HUNTEED

Le guide Hunteed d'un recrutement réussi : 10 actions essentielles

“Partager - c’est aimer”

dit le proverbe britannique.

Au-delà d’être sympas et internationaux, chez Hunteed, nous avons pris l’habitude d’explorer les données sous tous les angles. Notamment grâce à plus de 3500 besoins en recrutement publiés par an dans 23 pays différents. Nous analysons, en permanence, nos succès, mais surtout les opportunités ratées – non pas par goût de la douleur, mais parce que c’est ainsi que l’on progresse.

“On améliore que ce qui est mesuré.”

Alors, pourquoi ce guide ?

Parce que depuis sa création, chez Hunteed, nous croyons qu'un recrutement réussi ne devrait pas être une loterie. Nous souhaitons partager avec vous nos observations de manière concrète et facilement applicable, issues de centaines de cas réels. Nous aimerions également contribuer à la transformation du secteur de recrutement qui traverse une période complexe, et surtout, aider les entreprises à mieux comprendre les attentes des candidats pour que ces derniers soient des collaborateurs épanouis.

Nous avons pour ambition de créer un guide, non pas rempli de théories et de cas abstraits, mais conçu comme une véritable boîte à outils pour vous aider à réussir vos recrutements.

Pourquoi Hunteed se permet de traiter le sujet ?

Parce que depuis sa création, chez Hunteed, nous croyons qu'un recrutement réussi ne devrait pas être une loterie. Nous souhaitons partager avec vous nos observations de manière concrète et facilement applicable, issues de centaines de cas réels. Nous aimerions également contribuer à la transformation du secteur de recrutement qui traverse une période complexe, et surtout, aider les entreprises à mieux comprendre les attentes des candidats pour que ces derniers soient des collaborateurs épanouis.

Nous avons pour ambition de créer ce guide, non pas rempli de théories et de cas abstraits, mais conçu comme une véritable boîte à outils pour vous aider à réussir vos recrutements.

Et pourquoi maintenant ?

Le recrutement n'a jamais été aussi complexe qu'aujourd'hui. Ok, c'est cyclique, mais c'est dur ! Entre la pénurie de talents dans plusieurs secteurs, la fracture entre les attentes des candidats et l'offre proposée par les entreprises, l'incertitude géopolitique (on en parle des nouveaux tarifs imposés par les États-Unis ?), les responsables de recrutement font face à des défis multiples et souvent contradictoires.

Ce guide a pour objectif de vous aider à identifier et éviter les erreurs les plus fréquentes qui mènent à l'échec d'un processus de recrutement. Plutôt que de subir ces fiascos, capitalisons pour améliorer nos pratiques futures.

Ce que vous trouverez dedans

- Votre processus de recrutement déconstruit en 10 étapes.
- Les erreurs les plus fréquentes pour chacune de ces étapes, avec une structure simple, mais efficace : mise en situation concrète, identification des symptômes et causes, puis solution pratique à mettre en œuvre immédiatement.
- Les outils digitaux, souvent avec de l'Intelligence artificielle pour vous aider à mettre les choses en place rapidement.
- Une approche pragmatique, pensée pour les entreprises en Suisse, mais bien entendu, valable au-delà.

Nous tenons à préciser que dans de nombreux cas, il ne s'agit pas de solutions révolutionnaires ou jamais proposées auparavant. Ce sont des conseils logiques et dans certains cas classiques. Mais si nous avons décidé de les lister ici, c'est qu'ils restent encore trop souvent absents des processus de recrutement.

Sommaire

Introduction	page 2	1
Marque employeur	page 9	2
Définition du besoin	page 18	3
Implication des opérationnels	page 22	4
Préparation des entretiens	page 31	5
Structuration des étapes	page 36	6
Réactivité durant le processus	page 43	7
Suivi et feedback	page 47	8
La fin du processus	page 51	9
Onboarding des nouveaux collaborateurs	page 57	10
Prospective : L'IA dans le recrutement	page 63	11

Marque employeur

Erreur : Sous-estimer l'importance de la marque employeur

La marque employeur est un concept à la fois omniprésent et assez à la mode depuis plusieurs années, mais qui peut rester parfois flou - ou pire, réduit à une simple opération de communication destinée à embellir l'image d'une société.

L'impact d'une marque employeur négligée peut être réellement dramatique pour l'entreprise et peut refroidir les candidats jusqu'au dernier moment: il est donc essentiel de bien comprendre ce qu'englobe la marque employeur et d'identifier les piliers sur lesquels elle repose.

Alors, de quoi parle-t-on exactement ?

Selon l'agence Neojobs, **la marque employeur** désigne l'ensemble des problématiques liées à l'image d'une entreprise auprès de ses collaborateurs actuels et futurs (et non auprès de ses clients). C'est un élément central du marketing RH, qui se déploie à la fois en **interne** et en **externe**, avec un triple objectif : **attirer, recruter et fidéliser**.

On peut la résumer en trois grands piliers :

01 **L'ADN de l'entreprise**
Porté par la direction, il regroupe le sens, la vision, l'histoire, les valeurs et la culture.

02 **L'expérience collaborateur**
c'est le vécu concret de chaque employé au sein de l'entreprise, de son intégration jusqu'à son départ.

03 **L'expérience candidat**
c'est la perception qu'un futur collaborateur se forge tout au long du processus de recrutement, depuis la première communication RH jusqu'à la signature du contrat.

Mise en situation : une mauvaise réputation en ligne qui bloque le recrutement

Une entreprise de services en Suisse romande cherchait à recruter des profils commerciaux expérimentés. Sur le papier, tout semblait en ordre : un poste attractif, une rémunération compétitive, un processus de recrutement bien cadré. Pourtant, malgré une vingtaine de candidatures reçues, aucun candidat qualifié n'a accepté d'aller jusqu'au bout du processus.

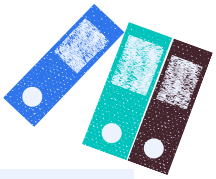
En creusant, une explication simple est apparue : les avis Google et Glassdoor de l'entreprise étaient majoritairement négatifs. Les commentaires pointaient un mauvais management, une ambiance de travail tendue, une absence de télétravail et un manque de perspectives d'évolution. Résultat : les candidats intéressés déclinaient dès qu'ils faisaient leurs propres recherches en ligne.

Symptômes et causes

En effet, ce n’est pas évident de savoir si votre marque employeur est en difficulté, notamment si on a des multi-casquettes. Voici quelques symptômes fréquents et les causes qui les expliquent.

Symptômes :

- Un taux de conversion faible entre entretiens passés et signatures de contrat.
- Des candidats qui disparaissent ou se désengagent après les premiers échanges
- Des commentaires négatifs ou une absence de retours sur les plateformes d'avis employeurs (Google, Glassdoor, Indeed, etc).
- Une difficulté récurrente à attirer des profils seniors ou experts



Causes principales :

- L’absence d’une stratégie de communication employeur claire et cohérente
- La sous-estimation de l'impact des avis en ligne et du bouche-à-oreille dans la décision des candidats
- Un manque de visibilité sur les réseaux sociaux professionnels, notamment LinkedIn
- Un décalage entre le discours RH et la réalité vécue sur le terrain.

Solution concrète

Maintenant que les signes et leurs origines sont clairs, voyons comment les transformer en opportunités : des actions concrètes pour booster votre marque employeur et séduire les talents.

Plan d’action immédiat

Audit de votre présence digitale (1 semaine)

- Analysez vos avis sur Glassdoor, Indeed, Google
- Vérifiez votre présence LinkedIn entreprise
- Identifiez les messages contradictoires

Création d'un storytelling authentique (2 semaines)

- Définissez 3-5 valeurs réellement vécues dans l'entreprise
- Collectez des témoignages sincères d'employés actuels
- Créez du contenu montrant le quotidien réel (photos d'équipe, projets, événements)

Mise en œuvre opérationnelle (1 mois)

- Publiez régulièrement sur LinkedIn (2-3 posts/semaine)
- Encouragez vos employés à partager leur expérience
- Intégrez votre proposition de valeur employeur dans toutes vos communications

ROI attendu : +30% de taux de conversion candidats dans les 3 mois

💡 **Astuce :** Faites-vous accompagner par des experts en marque employeur pour maximiser l’impact, comme Fanny Comba, on encore l’agence Neojobs et sa fondatrice Margaux Raab.

Définition du besoin

Erreur : Mal définir le besoin

À première vue, identifier un besoin en recrutement semble simple : il suffit de repérer les compétences ou les effectifs manquants et d'aller les chercher. Dans la pratique, cette apparente simplicité cache un piège dans lequel tombent de nombreuses entreprises. Plutôt que prendre du temps pour analyser les besoins actuels, notamment en les comparant avec l'état du marché, elles se contentent de reproduire des canevas des processus existants : les anciennes fiches de postes avec un cadrage de besoin approximatif et bâclé.

