

Site carrière, créer une page cooptation

Comment et pourquoi créer une page cooptation sur votre site carrière.

En optant pour la cooptation, vous faites le choix de convier d'autres parties prenantes dans le processus de recrutement. Vous invitez vos collègues à participer pleinement. Ils vous proposent des candidats provenant de leur réseau personnel ou professionnel, le plus souvent en contrepartie d'avantages pécuniaires (et oui, rien n'est gratuit). Cette méthode de recrutement, vous l'avez peut-être déjà expérimentée. En effet, elle présente de nombreux intérêts :

- 🕒 Recrutements plus rapides
- 💰 Recrutements moins coûteux
- 🎯 Des candidatures mieux qualifiées
- 😎 Participe à mettre en valeur votre marque employeur (vos collaborateurs recommandent votre entreprise)
- ✨ Implication et valorisation de vos équipes, vous faites confiance à leur jugement.
- 🤝 Vous réduisez le turn-over (43 % des cooptés restent plus de 3 ans dans l'entreprise contre 14 % pour le non coopté.)

Pour que tous ces avantages restent effectifs, il faut bien orchestrer sa cooptation. La bonne nouvelle, c'est que vous disposez déjà de tous les outils requis pour une cooptation aux petits oignons. À travers We Recruit et votre site carrière, vous allez pouvoir proposer une expérience de candidature complète.

Voyons ensemble comment bien procéder.

1. Avant de se lancer, il faut se préparer

Avant de vous lancer dans cette opération séduction, il faut poser le cadre. Qu'est-ce que cela signifie ? Pour proposer une expérience de qualité, vous devez fixer les règles de la cooptation dans votre entreprise. Si vous établissez des actions, mais que votre cadre est mal pensé, vos efforts seront vains.



Définir les règles :

Une fois que vous avez identifié votre besoin, il vous faut définir les modalités de la cooptation dans votre entreprise. Vous demandez à vos collaborateurs de s'impliquer dans le processus de recrutement. Parfait, mais que leur offrez-vous en échange ? Comment garantissez-vous votre impartialité ? Comment allez-vous récolter les candidatures ? Comment allez-vous communiquer avec les coopteurs ? Et, quelle approche allez-vous choisir en cas de refus de candidature ?

C'est aussi le bon moment pour s'assurer de ne pas tomber dans le piston et de bien se concentrer sur une vraie démarche de cooptation.

Toutes ces questions doivent avoir trouvé des réponses avant que vous n'y soyez confrontés.



Définir les modalités :

Rédiger la liste des conditions à remplir pour qu'une suggestion soit valable dans la cadre de votre programme de cooptation :

- Quels sont vos critères de recherche : allez au-delà de l'offre d'emploi et de la fiche de poste. Dressez le portrait du postulant idéal pour aider vos collaborateurs à vous présenter les personnes les plus proches de vos attentes pour le poste. Vous éviterez ainsi un tri supplémentaire dans les candidatures qui vous seront proposées.
- Qui peut coopter : est-ce que le programme de cooptation s'adresse à tous les collaborateurs ? Seulement à certains services ? Précisez toutes ces informations lorsque vous communiquerez sur le programme.
- Y a-t-il des interdits : est-ce que certains critères seront prohibitifs ?



Les leviers de motivation :

En prenant part au recrutement, les collaborateurs font preuve d'un engagement supplémentaire envers l'entreprise. Ils prennent du temps, se responsabilisent vis-à-vis de la candidature qu'ils vous suggèrent et s'engagent auprès d'une personne à l'extérieur de l'entreprise. Être corporate ne suffira pas à conduire vos collègues à s'impliquer réellement dans le processus de recrutement.

Pour y arriver, vous devez trouver les bons ressorts de motivation. Cela peut passer par plusieurs approches :

- Les cadeaux : chèques vacances, ticket de spectacle, tablette...
- Les primes : qui pourront évoluer en fonction du profil recherché, du nombre de personnes présentées et engagées et de tout autre critère que vous jugerez pertinent.
- Des challenges entre filiales. Si vous travaillez dans une grande entreprise ou un groupe, vous jouez sur une compétition (saine) entre les services ou les filiales. Un excellent moyen de réveiller l'esprit de compétition et le sentiment d'appartenance. Dans ce cas-là aussi, vous devrez offrir un prix aux gagnants.



Créer et marketer votre programme :

Avec votre site carrière, vous cherchez à proposer une expérience candidat optimale. Cette démarche paraît parfaitement naturelle. Votre objectif principal est de séduire et de convaincre les candidats potentiels de postuler chez vous. Alors, pourquoi le plus souvent, quand il s'agit de la cooptation, les efforts de "séduction" sont moins importants ? Quand on sait que 25 % des embauches se font suite à des recommandations, il est grand temps de soigner cet aspect de votre recrutement !

