d'ateliers leurs ont été offerts pour prendre soin d'eux-mêmes. Nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont donné ces merveilleux ateliers et les membres du personnel qui ont organisé le Sommet NF Mieux-être.



Publication pour souligner la journée blanche offerte à l'ensemble de son personnel

 Collège Nouvelles Frontières - section secondaire
29 janvier · 

L'activité familiale pour le personnel de NF et leur famille fut un grand succès! Merci au [Domaine de l'Ange-Gardien](#)







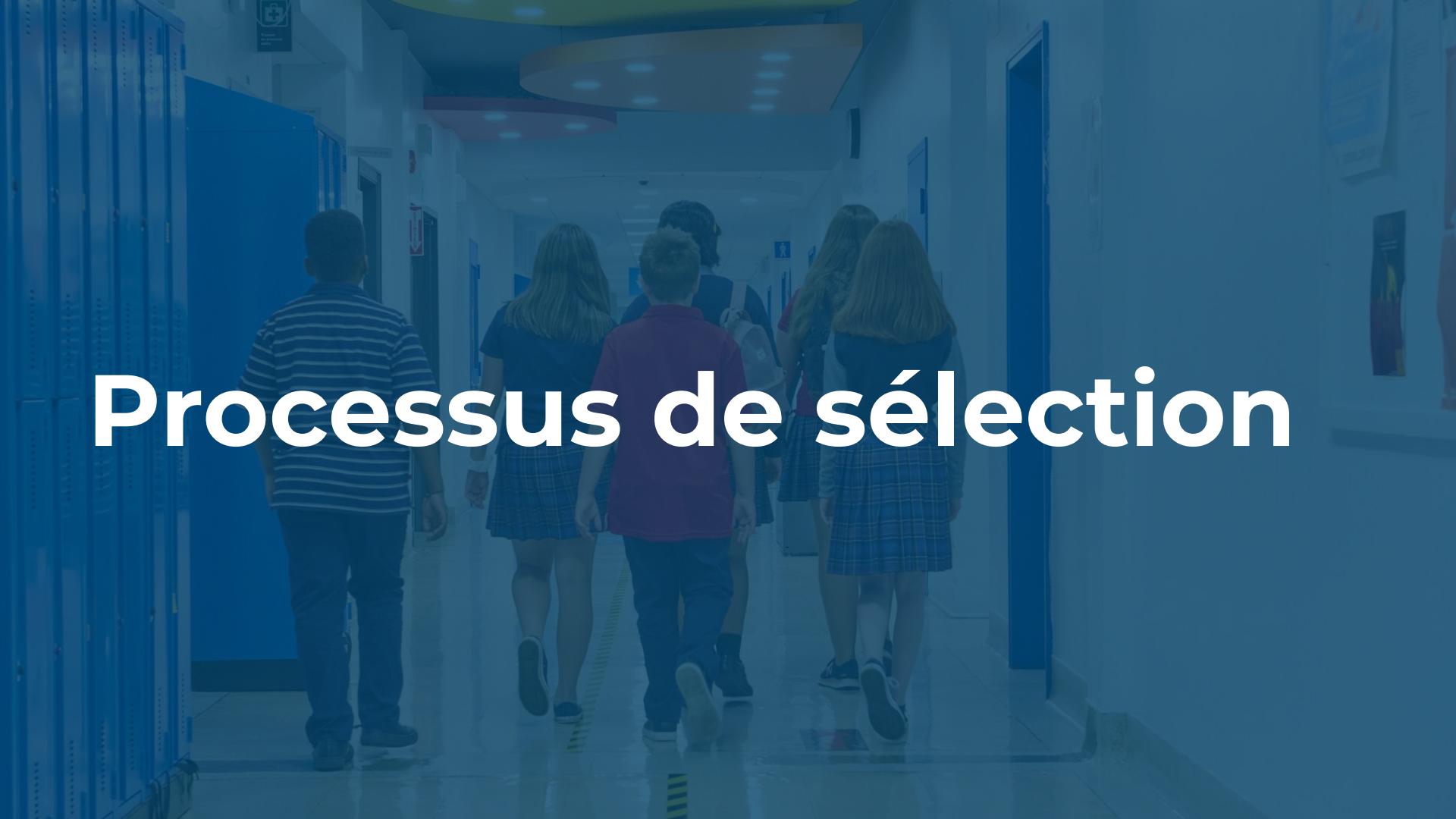
  Pam Éla et 69 autres

1 commentaire 1 partage

Recrutement, réseaux sociaux et stratégie marketing

Derrière l'utilisation de ces différents moyens, nous avons élaboré une stratégie marketing. Avant de publier un poste, nous rencontrons les personnes qui occupent un poste similaire afin de comprendre ce qu'un candidat potentiel recherche. Par la suite, nous adoptons nos outils de recrutement et établissons notre stratégie de communication.

