

RECRUTER DES TÉLÉACTEURS

I Rechercher un candidat

Trois types de besoins peuvent justifier le recrutement d'un collaborateur en interne :

- la création d'un nouveau poste ou la création d'un centre interne de relation client ;
- le remplacement d'un poste existant, après le départ d'un membre du personnel ;
- le besoin en nouvelles compétences pour un poste existant.

1. Définir une fiche et un profil de poste

Une fiche de poste doit être établie afin de définir les responsabilités, missions et spécificités du poste. À partir de cette fiche de poste, le recruteur doit définir les compétences requises. Pour les téléacteurs, les compétences essentielles sont :

Compétences professionnelles	Sens du service	Capacité d'adaptation
	Aisance à l'oral	Sens de l'organisation
	Culture numérique et maîtrise des outils informatiques	
Compétences relationnelles	Appétence pour le travail en équipe	Bon relationnel, sens de l'écoute
	Confiance en soi et résistance au stress	

2. Rédiger une annonce

La recherche du candidat se fait le plus souvent à travers une annonce, qui doit être claire et précise afin d'attirer les profils potentiels. Elle comportera :

- une présentation de l'entreprise,
- le descriptif du poste (intitulé, missions, évolution possible),
- le profil du candidat (compétences, formation et expérience requises),
- le descriptif des conditions de travail et des avantages (lieu de travail, salaire...),
- la procédure à suivre pour répondre.

L'entreprise peut publier l'annonce sur son site, sur des sites d'annonces d'emplois (Apec, Monster...) ou bien sur des réseaux spécialisés comme LinkedIn, Viadeo ou Wizbee.

D'autres moyens s'offrent au manager pour trouver de nouvelles recrues : les candidatures internes (mobilité au sein de l'entreprise), la consultation des CVthèques, la consultation des profils LinkedIn et Viadeo, les candidatures spontanées ou la cooptation (recommandation par des membres de l'équipe). L'entreprise peut également externaliser la procédure de recrutement à un cabinet spécialisé.

II Organiser l'entretien de recrutement et choisir les candidats

Le taux de renouvellement des employés (*turnover*) est très important (jusqu'à 40 ou 50 % en CRC) et coûte très cher en recrutement et en formation. La sélection du candidat est donc un enjeu majeur pour le centre d'appels. Le manager doit analyser les candidatures (CV et lettres de motivation) reçues et effectuer une présélection des candidats en comparant le profil du candidat au profil de poste établi. Il faut ensuite convoquer les candidats intéressants pour un entretien de recrutement, qui a généralement lieu en face à face mais peut aussi se dérouler par téléphone. Il faut organiser avec soin l'entretien de recrutement pour présenter l'entreprise, le poste et cerner le profil du candidat. Cet entretien peut être mené soit à partir du CV du candidat, soit en fonction de critères de compétence préalablement définis. Les tests d'évaluation permettent d'avoir une meilleure vision du profil du candidat.

III Intégrer le nouvel embauché

Une fois le candidat recruté, il faut lui faire signer son contrat de travail, lui transmettre sa fiche de poste et prévoir une phase d'intégration. Il s'agit de l'accueillir et de lui présenter l'entreprise, son fonctionnement, les personnes avec lesquelles il travaillera. Un livret d'accueil avec les informations indispensables (règlement intérieur, convention collective, etc.) permet de formaliser la procédure d'intégration. Ensuite, il faudra l'aider à s'intégrer dans son poste de travail, le former aux méthodes, aux pratiques, aux outils.