

6 Solutions pour réduire les délais de recrutement en s'appuyant sur son bassin d'emploi !

Intégrer des talents situés à proximité de votre entreprise, permettre aux candidats de trouver un emploi proche de chez eux, développer votre visibilité locale, etc., découvrez les nombreux avantages du recrutement local dans ce chapitre !



6 Solutions pour réduire les délais de recrutement en s'appuyant sur son bassin d'emploi !

Recruter localement s'impose comme un argument d'attractivité : en adaptant sa stratégie de recrutement dans un rayon géographique ciblé, une entreprise développe son attractivité et construit son vivier local de talents.

Alors, se posent différentes questions : quels sont les facteurs qui vous permettront de faire la différence dans chaque bassin d'emploi ? Quelles solutions pour améliorer votre ciblage, personnaliser chaque parcours de recrutement et identifier les leviers optimums ?

Une diffusion Globale : le local recruiting permet d'adapter sa stratégie de recrutement aux spécificités de chaque bassin d'emploi

46%

des candidats privilégient la localisation et le temps de trajet avant de postuler à un emploi.



Alors que la localisation et le temps de trajet sont les premiers critères qui poussent un candidat à postuler à une offre avec 46 % des votes selon une récente étude publiée par CleverConnect.com, le recrutement local ou local recruiting ne se résume plus à accrocher des affiches ou à publier une annonce dans un journal.

« Seulement 41 % des candidats interrogés sont prêts à déménager dans une autre région pour un poste qui leur plaît vraiment » – (source : Meteo-Job, 2020)

Pour bien recruter, il faut d'abord commencer par recruter localement. En effet, les études montrent que la mobilité n'est pas un acquis chez tous les candidats qui restent attachés à leur territoire. Le recrutement ne consiste pas seulement à trouver les meilleurs talents, mais à trouver les meilleurs talents dans votre bassin d'emploi.

1 Recruter localement pour combler un besoin en recrutement sur une zone géographique précise

Quand une entreprise a un besoin en recrutement ponctuel, en faible volume, dans des endroits géographiques spécifiques et sur des postes qui ne sont pas à un niveau de pénurie de talents extrême, il n'est pas nécessaire de brasser tout le continent pour trouver le meilleur candidat. Le *local recruiting* permet de cibler géographiquement ses opérations de recrutements pour limiter les coûts et les efforts tout en proposant un parcours candidat de qualité.

2 Recruter localement pour s'adapter à un bassin d'emploi spécifique

À l'inverse, une entreprise implantée nationalement qui a des besoins en recrutement réguliers, importants et qui rencontre des difficultés dans cer-

taines régions en raison d'un bassin d'emploi local complexe ou sous tension, utilise le local recruiting pour adapter sa stratégie de recrutement aux difficultés de sourcing locales. Elle optimise ainsi ses chances de capter les meilleurs candidats dans ces zones sous tension.

Dans l'enquête « le recrutement et la recherche d'emploi en 2019 » publiée par RegionsJob, la distance entre le domicile et le lieu de travail était le premier critère de sélection d'une offre d'emploi par les candidats.

La géolocalisation des offres d'emploi s'impose donc comme un argument d'attractivité : en recrutant dans un rayon géographique ciblé, une entreprise développe son attractivité, atteint des candidats qui sont plus faciles à fidéliser et diminue ainsi son turnover.

Enfin, pour une entreprise qui s'inscrit dans une démarche de recrutement « durable », le *local recruiting* est un moyen de mettre en avant sa marque employeur. En effet, en recrutant les « talents du cru », l'entreprise montre qu'elle contribue au dynamisme du bassin d'emploi local et capitalise dessus pour valoriser son image.

Comment mettre en place une stratégie de *local recruiting* par géolocalisation ?

La géolocalisation consiste à utiliser les données de localisation sur des offres d'emplois ou les CV de candidats pour mieux gérer les annonces et candidatures en les plaçant tous deux sur le même plan, celui de la géolocalisation.