Nous utilisons également les médias sociaux (Facebook, linkedin, etc.). Avec Facebook, nous commanditons les publications afin d'augmenter la portée de cette dernière.

A photograph of a school hallway with blue lockers on the left. Several students are walking away from the camera. In the foreground, a boy in a striped shirt and jeans walks to the left. Behind him, a girl in a blue plaid skirt and a boy in a purple shirt walk towards the camera. Further back, two more girls in blue plaid skirts are walking away. The hallway has a polished floor and a ceiling with recessed lighting. A red exit sign is visible on the wall. The overall atmosphere is bright and typical of a school environment.

Processus de sélection

Processus de sélection

Toutefois, le processus de sélection va au-delà de la simple entrevue. Il est primordial que tout au long du processus que les valeurs véhiculées par le Collège soient représentées tout au long du processus.

Par exemple, garder le contact tout au long du processus, réaliser un retour à la suite de l'entrevue, conserver les candidatures intéressantes, etc. L'objectif est d'offrir une expérience afin de garder le candidat non retenu intéressé pour des futurs besoins.

Il est possible de vous référer à la diapositive 37 afin de voir les résultats.

Accueil et rétention



Accueil et rétention

En début d'année scolaire, une journée complète est dédiée à l'accueil. Lors de cette journée, nous nous assurons de bien accueillir l'employé pour faciliter l'intégration. Cette journée, qui rassemble que des nouveaux, permet aux employés nouvellement embauchés de socialiser et de tisser des liens entre eux.

En cours d'année, lors d'une embauche, la première semaine est planifiée afin de bien accompagner la personne. Cette planification permet de structurer l'accueil et de mettre le nouvel employé au centre de nos actions.

Exemple de déroulement de la journée d'accueil

Sujets

1. Accueil des participants
2. 9h15 - Mot de bienvenue
3. Présentation du Collège
4. Services pédagogiques et Services à l'élève
5. Vie étudiante
6. Ressources humaines et finances
7. PAUSE
8. Rencontre individuelle RH
9. DÎNER - RÉSEAUTAGE
10. Ressources informatiques / matérielles et supérieurE immédiatE
11. Fin

Entrevue “retour d'embauche”

Un à deux mois à la suite de l'embauche du candidat, une entrevue post embauche est réalisée. L'objectif de cette rencontre est de recueillir un maximum d'informations concernant le déroulement du processus de dotation.

Entrevue “retour d'embauche”

Voici les questions posées aux employés.

1. Lors de votre embauche, de quelle façon avez-vous pris connaissance de l'affichage?
 2. Dans son ensemble, est-ce que le processus a été facile afin de poser votre candidature? (Appréciation sur une échelle de 5).
 3. Est-ce qu'un suivi a été fait rapidement suite à l'envoi de votre candidature?
 4. Avec du recul, est-ce que le processus de recrutement reflète bien votre emploi actuellement?
-

Entrevue “retour d'embauche”

Voici les questions posées aux employés (suite).

5. Est-ce qu'il y a des éléments à améliorer dans le cadre du processus de recrutement?
 6. Quel est le niveau d'appréciation de l'accueil au Collège?
 7. Que devrions-nous améliorer dans le cadre de l'accueil et l'intégration?
 8. Êtes-vous satisfait de votre emploi actuel?
 9. Actuellement, vivez-vous des irritants dans le cadre de votre travail?
 10. Commentaires généraux
-

Entrevue “retour d’embauche”

Le sondage a été déployé en premier lors de l’année scolaire 2021-2022. Voici les résultats comparatifs à quelques questions quantitatives depuis les deux dernières années.

À la question: Avec du recul, est-ce que le processus de recrutement reflète bien votre emploi actuellement?

Résultat 2021-2022: Moyenne de 3,14 / 5 (7 répondants)

Résultat 2022-2023: Moyenne de 4,1 / 5 (6 répondants)

Entrevue “retour d'embauche”

À la question: Quel est le niveau d'appréciation de l'accueil au Collège?

Résultat 2021-2022: Moyenne de 3,42 / 5 (7 répondants)