Un autre piège fréquent concerne la confusion des compétences prioritaires: chercher un profil marketing digital, alors que les attentes concernent davantage la partie data. Ou encore transformer des compétences "souhaitables" en exigences incontournables. Ce type de décalage brouille le message, allonge inutilement les recherches et réduit la pertinence des candidatures reçues.
Résultat : des descriptions de poste irréalistes, trop larges ou décalées par rapport au marché, qui finissent par décourager les candidats... et ralentir le recrutement.

Pour mieux comprendre, prenons un exemple concret qui illustre à quel point une définition mal cadrée peut bloquer un processus pendant des mois.

Mise en situation

Une fintech de 50 personnes basée à Zurich, peine à recruter son "Head of Marketing" depuis 8 mois. L'entreprise, en pleine croissance, a publié une offre ambitieuse :

"Nous recherchons un Head of Marketing avec 7-10 ans d'expérience, maîtrisant parfaitement le marketing digital, le growth hacking, la data analyse, le marketing produit ET les relations presse. Vous devrez également parler couramment allemand, français, italien et anglais. Salaire : 90-110k CHF."

Résultat : les candidatures ne correspondent jamais au profil complet exigé. Les rares candidats qualifiés fuient après avoir découvert que l'entreprise cherche essentiellement quelqu'un pour optimiser son tunnel de conversion - un besoin spécifique qui n'exige ni polyglottisme ni expertise en RP.

Bilan après 8 mois de recherches :

- 15 000 CHF dépensés en recrutement externe,
- une équipe commerciale toujours sans support marketing,
- un CEO qui envisage d'augmenter le budget à 130k CHF sans comprendre que le problème vient de leur cahier des charges irréaliste.

Symptômes et causes

Symptômes :

- Un faible volume de candidatures : l'offre, trop exigeante et floue, ne suscite pas l'adhésion des bons profils.
- Des candidats surqualifiés qui se retirent rapidement, jugeant le poste trop opérationnel par rapport à leur niveau.
- Des candidats sous-qualifiés qui postulent, pensant que l'intitulé est ouvert, mais qui ne répondent à aucun des critères attendus.
- Un processus qui s'éternise, entre hésitations internes et ajustements improvisés
- Une équipe commerciale pénalisée, sans support marketing depuis des mois, et un CEO qui pense que l'argent peut résoudre un problème de cadrage.

Causes principales :

- Un empilement de missions hétérogènes, mêlant stratégie, opérationnel, growth, RP, produit… sans hiérarchisation ni clarification.

- Une confusion entre les besoins réels et les fonctions "prestigieuses" attendues d'un Head of Marketing.

- Un niveau de rémunération déconnecté de la rareté du profil recherché (multilingue, expérimenté, ultra-polyvalent).

- Des exigences accessoires transformées en critères bloquants : maîtrise de 4 langues, expertise RP, data, produit, etc.

- Une absence de priorisation claire : tout est "urgent" et "indispensable", rendant le profil introuvable sur le marché.

Solution concrète

Méthode de cadrage en 4 étapes :

Analyse des tâches critiques (2 jours)

Avant de penser au profil idéal, concentrez-vous sur le travail réel à accomplir.

- Listez toutes les missions attendues sur les 6 à 12 prochains mois.
- Classez-les en trois catégories : Essentielles / Importantes / Souhaitables.
- Éliminez ou mettez au second plan au moins 30 % des missions “souhaitables” qui alourdissent inutilement la fiche de poste.

🎯 ***Objectif : Identifier les vrais enjeux du poste à court et moyen terme.***

Benchmark du marché et alignement budgétaire (1 semaine)

- Consultez au moins 3 sources fiables: cabinet de recrutement, études de rémunération, offres d’emploi concurrentes
- Identifiez les fourchettes salariales pour un profil réellement capable d’exécuter les “missions essentielles”
- Ajustez votre budget OU révisez vos exigences. Malheureusement, il est impossible d’avoir tout à la fois.
- NB : Si votre fourchette est nettement inférieure aux standards du marché, pensez à mettre en place et rendre visibles les avantages complémentaires - télétravail, véhicule de fonction, cantine d’entreprise, intéressement participation etc.

🎯 **Objectif : Aligner les exigences du poste avec la réalité du marché et votre enveloppe.**

Création de 2 profils distincts (3 jours)

- Profil A : Candidat idéal avec budget actuel
- Profil B : Candidat souhaité avec budget ajusté
- Faites valider ces profils avec les parties prenantes internes - direction, RH, opérationnels

🎯 **Objectif : Clarifier le niveau de compromis acceptable en interne avant d'aller sur le marché.**

Test de cohérence externe (1 jour)

- Faites relire votre fiche de poste par 3 personnes externes
- Posez-leur la question test : "Accepteriez-vous ce poste pour ce salaire et ce périmètre?"
- Ajustez si nécessaire.

🎯 **Objectif : S'assurer que le besoin exprimé est compréhensible, attractif et réaliste.**

Checklist

“Lancement de recrutement”

Objectif : aligner RH et Line manager avant de lancer les recherches de candidats.

Quand organiser le kick-off :

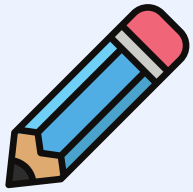
- [ ] Toujours avant la publication de l’annonce
- [ ] Participants : RH + manager + (optionnel) recruteur externe
- [ ] Durée : 30 à 45 minutes

A. Informations sur le poste

- [ ] Intitulé exact du poste
- [ ] Contexte du recrutement (création / remplacement / évolution)
- [ ] Objectifs principaux du poste (court et moyen terme)
- [ ] Localisation, télétravail, déplacements

B. Profil recherché

- [ ] Hard skills indispensables
- [ ] Soft skills prioritaires
- [ ] Expérience minimum souhaitée
- [ ] Diplômes ou certifications nécessaires
- [ ] Compétences optionnelles mais “bonus”



C. Attentes du manager

- [ ] Critères d’excellence → “Dans 6 mois, comment saurons-nous que ce recrutement est une réussite ?”
- [ ] Personnalité et style de travail préféré
- [ ] Points non négociables

D. Organisation du process

- [ ] Qui valide la fiche de poste ?
- [ ] Outils utilisés (ATS, Trello, Excel…)
- [ ] Nombre d’entretiens et participants
- [ ] Délais maximum entre chaque étape

E. Argumentaire candidat

- [ ] Points forts de l’entreprise et du poste
- [ ] Perspectives d’évolution
- [ ] Valeurs et culture

Prompts pour un LLM (ChatGPT, Claude, Mistral ou autre) – Rédaction d'une offre d'emploi

2.1. Prompt simple – Offre d'emploi standardisée

"Agis comme un expert en recrutement en Suisse romande. Rédige une offre d'emploi claire, attractive et conforme au marché suisse pour le poste de ***[intitulé du poste]*** *à* ***[ville]*** *dans le secteur* ***[secteur]****.*

L'offre doit inclure :

- *Un titre accrocheur*
- *Une brève présentation de l'entreprise*
- *Les missions principales (5 à 7 bullet points)*
- *Les compétences et qualifications requises*
- *Les avantages et conditions offertes*

Un appel à candidature clair et engageant.

Adopte un ton professionnel, clair et inclusif. Formate le texte pour qu'il soit facilement lisible sur LinkedIn et les job boards."

2.2. Prompt avancé – Offre optimisée pour LinkedIn

"Tu es spécialiste en copywriting RH. Rédige une offre d'emploi optimisée pour LinkedIn pour le poste de ***[intitulé du poste]*** *à* ***[ville]****, chez* ***[nom de l'entreprise]****.*

Objectif : attirer les meilleurs talents tout en reflétant notre culture d'entreprise.

Contraintes :

- *Format court et percutant (maximum 250 mots)*
- *Commencer par une accroche qui capte l'attention*
- *Utiliser un ton engageant et humain*
- *Inclure 3 hashtags pertinents*
- *Mettre un call-to-action clair pour postuler."*

Prompts pour un LLM (ChatGPT, Claude, Mistral ou autre) – Rédaction d'une offre d'emploi

2.3. Prompt pour une offre personnalisée et différenciante

"Agis comme un expert en marque employeur. Rédige une offre d'emploi différenciante pour le poste de ***[intitulé du poste]*** *chez* ***[nom de l'entreprise]****.*

Contexte :

- *Notre entreprise :* ***[description en 3-4 phrases]***
- *Nos valeurs :* ***[valeurs clés]***
- *Nos avantages :* ***[avantages salariés]***

Objectif : séduire des candidats qui partagent nos valeurs et se démarquer des offres classiques.

