



# Comment optimiser la visibilité de vos offres d'emploi

Guide pratique à l'usage de tous les recruteurs qui souhaitent augmenter le nombre de candidatures qualifiées à leurs offres d'emploi

Une marque du groupe

**INFOPRO**  
digital

## Introduction

96% des candidats privilégient le jobboard pour leur recherche.<sup>1</sup> Facile à utiliser, le site d'offres d'emploi leur donne accès, d'un clic, à des centaines d'offres à pourvoir immédiatement et permet aussi bien une veille active qu'une recherche ciblée.

De leur côté, les recruteurs postent chaque jour des milliers d'offres d'emploi, avec des résultats souvent inégaux, en termes de fréquentation comme de candidatures, sans pour autant que celles-ci se révèlent pertinentes. 22% des offres d'emploi reçoivent moins de 10 candidatures. Dans le secteur IT (technologies de l'information), plus de 40% des offres peinent à séduire les candidats.

Comment positionner votre offre d'emploi dans les top positions des pages de résultats ? Comment donner envie de postuler ? Comment limiter les candidatures hors cible ?

Forts de l'analyse de centaines d'offres diffusées tous les jours sur l'Argus Emploi et de leurs retours que nous vous proposons ce guide « Comment optimiser la visibilité de vos offres d'emploi ».

Bonne lecture.



<sup>1</sup> Enquête Région Job « Les usages en matière de recrutement et recherche d'emploi », 2018

## Côté techno : comment les robots indexent vos offres d'emploi ?

Les algorithmes d'indexation sont au cœur des jobboards. Comment ça fonctionne ?

- L'ensemble du contenu de votre offre est analysé : intitulé, localisation, etc.
- Ces éléments sont reliés à nos référentiels (métiers, codes-postaux, noms d'entreprise...).
- Un score de pertinence est alors établi pour chacune de vos offres.
- Votre offre est classée, selon son score de pertinence, dans nos pages de résultats de recherche.
- L'offre ayant le score de pertinence le plus élevé sera classée en premier, et ainsi de suite.



Une annonce structurée est donc à la base de la bonne compréhension de votre offre par les jobboards... mais aussi par les candidats.

Une annonce structurée est donc à la base de la bonne compréhension de votre offre, non seulement par les jobboards..., mais aussi par les candidats.

Incomplète, votre offre d'emploi perd une partie de sa visibilité lors d'une recherche mais également dans les alertes email !

## Côté candidat : l'importance accordée à votre image employeur

95% des candidats se renseignent sur les entreprises avant de postuler.<sup>2</sup> Votre image employeur est au cœur des processus de décision des candidats. De plus, avec une **bonne image employeur, vous diminuez de 43% le coût d'une embauche<sup>3</sup>**, attirez les meilleurs profils et fidélisez vos collaborateurs.<sup>4</sup>

Cette montée en puissance de la marque employeur doit être retranscrite dès votre offre d'emploi. Pour cela, rappelons quelques règles simples.



### **Exhaustivité.**

Votre offre d'emploi doit contenir un maximum d'informations. Aussi, veillez à renseigner correctement tous les champs de saisie du formulaire de l'annonce. Si vous ne souhaitez pas communiquer le salaire, indiquez une fourchette aux candidats.

<sup>2</sup> Etude Manpower

<sup>3</sup> LinkedIn

<sup>4</sup> 67 % des salariés considèrent que les valeurs de l'entreprise ont une influence majeure pour un bon cadre de travail  
– Parlons RH

### Séduction.

Votre offre d'emploi doit être orientée candidat pour faciliter son immersion dans son futur emploi. Dans le même temps, mettez en avant les avantages du poste, du service ou encore de votre organisation, afin d'inciter le candidat à postuler.



### Transparence.

Ne forcez pas le trait. Le candidat ne doit pas être induit en erreur par des informations indûment mises en valeur. Mettez en avant les atouts réels de votre organisation. Restez honnête avec votre organisation et sur ce qu'elle peut apporter aux futurs candidats.

## Les bases de l'optimisation de votre offre d'emploi

Votre offre d'emploi, dès sa publication, entre en compétition avec des annonces similaires. Pour remporter la course à la candidature, il faut être positionné devant les autres. Pour être le premier, quelques prérequis sont de rigueur.