Il vous faut vendre votre programme de cooptation auprès de vos collaborateurs, pour ce faire, appliquez des méthodes marketing.

1. Trouvez-lui un nom, un slogan, le but est de lui donner une identité. De le rendre reconnaissable et de faire transparaître l'ADN du programme à travers ce nom et ce slogan.
2. Communiquez sur les différentes étapes de la mise en place aux interlocuteurs principaux. Tenez les acteurs du projet informés du progrès de celui-ci. Cela leur permettra de se sentir plus impliqués une fois la campagne lancée.
3. Élaborez un plan pour communiquer sur le programme auprès de vos collaborateurs. Définissez à l'avance les points de contact (mails, affichages, site carrière...) et les messages que vous allez communiquer à vos collaborateurs. Pour les avertir de la création du programme dans un premier temps puis des avancées des recrutements par la suite. Il ne faudra pas hésiter à répéter les messages et à multiplier les points de contact.

2. Cooptation sur We Recruit :

Le module cooptation est en option, vous pouvez contacter l'équipe commerciale pour plus de détails : mcoudun@werecruit.io

Configurer son compte :

Lorsque vous vous ouvrez la cooptation sur We Recruit, vous avez accès au paramétrage de ce module.

La première étape est de définir un ou plusieurs noms de domaine e-mail (par exemple @monentreprise.fr). Cette autorisation permettra à toutes les personnes possédant une adresse mail avec ce/ces noms de domaine de s'inscrire pour proposer des candidatures.

Dans l'éventualité où vos collaborateurs ne possèdent pas d'adresses mail professionnelles avec un nom de domaine personnalisé, il faudra leur envoyer une invitation. Pensez à les ajouter en tant que "Manager" pour que leurs accès soient limités aux candidatures qui les concernent uniquement.

Ensuite, ajoutez-le ou les URL des sites carrières sur lesquels vous souhaitez rendre disponible cette fonctionnalité. Grâce à cela, vous pourrez ajouter le bloc de connexion à l'espace cooptation sur votre site carrière.

Vous avez la possibilité de personnaliser les formulaires de candidature pour la cooptation afin de récolter les informations dont vous aurez besoin. Ainsi, vous vous assurez en un coup d'œil de la cohérence de la proposition et de son adéquation avec vos critères d'éligibilité au programme. On pense, par exemple, au lien qui unit le coopteur et le candidat ou la motivation du candidat à rejoindre l'équipe ou bien encore la date de disponibilité de la personne.

Préparer les supports de communication dans les paramètres de We Recruit :

Paramétrez vos mails automatiques :

Les mails automatiques vous facilitent la vie et vous font gagner du temps. Mais, pour qu'ils soient efficaces et bien perçus, il faut que vous les adaptiez au mieux à votre entreprise et surtout à vos collaborateurs. Le risque est de perdre l'aspect humain des échanges si les mails sont trop neutres. Prenez le temps de bien les personnaliser. Pensez à les remercier et valoriser la participation de vos collaborateurs.

We Recruit vous propose de personnaliser 4 mails automatiques :

- Notification coopteur de réception de candidature : ce mail permettra de rassurer sur l'aspect technique de la transmission de la candidature. Vous confirmez la bonne réception de la candidature, mais également que le coopteur est bien identifié. Cela rassurera sur le fait qu'elle ou il est bien dans la boucle du recrutement. De plus, il peut être l'occasion de fournir un rappel sur les différentes conditions du programme de cooptation (délais, étapes, prix, avantages ...).
- Notification coopteur de candidature en cours : en fonction de vos délais de traitement, ce mail peut être l'occasion de rassurer sur le fait que la procédure est en cours. N'oubliez pas que vos collaborateurs et le candidat sont très probablement en contact à ce sujet. Le fait de rassurer votre collègue rassurera indirectement votre candidat.
- Notification coopteur de candidat refusé : même en cas de refus, il faut remercier son collaborateur pour son partage. Si vous en avez la possibilité, invitez-le à revenir vers vous pour avoir plus de détails. Surtout, ne fermez pas la porte à une nouvelle proposition de profil.
- Notification coopteur de candidat embauché : félicitez bien votre complice pour sa participation significative dans l'évolution de l'entreprise. C'est aussi l'occasion de lui rappeler sa "récompense" et la marche à suivre pour l'obtenir.

Libre à vous d'ajouter d'autres mails automatiques à destination des coopteurs. Essayez de garantir une vraie lisibilité du processus et des étapes en cours. En vous adressant à l'un de vos collègues, vous devez être le plus transparent et honnête possible.

