



Pour les prestataires de services d'emploi et de carrière

Appliquer les connaissances relatives au comportement aux défis du marché du travail :

Accroître la participation aux services d'emploi et de carrière





L'opportunité

Les services d'emploi et de carrière sont utiles aux chômeurs canadiens, car ils les aident à retourner plus rapidement au travail et à mieux gagner leur vie. **Toutefois, seuls 27 % des chômeurs canadiens ont utilisé ces services au cours des cinq dernières années** ([Centre des Compétences futures, 2021](#)).

L'équipe de recherche sur le comportement (Behavioural Insights Team - BIT) s'est associée au Centre des Compétences futures et aux gouvernements de l'Alberta et de la Saskatchewan pour concevoir et tester des moyens d'accroître la participation. Nous avons mis l'accent sur le calendrier et le contenu des courriels envoyés aux récents demandeurs d'assurance-emploi, en exploitant la base de données Targeting, Referral, and Feedback (TRF).



Qu'avons-nous accompli ?

1. Nous avons examiné la base de données existante (plus de 50 études) sur les facteurs qui influencent l'utilisation des services.
2. Nous avons interrogé des praticiens et des demandeurs d'emploi afin de recenser les principaux obstacles et facilitateurs à l'utilisation de ces services.
3. Nous avons testé les courriels de suivi en Saskatchewan dans le cadre d'un essai contrôlé randomisé (ECR) auprès de 1 491 demandeurs d'emploi; nous avons conçu et mis en œuvre un nouveau courriel de sensibilisation initial.
4. Nous avons conçu et testé trois nouveaux modèles de courriels pour la sensibilisation initiale dans le cadre d'un essai contrôlé randomisé avec 10 prestataires de services et 4 364 demandeurs d'emploi dans l'Alberta.



Pourquoi c'est important

- Les communications de sensibilisation doivent être simples, concises et personnalisées, et faire ressortir la légitimité du service (voir les pages suivantes pour plus de détails sur ces principes de conception et pour des modèles).
- Assurer le suivi des demandeurs d'emploi qui n'ont pas répondu aux premiers messages en envoyant un courriel 4 à 10 semaines après la première prise de contact, afin de soutenir les demandeurs d'emploi qui ne sont pas prêts ou motivés immédiatement après la perte de leur emploi.
- Proposer des offres de services flexibles, y compris des rendez-vous virtuels et téléphoniques, des horaires atypiques et des services d'accueil. Offrir des services dans des lieux pratiques et accessibles par les transports publics.
- Utiliser plusieurs canaux pour atteindre les demandeurs d'emploi : Les messages SMS sont un canal sous-utilisé qui a fait ses preuves auprès des demandeurs d'emploi, mais ils doivent être associés au courrier électronique pour en renforcer la légitimité.

Meilleures pratiques pour les prestataires de services de carrière et d'emploi :

Améliorer les efforts de communication et de sensibilisation



Mettre l'accent sur la confiance et la légitimité en clarifiant votre lien avec le gouvernement. Les courriels de sensibilisation peuvent être considérés comme des pourriels ou des arnaques, en particulier les courriels de sensibilisation inattendus de la Fondation Rotary. Il convient d'utiliser des logos ou d'autres signes de légitimité, ainsi que des titres d'objet convaincants qui ne contiennent pas d'éléments de nature publicitaire.



Mettre en évidence les services les plus attrayants pour les demandeurs d'emploi, tels que les liens avec les employeurs, les aides financières, les offres de services flexibles et l'accès à la formation.



Garder une approche simple et concise. Supprimer le jargon et les termes complexes, veiller à la concision des phrases et des paragraphes et s'assurer que la lisibilité est au niveau de la 6e année.



Inclure un appel à l'action clair. Indiquer en gras ce que vous voulez que les destinataires fassent ensuite, en veillant à ce que ce soit le point central de l'attention. Regrouper en un seul endroit tous les détails pertinents concernant les prochaines étapes.



Personnaliser les communications en incluant le prénom du destinataire et de l'expéditeur, lorsque cela est possible, et en adaptant le contenu aux demandeurs d'emploi, par code CNP, par exemple.

Voici trois modèles qui utilisent ces bonnes pratiques :

Subject line: [Prénom], le marché de l'emploi évolue

Bonjour [Prénom],

Vous avez reçu ce courriel parce que vous avez récemment fait une demande d'assurance-emploi (AE) auprès de Service Canada.

Les attentes des employeurs évoluent. Ne restez pas à la traîne. Chez [nom du fournisseur], nous vous aidons à vous démarquer sur ce marché du travail compétitif.

Nous sommes des experts offrant :

- des contacts avec les employeurs
- des services gratuits et personnalisés, comme [l'orientation professionnelle et l'aide à la rédaction d'un CV]
- des opportunités intéressantes, comme [la formation]
- des services [par téléphone, en ligne ou en personne]

Composez le [555-5555] pour parler à un membre de l'équipe dès aujourd'hui.

