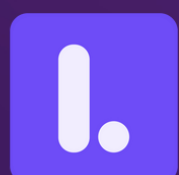
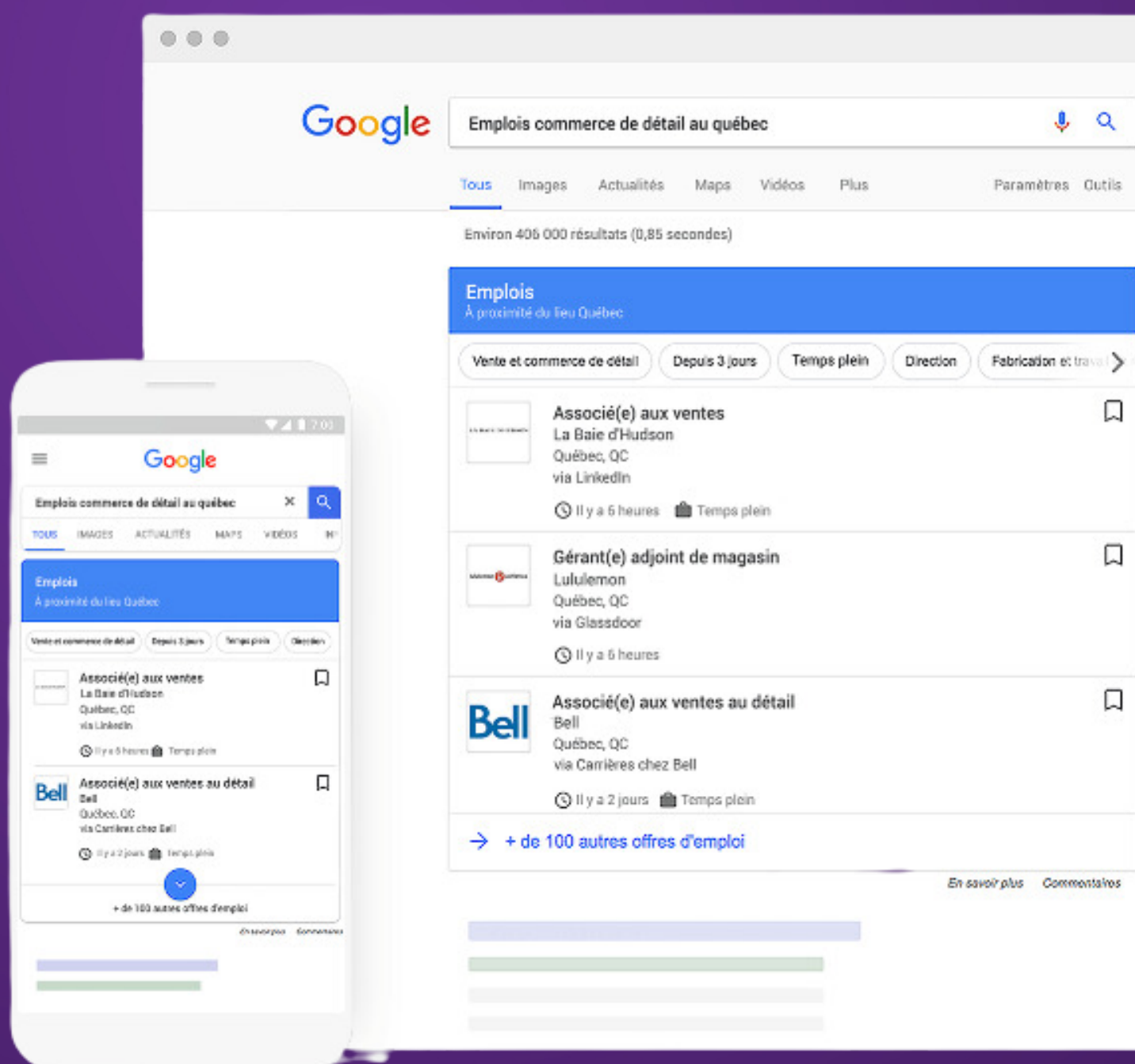


LIVRE BLANC

Optimisez votre offre pour

Google for Jobs



300 millions.

C'est le nombre de recherches d'emploi effectuées sur la plateforme depuis son lancement en 2017.



Avec l'avènement de Google for Jobs, l'optimisation du référencement des offres d'emploi est devenue plus importante que jamais.



Google for Jobs est une fonctionnalité de recherche d'emploi lancée par Google en 2017, qui permet aux chercheurs d'emploi de trouver des annonces pertinentes directement à partir de la page de résultats de recherche de Google.

En optimisant le référencement de votre offre d'emploi pour Google for Jobs, vous pouvez améliorer la visibilité de votre annonce auprès des chercheurs d'emploi et augmenter les chances de trouver des candidats qualifiés pour votre poste vacant.

Dans ce livre blanc, nous allons explorer les différentes stratégies et techniques que vous pouvez utiliser pour optimiser le référencement de votre offre d'emploi sur Google for Jobs.

Nous allons également examiner les meilleures pratiques pour structurer correctement les données de votre annonce, écrire une description claire et précise puis publier sur votre site web et d'autres plateformes de recrutement.

