



CETTE SEMAINE

La GEPP : suite

Sourcer des candidats passifs

Recrutement

Visite médicale de préreprise

Savez-vous que ...

DÉFINIR UN PLAN D'ACTION GEPP/GPEC

Maintenant que vos outils de GEPP sont en place, vous disposez des informations suffisantes pour passer à l'action. Mais avant toute chose, il est indispensable de connaître les objectifs stratégiques de votre entreprise. En effet, ce sont ces objectifs qui vont guider votre démarche GPEC. Nous vous conseillons donc de réaliser votre plan d'action en collaboration directe avec votre direction.

Votre entreprise souhaite diminuer ses coûts de recrutement ? Votre plan d'action va consister à mettre en place un parcours de mobilité interne efficace. Elle souhaite acquérir une nouvelle compétence ? Vous allez pouvoir réfléchir à un plan de recrutement ou des formations en interne, etc...

En règle générale, la GPEC va vous permettre d'optimiser de nombreux processus au sein de votre entreprise :

- Définir les besoins de formation
- Créer les profils de poste pour le recrutement
- Mettre en place un parcours de mobilité interne
- Connaître l'efficacité des formations suivies
- Anticiper les départs

La GPEC a également pour but d'anticiper l'obsolescence programmée des compétences et l'émergence des nouveaux métiers. Pour cela, vous pouvez vous rapprocher de votre OPCO ou me contacter : contact@lgt-rh.com. L'accompagnement des entreprises sur l'évolution des emplois et compétences fait en effet partie des nouvelles missions des Opérateurs de Compétences et également de LGT RH.



La semaine prochaine : Mesurer l'efficacité des actions mises en place

SOURCER DES CANDIDATS PASSIFS

Les candidats passifs constituent une mine de talents en sommeil qui ne demandent parfois qu'à être réveillés. Mais comment susciter chez eux l'envie de rejoindre votre entreprise ?

Déjà, qu'est ce qu'un candidat passif ?

Il est en poste, bien dans son job et ne se pose pas forcément la question de le quitter. Mais, il n'en est pas moins ouvert aux intéressantes opportunités professionnelles. Le candidat passif est un spécimen difficile à sourcer pour un recruteur et pourtant riche en potentiel !

Pourquoi s'intéresser aux candidats passifs ?

D'abord parce qu'ils constituent un important vivier : 70 à 80 % des candidats sur le marché de l'emploi !

- Le principal intérêt que présente ce type de candidat, aux yeux d'un recruteur, c'est qu'il est a priori un élément fiable, dont son employeur actuel est satisfait, puisqu'il est encore en poste. Vous pourrez également plus facilement recueillir des informations sur ses missions via notamment son activité sur les réseaux sociaux.

- Second atout de taille : il n'est pas actif sur le « marché » des candidats. Il est donc peu probable que vous soyez en compétition avec un autre recruteur pour attirer à vous ce talent, sauf dans certains secteurs particulièrement en tension.

- Enfin, le fait que cette personne ne soit pas en recherche active d'emploi est rassurant sur sa propension à s'engager auprès d'un employeur sur le long terme.

Comment capter l'attention de ces candidats qui s'ignorent ?

Un premier contact personnalisé

Vous avez identifié un profil intéressant déjà en poste ? Ne vous ruez pas sur votre téléphone. Un appel durant son temps de travail pourrait le mettre mal à l'aise vis-à-vis de ses collègues ou de son manager. Préférez une approche plus discrète, par mail ou par message LinkedIn.

Veillez à personnaliser votre message en fonction des diverses informations que vous aurez pu recueillir sur le candidat et décrivez dans les grandes lignes le poste de manière à susciter son intérêt. Proposez-lui ensuite de vous faire part de ses créneaux disponibles pour un premier échange, physique ou à distance. Ainsi, vous lui donnez la main et il reviendra vers vous lorsqu'il sera dans de bonnes conditions pour écouter votre proposition.

Un parcours candidat optimisé

Dans tous les cas, partez du principe que la démarche ne doit pas être chronophage pour le candidat, car il n'avait, en principe, pas prévu de consacrer du temps à une recherche d'emploi. Communiquez avec lui par courts messages et indiquez-lui les étapes du processus de recrutement au fur et à mesure.