Structure l'offre ainsi :

1. *Accroche impactante*
2. *Présentation de l'entreprise*
3. *Description du rôle*
4. *Ce que nous attendons*
5. *Ce que nous offrons*
6. *Comment postuler."*

2.4. Prompt orienté pénurie de talents

"Imagine que tu es recruteur en Suisse romande sur un marché tendu. Rédige une offre d'emploi ***très attractive*** *pour recruter un* ***[intitulé du poste]*** *spécialisé dans* ***[domaine]****.*

Contraintes *:*

- *Ton engageant, positif et vendeur*
- *Mettre en avant les avantages concrets : salaire, télétravail, équilibre vie pro/perso*
- *Insister sur les perspectives d'évolution et projets stratégiques*
- *Adapter l'offre au style attendu par des candidats pénuriques : courte, claire, séduisante."*

Prompts pour un LLM (ChatGPT, Claude, Mistral ou autre) – Rédaction d'une offre d'emploi

2.5. Prompt pour obtenir plusieurs variantes d'offres

"Agis comme un expert en rédaction d'offres d'emploi. Crée 3 versions différentes d'une offre pour le poste de ***[intitulé du poste]*** *chez* ***[nom de l'entreprise]*** *:*

1. *Version classique → ton formel et structuré*
2. *Version storytelling → attirer par l'histoire de l'entreprise*

Version percutante → phrases courtes, style LinkedIn, mise en avant des avantages.

Chaque version doit rester conforme au marché suisse et inclure un call-to-action clair."

2.6. Prompt bonus – Optimiser une offre déjà existante

"Voici notre offre actuelle pour le poste de [intitulé du poste] :
[COLLER L'OFFRE ICI]

Améliore-la pour la rendre :

- *Plus attractive pour les candidats*
- *Plus concise et percutante*
- *Optimisée pour LinkedIn et les job boards*

Plus inclusive dans son langage.

Fais-moi 2 propositions : une version courte et une version longue."

Réalité du marché

Erreur : être déconnecté de la réalité du marché global et/ou de son secteur

Ignorer les tendances du marché, dans un contexte où certains profils sont clairement pénuriques, peut gravement pénaliser les recrutements. Nous observons régulièrement des attentes déconnectées de la réalité : exigence d'une disponibilité immédiate, recherche des profils ultra-rares à un salaire sous-évalué, mais également sur-estimation de l'attractivité de son entreprise.

Cette déconnexion est d'autant plus critique en Suisse, où le marché de l'emploi est plus restreint, linguistiquement fragmenté et encadré par des contraintes administratives spécifiques : quotas de permis de travail, limitations pour les profils extra-européens, ou encore obligations locales liées aux cantons.

Et tout cela s'inscrit dans un contexte économique instable, où les incertitudes géopolitiques rendent les décisions plus complexes. Et il ne faut pas oublier que les candidats aussi sont prudents dans les moments comme celui-ci, ils sont moins enclins à changer de poste et exigent plus de clarté et d'engagement.

Dans ce contexte, ne pas tenir compte de la réalité du marché, c'est prendre le risque de construire un recrutement sur des bases irréalistes… et de passer à côté des bons candidats.

Symptômes et causes

Symptômes :

- Refus systématique des candidats pour des détails mineurs (tech stack, environnement, parcours)
- Attentes irréalistes vis-à-vis des partenaires externes, sommés de “trouver le mouton à cinq pattes”.
- Frustration croissante face à l’allongement des délais de recrutement
- Poste resté vacant depuis plusieurs mois, avec un impact direct sur l’équipe
- Croyance persistante que "le bon candidat existe forcément quelque part"

Causes principales :

- Méconnaissance du marché de l'emploi, des profils disponibles et de leur rareté réelle
- Confusion entre le profil idéal (théorique) et le profil réaliste (accessible et opérationnel)
- Surestimation de l'attractivité de l’entreprise ou du poste, notamment face à la concurrence
- Perfectionnisme paralysant, qui empêche toute forme de compromis raisonné

Solution concrète

Quand le recrutement patine, ce n’est pas toujours une question de méthode, mais souvent de positionnement trop rigide.

Voici un programme en trois phases pour réaligner vos attentes avec ce que le marché peut réellement vous offrir.

Plan d’action immédiat

Réalisez un benchmark systématique

- Analysez au moins une vingtaine de profils similaires sur LinkedIn
- Calculez les pourcentages de candidats correspondant à chaque critère
- Analysez les offres d'emploi similaires sur le marché suisse
- Soyez honnête sur vos contraintes (taille, secteur, localisation)
- Adaptez votre discours aux attentes actuelles des candidats (stabilité, sens, équilibre)

Maîtrisez les spécificités du marché suisse

- Envisagez d'élargir votre sourcing à l'international pour les compétences rares : les pays voisins (France, Allemagne, Italie) et les marchés anglophones peuvent offrir des profils qualifiés plus accessibles
- Considérez un package de relocation attractif (accompagnement au logement, support pour les démarches administratives, aide à l'intégration familiale) pour séduire les talents internationaux
- Anticipez les délais administratifs (permis B/L : 2-8 semaines selon les cantons)
- Identifiez les profils exemptés de quotas (cadres, spécialistes rares)
- Considérez le télétravail transfrontalier comme option.

Surveillez en continu l'évolution du marché

- Abonnez-vous aux rapports sectoriels trimestriels
- Échangez régulièrement avec des recruteurs spécialisés
- Participez aux salons et événements de votre industrie
- Analysez les mouvements de vos concurrents directs

Outils :

Pensez à vous appuyer sur des outils pour sortir de la subjectivité :

- Utilisez des plateformes comme Figures.hr pour comparer vos salaires avec ceux du marché en temps réel.

- Testez la fonctionnalité de comparaison de rémunération intégrée à Hunteed.com pour évaluer la compétitivité de votre fourchette selon le poste et la localisation.

Objectif : baser vos décisions sur des données concrètes, pas des intuitions.

Implication des opérationnels (line managers)

Erreur : Ne pas (assez) impliquer les managers opérationnels dans les processus de recrutement

Aujourd'hui, ce n'est plus uniquement l'entreprise qui choisit le candidat...c'est le candidat qui choisit son futur environnement de travail. Dans ce contexte, le duo RH – manager opérationnel devient un facteur clé de succès.

Un processus mené uniquement côté Ressources Humaines, sans implication réelle du ou des futurs responsables hiérarchiques, peut ralentir les prises de décision, brouiller les messages envoyés au candidat, et donner une image de l'entreprise désorganisée ou pas cohérente. Risque majeur : les meilleurs profils se désengagent avant même l'étape finale.

Impliquer les opérationnels, ce n'est pas une option : c'est un levier d'attractivité de crédibilité... et surtout d'efficacité.

Mise en situation

TechServices recherche un Chef de Projet IT pour l'équipe de Jean, Directeur Technique. Malgré les relances RH, Jean ne trouve jamais le temps de valider le profil de poste : *"Faites comme d'habitude, je vous fais confiance."* Il zappe la réunion de briefing et délègue les premiers entretiens à son adjoint.

Après 3 mois, Jean rencontre enfin les finalistes. Mauvaise surprise : il pose des questions sur la cybersécurité et la gestion de serveurs - compétences absentes de la fiche de poste. Il croyait que c'était évident, vu qu'ils travaillaient dans un environnement sensible. Les candidats, non préparés sur ces sujets, échouent lamentablement. Jean découvre également que le salaire proposé (90k CHF) est inférieur à ce que gagnent déjà ses équipiers seniors, et pense que cela empêche d'attirer des bons profils.

📊 Insight Hunteed

Sur plus de 19 000 postes traités via Hunteed, nous avons observé que le taux de transformation (candidatures → embauche) **est multiplié par 1,8** lorsque **les line managers sont activement impliqués** dans le processus de recrutement.

Bilan après 5 mois : aucune embauche, l'équipe IT surchargée accumule les retards, et Jean reproche aux RH leur "incapacité à trouver le bon profil" - alors qu'il n'a jamais pris le temps de définir clairement ses attentes.

Symptômes et causes

Symptômes :

- Désaccords fréquents entre RH et les Line Managers sur l'évaluation des candidats
- Messages contradictoires transmis aux candidats pendant les entretiens
- Décisions retardées ou bloquées par manque d’alignement
- Candidats désorientés, qui s'interrogent sur la cohérence et l'organisation interne
- Perte de crédibilité vis-à-vis des talents

Causes principales :

- Objectifs non alignés entre responsables recrutement et opérationnels
- Absence de briefing commun en amont des processus de recrutement
- Critères d'évaluation flous ou non harmonisés
- Tensions d’egos ou de territoire, qui freinent la collaboration et la prise de décision
- Manque ou mauvaise gestion de temps

Solution concrète

Protocole d’alignement en 4 étapes :

Pour éviter les malentendus et la perte du temps, les désaccords de dernière minute et les décisions bloquées, un protocole d’alignement clair et partagé est indispensable.
On vous propose une méthode en 4 étapes pour structurer cette collaboration et fluidifier l’ensemble du processus.