En fin de compte, en utilisant les stratégies décrites dans ce livre blanc, vous serez en mesure d'optimiser votre offre d'emploi pour Google for Jobs et de trouver les meilleurs candidats pour votre entreprise.

Sommaire

Part 1 : Penser avant d'agir

Tout commence par une vision claire

Part 2 : Les 6 étapes clés

**Pour booster vos offres d'emploi
sur Google for Jobs**

Part 3 : Les outils à utiliser

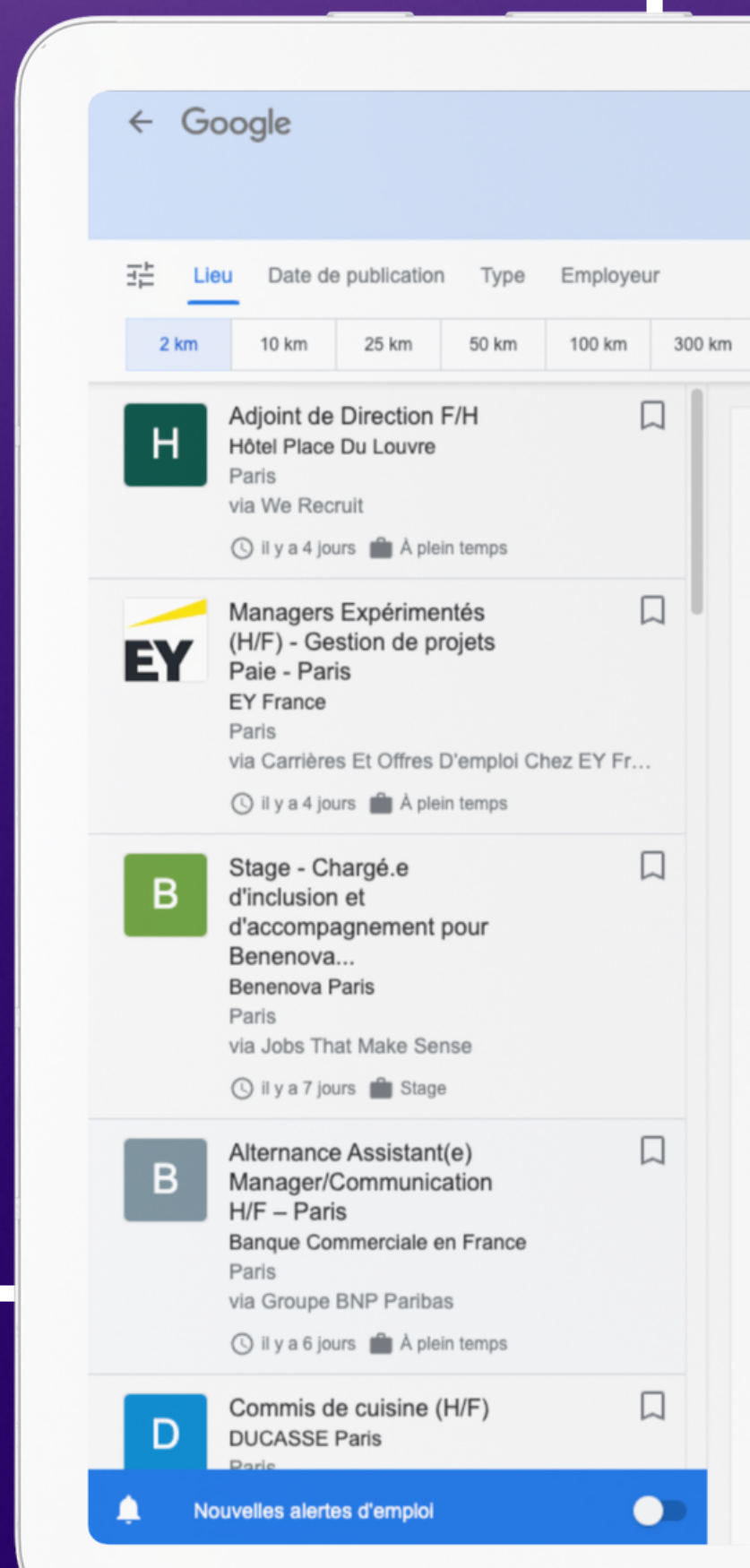
Pour faciliter l'optimisation de vos offres

Conclusion

Part. 1

Comprendre avant d'agir : Tout commence par une vision claire.

Avant de commencer à optimiser vos offres d'emploi pour Google for Jobs, il est important de comprendre comment fonctionne cet outil.



Le fonctionnement de Google for Jobs

en 2 minutes



Google for Jobs utilise l'apprentissage automatique pour collecter, structurer et afficher des offres d'emploi pertinentes dans les résultats de recherche de Google.

Dans l'optique d'une optimisation des offres, voici les 4 paramètres à prendre en compte :

✓ **Collecte des données :**

Google for Jobs collecte des données sur les offres d'emploi à partir de différentes sources, telles que les sites web de recrutement, les entreprises et les agences de placement. Les données collectées comprennent le titre de l'emploi, la description, la localisation, le salaire, les critères de qualification et d'autres détails pertinents.