Simplifiez au maximum le parcours candidat : un clic, une réponse en deux lignes à votre question. Et posez-vous ces questions : « le formulaire envoyé demande-t-il trop d'informations ? », « l'espace pour candidater est-il facilement repérable sur mon site carrière ? » ...

S'il est difficile pour le salarié en poste de se rendre disponible pour un entretien d'embauche, vous pouvez également lui proposer un format vidéo différé, ce qui lui permettra d'enregistrer ses réponses aux questions que vous lui aurez envoyées lorsqu'il en aura le temps.

Une marque employeur séduisante

Votre marque employeur est votre meilleure alliée pour conquérir le candidat passif ! Sachez valoriser votre culture, vos activités, les défis que vos équipes ont relevés, en vous appuyant par exemple sur des témoignages collaborateurs ou des vidéos postées sur votre site carrière. Vous inscrirez ainsi le poste dans un contexte en promouvant à la fois l'environnement de travail, les valeurs de l'entreprise et les possibilités de carrière à moyen, long terme. Toute une panoplie d'éléments qui permettront au candidat de se projeter et de passer à l'acte de candidature !

Des avantages comparatifs qui font mouche

Le candidat passif se montrera, légitimement, plus exigeant que la moyenne et sera sensible aux avantages comparatifs que vous lui présenterez. La question tacite à laquelle vous devrez, en tant que recruteur, répondre au cours de l'entretien d'embauche est : « Cette proposition vaut-elle la peine de quitter mon emploi stable et confortable ? » Si possible, cherchez à identifier ce qui pourrait manquer au candidat dans son entreprise actuelle : son quotidien semble-t-il trop routinier ? Le salarié est-il sous-payé ? Manque-t-il de perspective d'évolution professionnelle ?

Ainsi, côté argumentaire, vous pourrez, au choix, mettre en avant une meilleure qualité de vie au travail, un meilleur équilibre vie pro/vie perso, un meilleur partage télétravail/présentiel, une souplesse horaire, des perspectives d'évolution rapide, des missions plus stimulantes, un meilleur salaire...

Il se peut que le candidat souhaite négocier certains points, notamment le salaire, l'intéressement, les conditions de télétravail... Posez-vous la question, en amont de l'entretien, du volume de concessions que vous êtes prêts à faire au regard de l'intérêt que présente votre potentiel futur collaborateur.

La cooptation via des collaborateurs-ambassadeurs

Vous pouvez également miser sur ceux qui connaissent le mieux l'entreprise, vos collaborateurs, pour prêcher la bonne parole et attirer à vous de nouveaux talents. En développant une politique de cooptation incitative, vous pourrez avoir accès à un vaste réseau professionnel, amical et familial et trouvez le profil idéal. Alors, pourquoi s'en priver ?

Et si le candidat n'est pas intéressé ?

Ayez à l'esprit qu'un vivier de candidats se construit sur le long terme. Ce n'est pas parce qu'une personne en poste n'est pas intéressée, à un moment donné, par votre offre, qu'il ne faut pas maintenir le contact !

Proposez-lui de l'ajouter à votre réseau, gardez son profil à l'esprit et n'hésitez pas à lui renvoyer un message lorsque vous la jugerez plus réceptive à un changement de vie professionnelle !



RECRUTEMENT

À l'heure où certaines entreprises peinent à recruter de nouveaux collaborateurs, un parcours candidat facilité constitue un atout séduction qui peut vous distinguer de la concurrence. Composé d'une succession d'étapes, de la découverte de l'entreprise à l'embauche, le parcours candidat doit être simple, rapide et efficace. Voici des conseils pour attirer à vous les meilleurs talents !