Ce principe est primordial pour les organisations multisites qui souhaitent mieux activer leur vivier de candidats et simplifier la gestion de leurs annonces au global.

3 Gagnez du temps en diffusant la même annonce dans des zones géographiques différentes

Le cas typique est celui du recrutement sur des postes identiques notamment dans le retail ou la restauration : hôte de caisse, cuisinier, employé polyvalent, etc. La multilocalisation des annonces d'emploi permet par exemple de gagner du temps et de simplifier le parcours candidat quand il s'agit de recruter sur un même poste dans des zones géographiques différentes.

En effet, vous rédigez la même annonce, mais vous sélectionnez les différentes adresses de rattachement des postes ouverts en quelques clics depuis votre ATS. Les recruteurs reprennent ensuite la main au niveau local au moment prévu du parcours candidat (pour recevoir les candidats en entretien par exemple).



4 Proposez aux candidats de filtrer leurs recherches en fonction de leur localisation ou du temps de trajet

La distance domicile-travail et par extension le temps de trajet sont des critères prioritaires des candidats. Et bien souvent, si l'information est clairement identifiable, elle améliore le taux de candidatures sur les annonces d'emploi.

Et cela est donc prioritaire pour le parcours candidat sur votre site carrières, via la recherche autour d'une localité, sur une carte, ou mieux : selon un temps de trajet depuis le domicile du candidat.

L'impact premier est celui d'un temps de recherche optimisé pour le candidat, et donc, une plus forte propension à candidater sur une, voire plusieurs offres d'emploi qui l'intéresse.

5 Animez votre vivier à l'échelle locale

Dans un monde idéal, vous avez :

- 100 % d'annonces géolocalisées grâce à votre ATS
- 100 % de candidats dont l'adresse est connue à l'aide du parsing de chaque CV

Conclusion : vous pouvez déclencher des newsletters et alertes emploi auprès de vos candidats selon leur situation géographique et les postes qui les intéressent.

6 La géolocalisation pour cibler les talents en local

En dehors de l'ATS cette fois, nous vous partageons une démarche très performante pour attirer de nombreux profils sur des annonces ciblées en local.

Via la localisation de vos annonces, vous pouvez également renvoyer des annonces payantes sur LinkedIn, Facebook ou autres plateformes vers un filtre de recherche de votre site carrières.

À la clé, le candidat atterrit sur des annonces filtrées près de chez lui et vous gagnez au passage un canal de sourcing très efficace et hyper ciblé pouvant être activé au plus près des besoins de vos entités sur le territoire.

Recruter localement permet de réduire les délais de recrutement

Le délai est un indicateur souvent utilisé pour mesurer la performance d'un recrutement même s'il n'est bien sûr pas le seul à prendre en compte. Dans l'absolu, il est bien sûr préférable d'aller vite. Tout le monde en tire, à première vue, un bénéfice : le candidat passe moins de temps dans l'incertitude de journées entières de recrutement, celui-ci a donc moins de chances d'être capté par une autre société, le recruteur peut s'atteler à d'autres missions ou d'autres besoins, et les équipes terrain ont un nouveau renfort plus rapidement pour soulager leur charge de travail. Beaucoup d'avantages à aller vite, donc, mais attention à ne pas trop idéaliser la rapidité. Il ne faut pas oublier que le recrutement a aussi besoin de temps, pour garder une certaine qualité et cohérence dans le processus.

Le secteur, l'organisation du processus de recrutement, ou encore la multiplication des outils sont des freins à la réactivité

Une multitude de freins existe à la rapidité du recrutement. La situation du secteur dans lequel le recrutement évolue peut en être un majeur. Par exemple, sur des marchés où les candidats sont rares, le processus de recrutement se verra considérablement ralenti. En plus du temps normal nécessaire à la recherche de candidats, s'ajoute celui de leurs réponses : étant sollicités par de multiples entreprises, il n'est pas rare de devoir attendre plus longtemps.