✓ **Structuration des données :**

Google for Jobs utilise des techniques d'apprentissage automatique pour extraire des informations clés de chaque offre d'emploi, telles que le titre de l'emploi, la description et la localisation. Ces informations sont ensuite structurées dans un format standardisé appelé Schema.org, qui facilite leur traitement et leur affichage dans les résultats de recherche.

✓ **Affichage des résultats de recherche :**

Lorsqu'un utilisateur recherche un emploi sur Google, les résultats de recherche pertinents de Google for Jobs sont affichés en haut de la page de résultats de recherche réguliers de Google. Les résultats de recherche Google for Jobs incluent des informations clés.

✓ **Filtres de recherche :**

Les utilisateurs peuvent filtrer les résultats de recherche en fonction de différents critères, tels que la localisation, le type d'emploi, le salaire, la date de publication et d'autres critères pertinents.

Alors, l'utilisation de Google for Jobs

**est-elle pertinente
pour votre entreprise ?**

La réponse courte est oui,

À l'heure actuelle, Google for Jobs est disponible gratuitement pour les candidats et les recruteurs, ce qui le distingue notablement de ses concurrents.

En effet, les sites web de recrutement en ligne facturent généralement les employeurs pour afficher leurs offres d'emploi sur leur plateforme.

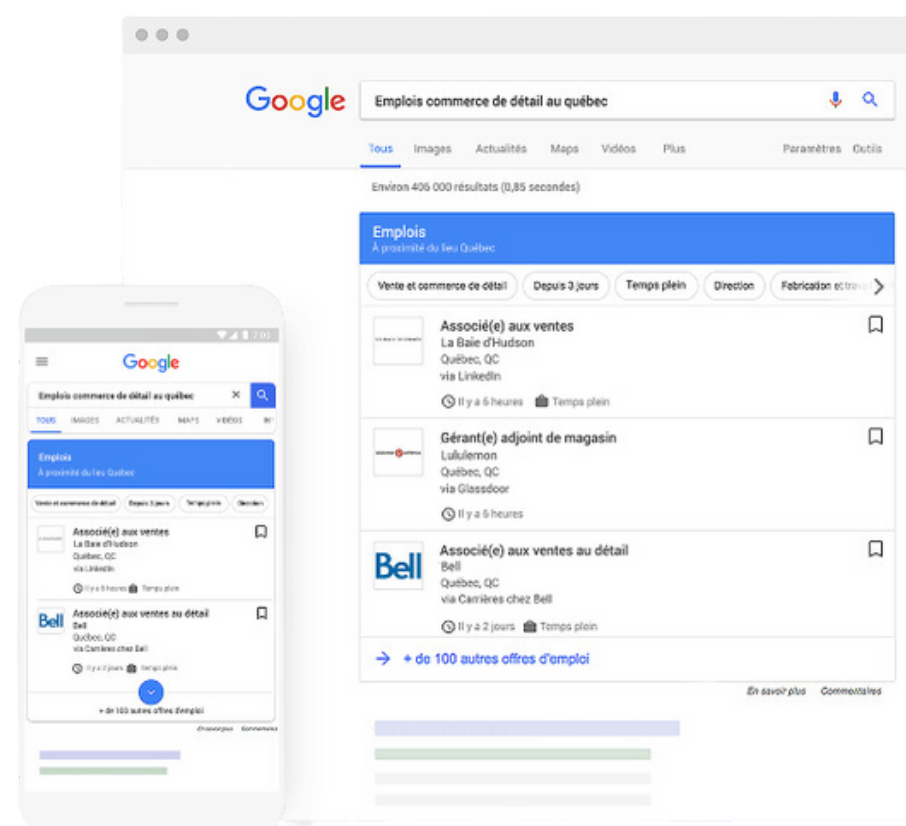
Vous pouvez soit publier votre annonce directement sur Google for Jobs, soit utiliser une API pour signaler à Google que vous souhaitez référencer votre annonce.

Aujourd'hui, Google for Jobs reste un excellent moyen de figurer en haut des résultats de recherche de Google sans frais et sans avoir besoin de compétences avancées en référencement.

Google for Jobs est une opportunité intéressante pour les recruteurs, car elle permet d'augmenter leur visibilité et, par conséquent, leurs chances de trouver le candidat idéal.

Cette fonctionnalité est particulièrement utile pour la multidiffusion des annonces, une stratégie courante dans le domaine des ressources humaines.

À l'avenir, il sera de plus en plus difficile pour les recruteurs de ne pas utiliser Google for Jobs dans leur stratégie de recrutement.



NOS TIPS

N'hésitez pas à utiliser un logiciel de recrutement tel que Layan pour créer une page carrière directement sur l'outil, cette dernière est optimisée d'un point de vue SEO.

Les 6 étapes

Pour optimiser efficacement vos offres
d'emploi sur Google for Jobs



ÉTAPE

01

Choisir ses mots clés

Efficacement.

ÉTAPE

02

Écrire un titre accrocheur

Pour faire la différence.

ÉTAPE

03

Optimiser la description

Pour ne rien laisser au hasard.

ÉTAPE

04

Structurer les données

Pour maximiser vos chances.