- Bien communiquer sur le parcours de recrutement
- Permettre au candidat de postuler en peu de clics
- Répondre le plus rapidement possible au candidat
- Ne pas négliger l'importance du feedback
- Faciliter les tests éventuels
- Ne pas zapper le préboarding
- Soignez l'onboarding



VISITE MÉDICALE DE PRÉREPRISE

La visite de préreprise se distingue des autres types de visites médicales exercées dans le cadre de la médecine du travail à la fois par son caractère facultatif et par le fait qu'elle se déroule alors que le salarié est encore en arrêt de travail. L'objectif de la visite de préreprise est -comme son nom l'indique- de préparer les conditions du retour au travail d'un employé en arrêt de travail afin d'éviter, à terme, son licenciement pour inaptitude. Ce dispositif s'adresse essentiellement aux salariés dont le maintien en poste présente d'importantes difficultés.

Comme le mentionne l'article R 4624-29 du Code du travail, le médecin traitant du salarié, le médecin-conseil de l'Assurance maladie et le salarié lui-même peuvent être à l'initiative d'une visite de préreprise. L'examen médical peut être organisé dès lors que l'arrêt de travail du salarié excède trois mois. Il est important de noter que ni l'employeur ni le médecin du travail ne peuvent demander une visite de préreprise, celle-ci devant se dérouler pendant l'arrêt de travail.

En outre, la visite de préreprise fait souvent l'objet d'une confusion avec la visite médicale de reprise qui, elle, doit être programmée par l'employeur pour un salarié après un congé de maternité, après une absence d'au moins 30 jours pour cause d'accident du travail, de maladie ou d'accident non professionnels, ou après une absence pour cause de maladie professionnelle. À la différence de la visite de préreprise, l'examen de reprise, lui, fait l'objet d'une délivrance d'un certificat médical d'aptitude ou d'inaptitude.

Effectuée par le médecin du travail pendant l'arrêt de travail du salarié, la visite médicale de préreprise poursuit un seul et unique but: favoriser le retour au travail et le maintien dans l'emploi des salariés ayant bénéficié d'un long arrêt de travail. Au terme de la visite médicale, le médecin du travail peut proposer:

- des aménagements ou adaptations du poste de travail;
- une reconversion professionnelle;
- un aménagement du temps de travail;
- le suivi d'une formation professionnelle en vue d'une réorientation ou d'un reclassement..

Pour émettre ses préconisations, le médecin du travail peut s'appuyer sur un réseau de professionnels tels que l'assistant social de l'Assurance maladie, l'association d'insertion professionnelle des personnes en situation de handicap Comète France, les organismes de placement spécialisés (OPS) ou encore le service de santé au travail.

En accord avec le salarié, le médecin du travail informe l'employeur et le médecin-conseil de l'Assurance maladie des recommandations émises, de manière à ce qu'elles puissent être mises en œuvre dès la fin de l'arrêt de travail. L'employeur est, en effet, tenu de prendre en compte ces préconisations avant d'envisager le licenciement pour inaptitude de son salarié.



Savez vous que

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL : DÉPENSE OU INVESTISSEMENT ? La réponse en 10 chiffres-clés

LE COÛT DU MAL-ÊTRE AU TRAVAIL

Déclenchement de troubles musculosquelettiques (TMS)

1^{ère} cause de maladie professionnelle indemnisée¹

8 millions de jours d'arrêts de travail²

8 M€ de coût total annuel pour les entreprises³

Développement des risques psycho-sociaux

1 salarié sur 8 concerné par le burn-out en Europe³

1 salarié sur 2 victime de stress au travail en Europe³

2 à 3 Md€ de coût total annuel pour les entreprises en France⁴

Perte de performance pour les entreprises

60 Md€ dépensés par an par les entreprises pour faire face à l'absentéisme⁵

LE ROI DU BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

De 8 à 13 € de retour sur investissement pour 1 € dépensé en prévention santé⁶

DES ENTREPRISES QUI HÉSITENT ENCORE

85 % des organisations estiment que la QVT est un enjeu de compétitivité⁷

47 % des entreprises seulement ont mis en place des actions QVT⁸



VOUS SOUHAITEZ
UN ACCOMPAGNEMENT
EN RESSOURCES HUMAINES



06.47.02.21.10



<https://lgt-rh.com/>

en partenariat avec

SPARTE RH
— GROUPE

"Agilitateur d'inspiration..."

DEPUIS PLUS DE 10 ANS



LAERA

CONSEILS & FORMATIONS