Votre site carrière :

[Retrouvez la page exemple juste ici, elle est là pour vous inspirer](#)

Pour promouvoir la cooptation sur votre site carrière, plusieurs solutions sont envisageables. Ce sera à vous de déterminer l'option la plus pertinente en fonction de la structure de votre entreprise et de vos objectifs.

L'encart simple :

Vous pouvez vous la jouer minimaliste. Ajoutez seulement l'encart d'inscription à la cooptation sur l'une de vos pages. On peut imaginer le greffer sur la page d'accueil, ou bien même sur celle de vos offres d'emploi. Cela implique que vous devez communiquer les informations sur le programme en interne par d'autres biais. Envoyez des e-mails à vos collaborateurs pour leur expliquer la marche à suivre.

Cette solution est la plus simple pour une opération ponctuelle. Cependant, si la cooptation fait partie de vos pratiques courantes de recrutement, il vous sera plus difficile de diffuser l'information en continu contrairement à la création d'une page sur votre site carrière.

Une page sur votre site carrière :

Il est possible d'en créer autant que vous souhaitez sur votre site carrière. Alors, pourquoi ne pas en attribuer une à votre programme de cooptation ? Ce sera l'occasion pour vous de créer un vrai support de communication en plus d'un accès à vos collaborateurs à l'interface de cooptation de We Recruit.

Avant de créer cette page, il est important de savoir qu'elle sera "publique" et disponible sur internet, et donc accessible à tous. Vous devez donc veiller à ne divulguer aucune information confidentielle.

Idées de contenu pour votre page cooptation :

- **Le contexte :**

Expliquez ce que représente ce programme, présentez les enjeux et les bénéfices pour l'entreprise, mais aussi pour vos collaborateurs. Faites-leur comprendre que cette solution est avantageuse pour les 3 parties (l'entreprise, le collaborateur et le candidat).

- **Les conditions pour coopter**

Vous avez défini certaines règles pour votre programme de cooptation. Si celles-ci ont un impact sur les personnes pouvant y participer, partagez les différents critères sur cette page. Cela vous évitera de devoir faire un tri par la suite et de vérifier à posteriori que les participants remplissent bien les conditions que vous avez établies au préalable.

- **Le processus de recrutement en cooptation**

Dans ce processus de recrutement, de nouveaux acteurs apparaissent. Expliquez leur périmètre d'implication. Pensez aussi à leur indiquer les moments où ils seront informés des évolutions, les étapes auxquelles on pourrait leur demander d'intervenir (prise de références par exemple.) Avec ça, ils peuvent se projeter dans le processus et donc, de comprendre l'importance qu'ils auront. C'est rassurant et valorisant pour eux.

- **Les informations pour le suivi de candidatures**

Expliquez le fonctionnement interne du suivi des candidatures. Sans dévoiler trop d'information précise, vous pouvez leur expliquer les chemins à suivre pour consulter l'avancée de leurs candidats dans le logiciel We Recruit. Expliquez-leur qu'ils retrouveront simplement l'état d'avancement sur l'interface en se connectant sur l'application.

- **Zoom sur les avantages pour le coopteur :**

Si les récompenses font partie de vos leviers de motivation (ce qui est fortement recommandé), vous devez en parler sur cette page. Ainsi, pour les plus hésitants, elles seront possiblement l'élément déclencheur.

Assurément, le détail des récompenses proposées est une donnée que vous ne souhaitez pas forcément rendre publique dans sa totalité. C'est un sujet que vous pouvez évoquer en peu de mots sur la page.



Créez un document interne qui reprendra le détail des gratifications proposées. Ainsi, vous êtes sûr que les données confidentielles ne seront pas disponibles sur internet.

Affichez des exemples de cooptations réussies

Sauf si c'est votre premier programme de cooptation, reposez-vous sur vos expériences passées. Présentez-les à vos collaborateurs afin qu'ils s'aperçoivent des avantages concrets de cette méthode de recrutement.

Les partages d'expériences leur permettront de retranscrire dans la réalité les promesses énoncées plus tôt dans vos communications et sur la page cooptation de votre site carrière.

Faites témoigner les deux acteurs, le coopteur et le coopté afin de varier les points de vue.

Vous l'aurez donc compris, la clef pour une page cooptation réussie, c'est d'établir une solide stratégie avec une communication efficace. En adressant les bonnes infos à vos collaborateurs, vous leur donnez les cartes pour vous proposer les profils les plus adaptés. Cela rendra votre démarche encore plus efficace. Une page cooptation sur votre site carrière pérennisera vos actions dans le temps. Vous n'aurez plus qu'à tenir informés vos collaborateurs de son existence. Notez que cette page sur votre site carrière permettra aussi aux candidats potentiels qui le visitent de percevoir votre vision ouverte et collaborative du recrutement. Un bon point supplémentaire pour votre marque employeur.