ÉTAPE

05

Publier sur d'autres plateformes

Pour travailler votre marque employeur

ÉTAPE

06

Analyser vos performances

Pour préparer les prochaines.

ÉTAPE 01

Choisir ses mots clés

Efficacement.

L'utilisation de mots-clés pertinents dans votre offre d'emploi est l'une des étapes les plus importantes pour optimiser le référencement sur Google for Jobs.

Les mots-clés sont les termes que les chercheurs d'emploi utilisent pour trouver des offres d'emploi pertinentes. Il est important d'utiliser des mots-clés pertinents pour votre offre d'emploi afin que Google for Jobs puisse la classer comme une offre d'emploi pertinente pour les chercheurs d'emploi.

Leur utilisation aide Google for Jobs à comprendre la nature de votre offre d'emploi et à la présenter aux profils de chercheurs pertinents.

Voici comment choisir vos mots-clés :

- **Analysez les recherches de mots-clés :**

Utilisez des outils de recherche de mots-clés pour identifier les plus populaires dans votre secteur d'activité.

- **Utilisez des synonymes et des variantes :**

Utilisez des synonymes et des variantes de mots-clés pour atteindre un public plus large.

- **Utilisez des phrases clés :**

Employez des phrases clés qui décrivent clairement le poste vacant.

- **Utilisez des mots-clés précis :**

Utilisez des mots-clés précis et spécifiques qui décrivent clairement les exigences du poste vacant.

Évitez d'utiliser trop de mots-clés dans votre annonce.

L'abus de mots-clés peut nuire à la qualité de l'annonce et rendre la lecture difficile pour les chercheurs d'emploi. Utilisez des mots-clés pertinents qui décrivent précisément le poste vacant.

ÉTAPE 02

Écrire un titre accrocheur

Pour faire la différence.

Le titre de votre offre d'emploi est l'un des éléments les plus importants pour attirer l'attention des chercheurs d'emploi. Un titre accrocheur peut aider à augmenter le nombre de clics sur votre offre d'emploi.

Il est important d'utiliser des mots-clés pertinents dans le titre de votre offre d'emploi pour que Google for Jobs puisse la classer comme une offre d'emploi pertinente pour les chercheurs d'emploi.

Comment écrire un titre accrocheur ?

Soyez spécifique :

Évitez les titres génériques tels que "Offre d'emploi" ou "Recherche collaborateur". Ces titres ne donnent aucune information sur le poste et ne sont pas attrayants pour les chercheurs d'emploi.

Soyez concis :

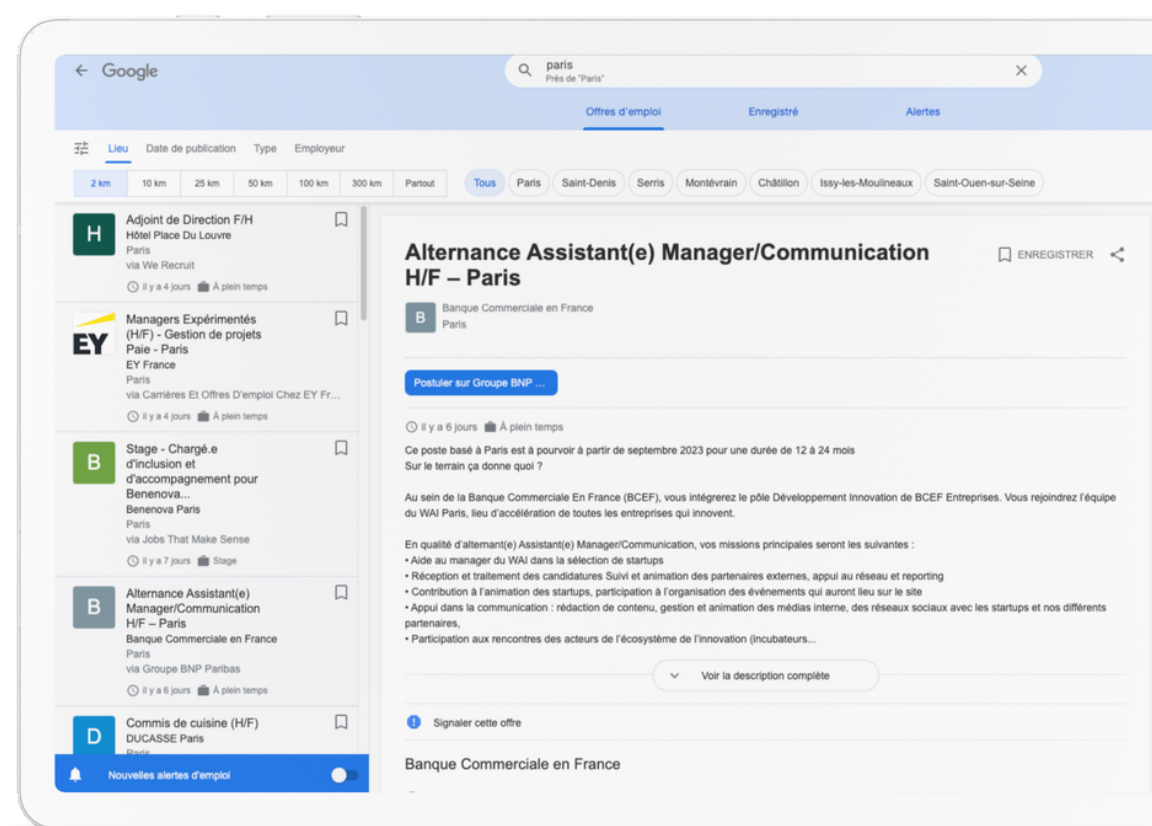
Évitez les titres trop longs, car ils peuvent être difficiles à lire et à comprendre. Utilisez des phrases courtes et directes pour décrire le poste en quelques mots.

