

Café RH : La clinique du site carrière

Récapitulatif de la présentation

La structure de votre site carrière

Avant toute chose, un site internet doit être pensé en amont. Cela vous permettra de garantir une cohérence et une lisibilité. Le piège est d'ajouter du contenu petit à petit, perdre le fil conducteur et créer une arborescence brouillon. Allez-y par étapes :

1. **Listez** toutes les pages et contenus que vous souhaitez voir apparaître sur votre site.
2. **Regroupez** ensuite par catégorie / thématique de contenu.
3. **Triez** vos catégories et hiérarchisez vos contenus. Allez du plus général au plus spécifique (pensez à un entonnoir ▽).

Les métadonnées: Ce sont les indications que vous donnez vous-même à Google. Ce sont les informations que vous souhaitez voir remonter dans les résultats de recherche. Elles doivent donner envie à l'internaute de cliquer sur votre site. Elles doivent représenter réellement ce qui se trouve sur votre site/page en reprenant vos mots clefs. En cas de dissonance entre les métadonnées et le contenu de votre page, Google préférera afficher un extrait de votre page. Vous risquez alors de perdre en impact dans les résultats de recherche.

L'arborescence (plan du site):

Page d'accueil : Résumé des informations importantes. Doit donner le ton, envie. Des photos, un texte de présentation, des chiffres clefs. Un extrait des offres d'emploi et les dernières actualités par exemple.

Pages et sous-pages : Une page par thème / univers.

L'idée est de rendre lisible la structure de votre entreprise, de comprendre son fonctionnement (les différents secteurs, pôles, métiers ...). N'hésitez pas à suivre votre format d'organisation d'entreprise pour créer votre plan de site. Dans le cas où vous avez plusieurs établissements, agences, lieux de travail, présentez les au maximum et décrivez leurs particularités.

Le contenu de votre site :

Définir vos cibles / vos objectifs :

Il est important de savoir qui l'on vise pour savoir quoi leur dire.

Vous pouvez aussi développer des persona, découvrez comment procéder dans [cet article du blog We Recruit](#).

	Interne	Externe
Cible	Salariés	candidats potentiels
Objectif	Fidéliser, valoriser, rendre leur expérience collaborateur positive	Rendre la société attirante et valoriser l'expérience candidat.

💡 Penser à cibler aussi vos collaborateurs. C'est l'occasion de les valoriser. C'est le principe de [la symétrie des attentions](#).

Définir vos mots clefs :

Une fois les cibles identifiées, vous pouvez définir les termes de recherche sur lesquels vous souhaitez apparaître. Pour ça, il y a des outils :

- [Answer the public](#) : Faites une recherche par mots clés et découvrez les questions que les internautes se posent. C'est un excellent outil pour trouver des idées d'articles de blog. Pensez à bien paramétrer le pays et la langue pour des résultats plus précis.
- [Google trend](#) : Retrouvez les mots clefs les plus recherchés sur Google ainsi que les recherches associées et les zones géographiques de recherche.

Ces outils sont des guides qui vous permettront d'avoir une idée des termes que vos cibles tapent dans la barre de recherche. Vous ne devez pas rédiger uniquement en fonction de cela , il faut que votre contenu ait une vraie valeur ajoutée. Le point le plus important pour Google dans votre référencement, c'est la qualité de votre contenu.

Cela comprend :

- La cohérence entre vos titres de pages, les métadonnées et le contenu.
- Les mots utilisés dans vos textes.
- La singularité et l'authenticité, ne surtout pas copier du texte d'un autre site internet.
- La bonne description de vos visuels.

Afficher votre marque employeur :

La marque employeur doit être présente sur votre site carrière. Lorsqu'un candidat potentiel navigue sur votre site, il doit trouver les réponses à ces 3 questions :

- Pourquoi rejoindre votre entreprise en tant que salarié ?
- Pourquoi y rester ?
- Pourquoi y être investi ?

Vous devez trouver le moyen de faire passer ces messages. Pour cela, n'hésitez pas à varier les formats.

Créer du contenu :

• Images :

Pour vos images et vos photos, gardez en mémoire qu'il faut rester authentique. Si vous parlez de vous, les photos doivent être réelles. Sinon, on peut avoir l'impression que vous cachez quelque chose.


Les images de banques d'images sont à réserver aux articles de blog ou aux contenus qui ne parlent pas directement de votre entreprise.

Quelques outils sympas :


- Banques d'images : Pexels, Unsplash, Pixabay

 Attention aux droits d'auteurs et à ce que cette image ne soit pas déjà présente partout.

- Pictogrammes, éléments graphiques : Freepik, Pixabay

 Si vous souhaitez utiliser des illustrations, dessins, images vectorielles, vérifiez que vous disposerez de suffisamment d'éléments pour vos prochains contenus. Certains graphismes sont difficiles à retrouver et les différences de styles graphiques impacteront négativement la qualité visuelle de votre site.

- Montage d'images : Canva, Remove.bg
- Montage vidéo : Imovie, Youtube , Tiktok

 Youtube vous permet d'ajouter des sous-titres automatiquement et d'héberger votre vidéo. Vous pouvez garder vos vidéos privées pour les diffuser uniquement sur votre site carrière grâce à leur URL.

- Pour s'inspirer : Béhance
- Pour vérifier la lisibilité et le contrat : l'outil d'accessibilité de [Adobe Color](#)

Adaptez votre logo à sa taille sur l'écran → plus il est petit, plus il est simple.