### L'intitulé du poste

C'est le paramètre le plus important de votre offre d'emploi. L'intitulé du poste est le premier élément que voit un candidat et celui qui a le plus de poids dans le classement de votre offre dans les pages de résultats. Gardez à l'esprit que l'intitulé du poste doit être parlant pour les candidats et le plus générique possible. Les candidats n'accordent que quelques secondes d'attention à votre offre d'emploi ! Voici quelques règles simples à respecter.

Indiquer exclusivement l'intitulé du poste :

<span style="color: red; font-size: 2em;">X</span>	<span style="color: green; font-size: 2em;">✓</span>
Actuaire fabuleux h/f	Actuaire h/f
Gestionnaire sinistres motivé h/f	Gestionnaires sinistres h/f

## Proscrire la ponctuation, les majuscules, les abréviations et caractères spéciaux

<b>X</b>	<b>✓</b>
GESTIONNAIRE de contrat h/f	Gestionnaire de contrat h/f
Conseiller en ASSURANCE 100% H/F	Conseiller en assurance h/f

## Choisir des intitulés de postes génériques, compréhensibles par le plus grand nombre

<b>X</b>	<b>✓</b>
Collaborateur commercial en assurance de personne h/f	Commercial en assurance de personne h/f
Souscripteur senior risques nucléaires h/f	Souscripteur h/f
Actuaire chargé de la tarification de l'assurance vie et maladie dans le département tarification de la clientèle h/f	Actuaire en assurance vie et maladie h/f
Référent marchés publics h/f	Responsable des marchés publics h/f

## Description du poste

Laissez parler votre marque employeur. Donnez le maximum d'informations pertinentes dans votre offre d'emploi.

- Vous amenez le candidat à se projeter dans son futur poste.
- Votre offre ressortira mieux dans les pages de résultats, notamment si vous utilisez les mots-clés adéquats
- Enrichissez votre offre de contenus multimédias (charte, photo, vidéo, etc.). Un dessin vaut mieux qu'un long discours



Dans le même temps, soignez la présentation.

- Utilisez les listes à puces pour les énumérations.
- Mettez en gras les informations importantes.
- Sautez des lignes.
- Utilisez les mots-clés qu'utilise le candidat pour rechercher votre annonce.

Rappelez les missions du poste, les avantages, les responsabilités éventuelles, les compétences requises, ainsi que les qualifications souhaitées. N'hésitez pas à préciser le profil souhaité. Pourquoi ne pas énoncer également les valeurs de votre entreprise ou encore un témoignage de collaborateur ?

## Le nom de l'entreprise

Vous renseignez ici le nom de l'entreprise (ou de l'organisation) employeur. **N'ajoutez pas d'autres éléments**, tels que la localisation... Il existe un champ dédié.

## Lieu de travail

Les candidats sont très attentifs au lieu de travail, avant de postuler. Dans votre offre d'emploi, **celui-ci doit être le plus précis possible**, de sorte que les candidats puissent le situer facilement par une recherche localisée. Pour les offres sans lieu de travail fixe (commercial itinérant, par exemple), indiquez l'adresse du siège.

## Le secteur, le type de contrat et le salaire

Notez que, trop souvent, les recruteurs ne renseignent pas ces champs.<sup>5</sup> Or, ces derniers intéressent particulièrement les candidats à la recherche de l'offre idéale.

Un candidat peut sélectionner les offres à partir d'un certain niveau de salaire, dans un secteur spécifique ou encore, s'il est expérimenté notamment, un type de contrat particulier.

## Le type de candidatures

Vous pouvez choisir entre deux types de candidatures : **le formulaire** (le candidat postule directement à l'offre d'emploi) ou **le lien de redirection** (il est redirigé vers votre site internet pour poser sa candidature).

Sachez toutefois qu'en optant pour le lien de redirection, votre offre ne bénéficiera pas de l'ensemble de la visibilité offerte par l'Argus Emploi. Et que si votre site internet n'est pas totalement optimisé, vous risquez de passer à côté de nombreuses candidatures.



**En suivant ces règles simples, votre offre sera plus vue et choisie par vos futurs candidats.**

<sup>5</sup> 93 % des candidats sont attentifs à la rémunération dans une offre d'emploi



Bon recrutement avec

**L'ARGUS** EMPLOI  
de l'assurance

Pour toutes questions relatives à la diffusion de votre offre, contactez nous :

Christine Seguin

Chargé de clientèle

01 79 06 73 58

[christine.seguin@infopro-digital.com](mailto:christine.seguin@infopro-digital.com)