Utilisez des adjectifs descriptifs :

Utilisez des adjectifs descriptifs pour ajouter de la couleur et de la spécificité à votre titre.

Utilisez des chiffres :

Les chiffres peuvent être très efficaces pour attirer l'attention des chercheurs d'emploi.



Évitez d'utiliser des superlatifs exagérés.

Ces termes peuvent sembler trop arrogants et ne sont pas toujours crédibles.

ÉTAPE 03

Optimiser la description

Pour ne rien laisser au hasard.

Une fois que vous avez réussi à attirer l'attention des chercheurs d'emploi avec un titre accrocheur, la prochaine étape consiste à convaincre les candidats potentiels de postuler en utilisant une description de poste claire et concise.

Décrivez clairement les responsabilités et les tâches :

Votre description doit donner aux candidats potentiels une idée claire de ce que le poste implique.

Décrivez les responsabilités et les tâches de manière concises, en utilisant des verbes d'action pour donner une idée de ce que le poste implique.

Présentez les qualifications requises :

La description de poste doit également inclure les qualifications requises pour le poste, telles que les compétences, l'expérience et les diplômes nécessaires.

N'oubliez pas les précisions sur la localisation et le salaire.

Utilisez des mots-clés pertinents :

Placez les mots-clés pertinents dans la description de poste pour optimiser le référencement sur Google for Jobs.

Utilisez des termes spécifiques à l'industrie et au secteur pour aider les candidats potentiels à trouver votre offre d'emploi lorsqu'ils effectuent une recherche.

Utilisez un ton convivial et engageant :

Écrivez votre description dans un ton convivial et engageant pour encourager les candidats potentiels à postuler.

Employez un langage clair et simple, évitez le jargon technique ou les acronymes qui pourraient être difficiles à comprendre pour les candidats potentiels.

Gardez en tête qu'une description de poste bien écrite peut encourager les candidats potentiels à postuler !

ÉTAPE 04

Structurer les données

Pour maximiser vos chances.

Il est important de comprendre que Google utilise des algorithmes pour analyser et comprendre les informations contenues dans votre annonce d'emploi. En structurant correctement les données de votre annonce, vous pouvez aider Google à mieux comprendre le contenu de votre annonce, ce qui peut augmenter vos chances d'apparaître en haut des résultats de recherche.

L'une des premières étapes pour structurer correctement les données de votre annonce consiste à utiliser des balises de titre appropriées. Les balises de titre sont des éléments HTML qui indiquent clairement les différentes sections de votre annonce.

- Par exemple, vous pouvez utiliser la balise `<h1>` pour le titre de l'annonce et la balise `<h2>` pour les sections comme "Description du poste", "Responsabilités" et "Exigences".

Une autre façon de structurer correctement les données de votre annonce est d'utiliser des balises de données structurées.

- Les balises de données structurées sont des éléments HTML qui permettent aux moteurs de recherche de comprendre le contenu de votre annonce de manière plus détaillée.

Ces balises peuvent aider Google à afficher des informations telles que le titre, l'emplacement et la date de publication de votre annonce directement dans les résultats de recherche.

Enfin, assurez-vous que votre annonce est facile à lire et à comprendre. Utilisez un langage simple et clair et évitez les jargons professionnels ou techniques qui peuvent être difficiles à comprendre pour les candidats potentiels. Évitez également d'utiliser des images ou des vidéos qui ne sont pas pertinentes pour le poste.

En structurant correctement les données de votre annonce d'emploi, vous pouvez augmenter vos chances d'apparaître en haut des résultats de recherche sur Google for Jobs et attirer des candidats qualifiés pour votre entreprise.

ÉTAPE 05

Publier sur d'autres plateformes

Pour travailler votre marque employeur.

Publier votre offre d'emploi sur d'autres canaux peut aider à optimiser votre référencement sur Google for Jobs en augmentant la visibilité de votre annonce sur le web.

Lorsque vous publiez votre offre d'emploi sur différents sites web et plateformes d'emploi, vous créez des liens retour vers votre site web et votre annonce.

Adapter vous à la plateforme

Il est nécessaire de prendre en compte les différences entre les plateformes de recrutement. Chaque plateforme a ses propres règles et fonctionnalités.

- **Par exemple** : sur LinkedIn, vous pouvez inclure une vidéo de présentation de votre entreprise pour attirer l'attention des candidats, tandis que sur Glassdoor, vous pouvez inclure des avis d'employés pour donner aux candidats un aperçu de la culture de votre entreprise.