Structurez l’implication dès le lancement

- **Organisez un kick-off** obligatoire de 30 minutes avec le manager pour cadrer chaque besoin et expliquer en quoi son implication est indispensable.
- **Formalisez ses disponibilités** dans un calendrier partagé (créneaux entretiens, délais de feedback)
- **Établissez une matrice de responsabilités claire** : qui fait quoi, qui valide quoi, dans quels délais
- **Obtenez la validation** (idéalement écrite) sur la fiche de poste avant diffusion

Facilitez la participation avec des outils pratiques

- Préparez un template d'évaluation simple et rapide pour chaque candidat
- Proposez des créneaux d'entretiens groupés (3-4 candidats sur une demi-journée)
- Créez des questions-types alignées sur les compétences clés du poste
- Mettez en place un système de feedback express (48 à 72h maximum après entretien)

Créez un suivi régulier et efficace

- **Point hebdomadaire de 15 minutes** sur l'avancement (pas plus)
- **Tableau de bord simple** : candidats vus/à voir, feedbacks en attente
- **Alerte automatique** si un délai de feedback est dépassé
- **Bilan post-recrutement** pour capitaliser sur les apprentissages

Formez vos managers au recrutement

- **Session courte** sur les techniques d'entretien et d'évaluation objective
- **Partage des bonnes pratiques** entre managers expérimentés
- **Sensibilisation aux biais** de recrutement et aux questions légales
- **Kit de survie** : questions interdites, grilles d'évaluation, gestion du temps

Cette approche transforme le manager d'un "validateur final" en véritable partenaire du processus, garantissant un recrutement plus efficace et mieux accepté par les équipes.

Outils

Exemple de Workflow RH / Manager, créé par Hunteed

Objectif : clarifier les responsabilités et sécuriser chaque étape pour éviter les pertes de candidats.

Vue d'ensemble

- Durée cible du process complet : 30 jours maximum entre la validation du besoin et de l'offre.
- Participants clés : RH, Manager opérationnel, Recruteur externe (si applicable), éventuellement Direction.

Principe directeur : "Pas de décision sans alignement RH + Manager."

Étape	Responsable	Délai maximum	Outil recommandé
Kick-off recrutement	RH + Manager	J+0	Checklist kick-off
Validation fiche de poste	Manager	J+1	Google Docs / ATS
Publication annonce	RH	J+2	ATS / Hunteed
Sourcing candidat	RH / Hunteed	J+2 → J+10	Job board / Hunteed
Pré-sélection	RH	J+11	ATS
Entretiens 1er tour	RH + Manager	J+12 → J+18	Guide d'entretien
Entretiens 2e tour (option)	Manager	J+19 → J+22	Visio / présentiel
Débrief et décision finale	RH + Manager	J+23	Grille d'évaluation
Proposition et offre	RH + Manager	J+24	Email d'offre / call
Onboarding	RH + Manager	J+30 → J+60	Welcome pack

Astuces

Astuce : Bonnes pratiques pour intégrer les tests efficacement

Quand les proposer :

- Après le 1er entretien → confirmer les compétences.
- Avant le 2e entretien → préparer des questions ciblées.

Comment les présenter au candidat :

- Expliquer la finalité → “Ce test nous aide à mieux cerner vos points forts.”
- Fixer un délai raisonnable → max 48h.
- Privilégier des tests courts, ludiques et ciblés (30 min max).

Éviter les pièges :

- Ne pas surcharger le candidat → 1 test technique + éventuellement 1 test de personnalité suffisent.
- Ne pas utiliser les tests comme unique critère de sélection → ils doivent compléter, pas remplacer l’entretien.

Préparation des entretiens

Erreur : Ne pas préparer ses entretiens et/ou ne pas faire de la préqualification

L'entretien reste une étape décisive où tout peut basculer, dans un sens, comme dans l'autre. Pourtant, un certain nombre d'entreprises abordent cette phase importante avec une préparation approximative : questions improvisées, candidats rencontrés sans faire la préqualification, la découverte des CVs sur le moment… Tout cela peut transformer l'entretien en perte de temps mutuelle et nuire gravement non seulement au processus, mais également à l'image de marque.

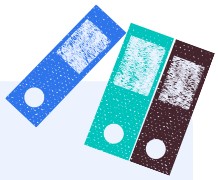
Cette préparation n'est pas un simple formalisme ou une étape secondaire, mais un prérequis pour optimiser le temps de chacun et assurer la réussite du recrutement. À l'inverse, l'improvisation génère non seulement des évaluations subjectives, des questions répétitives, des candidats frustrés, mais par ailleurs rend la prise de décisions plus compliquée.

Une préparation rapide, mais méthodique permet de transformer l'entretien en véritable outil de sélection et d'attraction des talents.

Mise en situation

Julie, DRH d'une société de conseil, reçoit Thomas, Directeur Commercial expérimenté, pour un poste stratégique. Julie n'a pas lu son CV en détail et découvre pendant l'entretien qu'il vient du secteur bancaire, pas du conseil. Elle pose les mêmes questions génériques qu'au candidat précédent, puis improvise maladroitement sur la culture d'entreprise sans connaître ses motivations réelles.

Thomas, habitué à des processus structurés, perçoit ce manque de professionnalisme comme révélateur. Il quitte l'entretien avec une image dégradée de l'entreprise et accepte une autre offre le lendemain.
En 45 minutes, l'entreprise perd un profil rare (15 ans d'expérience, carnet clients exceptionnel) à cause d'une préparation bâclée. Trois mois plus tard, le poste n'est toujours pas pourvu et Thomas a rejoint... un concurrent direct.



Symptômes révélateurs

- Les entretiens se ressemblent tous, avec des questions génériques ou improvisées
- Difficulté à départager objectivement les candidats, faute de critères clairs
- Les candidats prennent le lead : ils posent plus de questions que vous
- Vous avez la sensation de passer à côté d'informations importantes
- Certains candidats arrivent en entretien... alors qu'ils ne remplissent pas les prérequis de base, détectables en 5 minutes d'appel

Causes profondes

L'entretien non préparé est un double échec : vous n'évaluez pas correctement le candidat ET vous donnez une image d'amateurisme. Dans un marché tendu, les bons candidats comparent aussi la qualité de vos processus pour choisir leur futur employeur.

Solution concrète

Voici une méthode simple en deux étapes, pour une préparation structurée qui maximisera la qualité de vos échanges avec des candidats.

Préqualification systématique

- **Créez un questionnaire de préqualification** standardisé avec 5-7 questions clés : disponibilité, poste recherché, budget salarial, compétences critiques, mobilité etc
- **Intégrez un échange téléphonique** de 15 minutes avant tout entretien physique ou online
- **Validez vos critères éliminatoires** en amont (langues, permis de travail, niveau d'expérience)
- **Documentez tous les échanges** dans votre ATS / CRM / logiciel de gestion des tâches

Préparation méthodique des entretiens

Préparez une grille d'évaluation avec les compétences clés à évaluer :

- Bloc technique : 3-4 questions précises sur les compétences clés
- Bloc comportemental : situations concrètes (méthode STAR)
- Bloc motivationnel : projet professionnel, intérêt pour le poste
- Bloc culture : valeurs, mode de travail, attentes

Pensez à travailler sur la coordination de l'équipe

- Répartissez les rôles : qui évalue quoi (technique, managérial, culturel)
- Définissez qui mène l'entretien et les moments de prise de parole
- Fixez le processus de décision post-entretien (qui, quand, comment)

Envisagez des cas pratiques

- Concevez un mini-cas en lien avec le poste (30 minutes max)
- Préparez les critères d'évaluation de la réponse
- Anticipez les questions que le candidat pourrait poser

Bonus

NB : Créez des outils faciles d'aide à l'évaluation :

- Template de prise de note structurée par compétences
- Grille d'évaluation avec notation 1-5 par critère
- Check-list des point obligatoires à aborder

Outils et solutions IA pour la préparation des entretiens

En 2025, il serait vraiment dommage ne pas s'appuyer sur l'Intelligence Artificielle pour automatiser les tâches répétitives et à faible valeur ajoutée, permettant ainsi de consacrer plus de temps à l'analyse et l'accompagnement des candidats et à la qualité des échanges.

Voici quelques exemples d'idées pour faciliter la préparation des entretiens et les outils pour le faire.

Génération de questions personnalisées, notamment pour des besoins techniques et/ou les nouveaux métiers que vous ne maîtrisez pas parfaitement.

Outils : ChatGPT / Claude / Mistral / Gemini

Prompt exemple :
"Tu es expert en recrutement tech. Je suis RH dans une Fintech de 50 personnes basée à Fribourg, spécialisée dans les solutions de paiement B2B.

Aide-moi à préparer un entretien pour un poste de Data Scientist senior avec 5+ années d'expérience.

CONTEXTE DE L'ENTREPRISE :
- Stack technique : Python, SQL, AWS, Docker

- Enjeux data actuels : optimisation des algorithmes de détection de fraude, amélioration du scoring crédit

- Équipe de 3 data scientists juniors à encadrer

PROFIL CANDIDAT (à partir du CV) :
[Coller ici les éléments clés du CV]

BESOINS D'ÉVALUATION :

1. Compétences techniques : machine learning, statistiques, Python/R, cloud computing
2. Soft skills : leadership, pédagogie, résolution de problèmes complexes
3. Fit culturel : capacité à évoluer dans un environnement startup, autonomie

DEMANDES SPÉCIFIQUES :

- 8-10 questions techniques avec différents niveaux de complexité
- 5 questions comportementales avec la méthode STAR
- 2-3 cas pratiques courts liés à nos enjeux métier
- Signaler les red flags potentiels à surveiller

Format : durée estimée par question + objectif d'évaluation

La retranscription automatique de vos entretiens, pour libérer votre attention afin de créer un véritable échange et permettre une analyse plus fine des réponses.

