

10 stratégies de recrutement à utiliser en 2019



par **Isabelle Prévost**, coordonnatrice de la formation, HortiCompétences



Vous avez plusieurs postes à pourvoir en prévision de la prochaine saison ? Il pourrait être judicieux d'utiliser toutes les tribunes qui s'offrent à vous pour faire connaître les possibilités de carrière dans votre entreprise. En 2019, votre stratégie de recrutement devrait être axée, plus que jamais, sur le multicanal !



HortiCompétences
Comité sectoriel de main-d'œuvre
EN HORTICULTURE ORNAMENTALE -
commercialisation et services

1 Le bouche à oreille et les références

Qu'il s'agisse d'employés en poste ou d'anciens employés, de clients ou de fournisseurs, ces personnes sont vos premiers ambassadeurs. Demandez-leur de faire savoir à leur réseau de contacts vos possibilités d'emploi et de propager les avantages de travailler au sein de votre équipe. Certains employeurs remettent une récompense aux employés qui recommandent un candidat embauché, un mois après son arrivée : chèque-cadeau, privilège, participation à un concours pour gagner une fin de semaine au spa, laissez-passer pour un événement, cadeau d'un fournisseur ou prime financière.

2 Une présence sur les réseaux sociaux

Dorénavant, des gens de tous âges et de toutes nationalités sont connectés aux réseaux sociaux : Facebook, Instagram et LinkedIn sont probablement les plus populaires pour attirer la main-d'œuvre. En plus d'y promouvoir leurs offres d'emploi, plusieurs entreprises publient des photos ou des capsules vidéo de leur équipe pour valoriser leur climat de travail. Elles demandent à tous les membres de l'équipe de les partager dans leurs réseaux sociaux respectifs. Votre employé « pro de la techno » se fera un plaisir d'assurer votre présence dans divers groupes sur les réseaux sociaux.

3

Votre site Internet

Les sites Internet sont de plus en plus développés pour attirer autant la clientèle que les futurs employés. Des photos et vidéos de l'équipe, des comités de travail, de l'environnement et de l'équipement peuvent susciter l'intérêt de candidats potentiels. Assurez-vous que votre section carrière-emploi soit facilement accessible et que la transmission des candidatures s'effectue en un clic. N'hésitez pas à ajouter un bandeau affichant vos postes ouverts à votre signature courriel.

4

Les événements de représentation de votre entreprise

Les salons et foires d'emploi auxquels vous participez sont des moments névralgiques pour votre recrutement. Mais pensez aussi à apposer une banderole sur votre kiosque mentionnant que vous êtes en processus d'embauche lorsque vous participez à des événements corporatifs, des expositions commerciales, des conférences, etc. Mentionnez vos besoins de main-d'œuvre aux personnes avec qui vous interagissez lors d'activités de réseautage de votre chambre de commerce ou réseau d'entrepreneurs.

POUR ATTIRER LE REGARD DES CANDIDATS POTENTIELS, VOTRE OFFRE D'EMPLOI DEVRA ÊTRE VISUELLEMENT ATTRAYANTE.



PHOTO : ISTOCK

5

L'affichage et la publicité

Si votre entreprise a pignon sur rue, pensez tout d'abord à disposer une affichette avec vos offres d'emploi près de la caisse. Ciblez ensuite certains lieux où l'affichage sur babillard est autorisé : la maison des jeunes, le centre d'entraînement, le centre des loisirs, la bibliothèque ou l'épicerie. Mais attention : pour attirer le regard des candidats potentiels, votre offre d'emploi devra être visuellement attrayante et pouvoir se lire en huit secondes!

Bien que plus coûteuses, les bandes publicitaires à votre aréna ou au cinéma, sur les autobus ou dans les abribus de votre localité peuvent vous procurer une belle visibilité. Faites d'une pierre deux coups en faisant connaître vos postes, mais aussi vos produits et services.

Le même truc s'applique à l'ensemble de vos publicités : en plus d'y promouvoir vos services, faites aussi connaître vos besoins de main-d'œuvre. Vous attirerez ainsi non seulement de nouveaux clients, mais aussi de nouveaux employés.

6

Les sites d'emploi

Il existe une panoplie de sites où vous pouvez afficher vos offres d'emploi. Certains sont payants et d'autres sont gratuits. Certains sont généralistes alors que d'autres sont spécialisés dans un domaine d'emploi précis. Veillez à bien cibler les sites où vous publierez vos différentes offres afin que ceux-ci répondent bien à vos besoins et rejoignent le bon groupe de candidats.

7

Les organismes d'employabilité de votre région

Les organismes d'aide à l'emploi locaux desservent des travailleurs issus de générations, de nationalités, de scolarité et de secteurs d'activité variés. Dans le but de créer des liens entre les employeurs du secteur horticole et les intervenants d'aide à l'emploi, HortiCompétences a prévu organiser des visites d'entreprises dans la prochaine année. En plus d'afficher les offres du secteur, les conseillers penseront davantage à parler des emplois horticoles à leurs clientèles s'ils vous connaissent et s'ils peuvent vous recommander des candidats directement. Vous souhaitez ouvrir vos portes à un groupe d'intervenants ? Faites-en part à l'équipe d'HortiCompétences.

9

Les journaux et les magazines spécialisés

De plus en plus de médias proposent une version en ligne de leurs publications. Plus attrayants pour les jeunes générations, ces médias ont aussi l'avantage d'être plus interactifs. Une idée qui fait du chemin : n'hésitez jamais à contribuer à un article portant sur les enjeux de main-d'œuvre, à offrir un témoignage aux journalistes de la section économie ou affaires de votre journal local, à publiciser vos offres d'emploi. Voilà différents moyens de vous faire voir et de vous faire connaître qui devraient être inclus dans votre stratégie de communication.

8

Les institutions scolaires

En plus de vous adresser directement à votre centre de formation professionnelle, technique ou universitaire pour recruter des finissants, les services de placement des institutions d'enseignement affichent généralement gratuitement vos postes à un public étudiant plus large. Rapprochez-vous aussi de la relève en vous impliquant dans l'accueil et la supervision de stagiaires, en proposant des bourses d'études lors de la remise des diplômes et le bal des finissants ou encore en présentant une mini conférence sur votre métier aux classes des écoles secondaires de votre région.

10

Les commandites et l'implication

Financer une activité où se trouvent des candidats potentiels en échange de visibilité ou vous impliquer dans son organisation peuvent être des avenues à explorer. Des exemples ? Un événement lié à l'embellissement horticole et le verdissement de l'école ou de la municipalité, un concours d'aménagement, une exposition d'art et de déco, des activités liées aux Fleurons du Québec ou un projet de votre société d'horticulture. Tenez-vous au courant des événements qui ont lieu dans votre municipalité ou votre région. ■



PÉPINIÉRISTE-GROSSISTE

PRODUCTEUR DE VÉGÉTAUX : ARBRES, ARBUSTES, CONIFÈRES, VIVACES

Acheter directement du producteur vous assure toujours de la qualité au meilleur prix !