Lors de la publication de votre annonce sur ces plateformes, assurez-vous de suivre les bonnes pratiques en matière de référencement pour optimiser sa visibilité sur Google for Jobs.

Utilisez des mots-clés pertinents dans votre annonce, fournissez des détails précis sur le poste, la rémunération et les avantages offerts, et assurez-vous que votre annonce est bien écrite et facile à lire.

N'oubliez pas de mettre à jour régulièrement votre annonce d'emploi sur ces plateformes pour vous assurer qu'elle est toujours pertinente et qu'elle reflète les besoins actuels de votre entreprise.

Si vous apportez des modifications importantes à votre annonce, assurez-vous de les mettre à jour sur toutes les plateformes où elle est publiée.



ÉTAPE 06

Analyser vos performances

Pour préparer les prochaines.

Il existe plusieurs outils que vous pouvez utiliser pour suivre les performances de votre annonce d'emploi, tels que Google Analytics, Google Search Console et des outils de suivi des taux de conversion.

1

Le taux de clics (CTR) : Le CTR mesure le nombre de clics sur votre annonce par rapport au nombre d'impressions. Un taux de clic élevé indique que votre annonce est pertinente et attire l'attention des candidats.

2

Le taux de conversion : Compare le nombre de candidatures soumises par rapport au nombre de clics sur votre annonce. Si votre taux de conversion est faible, cela peut indiquer que votre annonce n'est pas suffisamment convaincante ou que le processus de candidature est trop complexe.

3

Les mots-clés : Suivez les mots-clés qui génèrent le plus de trafic vers votre annonce d'emploi. En identifiant les mots-clés les plus performants, vous pouvez ajuster votre stratégie de référencement pour améliorer la pertinence de votre annonce et augmenter sa visibilité.

4

Le temps passé sur la page : Mesurez combien de temps les candidats passent à lire votre annonce. Si votre temps moyen passé sur la page est faible, cela peut indiquer que votre annonce n'est pas suffisamment intéressante ou facile à lire.



Il est important de suivre les performances de votre annonce d'emploi sur une base régulière et de mettre à jour votre stratégie en conséquence. Les tendances en matière de recherche et de comportement des candidats peuvent changer rapidement, il est donc essentiel de rester informé des dernières tendances et d'adapter votre stratégie de référencement en conséquence.

Quelques outils simples

Pour faciliter l'optimisation de vos offres

Nous n'allons pas rentrer dans le détail de l'ensemble des outils à utiliser. Certains vont demander plus ou moins de configuration.

Nous vous préparons déjà d'autres contenus pour aller en profondeur sur ces sujets.

Voici donc une petite sélection d'outils indispensables :

The logo for schema.org, featuring the text "schema.org" in white on a red rectangular background.

Le balisage de schéma vous permet décrire vos offres d'emploi afin que Google puisse mieux comprendre votre contenu et l'afficher correctement dans les résultats de recherche.

The logo for SEMrush, featuring an orange flame-like icon above the word "SEMRUSH" in bold black capital letters.

SEMrush peut vous aider à effectuer une recherche de mots clés, à surveiller votre position dans les résultats de recherche, à analyser vos concurrents, à effectuer une analyse technique de votre site Web, etc.

The logo for Google Search Console, featuring the multi-colored Google logo above the text "Search Console" in a grey sans-serif font.

Google Search Console permet de surveiller les erreurs techniques, l'indexation, les performances et le balisage de schéma de votre site Web. Vous pouvez améliorer votre référencement les résultats de recherche.

The logo for Layan, featuring a blue square icon with a white exclamation mark followed by the word "Layan" in a bold blue sans-serif font.

Layan est un SaaS de recrutement tout-en-un qui peut aider à améliorer le référencement de vos offres d'emploi sur Google for Jobs en intégrant le balisage de schéma, permettant une publication facile sur différentes plateformes, et en centralisant la gestion de vos offres pour des mises à jour régulières.

Conclusion

L'optimisation du référencement des offres d'emploi sur Google for Jobs est devenue un élément clé pour les recruteurs qui souhaitent attirer les meilleurs candidats.

Grâce à l'utilisation d'outils tels que Google Search Console, les recruteurs peuvent surveiller les performances de leur site Web et améliorer leur référencement en corrigeant les erreurs techniques, en optimisant le balisage de schéma, en utilisant des mots-clés pertinents et en publiant des offres sur différentes plateformes.