Outil recommandé : Noota, notamment car c'est une solution française, conforme RGPD et qui est spécialisée en recrutement

- Retranscription temps réel avec 95%+ de précision
- Modèles spécialisés recrutement : synthèse automatique par compétences et soft skills
- Partage sécurisé et intégration ATS

Autres outils : Fireflies.ai (excellent en anglais), Otter.ai (interface intuitive), Grain (focus vidéo)

⚠️ **Point d'attention : Toujours informer les candidats en amont et obtenir leur accord écrit avant d'enregistrer/retranscrire l'entretien. Cette transparence renforce la confiance et respecte leurs droits.**

Structuration des étapes

Erreur : Ne pas cadrer les étapes en amont

On peut tous être d'accord sur le fait qu'un processus de recrutement sans structure claire peut créer de la confusion pour tous les participants. Et pourtant, un certain nombre d'entreprises définissent les étapes au fur et à mesure, communiquent des délais approximatifs et laissent les candidats dans le flou. Cette improvisation ralentit les prises de décision, complique les plannings et nuit à l'expérience du candidat.

Définir et partager un processus structuré dès le départ permet de gagner en efficacité, de rassurer les candidats, mais également de faciliter la coordination entre les différents interlocuteurs. Un cadrage simple et transparent améliore significativement la fluidité et les délais du recrutement.

Mise en situation

Une manufacture horlogère basée dans le Jura recherche un Ingénieur Microtechnique spécialisé en mouvements de complications. Le besoin est urgent, mais aucune feuille de route n’a été réellement définie.

Après le premier entretien RH, on annonce à Pierre, candidat expérimenté correspondant aux critères, « 2-3 étapes supplémentaires, probablement sous un mois".

En réalité :

- Semaine 2 : entretien technique avec le Responsable R&D (non planifié au départ)
- Semaine 4 : visite atelier + rencontre équipe (décidée entre-temps)
- Semaine 6 : "dernier" entretien avec le Directeur Technique
- Semaine 7 : surprise, un entretien final avec le CEO est ajouté

À la semaine 8, Pierre informe poliment qu'il a accepté une offre ailleurs. La société se retrouve avec un profil rare perdu, 2 mois de recherche à recommencer, et 5 personnes mobilisées inutilement. Dans un secteur où les experts se comptent sur les doigts d'une main en Suisse romande, cette désorganisation coûte cher.

Symptômes et causes

Symptômes :

- Candidats qui relancent eux-mêmes pour savoir où en est leur dossier
- Délais qui s'allongent et interlocuteurs qui se multiplient
- Abandon de candidats en cours de processus
- Équipes internes qui ne savent pas quand intervenir
- Multiplication des échanges pour caler les agendas

Causes principales :

C’est surtout l'absence de processus formalisé qui reste la cause principale. En ajoutant le manque d’une vision claire sur des critères de passage d’une étape à l’autre et la coordination défaillante entre les agendas des différents décideurs, nous sommes certains de générer de l'incertitude chez le candidat.

Et évidemment, dans un marché concurrentiel, les candidats de qualité privilégient les entreprises qui maîtrisent leurs processus.

Solution concrète

En mettant en place les éléments suivants une seule fois, vous disposerez d'un cadre simple et adaptable qui pourra fluidifier tous vos futurs recrutements et rassurer immédiatement les candidats.

Définissez un processus type par catégorie de poste

- Créez 3-4 modèles standards : profils juniors, seniors, managers, experts techniques
- Précisez pour chaque modèle : nombre d'étapes, durée totale, intervenants
- Identifiez les étapes obligatoires vs optionnelles selon le niveau de criticité et l'urgence de ce recrutement
- Documentez ces processus dans un guide accessible à tous les managers

Communiquez le parcours dès le premier contact

- Partagez un schéma visuel du processus lors du premier échange (timeline claire)
- Indiquez : nombre d'étapes, durée estimée de chaque phase, interlocuteurs à rencontrer
- Précisez les délais de retour après chaque étape (ex: feedback sous 5 jours ouvrés)
- Envoyez une confirmation écrite du processus après validation candidat

Bloquez les disponibilités en amont

- Réservez les créneaux de tous les intervenants dès le lancement du processus
- Créez des plages dédiées recrutement dans les agendas des décideurs
- Anticipez les périodes de congés et ajustez le calendrier en conséquence
- Prévoyez des plans B si un intervenant clé devient indisponible

Mettez en place un suivi centralisé

- Utilisez un tableau de bord partagé (Excel, Notion, ATS) avec statut temps réel
- Nommez une personne responsable du respect du calendrier
- Envoyez des rappels automatiques 48h avant chaque échéance - via SMS ou e-mails programmés
- Organisez un point hebdomadaire de 10 minutes si le processus dépasse 3 semaines

Exemple de communication candidat :

"Notre processus se déroule en 3 étapes sur 4 semaines maximum :

- *Étape 1 (S1) : Entretien RH + tests techniques (45min)*
- *Étape 2 (S2-S3) : Entretien manager + visite atelier (1h30)*
- *Étape 3 (S4) : Rencontre Direction + décision finale.*
- *Vous recevrez un retour sous 5 jours après chaque étape."*

Cette structuration rassure les candidats, facilite la coordination interne et réduit significativement les délais de recrutement.

Outils

Et la bonne nouvelle, c'est qu'il existe aujourd'hui des outils simples et accessibles pour structurer, automatiser et fluidifier votre processus de recrutement — sans y passer des heures.

Calendly - un outil gratuit qui vous permet d'avoir un processus de prise de RDV simple et efficace. Notamment si vous :

- Créez des types d'événements par étape (Entretien RH 30min, Manager 60min, etc.)
- Partagez des liens de réservation avec créneaux pré-validés
- Profitez des rappels automatiques et questionnaires de préparation intégrés

=> Permet d'eliminez 5-10 échanges d'emails pour caler un rendez-vous

Notion / Trello / ClickUp - des outils gratuits (freemium) qui centralisent le processus et facilitent la collaboration entre les équipes en mode projet.

Ces outils donnent accès aux fonctionnalités suivantes :

- Tableau de bord unique avec statut en temps réel de toutes vos candidatures
- Pipeline visuel par étapes (Présélection → Entretien RH → Manager → Décision)
- Attribution automatique des tâches avec échéances
- Centralisation des CVs, notes et évaluations

=> Surtout si vous ne bénéficiez pas d'une ATS efficace.

Outils

Zapier / Make - des outils qui permettent de mettre en place des envois d'emails automatisés, pour les confirmations et les rappels à chaque étape. Avec des interfaces ludiques, vous auriez :

- Workflows automatiques : candidat validé → email envoyé + calendrier partagé
- Synchronisation entre outils : ATS → Trello → Calendly
- Rappels automatiques si feedback non reçu sous 3 jours

Exemple d'utilisation : Nouveau CV → Ajout Notion → Email confirmation → Notification équipe.

Ces trois outils combinés automatisent 80% des tâches administratives de votre processus de recrutement.

Réactivité durant le processus

Erreur : répondre trop tard, décider trop lentement

Le marché du recrutement fonctionne désormais comme une marketplace ultra-compétitive : les bons profils reçoivent plusieurs offres et prennent leur décision en quelques jours, pas en plusieurs semaines. Les faire attendre, c'est s'assurer de recruter… ceux qui n'ont pas d'autres options.

La réactivité est un avantage concurrentiel décisif qui fait la différence.

Mise en situation

Une entreprise de construction basée à Lausanne cherche un chef de chantier pour encadrer plusieurs projets en Suisse romande. Après plusieurs semaines de sourcing, un candidat solide est enfin présenté : expérimenté, disponible, recommandé par ses anciens employeurs.
Le premier entretien se passe très bien. Mais au lieu d'avancer, la direction souhaite « voir encore deux ou trois profils pour comparer ». Pendant ce temps, aucun retour concret n'est donné au candidat. Deux semaines plus tard, l'entreprise est enfin prête à faire une proposition… mais le candidat a déjà accepté une autre offre.
Le processus recommence, et les chantiers, eux, continuent à manquer d'encadrement.

Statistiques utiles : 78% des candidats considèrent qu'une réponse sous 48h est un critère de choix entre plusieurs opportunités (étude LinkedIn 2024).

📊 **Insight Hunteed**

Sur les missions publiées et clôturées en Europe entre 2023 et 2024 via Hunteed, les chiffres sont clairs : **Le taux de transformation est divisé par 2** pour les missions cloturées entre 70 et 119 jours vs celles cloturées entre 10 et 69 jours.

Plus un recrutement s'éternise, plus les chances de succès diminuent.

👉 Concrètement, les recherches qui dépassent deux mois ont en moyenne 46 % de chances en moins d'aboutir.

