

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Le présent référentiel décrit les activités et les compétences qui sont nécessaires pour accompagner les entreprises dans leurs recrutements. L'ensemble de ces compétences référencées permet une bonne adéquation des connaissances et compétences visées par rapport aux besoins du marché du travail et les besoins exprimés par les entreprises. Le résultat attendu après la formation est de permettre aux personnes de réaliser les activités avec l'autonomie adaptée aux missions de recrutement.

Le référentiel des compétences contribue à identifier les compétences qui sont nécessaires pour le bon exercice des missions confiées par les entreprises dans le domaine du recrutement : identifier, recruter, intégrer, suivre et fidéliser.

Le référentiel d'évaluation inventorie les compétences en recrutement évaluées et les moyens mis en œuvre. Ainsi, on évaluera non pas seulement la compétence en action, mais aussi la compétence dans sa potentialité d'action.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>		REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
			Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
Activité 1 : Développer ses connaissances en matière d'analyse sectorielle du marché de l'emploi	1.1. Etudier les caractéristiques économiques et concurrentielles du secteur du recrutement	1.1.1. Analyser les chiffres clés du marché de l'emploi (tendances et évolutions) dans le cadre de l'accompagnement des entreprises afin d'améliorer la réussite des recrutements 1.1.2. Traduire et formaliser les besoins recueillis pour valider les demandes en recrutement des entreprises en utilisant les données du marché	Questionnaire à choix multiples basé sur 10 questions. Utilisation d'une plateforme digitale pour l'envoi du questionnaire et la réception du questionnaire complété. Analyse par le formateur.	Situation d'évaluation diagnostique ou certificative : Supérieur à 8 : Acquis Entre 5 et 7 : A parfaire (nécessite de remédier aux difficultés rencontrées) Inférieur à 5 : Non acquis (nécessite de reprendre les compétences non acquises) Le QCM propose une autocorrection après chaque question. L'autocorrection est indispensable dans l'apprentissage.
	1.2. Comprendre son environnement professionnel	1.2.1. Identifier la cartographie des acteurs du secteur du recrutement afin de mieux comprendre les besoins des entreprises et de s'adapter à leur culture et maitriser la terminologie du recrutement		

Activité 2 : Maîtriser l'ensemble des processus de recrutement pour réussir les recrutements de l'entreprise afin de garantir l'intégration du candidat sélectionné en utilisant les techniques de recrutement	2.1. Analyser les besoins en recrutement des entreprises	2.1.1. Réaliser une étude de poste et de profil candidat en définissant les compétences requises, les critères indispensables du poste à pourvoir et son environnement afin de garantir les étapes suivantes du processus de recrutement	Atelier 1 : Production attendue des candidats Cas « Assistant administratif et d'exploitation »	L'évaluation se compose d'un QCM, ainsi que tâche de production écrite portant sur les compétences de rédaction : orthographe grammaticale, syntaxe, ponctuation et lexique Les fiches de poste sont correctement rédigées en respectant le contexte de recherche. Les documents produits sont justes et conformes à la législation en vigueur. La sélection des candidats est réalisée avec justesse.
	2.2. Définir les critères indispensables pour l'entreprise	2.2.1. Rédiger et publier des offres d'emploi, pertinentes et attractives en respectant la législation en vigueur pour permettre d'attirer les meilleurs candidats	Atelier 2 : Production attendue des candidats	
	2.3. Maîtriser les techniques de sourcing des candidats	2.3.1. Analyser et trier les candidatures, à partir des différents canaux de recrutement, pour présélectionner les profils qui correspondent aux besoins exprimés par l'entreprise lors de l'étude de poste		Les termes utilisés pour la réalisation des entretiens sont conformes aux domaines professionnels des cas d'entreprises. Le besoin a été clairement identifié et reformulé avec le vocabulaire du métier.
	2.4. Mener les entretiens de recrutement	2.4.1. Identifier et recruter le bon candidat en utilisant les techniques de recrutement (les savoirs, les savoir-faire, mais aussi les savoir-être) afin de sélectionner le profil correspondant à la recherche de l'entreprise et permettre la réussite du recrutement	Mise en situation professionnelle reconstituée à partir d'une étude de cas décrivant un cas concret d'entreprise	
	2.5. Organiser un parcours d'intégration dans l'entreprise	2.5.1. Accueillir et intégrer le nouveau salarié au sein de l'entreprise en lui présentant son environnement afin qu'il trouve sa place dans l'organisation 2.5.2. Mobiliser les aides au recrutement pour conseiller les entreprises et les candidats afin d'obtenir la meilleure solution possible	Questionnaire à choix multiples basés sur 20 questions. Utilisation d'une plateforme digitale pour l'envoi du questionnaire et la réception du questionnaire complété. Analyse par le formateur.	Supérieur à 17 : Acquis Entre 11 et 16 : A parfaire (nécessite de remédier aux difficultés rencontrées) Inférieur à 10 : Non acquis (nécessite de reprendre les compétences non acquises)

	2.6. Maitriser la dimension légale du recrutement	2.6.1. Respecter les bases légales définies par la réglementation pour pouvoir conseiller en matière de ressources humaines les entreprises et les candidats		
Activité 3 : Définir une stratégie commerciale RH adaptée afin de construire une relation de qualité avec les entreprises dans le but de pérenniser l'activité du recrutement en utilisant les techniques commerciales	3.1. Créer et développer ses réseaux	3.1.1. Identifier les cibles stratégiques pour déployer sa stratégie commerciale RH afin de délivrer le bon message, au bon moment, à la bonne personne, par le bon canal. 3.1.2. Utiliser les réseaux sociaux pour développer sa notoriété afin d'attirer les entreprises/prospects par le biais de contenu pertinent et qui correspond à leurs besoins et leurs attentes.	Questionnaire à choix multiples basés sur 20 questions. Utilisation d'une plateforme digitale pour l'envoi du questionnaire et la réception du questionnaire complété. Analyse par le formateur. Mise en situation professionnelle avec publication d'un article.	Situation d'évaluation diagnostique ou certificative : Supérieur à 8 : Acquis Entre 5 et 7 : A parfaire (nécessite de remédier aux difficultés rencontrées) Inférieur à 5 : Non acquis (nécessite de reprendre les compétences non acquises) Pratique et utilise dans le cadre de la mise en situation : comportement observable.
	3.2. Assurer la fidélisation et la satisfaction des entreprises clientes	3.2.1. Définir un plan d'action avec les entreprises afin d'atteindre ses objectifs en utilisant une vision claire et la technique du diagramme « comment » 3.2.2. Maitriser les techniques d'argumentation pour débattre, convaincre et persuader vos interlocuteurs afin de communiquer efficacement pour réussir son business	Etude de cas basée sur une situation réelle ou fictive d'un projet entrepreneurial intégrant : - La déclinaison d'un Business Plan - La méthode - Une analyse de risque - Le pitch commercial Mise en situation : Communication non verbale Les réactions de défenses et le stress pour traiter les objections	Cohérence et exhaustivité du Business Plan Pertinence des concepts utilisés Pitch : qualité d'argumentation/conviction et bonne communication à l'oral ; Ensemble qui se traduit par un comportement observable et mesurable