En attendant, voici quelques ressources qui pourraient vous être utiles dans votre recherche d'emploi :

- [\[lien vers l'annuaire des services de formation et d'emploi\]](#)
- [\[lien vers les banques d'emploi provinciales et régionales\]](#)

En partenariat avec :

Canada 

[logo de la province]

[Signature personnelle]

1. Premier courriel de sensibilisation A

Changement de normes

- Créer un sentiment d'urgence. Les gens sont motivés pour agir s'ils anticipent un regret futur.
- Accroître la valeur perçue des services de l'emploi.
- Remise en cause des perceptions erronées concernant les offres de services statiques.
- Énumérer les principaux avantages, car de nombreuses personnes ont une vision étroite des services de l'emploi.
- Inclure les meilleures pratiques tirées de la science du comportement, comme la personnalisation, un langage simple et concis, la légitimité des logos et un appel à l'action clair.

Subject line: [Prénom], vous êtes à un pas de ressources précieuses pour l'emploi!

Bonjour [Prénom],

Vous avez reçu ce courriel parce que vous avez récemment fait une demande d'assurance-emploi (AE) auprès de Service Canada.

Merci d'avoir franchi cette première étape. Je reconnais qu'il s'agit d'une période difficile pour vous.

Je voulais vous faire connaître [nom du prestataire], un service financé par le gouvernement qui pourrait également vous être utile. Nous sommes là pour vous aider, que vous souhaitiez améliorer vos compétences, explorer des options de carrière ou trouver un emploi au moment opportun.

Franchissez une dernière étape pour accéder à la formation professionnelle et aux liens directement avec les employeurs.

- ✓ 1. Ont appliqué aux prestations fédérales
- ✓ 2. ont ouvert ce courriel.
- 3. Composez le [555-5555] pour parler à un membre de l'équipe dès aujourd'hui.

Pourquoi faire appel à [nom du prestataire] ?

- des contacts avec les employeurs
- des services gratuits et personnalisés, comme [l'orientation professionnelle et l'aide à la rédaction d'un CV]
- des opportunités intéressantes, comme [la formation]
- des services [par téléphone, en ligne ou en personne]

En partenariat avec :

Canada 

[logo de la province]

[Signature personnelle]

2. Premier courriel de sensibilisation B**Liste de vérification**

- Exploite la réalisation conjointe de l'ensemble. Les gens aiment terminer un processus incomplet.
- Accroît la valeur perçue des services de l'emploi.
- Fait preuve d'empathie tout en créant une urgence pour passer à l'étape suivante.
- Énumérer les principaux avantages, car de nombreuses personnes ont une vision étroite des services de l'emploi.
- Inclut les meilleures pratiques de la science comportementale, comme la personnalisation, simple et concise le langage, la légitimité des logos et un appel à l'action clair

Subject line: [Prénom], [nom du prestataire] attend de vos nouvelles!

Bonjour [Prénom],

Au cas où vous auriez manqué notre dernier courriel, voici un petit rappel : nous sommes là pour vous aider à trouver votre prochain emploi.

Pourquoi [nom du prestataire]? Nous avons aidé des milliers de personnes :

- Mise en contact avec des employeurs [dans un vaste éventail de secteurs]
- Des services gratuits et personnalisés, comme [l'orientation professionnelle et l'aide à la rédaction d'un CV].
- des opportunités intéressantes, comme [la formation]
- des services [par téléphone, en ligne ou en personne]

Composez le [555-5555] pour parler à un membre de l'équipe dès aujourd'hui. Si vous ne vous êtes pas encore inscrit, c'est le moment de commencer.

Au plaisir de vous rencontrer!

En partenariat avec :

Canada 

[Signature personnelle]

[logo de la province]

3. Premier courriel de sensibilisation

Envoyez un suivi 10 semaines après votre première prise de contact Utilisez le modèle ci-dessous :

- Créer un sentiment d'urgence. Les gens sont motivés pour agir s'ils anticipent un regret futur.
- En tirant parti des normes sociales. Les gens sont influencés par ce que font les autres.
- Comprendre la personnalisation avec des prénoms, un langage simple et concis, un ton amical, la légitimité des logos et un appel à l'action clair.
- Dresser la liste des principaux avantages, car de nombreuses personnes ne connaissent pas l'éventail des services de l'emploi.

Recommandations pour le service des opérations

Au-delà de la communication et de la sensibilisation, les changements opérationnels constituent une voie essentielle pour surmonter les obstacles à la participation. Nous présentons les recommandations par étape du parcours dans le service. Elles sont basées sur notre analyse des données, des entretiens avec des experts, des entretiens avec des demandeurs d'emploi et des résultats d'essais.

Recommandations

- Tirer parti des réseaux existants pour atteindre les demandeurs d'emploi, par exemple en mettant en œuvre des programmes qui encouragent les recommandations de bouche à oreille par les clients actuels et anciens ou en établissant des relations avec des organisations auxquelles les demandeurs d'emploi peuvent déjà être associés pour un travail de proximité ciblé.

