|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mission 2 - Mettre en œuvre un recrutement | | Une image contenant extérieur, plante, herbe, alimentation  Description générée automatiquement | |
| Durée : 50’ | **Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni** | | Source |

**Contexte professionnel**

La société Déméter est spécialisée dans l’achat-vente de produits alimentaires locaux issus de l’agriculture biologique et raisonnée. Ses fournisseurs doivent répondre à une charte éthique stricte de production et de fabrication. Ses clients sont des magasins spécialisés dans le commerce de produits biologiques et depuis 2 ans, des hypermarchés.

Par ailleurs, elle a développé des petites superettes de proximité qui permettent de faire de la vente directe aux particuliers

La société réalise régulièrement des opérations de communication et notamment des prospections par publipostage et des newsletters qu’elle sous-traite à une agence de publicité.

Mme Combaz trouve que ces opérations coûtent chères et elle souhaite recruter un(e) attaché(e) commercial(e) qui pourra réaliser en interne ces campagnes de communications avec l’aide de l’infographiste qui réalise déjà les supports de communication.

Une image contenant personne, habits, intérieur, Ordinateur personnel

Description générée automatiquementL’infographiste a été formé(e) sur des applications graphiques et il ne maîtrise pas les applications de bureautique (traitement de texte, tableur, base de données...) utilisées pour les publipostages (papier et numérique (e-mailing).

L’attaché(e) travaillera en étroite collaboration avec le service commercial pour définir les campagnes de communication et avec l’infographiste qui sera chargé(e) de réaliser les supports de communication.

* Á court terme : il ou elle devra être autonome et capable de prendre en charge la création des fichiers et la réalisation des envois qui lui seront demandés. Il ou elle devra contrôler la qualité des envois.
* Á moyen terme, il ou elle épaulera le service commercial pour la prospection de nouveaux clients.

### **Travail à faire**

1. Établissez le profil de poste de la personne à embaucher.
2. Rédigez l’annonce qui sera diffusée dans les journaux. Le recrutement sera réalisé en juin pour un contrat qui débutera le 1er septembre. L’annonce sera diffusée dans les deux journaux locaux *(Le Dauphiné libéré et le Progrès)* et la date limite de réponse est le 20 juin. Les réponses seront envoyées par courrier au service emploi (CV + lettre de motivation) ou par mél : [recrutement@demeter.com](mailto:recrutement@demeter.com)

Mme Combaz souhaite évaluer le coût du recrutement de l’attaché(e) commercial(e). Elle vous remet un récapitulatif des tâches réalisées (**document 1**).

1. Calculez le coût du recrutement à partir des données précédentes, en estimant à 25 € (charges comprises), le coût du salaire horaire moyen des différents salariés intervenant dans le processus (managers, responsables RH…).

**Doc. 1** **Récapitulatif des tâches réalisées**

* **Définition de l’annonce et des besoins :** cette opération a été réalisée par plusieurs responsables de la société. Sa durée est estimée à 4 heures.
* **Achat d’un espace de diffusion d’annonce :** le coût de l’annonce sur Internet varie en fonction de la notoriété du site. Il faut compter en général, 600 € HT pour diffuser une annonce sur un site généraliste à forte audience. Sachant que la société diffuse plus de 20 annonces par an elle bénéficie d’un tarif plus avantageux de 450 €HT par annonce.
* **La société a loué un espace de diffusion sur un site spécialisé** en plus de la solution précédente, afin de toucher un panel supérieur de candidats, elle a payé 150 € HT de frais supplémentaires.
* **Traiter les candidatures reçues :** Internet apporte en moyenne 100 à 150 candidatures par site. On a reçu 250 candidatures. Le temps de traitement complet d’une candidature par courriel (lecture du message, ouverture des pièces jointes, analyse du contenu, réponse au candidat et traitement final du dossier) a pris 5 minutes environ.
* **L’accès et la recherche dans une Cvthèque :** la société a eu recours à une base de données de CV ou CVthèque. Son exploitation nécessite la création de requêtes d’interrogations et la mise en place d’alertes qui générèrent des retours de profils de candidats à traiter comme les candidatures liées à l’annonce. Ces coûts d’accès, pour 15 jours et en illimité, se sont chiffrés à 1 400 € HT.

La société a eu 10 retours par jour sur 15 jours, soit 150 candidatures et en étant rapide il faut compter 5 minutes par candidature.

* **Les entretiens :**
* Dans un premier temps, 30 candidats ont été retenus, et l'entretien téléphonique avec chacun duré 30 minutes (celles-ci incluent les rappels nécessaires pour pouvoir joindre les candidats). 10 candidats ont finalement été sélectionnés.
* 1re série d’entretien avec les 10 candidats sélectionnés. 30 mn avec la DRH et 30 mn avec le manager opérationnel
* concertation entre le DRH et le responsable opérationnel afin de retenir la liste finale. Cette opération dure en général 45 minutes
* Entretiens approfondis avec les 3 candidats de la liste finale avec le manager afin de valider définitivement le candidat retenu, le responsable opérationnel recevra en entretien chaque candidat durant 1 heure.

**Réponses**

1. **Établissez le profil de poste de la personne à embaucher**
2. **Rédigez l’annonce qui sera diffusée dans les journaux. Le recrutement sera réalisé en juin pour un contrat qui débutera le 1er septembre. Date limite de réponse 20 juin. L’annonce sera diffusée dans les deux journaux locaux (Le Dauphiné libéré et le Progrès). Les réponses seront envoyées par courrier au service emploi (CV + Lettre de motivation) ou par mél :** [**recrutement@demeter.com**](mailto:recrutement@demeter.com)

Mme Combaz souhaite évaluer le coût du recrutement de l’attaché(e) commercial(e). Elle vous remet un récapitulatif des tâches réalisées (**document 1**).

1. **Calculez le coût du recrutement à partir des données précédentes, en estimant à 25 € (charges comprises), le coût du salaire horaire moyen des différents salariés intervenant dans le processus (managers, responsables RH…).**