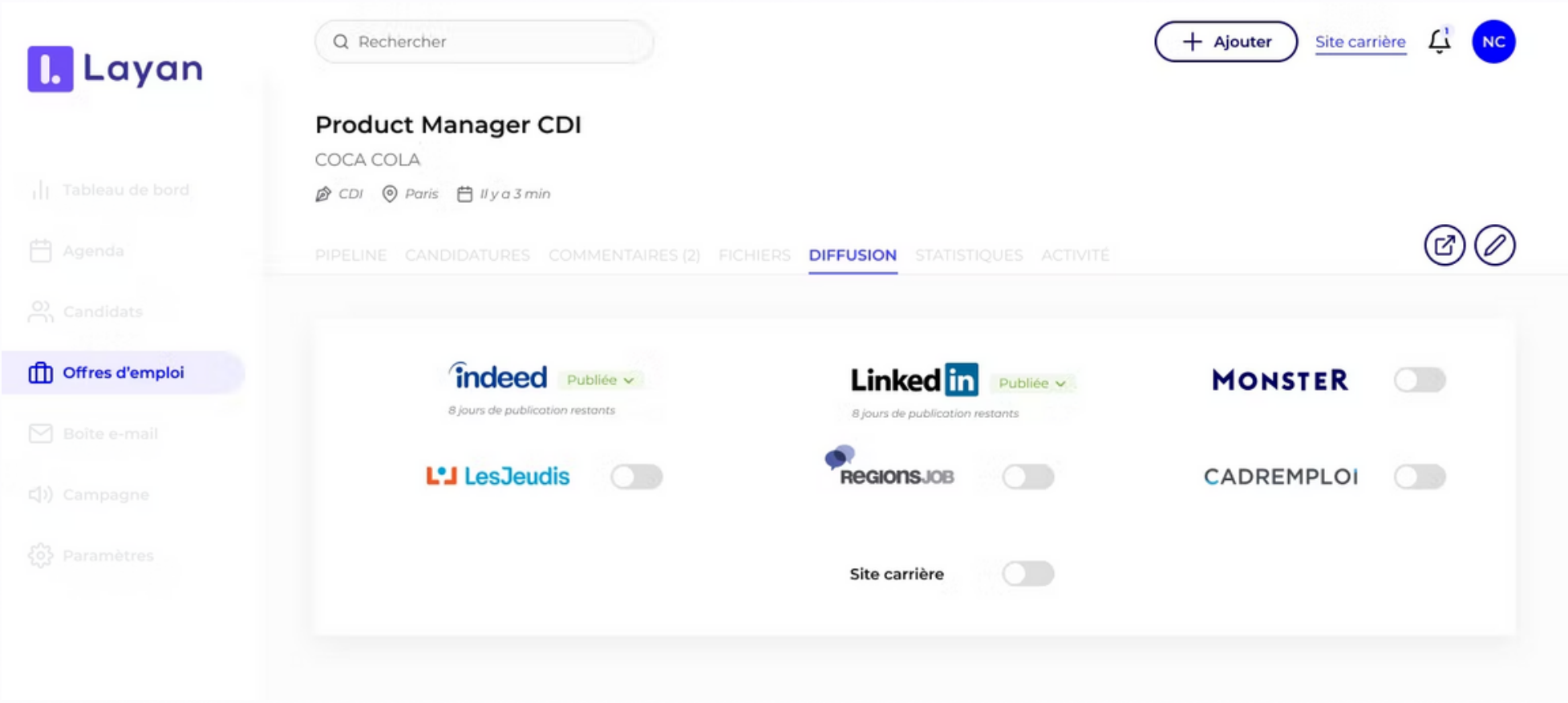
L'utilisation d'un SaaS de recrutement peut également aider les recruteurs à gérer facilement leurs offres d'emploi et à maximiser leur visibilité sur Google for Jobs.

En utilisant ces techniques, vous devriez non seulement améliorer leur visibilité sur Google for Jobs, mais également attirer des candidats qualifiés et réduire le délai de recrutement.



À propos de Layan

Layan est une solution SaaS dédiée au recrutement qui permet aux recruteurs de favoriser leur acquisition de candidats tout en proposant une interface de gestion complète.



Bien plus qu’un simple logiciel de recrutement, Layan augmente la visibilité des offres d’emploi, de la marque employeur et permet de mener des campagnes de recrutement automatisées sur un panel de sources variées.

Automatisez vos messages LinkedIn

Filtrez les meilleurs profils et contactez-les directement sur LinkedIn.

Sélectionner

Prévoyez la diffusion de vos prochains Tweets

Annoncez vos opportunités et maintenez du lien en préparant vos tweets en avance.

Sélectionner

Chassez vos candidats grâce à des campagnes E-mailing

Mobilisez vos candidats autour de vos nouvelles annonces grâce à une campagne d'e-mailing.

Sélectionner

Animez votre CVthèque avec des Newsletters

Entretenez le lien avec vos candidats en communiquant votre actualité en partageant vos événements.