Assurez-vous de la lisibilité de vos visuels.

Une information à la fois.

 [Comment changer la vignette des offres sur We Recruit](#)

 [Les dimensions d'images pour votre site carrière](#)

- **Texte**

Pensez à rédiger des contenus légers sur les pages de votre site. Les internautes ont tendance à lire en diagonal, mettez en valeur les éléments clefs. Les listes, les petits paragraphes, ou le texte en gras, servez-vous de toutes ces options.

Si vous voulez approfondir certains sujets, privilégiez plutôt des articles de blog. [Retrouvez dans cet article des idées de contenu pour votre blog.](#)

- **Infographies**

C'est un très bon moyen de mettre en avant des informations pertinentes et qui auront du sens pour vos candidats potentiels.

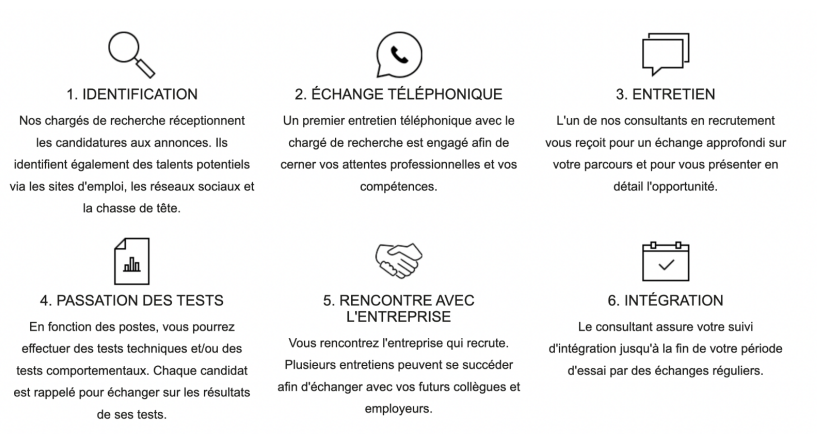
Chiffres clefs : Le nombre de collaborateurs, l'âge moyen, le nombre d'embauches prévues ou en cours, le nombre de clients ...

Le processus de recrutement comme sur le site carrière de Abaka par exemple. La lecture est plus rapide et le message est clair.

Les réseaux sociaux :

Affichez vos réseaux sociaux et invitez les candidats potentiels à vous suivre. Un bloc dédié aux réseaux sociaux est préconfiguré sur votre éditeur.

 Pour partager plusieurs liens sur votre compte Instagram, créez-vous un compte [Linktree](#).



Analyse du site

Analytics : Comment connecter son site carrière ?

Ces deux articles de la FAQ vous détaillent les étapes pour connecter votre site carrière à Google Analytics. Si vous disposez déjà d'un compte Analytics, pensez à créer une propriété réservée à votre site carrière.

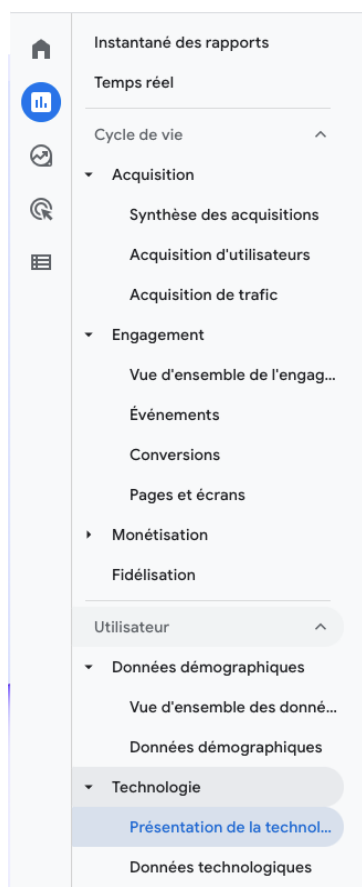
Si vous créez votre compte maintenant, vous serez automatiquement sur la nouvelle version d'Analytics.

[Comment connecter son site carrière à l'ancienne version de Google Analytics](#)

[Comment connecter son site carrière à la nouvelle version de Google Analytics \(la GA4\).](#)

Se fixer des objectifs

Analytics apporte énormément d'informations différentes, pour ne pas se perdre il faut savoir ce que l'on cherche. Pour cela, on définit bien en amont des objectifs. La plupart du temps, l'objectif principal d'un site carrière est d'obtenir des candidatures qualifiées. D'autres objectifs peuvent y être ajoutés en fonction de votre entreprise.



Les informations que vous pouvez trouver dans Google Analytics :

Rapport d'acquisition : Ce sont toutes les informations concernant l'arrivée des internautes sur votre site carrière. Vous pourrez savoir par quels moyens ils sont arrivés sur votre site et les pages les plus visitées.

Rapport d'engagement : Là, vous pouvez voir ce que font les internautes sur votre site. Combien de temps passent-ils sur vos pages, le nombre moyen des pages vues par internaute ...

Dans l'onglet **pages et écrans**, vous trouverez plus de détail sur ce qu'il se passe page par page.

Données démographiques : Vous permet de savoir qui sont vos visiteurs, où vivent-ils, quel est leur âge, leur sexe...

Technologie : Vous permet de savoir quels supports utilisent vos visiteurs. Sont-ils sur mobile, tablette, ordinateur, Mac ou PC ... ? Des informations importantes notamment pour le contrôle des visuels selon les tailles d'écran.