Symptômes et causes

Symptômes révélateurs :

- Hésitation prolongée, malgré un excellent premier entretien
- Volonté systématique de comparer, même quand un parfait candidat est identifié
- Pas de retour concret transmis au candidat après l'échange
- Candidats qui se retirent ou acceptent d'autres offres faute de réactivité

Causes principales :

Les causes sont variées et peuvent aller de la peur de prendre une décision trop vite et de recherche excessive de benchmark, à la vision court-termiste, qui oublie que dans un marché pénurique, la rapidité est souvent un avantage stratégique.

Mais dans tous les cas, la lenteur est le tue-l'amour du recrutement moderne. Les bons candidats sont sollicités par plusieurs entreprises simultanément. Votre réactivité est un signal fort de votre professionnalisme et de votre intérêt pour le candidat.

Solution concrète

Ici, pas besoin de réinventer la roue. La solution est simple : respecter le cadre établi en amont. Toutes les étapes évoquées dans les chapitres précédents (brief clair, processus structuré, rôles définis, calendrier partagé) perdent leur valeur si elles ne sont pas suivies dans les temps.

👉 **En recrutement, la discipline fait la différence.**

Les bons réflexes à (vraiment) appliquer :

- Traiter chaque candidature dans un délai de 48 à 72 heures maximum.
- Maintenir le rythme entre les étapes : pas plus de 5 à 7 jours entre deux entretiens.
- Donner un retour rapide après chaque échange, même si ce n'est pas définitif.
- Garder une communication continue avec les candidats, surtout entre les étapes finales.
- Et surtout : prendre une décision quand les éléments sont réunis, sans attendre « le profil parfait ».

Si le processus est long ou complexe (validation interne, comité, etc.), prévenez-le dès le départ et expliquez pourquoi. Il vaut mieux un délai assumé qu'un silence prolongé.

Suivi et feedback

Erreur : Négliger le suivi et la qualité du feedback

Tous les candidats ne seront pas retenus - mais chaque échange est une opportunité de laisser une bonne impression. Dans un marché restreint comme celui de la Suisse, où les candidats sont potentiellement des ambassadeurs, des futurs collaborateurs ou même des clients, les ignorer après un entretien peut être une erreur stratégique.

Un retour humain et constructif permet de clore une candidature avec respect et professionnalisme. À l'inverse, un silence prolongé, même involontaire, peut ternir votre image… et fermer des portes à long terme, bien au-delà du recrutement.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes :
En Suisse, près de 50 % des candidats ne reçoivent aucune réponse de la part des employeurs, selon une étude menée par JobCloud en collaboration avec l'institut LINK.

Le phénomène est encore plus marqué en Suisse romande, où les taux de non-réponse dépassent la moyenne nationale.

Autrement dit, même dans un pays réputé pour son professionnalisme, un candidat sur deux restes sans nouvelles. Une négligence d'autant plus problématique que, dans des bassins d'emploi relativement restreints comme Genève, Lausanne ou Zurich, la réputation circule très vite.

Le phénomène est désormais partagé : aujourd'hui, 58 % des recruteurs déclarent avoir eux-mêmes été « ghostés » par des candidats.

Ainsi s’installe un véritable cercle vicieux, nourrissant une méfiance réciproque. Lassés par des années de silences injustifiés, de plus en plus de candidats adoptent à leur tour ce comportement en quittant le processus sans prévenir.

Restaurer une culture du feedback régulier et respectueux, c’est aussi reconstruire la confiance – un élément clé dans un marché en tension.

Un feedback transparent et humain peut transformer un refus en relation positive. À l’inverse, un silence prolongé abîme votre marque employeur… et ferme des portes.

Mise en situation

Après 3 entretiens, Jules n'est pas retenu pour le poste de commercial. Il reçoit cet email : "Nous avons décidé de ne pas donner suite à votre candidature. Nous gardons votre CV dans notre base. Cordialement." Jules, frustré par ce feedback générique après avoir investi 6 heures dans le processus, laisse un avis négatif sur Glassdoor et sur Google Business et en parle négativement dans son réseau professionnel.

Symptômes et causes

Symptômes :

- Avis négatifs récurrents sur les plateformes employeur
- Candidats qui ne répondent plus aux sollicitations futures
- Réputation dégradée dans votre secteur d'activité
- Difficultés croissantes à attirer des profils de qualité

Causes principales :

Un mauvais feedback peut détruire des années de construction de marque employeur. À l'ère des réseaux sociaux, chaque candidat déçu peut impacter votre image auprès de centaines de contacts. Le feedback personnalisé est un investissement dans votre réputation à long terme.

Solution concrète

Protocole de feedback constructif

Standardisez le feedback de refus

- **Préparez un template de feedback personnalisé (même bref), qui mentionne :**
    - Ce qui a été apprécié dans la candidature
    - Ce qui a motivé le choix d'un autre profil
    - Un mot d'ouverture pour rester en contact

⚠️ **Le feedback n'a pas besoin d'être long. Il doit être humain, clair et respectueux.**

Maintenez le lien avec les bons profils non retenus

- **Pour les finalistes ou les profils de qualité, proposez :**
    - De les recontacter pour de futures opportunités
    - De les ajouter à votre vivier de talents interne ou via votre ATS
    - De les recommander à votre réseau

⚠️ **Pensez à les re-suivre sur LinkedIn, les féliciter en cas de prise de poste ailleurs, ou leur partager d'autres opportunités plus tard.**

Sensibilisez les managers à l'impact du silence

- En réunion ou via un process RH simple, formalisez cette étape comme incontournable
- Créez des modèles de retours simples, accessibles, mais personnalisés que toute l'équipe pourrait utiliser

Template type :

"Bonjour [Prénom],

Merci pour le temps consacré à nos échanges sur le poste de [X].

Nous avons apprécié [point positif spécifique], notamment [exemple concret].

Cependant, nous avons choisi un profil avec une expérience plus spécifique en [domaine précis],
ce qui correspondait mieux aux enjeux immédiats du poste.

Nous serions ravis de vous recontacter si d'autres opportunités correspondant mieux à votre profil se présentaient.

Nous vous souhaitons plein succès dans vos recherches.

Cordialement,
[Signature complète]"

Et pour finir, une simple question qui vous pourra aider à améliorer votre processus :

« Si j'étais à la place du candidat, aurais-je apprécié le traitement reçu ? »

La fin du processus

Erreur : Négliger la fin du processus

Nous le constatons clairement depuis deux ans : la volatilité des candidats augmente, et cela commence dès la proposition d'embauche. Le nombre de refus d'offres est en nette hausse même après des processus rapides et engageants.

Mais la tendance ne s'arrête pas là, car accepter une offre n'engage plus réellement. Entre la signature et l'arrivée en à l'entreprise, les bons candidats continuent d'être sollicités, reçoivent des contre-offres où changent simplement d'avis. Ce qui était plutôt impensable il y a quelques années est devenu courant : un désistement de dernière minute, voir un non-démarrage le jour J sans prévenir.

Pourquoi ? Le marché tendu donne aux candidats un pouvoir de négociation inédit. La période de préavis (1 à 3 mois en Suisse) devient une zone dangereuse où tout peut encore basculer. Pendant ce temps, votre concurrent fait une meilleure offre, ou l'employeur actuel contre-attaque.

📊 **Insight Hunteed**

Sur plus de **630 refus de propositions** analysés en Europe via la plateforme Hunteed, deux raisons majeures reviennent systématiquement :

- **23 % des refus** font suite à une **proposition salariale inférieure** aux prétentions annoncées par le candidat dès le départ.
- **36 % des refus** sont liés à une **offre concurrente jugée plus avantageuse** (package, mission, conditions).

À eux seuls, ces deux motifs représentent 62 % des refus de proposition.

Autrement dit, la majorité des désistements sont évitables si l'entreprise reste alignée sur ses engagements… et reste réactive jusqu'au bout.

Mise en situation

Une société de conseil fribourgeoise recrute Amélie, Senior Consultant, après 2 mois de recherche intensive. Elle signe son contrat avec enthousiasme pour une prise de poste dans 2 mois (préavis standard). Après la signature, plus aucune nouvelle de l'entreprise. Pendant ce temps :

- Semaine 3 : L'employeur actuel d'Amélie lui propose une promotion + 15k CHF pour qu'elle reste
- Semaine 5 : Un chasseur de têtes la contacte pour un poste concurrent avec plus de responsabilités
- Semaine 7 : Amélie commence à douter : "Ai-je fait le bon choix ? Ils ne m'ont plus contactée depuis 2 mois..."
- Semaine 8 : Elle accepte finalement la contre-offre de son employeur actuel

J-3 avant l'arrivée : Email laconique aux RH : "Suite à une évolution interne, je ne pourrai finalement pas rejoindre votre entreprise. Désolée."

L'équipe avait préparé son bureau, informé les clients, redistribué des projets en prévision de son arrivée. Résultat : retour à la case départ avec 4 mois de perdus et une équipe démoralisée.