Sélectionner

Propulsez vos offres grâce à des Séquences d'e-mails

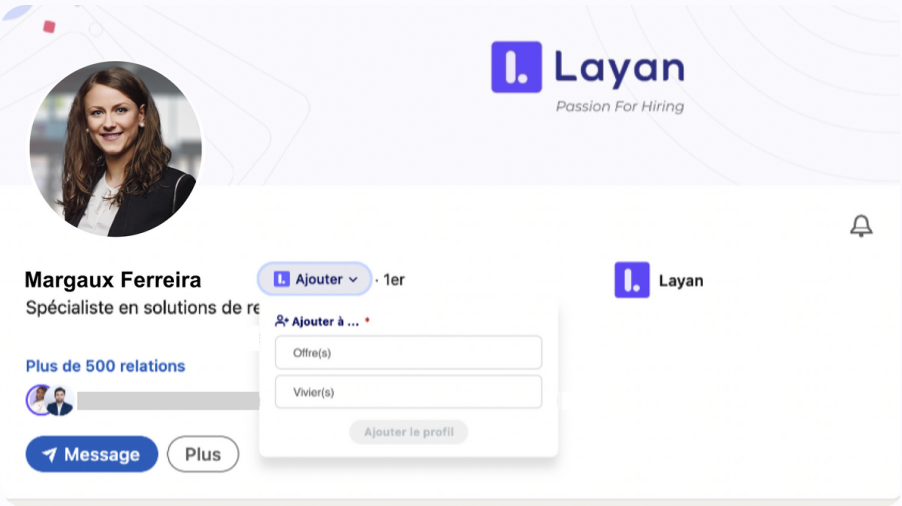
Invitez vos futurs candidats à découvrir vos offres au travers d'une séquence de plusieurs e-mails.

Sélectionner

Planifier la sortie de vos posts LinkedIn

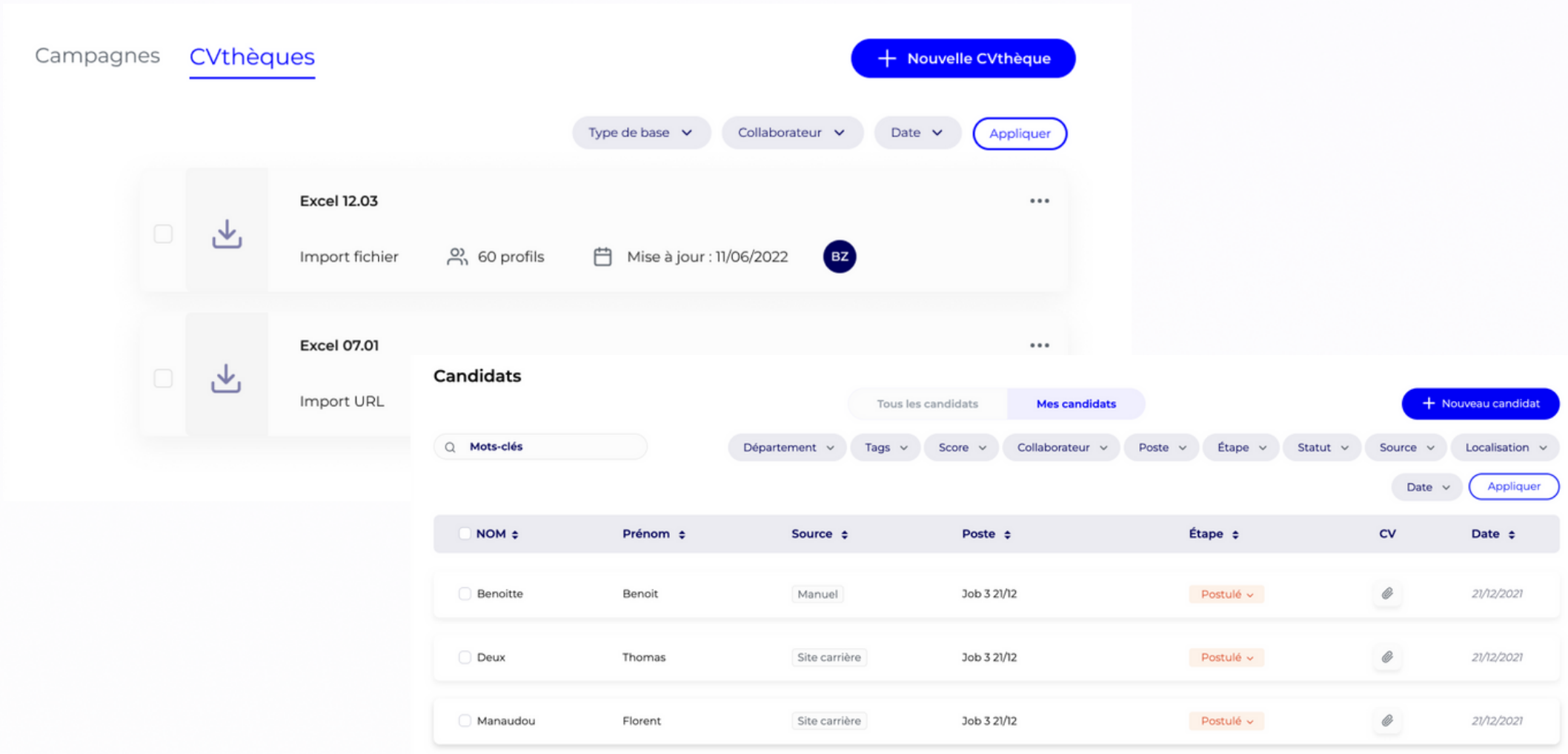
Anticipez vos prochains posts LinkedIn pour vous adresser régulièrement à vos futurs talents.

Sélectionner



À propos de Layan

Aujourd'hui, Layan est capable d'automatiser la chasse de candidats grâce à des fonctionnalités inédites sur le marché, tout en garantissant une interface de gestion complète et intuitive.



Des questions ?

Prenez rendez-vous avec l'un de nos experts dès maintenant !

[Prendre RDV](#)



