

GUIDE - Rédiger une bonne offre d'emploi

Une offre d'emploi, c'est un outil de communication.

Son objectif n'est pas de tout dire, mais de donner envie aux bons profils de postuler, tout en restant honnête et fidèle à la réalité du poste.

Une bonne offre d'emploi cherche à être claire, lisible et ciblée.

1. À quoi sert une offre d'emploi ?

Une offre d'emploi sert à :

- rendre un poste visible sur le marché,
- capter l'attention des profils pertinents,
- donner suffisamment d'informations pour se projeter,
- filtrer naturellement les candidatures non adaptées,
- poser un premier cadre de compréhension du poste et de l'entreprise.

Ce n'est pas un document interne. C'est un message adressé à des candidats.

2. Quand rédiger une offre d'emploi ?

Une offre d'emploi se rédige :

- une fois le besoin clarifié (brief validé),
- une fois le poste structuré (fiche de poste posée),
- juste avant de lancer la diffusion et le sourcing.

Rédiger une offre trop tôt, c'est prendre le risque de devoir la réécrire plusieurs fois.

3. La structure d'une bonne offre d'emploi

Avant tout : Définissez votre cible

Avant d'écrire, posez vous une question simple : À qui parle-t-on vraiment ?

Junior, confirmé, expert ?

Profil très technique ou plutôt transverse ?

Marché tendu ou non ?

Une offre qui s'adresse à "tout le monde" ne parle à personne. Écrivez l'offre en pensant à un profil précis.

A. L'intitulé du poste

L'intitulé sert à être trouvé, compris, cliqué.

Bon réflexe :

- il doit être clair et aligné avec les recherches des candidats,
- utiliser les intitulés du marché,
- éviter les intitulés internes,
- supprimer les adjectifs flous ("polyvalent", "360°", "rockstar").

L'intitulé est souvent ce qui détermine si l'annonce est lue ou non.

B. L'introduction (le contexte)

L'introduction doit répondre à la question : Pourquoi ce poste existe maintenant ?

Pas besoin d'un storytelling long. Quelques lignes suffisent pour donner du contexte sur l'entreprise et le recrutement.

Nos conseils :

- parler du moment (croissance, structuration, projet),
- rester factuel,
- éviter les promesses vagues.

C. Les missions principales

Les candidats cherchent à comprendre ce qu'ils feront réellement.

Formulez simplement 4 à 6 missions maximum en les orientant action :

- regrouper les missions par bloc,
- commencer chaque mission par un verbe clair,
- se concentrer sur les missions clés des 6 premiers mois.

On évite :

- les listes interminables,
- les formulations vagues,
- les missions "fourre-tout".

D. Le profil recherché

Il est important de distinguer clairement indispensable / appréciable.

Compétences indispensables :

- compétences techniques clés,
- expériences nécessaires,
- prérequis non négociables.

Compétences appréciées :

- expériences complémentaires,
- outils ou secteurs connus,
- éléments différenciants.

E. Conditions et environnement de travail

C'est un point clé pour les candidats.

- Type de contrat,
- localisation / télétravail,
- organisation du travail,
- équipe,
- outils.

Cette partie doit être factuelle et honnête.

F. Ce que l'entreprise propose

- Environnement,
- projets,
- perspectives,
- conditions salariales (si possible).

Une offre trop vague ou trop embellie attire souvent de mauvaises candidatures.

G. Le process de recrutement

- Indiquer le nombre d'étapes,
- Donner une idée des délais,
- Préciser les interlocuteurs.

La transparence améliore la qualité des candidatures.

4. Les erreurs fréquentes à éviter

- Copier-coller une fiche de poste
- Vouloir tout dire
- Utiliser un ton trop marketing
- Multiplier les prérequis inutiles
- Masquer les contraintes du poste
- Écrire pour "tout le monde"

5. Les bonnes pratiques pour une offre efficace

- Aller à l'essentiel
- Utiliser des phrases courtes
- Aérer le contenu
- Employer un vocabulaire clair
- Être fidèle à la réalité du poste
- Adapter le ton à la cible