Symptômes et causes

Symptômes et signaux qui doivent alerter :

- Baisse de réactivité dans les échanges
- Questions inhabituelles sur le contrat ou les conditions
- Reports répétés de l'envoi des documents administratifs
- Ton moins enthousiaste dans les communications
- Demandes de report de la date de démarrage
- Absence de réponse aux invitations LinkedIn/réseaux

Causes principales :

La fin de processus concentre autant d'enjeux que le début, mais reçoit moins d'attention. C'est pourtant là que se joue la concrétisation de semaines d'efforts. Une négligence à cette étape peut anéantir tout le travail précédent.

Solution concrète

Pour sécuriser la fin du processus

Il faut commencer par la prise de références systématiquement (avant la proposition)

- Minimum 2 références professionnelles récentes (idéalement manager direct + pair)
- Questions structurées préparées en amont à poser, concernant :
  - Performance et résultats concrets obtenus
  - Style de management/collaboration en équipe
  - Points forts et axes de développement
  - Raison du départ (si applicable)
  - "Le recommanderiez-vous sans hésitation ?"

⚠️ **Point d'attention : La prise de références est réglementée, il faut toujours demander l'autorisation du candidat avant de contacter ses références**

Et puis assurer la construction d'une offre irrésistible comprenant

- **Salaire compétitif : minimum égal à l'actuel + 10-15% (sinon, proposez d'autres compensations : télétravail, horaires flexibles, bonus)**

- **Package complet détaillé :**
  - Salaire brut annuel sur 12 ou 13 mois
  - Avantages sociaux (prévoyance LPP au-dessus du minimum légal, assurance complémentaire)
  - Avantages quotidiens (abonnements, transports, place de parc)
  - Politique télétravail clairement définie
  - Budget formation et développement professionnel

- **Perspectives d'évolution :** mentionnez les opportunités concrètes à 6-12 mois (projets, responsabilités, promotion)

- **Timing optimal :** envoi par email + appel téléphonique le même jour pour créer du lien

Pensez à préparer un plan anti-contre-offre

Anticipez dès la proposition :

- "Avez-vous informé votre employeur actuel ? Comment pensez-vous qu'il va réagir ?"
- "Si on vous proposait une contre-offre, qu'est-ce qui vous ferait quand même nous rejoindre ?"
- Documentez les vraies motivations de changement (rarement uniquement le salaire)

Si la contre-offre arrive :

- Réaction rapide (sous 24h) avec un appel téléphonique
- Rappel des motivations initiales : "Vous vouliez changer à cause de X, Y, Z. Ces points sont-ils vraiment résolus ?"
- Statistiques à partager : 70-80% des personnes qui acceptent une contre-offre quittent l'entreprise dans les 12 mois
- Proposition d'ajustements si pertinent (pas une surenchère, mais des avantages non-salariaux)

Assurer la sécurisation de la période entre signature et arrivée, en plusieurs étapes

☐ **Semaine de la signature :**

- Appel de félicitations du futur manager direct
- Envoi du welcome pack : guide entreprise, organigramme équipe, projets en cours
- Invitation LinkedIn + ajout aux groupes internes (si applicable)

☐ **Toutes les 2 semaines pendant le préavis :**

- Email/SMS de maintien du lien : actualités de l'entreprise, partage d'article sectoriel
- Questions ouvertes : "Comment se passe votre préavis ? Des interrogations ?"
- Invitation à un café/déjeuner informel avec l'équipe (optionnel mais très efficace)

☐ **2 semaines avant l'arrivée :**

- Confirmation de la date de démarrage et horaire du premier jour
- Programme détaillé de la première semaine (qui rencontre qui, quand)
- Demande des documents administratifs manquants
- Information sur le dress code, les horaires et la culture d'entreprise

☐ **48h avant l'arrivée :**

- Appel de dernière confirmation : "Tout est OK ? Des questions de dernière minute ?"
- Vérification matérielle : bureau prêt, ordinateur configuré, accès activés, badge disponible
- Information à l'équipe : "Amélie arrive lundi, soyez disponibles pour l'accueillir"
- Email récapitulatif : heure, lieu, personne à contacter, programme de la journée

Onboarding des nouveaux collaborateurs

Erreur : Sous estimer l'importance de l'onboarding et augmenter le risque de backout

Une vérité banale, mais implacable - on n'a qu'une seule chance de faire une bonne première impression. Et en entreprise, elle se joue dès la première heure. Le jour de l'arrivée d'un nouveau collaborateur est un moment clé : il cristallise les attentes, les doutes, l'enthousiasme… et peut très vite orienter la suite vers l'engagement durable ou la déception silencieuse.

Une intégration non préparée — bureau non prêt, interlocuteurs absents, planning inexistant — envoie un message clair : "tu n'es pas une priorité". Et dans un marché où les talents sont sollicités en permanence, ce type de démarrage peut suffire à déclencher un désengagement… voire un départ anticipé.

L'onboarding ne doit pas être perçu comme un simple accueil, mais comme première étape de la fidélisation.

Mise en situation

Alex intègre son nouveau poste de business developer un lundi matin, plein d'enthousiasme. Mais dès son arrivée, rien n'est prêt : personne ne l'attend à l'accueil, son manager est en déplacement, et aucun poste de travail n'a été configuré pour lui. Une collègue d'une autre équipe — la seule disponible — lui fait une présentation rapide des locaux et des visages… mais sans réel contexte.

Il passe sa première semaine à « faire connaissance » sans lien avec ses futures missions, sans feuille de route, ni objectif précis. Le vendredi, il appelle son ancien employeur pour négocier son retour…

Symptômes et causes

Symptômes révélateurs :

- Nouvelles recrues peu productives les premières semaines
- Départs pendant ou juste après la période d'essai
- Feedback négatif des nouveaux sur leur accueil
- Intégration qui se fait "naturellement" sans structure

Causes fréquentes :

- Aucun processus d’onboarding structuré n’a été défini en amont
- Le manager est peu disponible ou pas préparé à accueillir le collaborateur
- Pas de planning ni d’objectifs clairs pour les premières semaines
- Le collaborateur est livré à lui-même, sans interlocuteur dédié
- L’entreprise pense que “tout va se faire naturellement”… mais rien ne se fait sans intention

Solution concrète

Voici un plan d'action en 3 étapes pour transformer une arrivée en véritable début d'aventure partagée.

Etape 1 : Avant le jour J, préparer en interne

- Nommer un·e référent·e (manager ou collègue dédié·e)
- Créer un planning d'onboarding sur 2 à 4 semaines, avec des rendez-vous clés :
  - Présentation de l'entreprise et de l'équipe
  - Formation outils / produits / process
  - Points réguliers avec le manager
- Préparer le matériel : bureau, ordinateur, accès, badge, outils logiciels
- Informer l'équipe de l'arrivée à venir : Slack, e-mail interne ou réunion
- Envoyer un message de bienvenue quelques jours avant l'arrivée avec les informations pratiques

Etape 2 : le jour J, accueillir avec chaleur et clarté

- Accueil à l'heure, café/thé avec le manager ou l'équipe
- Tour des locaux et présentation des équipes
- Remise d'un welcome pack (ou check-list d'arrivée si budget limité)
- Présentation du planning de la première semaine
- Déjeuner avec au moins une personne de l'équipe

Objectif de cette journée est simple : le nouveau collaborateur doit se sentir attendu et valorisé, et non "ajouté au dernier moment".

Etape 3: 1re semaine à 1er mois, construire la confiance

- Points réguliers avec le manager : J+2, fin de semaine 1, semaine 2, etc.
- Feedbacks simples mais réguliers : “comment tu te sens ?”, “as-tu ce qu’il te faut ?”
- Définition claire des premiers objectifs à atteindre
- Intégration progressive dans les projets / responsabilités
- Point structuré à 1 mois : bilan, attentes, retours mutuels

En résumé : un onboarding réussi ne se résume pas à une journée d’accueil. C’est un processus relationnel, qui donne au collaborateur une vraie place — et surtout une vraie envie de rester.

Bonus

Outils & IA pour structurer un onboarding fluide et humain

L'onboarding ne devrait pas reposer sur la mémoire d'un manager ou des fichiers dispersés dans trois dossiers. Aujourd'hui, il existe des outils concrets — **et des assistants IA très accessibles** — pour organiser un accueil structuré, personnalisé, et évolutif. Voici quelques exemple**s :**

Outil métier : Talmundo.
C'est une plateforme SaaS dédiée à l'onboarding, pensée pour offrir une expérience fluide, engageante et automatisée aux nouveaux collaborateurs.

L'outil propose :

- Création de parcours d'onboarding 100 % personnalisés
- Automatisation des tâches administratives (contrats, accès, documents RH…)
- Suivi des étapes côté RH et manager
- Application mobile pour les nouveaux arrivants
- Modules interactifs : quiz, vidéos de bienvenue, missions gamifiées

Correspond aux besoins des structures qui recrutent régulièrement et veulent professionnaliser leur parcours d'intégration.

