

Tableau de synthèse : les attributs d'une offre d'emploi de qualité

Les attributs d'une offre de qualité	Une offre est non-qualitative quand...
<p>1. La conformité juridique (prérequis)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dans le cas d'un poste ouvert pour remplir une obligation légale (handicap, senior, autre ...), présence de la mention ad 'hoc 	<p>Elle comporte un ou plusieurs mentions discriminatoires (explicites ou implicites)</p> <p>Elle ne comporte pas la mention ad 'hoc</p>
<p>2. Les points d'accroche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un intitulé de poste explicite, précis - Une localisation précise - Une rémunération affichée et cohérente avec le niveau de responsabilités à exercer - La nature du contrat : CDI ou CDD 	<p>L'intitulé de poste est imprécis, de type « cadre commercial » OU « Ingénieur »</p> <p>Le lieu de travail est très large. Ex : « région parisienne » ou «92 » ou « côte atlantique » ou « Ouest »</p> <p>La rémunération n'est pas affichée au profit de mentions telles que « selon profil » ou «selon expérience » ou « à négocier selon l'expérience » ou, pire : « à définir »</p> <p>La nature du contrat n'est pas annoncée</p>
<p>3. Le contenu, corps de l'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un descriptif détaillé du poste, des missions et du profil recherché (rattachement hiérarchique, responsabilités, type de management, compétences recherchées, ...) et de l'entreprise + structure de l'information (lisibilité et compréhension) + qualité de la rédaction et de l'information délivrée 	<p>Elle est bâclée, floue sur l'entreprise, les missions et les éléments de profil, Elle est la copie de la fiche de poste non vulgarisée</p> <p>L'entreprise est décrite : « leader sur son marché » : manque de différenciation et de personnalisation</p> <p>La promesse de la marque employeur ne se retrouve pas dans l'annonce = non cohérence</p> <p>Elle n'explicite pas le poste dans la branche précise dans laquelle il s'inscrit</p> <p>Elle décrit un profil « mouton à 5 pattes »</p> <p>Elle est très formatée et quasi identique quel que soit le poste proposé manager ou JD (pas de différenciation)</p>
<p>4. La qualité rédactionnelle et visuelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédigée en français - Style visuel sobre 	<p>Elle est mal rédigée, dans un style télégraphique ou comporte des fautes d'orthographe, de syntaxe, de ponctuation, des sigles et abréviations en nombre et des mots en langue étrangère</p> <p>Elle ressemble à un « arbre de Noël » : il faut limiter « l'appel visuel » (titre et logo), éviter les surcharges graphiques</p>
Les facteurs d'attractivité de l'offre	Une offre est moins attractive quand
<p>Informations sur la personne en charge du recrutement : prénom, nom, fonction et email de réception des candidatures</p>	<p>Elle ne donne pas cette information</p>