Communications de masse (visant la sensibilisation)

- Utilisez la technologie de la plateforme de courriel, si possible, pour la personnalisation (comme les prénoms du destinataire et de l'expéditeur) et le contenu adapté aux demandeurs d'emploi (comme des informations sur le bureau local ou le secteur d'activité).
- Évaluez régulièrement le succès des ajustements apportés aux communications (à l'aide de tests A/B et de données sur les clics), en tenant compte des conditions actuelles du marché de l'emploi.
- Envisagez des capacités mobiles pour la sensibilisation par SMS (associée à un courriel pour la légitimité) ou des rappels par SMS étape par étape une fois que les demandeurs d'emploi se trouvent dans la phase d'accès au service.

- Optimisez l'affichage numérique en fonction de la taille de l'écran et du fournisseur de messagerie, avec des lignes d'objet qui contiennent des informations clés (dans les 30 premiers caractères) et un texte qui donne le même sentiment de légitimité aux demandeurs d'emploi, même si les images (comme les logos) sont bloquées.

Inscription

- Simplifiez le processus pour les demandeurs d'emploi en réduisant les étapes, en minimisant les demandes de documents et d'informations, en particulier les informations sensibles, avant le premier rendez-vous, et en fournissant une assistance sur ce qu'il faut faire quand (comme des visuels qui montrent clairement le processus ou l'assistance individuelle d'un membre du personnel pour compléter les étapes clés).
- Réduisez le délai entre l'inscription et le premier rendez-vous, idéalement en prévoyant des créneaux horaires le jour même.

Accès et rétention

- Atténuez les obstacles liés aux coûts en offrant une aide financière pour le transport (comme des bons de taxi) ou pour les personnes soignantes afin que les demandeurs d'emploi puissent se rendre à des rendez-vous, à des salons de l'emploi ou à des entretiens.
- Examinez d'autres parties du parcours pour découvrir les raisons pour lesquelles les gens abandonnent après l'inscription et pour résoudre les problèmes (comme l'amélioration des scripts d'appel et le réengagement des demandeurs d'emploi à des moments opportuns).



Le Centre des Compétences futures (CCF) est un centre de recherche et de collaboration avant-gardiste qui se consacre à l'innovation dans le domaine du développement des compétences afin que toutes les personnes au Canada soient prêtes pour l'avenir du travail. Nous travaillons en partenariat avec des personnes chargées de l'élaboration des politiques, des personnes chargées de la recherche, des spécialistes, des employeurs et des travailleuses et travailleurs, ainsi qu'avec des établissements d'enseignement postsecondaire, afin de résoudre les problèmes urgents du marché du travail et de veiller à ce que chacun puisse bénéficier de possibilités pertinentes d'apprentissage tout au long de la vie. Nous sommes fondés par un consortium dont les membres sont l'Université métropolitaine de Toronto, Blueprint et le Conference Board of Canada, et nous sommes financés par le Programme du Centre des compétences du gouvernement du Canada.



Appliquer les connaissances relatives au comportement aux défis du marché du travail : Accroître la participation aux services d'emploi et de carrière est financé par le programme Compétences Futures du Gouvernement du Canada.

Les opinions et interprétations de cette publication sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles du Gouvernement du Canada.



BIT Canada a ouvert ses portes en 2019. Depuis lors, nous avons eu un impact social à travers le pays en appliquant des données probantes sur le comportement humain à la conception de programmes, de politiques, de technologies et de communications.

Nous travaillons en partenariat avec tous les niveaux de gouvernement, les organisations à but non lucratif, les fondations et le secteur privé afin de proposer des solutions fondées sur des données probantes et des évaluations rigoureuses. Nous comptons parmi nos clients le gouvernement du Canada, le gouvernement de la Colombie-Britannique, la Ville de Montréal, la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario, WoodGreen Community Services, United Way-Halton Hamilton, la Daymark Foundation, East Toronto Health Partners et Sun Life Financial.

Au cours de plus de 70 projets, nous avons aidé ces clients à obtenir des résultats dans un large éventail de domaines, notamment :

- Rendre les lieux de travail plus équitables;
- Protéger les investisseurs des modèles sombres et des tactiques de ludification à haut risque;
- Réimaginer la prestation des services de l'emploi;
- Déterminer les mécanismes politiques permettant de réduire les émissions, et;
- Contribuer à accélérer le diagnostic des problèmes de santé mentale complexes.

Nous aidons également les organisations à renforcer leurs propres capacités de recherche et d'évaluation. Qu'il s'agisse de mettre en place une nouvelle fonction de science comportementale ou de développer une équipe interdisciplinaire mature, nous mettons l'expertise et l'expérience mondiales du BIT au service des organisations canadiennes.

Veillez nous contacter : bitcanada@bi.team

Date de publication :

mars 2024