**OUTIL 1**

identifier les composantes de

votre positionnement employeur

**Rappel**

Le positionnement de l’entreprise est sa personnalité et son image aux yeux des candidats et employés. C’est ce qui vous distingue comme employeur et ce qui fait de vous un choix intéressant pour les candidats.

**➊ La segmentation**

Votre positionnement employeur doit vous représenter et interpeller les candidats souhaités.

Quels sont les segments d’employés que vous souhaitez attirer?

De quels types de personnes avez-vous besoin pour compléter votre équipe (un conseiller en jardinerie, un préposé à la cour, un manœuvre, un technicien d’expérience)?

**➋ La proposition de notre entreprise**

Le positionnement doit permettre aux individus de comprendre la plus-value proposée par votre entreprise. Voici quelques questions à vous poser et qui vous permettront d’identifier ces éléments :

Qu’est-ce qui différencie votre secteur d’activité?

Qu’est-ce qui différencie votre entreprise des autres entreprises du même secteur?

**➌ La proposition du poste**

Le positionnement doit permettre aux candidats ciblés de comprendre la plus-value proposée par le poste. Voici quelques questions à vous poser et qui vous permettront d’identifier ces éléments :

Qu’est-ce qui différencie votre équipe (collaboration, plaisir, liens étroits)?

Qu’est-ce qui différencie le poste que vous offrez?

Y a-t-il des éléments qui vous distinguent en ce qui a trait au développement des compétences des personnes (offre de formations, parrainage ou mentorat, possibilités d’avancement …)?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Y a-t-il des éléments qui vous distinguent en ce qui a trait à votre offre de conditions de travail (flexibilité d’horaire, bonne rémunération, avantages sociaux distinctifs …)?

Qu’est-ce que les gens qui travaillent chez vous aiment (offre des produits ou services innovateurs, on apprend et développe une expertise, on reconnaît et récompense les réalisations …)?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**➍ VOTRE PROPOSITION VERSUS VOTRE SEGMENTATION**

Créer un arrimage entre les candidats ciblés (la segmentation de l’étape 1) et ce que vous avez à offrir (votre proposition des étapes 2 et 3). En fait, vous devez sélectionner certains des éléments préalablement identifiés et présenter les « bons éléments » qui vous distinguent auprès des candidats potentiels.

Par exemple, si vous offrez un fonds de pension parmi vos avantages sociaux et que vos candidats cibles sont les finissants techniciens, peut-être n’est-ce pas l’élément le plus attractif à rendre visible auprès de ce segment. Vous pourriez peut-être davantage miser en présentant des exemples d’opportunités de développement de compétences ou les outils technologiques avec lesquels ils pourront travailler. Le fonds de pension que vous offrez est peut-être un élément à rendre visible pour des postes de professionnels d’expérience.

**Pour savoir quelles caractéristiques présenter pour**

**quel segment de candidats potentiels**

C’est simple! Demandez à vos employés actuels ce qui vous distingue. Vous pourriez même leur demander de compléter les étapes 2 et 3 de cet outil et obtenir leur point de vue. Ainsi, il vous sera plus facile de présenter les « bonnes caractéristiques » distinctives auprès des candidats ciblés.

**Pour plus de détails, référez-vous à la section Le recrutement et la sélection.**