Et pour des intégrations ponctuelles, les outils comme ChatGPT ou Gemini peuvent faire gagner un temps précieux aux managers débordés… tout en personnalisant l'expérience du collaborateur.

Prompts prêts à l'emploi que vous pouvez utiliser concrètement dans votre processus :

🔧 **Créer un planning d'onboarding structuré**

"Crée-moi un planning d'onboarding sur 4 semaines pour un nouveau Customer Success Manager. L'entreprise est en SaaS B2B.

Voici les éléments à prendre en compte, il doit en priorité :

- *faire un point avec son N+1, qui est Directeur Commercial,*
- *rencontrer tous les manager de pôles (IT, Produit, Marketing, RH) pour 1h de discussion,*
- *regarder des webinaires de présentation,*
- *créer sces accès au CRM, Slack et Notion*
- *ajoute la partie "objectifs à atteindre chaque semaine"*

🔧 **Rédiger une fiche de bienvenue personnalisée**

"Rédige un message de bienvenue chaleureux et professionnel pour un nouveau collaborateur qui rejoint l'équipe marketing. Mentionne l'équipe, la mission, et les premiers rendez-vous clés de la semaine."

🔧 Proposer un feedback d'onboarding

"Rédige une trame de feedback d'onboarding à partager avec un nouveau collaborateur après 2 semaines. Inclue des questions sur son intégration, son ressenti, ses besoins et sa compréhension de son rôle.

L'IA ne remplace pas le lien humain. Mais bien utilisée, elle aide les RH et les managers à gagner du temps, structurer l'expérience et personnaliser la relation.

Prospective : L'IA dans le recrutement

Vous l'avez sûrement remarqué : tout au long de ce guide, nous avons glissé quelques conseils liés à l'intelligence artificielle. Des outils, des prompts, des cas d'usage… Ce n'est pas un hasard. Chez Hunteed, nous croyons profondément au potentiel de l'IA dans le recrutement, à condition de l'utiliser au bon endroit, pour les bonnes raisons, avec tout en ayant conscience des risques.

Dans un métier encore souvent rythmé par l'urgence et les tâches répétitives, ne pas utiliser l'IA pour gagner du temps sur les actions à faible valeur ajoutée, c'est se couper d'un levier simple d'efficacité. Préparer une grille d'entretien, reformuler une annonce, structurer une relance candidat, générer un mail de refus… Ce sont autant de micro-tâches que des outils comme ChatGPT, Gemini, Mistral ou Claude peuvent réaliser en quelques secondes.

Mais l'intérêt de l'IA ne s'arrête pas à la productivité. Utilisée intelligemment, elle peut aussi aider à réduire certains biais trop souvent ancrés dans nos processus de recrutement : la tendance à recruter des profils "miroirs", les jugements subjectifs en entretien, l'absence de grille d'analyse commune… L'IA perme d'introduire plus de neutralité dans la formulation, de standardiser certai critères, et d'apporter une aide à la décision plus factuelle — à condition, bi sûr, de garder l'humain au centre.

De plus en plus d'outils gratuits ou accessibles permettent aujourd'hui d'explorer ces usages sans investir lourdement :

01 Des générateurs de fiches de poste (comme Jobmaker ou celui de Hunteed)

02 Des comparateurs de grilles salariales (comme Figures ou celui de Hunteed)

03 Des outils d'analyse sémantique ou de scoring automatisé (comme Joblint, ou le système de matching de Hunteed)

04 Ou encore des plateformes de matching ou de mise en relation avec IA embarquée, comme …Hunteed.

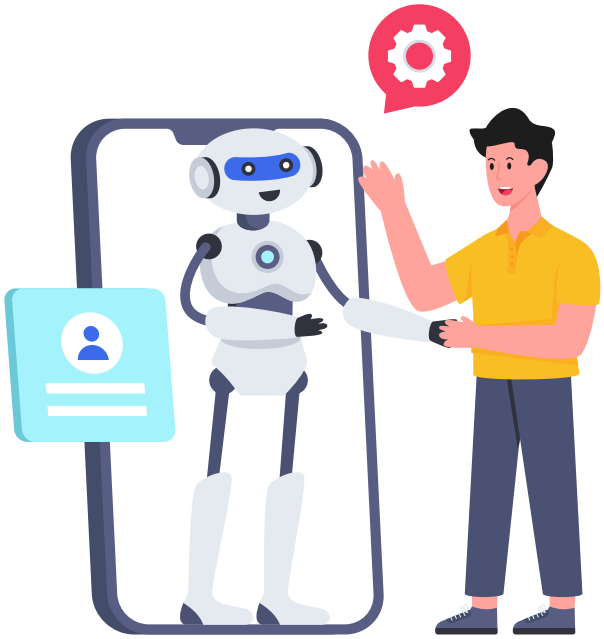
Mais un principe de base reste fondamental : partir d'un besoin réel, pas d'un effet de mode. Ajouter un outil IA parce que "tout le monde s'y met" n'a jamais réglé un problème. Au contraire, multiplier les solutions sans ligne directrice peut alourdir vos process, déstabiliser les équipes, et nuire à l'expérience candidat.

Autre point de vigilance important : l'IA peut se tromper. Elle peut inventer une source, proposer une réponse biaisée, mal interpréter une consigne. Il est donc essentiel de relire, vérifier, recouper.

Un bon réflexe ? Considérez l'IA comme un stagiaire rapide et brillant, mais parfois approximatif. Il peut vous faire gagner un temps précieux, mais il faut toujours garder un œil sur son travail.

Enfin, au-delà des bénéfices et des risques immédiats, l'usage de l'IA soulève des questions éthiques, juridiques et culturelles, notamment en Suisse où les enjeux liés à la protection des données personnelles, à la transparence et à la non-discrimination sont pris très au sérieux. C'est pourquoi, chez Hunteed, nous encourageons les professionnels RH à se former, s'informer, et expérimenter l'IA de manière responsable.

Bien utilisée, elle peut être un formidable outil d'efficacité, de cohérence et de personnalisation. Mal maîtrisée, elle peut altérer la confiance, nuire à la marque employeur… ou même faire fuir les meilleurs talents.



Biographie

Managing Partner Switzerland

Jean Ghislain de Sayve

Après avoir travaillé durant 20 ans à créer, développer et optimiser des activités, des bureaux et des filiales en Espagne, au Mexique, en France et en Suisse, pour le compte de leaders du recrutement (Michael Page, Adecco, Hays et Randstad), Jean-Ghislain rejoint Hunteed en tant que Partner en 2016 et s'occupe de développer le marché Suisse depuis 2020. Il partage son expertise métier avec les équipes de Hunteed pour leur permettre de développer une solution digitale de recrutement toujours plus performante.

Kateryna Boltryk

Head of Brand et Customer Experience

Depuis plus de 10 ans, Kateryna combine son expertise en recrutement et en stratégie de marque avec une approche intégrant conseil, digital et dimension humaine. Elle débute sa carrière dans un cabinet de recrutement international, où elle développe une compréhension fine des enjeux liés à l'acquisition de talents. En 2017, elle rejoint Hunteed pour structurer et animer la plus grande communauté de consultants en recrutement, qui réunit aujourd'hui plus de 3 950 chasseurs de têtes. Aujourd'hui elle pilote le pôle Brand & Customer Experience, où elle œuvre au positionnement stratégique de la marque et au développement de partenariats, avec l'ambition de faire de Hunteed une référence en matière d'innovation dans le recrutement.

Le mot de la fin

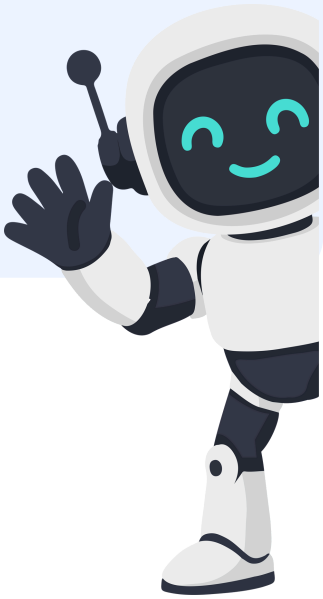
L'alliance de l'humain et de l'IA pour un recrutement d'excellence.

Après 30 années passées à accompagner les entreprises dans leurs recrutements, je suis convaincu que le succès repose sur une approche méthodique dans laquelle l'innovation peut en améliorer la pertinence.
Ce guide a mis en lumière 10 actions essentielles, de la marque employeur à l'onboarding, qui sont les piliers d'un recrutement réussi.

Chez Hunteed, nous croyons en une solution digitale performante, mais l'humain reste central. L'IA est un "stagiaire rapide et brillant" avec lequel il faudra savoir composer.

L'avenir du recrutement réside dans cette synergie entre notre expertise humaine et l'intelligence augmentée. C'est en intégrant ces principes que nous bâtirons des équipes épanouies et un recrutement plus juste, plus rapide et plus humain.

Jean Ghislain de Sayve



Pour nous contacter :
Email : hello@hunteed.com
Tel : +41 22 552 55 97
Site internet : www.hunteed.com

HUNTEED