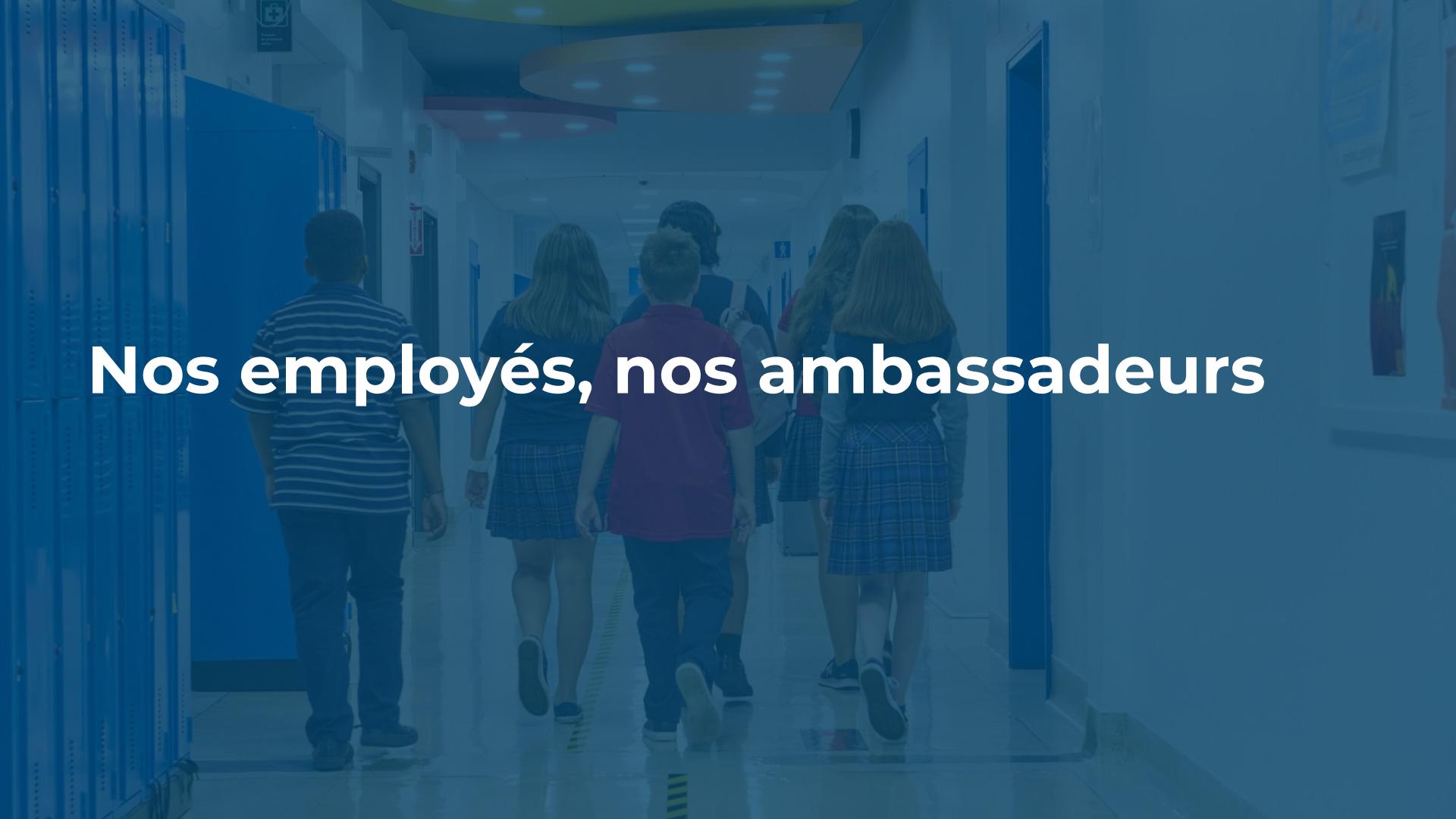
Résultat 2022-2023: Moyenne de 4,6 / 5 (6 répondants)

Entrevue “retour d’embauche”

À la question: *Êtes-vous satisfait de votre emploi actuel?*

Résultat 2021-2022: Moyenne de 4 / 5 (7 répondants)

Résultat 2022-2023: Moyenne de 4,5 / 5 (6 répondants)

A photograph of a school hallway with blue lockers on the left. Five students are walking away from the camera: two boys in polo shirts and three girls in plaid skirts. The ceiling is white with a circular recessed lighting fixture. A blue door is visible on the right. The image has a blue overlay.

Nos employés, nos ambassadeurs

Nos employés, nos ambassadeurs

Nos employés sont nos meilleurs ambassadeurs. En effet, nos employés sont les meilleurs afin de représenter le Collège. De plus, les employés ont un réseau important. Afin de les remercier et les inciter à nous recommander à des candidats de choix, nous avons mis sur pied un système de référencement.

Le guide d'application, qui est disponible aux employés, peut être consulté en [cliquant ici](#).

Nos employés, nos ambassadeurs

Le programme de référencement a été lancé en janvier 2022. Depuis le lancement, nous avons recruté quatre personnes pour les postes suivants :

- Enseignant d'éducation physique
- Réceptionniste
- Direction des ressources financières
- Ouvrier d'entretien

Le programme de référencement a permis de pourvoir 40% de nos postes depuis janvier 2022.

Pour conclure, la marque employeur est plus qu'une simple révision des affichages de poste. En effet, il s'agit d'un processus global qui nécessite l'implication de tous les acteurs de l'organisation. Afin d'assurer le succès d'une telle stratégie, il est primordial d'assurer l'adéquation entre les valeurs véhiculées, le profil du poste recherché et une forte stratégie marketing.