La multiplication des étapes dans le recrutement est aussi un facteur de ralentissement. Si certains se contentent d'un unique entretien d'embauche, d'autres multiplient les entrevues à plusieurs, les épreuves et les tests, ou encore les rencontres avec différents acteurs (manager, directeur, RH). Ici, le positionnement est délicat, car la multiplication des étapes est souvent mise en place pour répondre à des exigences de qualité dans le recrutement. Il ne faut donc pas raisonner de façon binaire, et adapter le nombre d'étapes au besoin et en fonction des enjeux de chaque poste.

Enfin, un autre frein majeur peut être la multiplication des outils de recrutement. Entre la diffusion des besoins, le suivi des candidatures, le contact avec les candidats, la gestion du RGPD, ou encore la gestion d'un site carrières en ligne, il n'est pas rare d'utiliser de nombreux logiciels, tous indépendants et déconnectés les uns des autres. Ainsi, même avec une très bonne maîtrise des différents outils, cette multiplicité se paye parfois avec un temps de back-office rallongé inutilement, et n'offrant aucune production directe en résultat. Utiliser une solution unique permettant de gérer les candidatures et développer la marque employeur au même endroit depuis un seul et même outil est une piste pour réduire les délais de recrutement. ■

En bref

Pourquoi entreprendre une démarche de local recruiting ?

- Pour améliorer l'efficacité du recrutement des équipes en local et réduire le délai de recrutement.
- Pour valoriser sa marque employeur localement et la faire rayonner dans un contexte géographique précis.
- Pour s'adapter aux enjeux d'un bassin d'emploi spécifique.
- Pour maintenir et activer un vivier important de talents en local.



Glossaire

Local recruiting

Le *local recruiting* ou le recrutement local est le fait de recruter des candidats dans un périmètre assez restreint autour de leur lieu de travail. Cela peut être une ville ou un département par exemple. L'entreprise recrute spécifiquement dans le bassin d'emploi local où elle est implantée.

Géolocalisation des annonces

La géolocalisation des annonces consiste à localiser les offres d'emploi pour les placer sur une carte interactive. Les annonces géolocalisées sont facilement accessibles depuis la carte et le candidat peut se projeter plus facilement parmi les offres près de chez lui.

Mobilité interne

La mobilité interne désigne, pour un salarié, tout changement de poste ou évolution de fonction au sein d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises. Elle peut être horizontale (quand elle permet de passer d'un poste à un autre (quand elle permet de passer d'un poste à un autre équivalent au sein d'un même service ou d'un service différent), au sein d'un même service ou d'un service différent, en conservant le même statut) ou verticale (quand elle correspond à une promotion: le collaborateur évolue vers un poste comportant des responsabilités plus importantes).

Relocalisation

Stratégie consistant à rapatrier dans le pays d'origine de la société mère une partie ou la totalité d'une activité productive qui avait été auparavant délocalisée. On parle également de relocalisation de profils quand des salariés profitent d'une mobilité interne pour changer de secteur géographique ou pour se rapprocher de leur domicile en changeant de poste, de marque, de filiale au sein d'un même groupe par exemple.

Découvrez les autres chapitres du livre



Chapitre 1 :
Centralisé vs décentralisé : Quel modèle choisir ?

télécharger

Chapitre 2 :
Les 8 objectifs de l'ATS pour faciliter le recrutement en réseau

télécharger

Chapitre 3 :
Les 12 travaux du recruteur pour une expérience candidat sans couture !

télécharger

Chapitre 4 :
Comment activer un vivier global de talents ?

télécharger

Chapitre 5 :
Bonnes pratiques pour un recrutement responsable et conforme avec le RGPD

télécharger

Chapitre 6 :
Recrutement en réseau : Comment assurer le collaboratif ?

télécharger

Chapitre 7 :
6 solutions pour réduire les délais de recrutement en s'appuyant sur son bassin d'emploi !

télécharger

Chapitre 8 :
Quel avenir pour le recrutement multisite ?

télécharger

Retrouvez également le livre complet en version papier !

