

« Fiche Recrutement »



Les 10 commandements pour bien recruter

ETRE PRÊT

Relisez le CV ; ayez-le sous les yeux pendant l'entretien ; ayez préparé les points à couvrir, les parties du CV qui paraissent peu claires.

ETRE BIENVEILLANT

- Accueillez le candidat de façon bienveillante et toujours courtoise ;
- Respecter l'horaire, expliquez tout retard, assurez-vous que le candidat n'est pas gêné par votre retard si vous n'avez pas pu faire autrement.
- Indiquez clairement le temps dont vous disposez.

ETRE DISPONIBLE

- Ne prenez pas de communications téléphoniques ; veillez à choisir un lieu d'entretien calme.
- Toute exception doit être signalée à l'interviewé.

USEZ DE TRANSPARENCE

Précisez qui vous êtes et votre rôle dans le processus ; présenter l'entreprise.

ETRE À L'ÉCOUTE

Évitez de parler trop longuement de vous, ne coupez pas le candidat, sauf pour le recentrer(s'est à lui de s'exprimer) ; faites des synthèses successives et reformuler de temps à autre

ELIMINER LES A PRIORI

Ne tirez pas de conclusion à ce stade, enregistrez, ne manifestez pas d'accord ou de désaccord, n'essayez pas de convaincre, évaluer après l'entretien.

ETRE CONSTRUCTIF

Valoriser les faits positifs, recherchez les compétences sans chercher à mettre le candidat en porte à faux, ne le déstabilisez pas.

LAISSER LE TEMPS AU TEMPS

- Donnez-vous le temps de la réflexion avant de vous engager définitivement.
- Ne donnez pas d'engagement formel tant que le processus de recrutement n'est pas complété (en revanche, indiquez clairement ce que sera la prochaine étape et une indication du délai).

RESPECTEZ LA CONFIDENTIALITÉ

Il arrivera, surtout au candidat, de se trouver des points communs ou des relations communes avec vous : préciser que, pour autant, vous n'avez pas à informer ces personnes de sa candidature.

DONNER UNE IMAGE POSITIVE DEVOTRE SALON

Positif ne veut pas dire irréaliste ; mais le candidat s'attend à ce que vous soyez vous-même suffisamment vendeur de votre entreprise. Les candidats qui vous intéressent auront généralement d'autres propositions. Et ceux que vous ne retiendrez pas sont aussi des « préconisateurs » potentiels de votre entreprise et de ses produits.