

# Recrutement de personnes responsables d'un service de garde en milieu familial

Suggestions et pistes d'actions

pour une campagne réussie





## TABLE DES MATIÈRES

La boîte à outils.....	4
Site Web : la porte d'entrée .....	4
Réseaux sociaux : l'instantanéité .....	5
Publicité : être présent sur plusieurs tribunes .....	5
Partenariat : pour qu'on parle de vous .....	6
Calendrier de réalisation : l'art de planifier .....	6
Exemple de calendrier .....	7
Annexe I : Modèles pour les médias sociaux.....	8
Annexe II : La publicité dans les journaux .....	9
Annexe III : Modèles d'affiches .....	10

## LA BOÎTE À OUTILS

Cette boîte à outils a été élaborée à l'intention des bureaux coordonnateurs de la garde en milieu familial (BC) qui souhaitent recruter des responsables d'un service de garde en milieu familial (RSG) et qui sont à la recherche d'idées et d'outils pour enrichir leur stratégie de promotion. Les suggestions sont faites à titre indicatif et peuvent être modulées en fonction des besoins et des ressources de chacun. À noter que le ministère de la Famille prévoit aussi une opération visant à soutenir le recrutement de responsables de garde en milieu familial qui favorisera ainsi un plus grand rayonnement.

Selon le **budget** annuel alloué au recrutement, différentes activités peuvent être faites sur les médias sociaux, les médias traditionnels (publicités imprimées et radio, notamment) ou en partenariat avec des organisations locales qui souhaitent contribuer à l'augmentation du nombre de places disponibles en services de garde. Il est aussi possible d'avoir recours à des services professionnels (agence de publicité ou boîte de graphisme, par exemple) pour la réalisation de différents outils de communication afin de maximiser les chances de réussite.

## SITE WEB : LA PORTE D'ENTRÉE

La première étape est de s'assurer que le site Web est complet et présente une information à jour puisque la plupart des activités de communication y feront référence.

En effet, le **site Web** constitue la porte d'entrée de différentes clientèles, dont les parents et les RSG reconnues. Il pourrait aussi être une référence pour les personnes intéressées à devenir RSG. L'information qui s'y trouve doit donc être complète et facile à trouver.

**Astuce : mettez-vous à la place d'un internaute, faites une liste des questions que vous vous poseriez si vous souhaitiez en apprendre davantage et assurez-vous que les réponses se trouvent de façon ordonnée.**

Une section destinée au recrutement permet de rassembler l'information à un seul endroit et de présenter tous les contenus jugés pertinents :

- Être une RSG (préciser les responsabilités qui incombent à une RSG)
- Les avantages de devenir RSG
- Conditions à remplir pour le devenir
- Comment devenir RSG?
- Incitatifs financiers
- Rôle du bureau coordonnateur de la garde en milieu familial
- Vidéos témoignages

Au besoin, il pourrait être pertinent de consulter les sites Web d'autres BC ainsi que celui du [ministère de la Famille](#).

## RÉSEAUX SOCIAUX : L'INSTANTANÉITÉ

Les comptes Facebook et LinkedIn sont souvent utilisés pour le recrutement. Toutefois, considérant le volume de messages qui circulent sur ce type de plateforme, le vôtre doit se distinguer et sortir du lot.

Les meilleures pratiques pour une publication :

- Regrouper les principales informations dans la première phrase de la publication
- Être bref/aller droit au but (50 à 150 mots)
- Utiliser des émojis
- Miser sur les visuels qui accrocheront le regard (photos d'enfants, aires de jeux, etc.)
- Ajouter des appels à l'action (**contactez-nous** pour en savoir plus, **visitez** notre site Web, **inscrivez-vous** à la soirée d'information, etc.)
- Ajouter une vidéo
- Éviter les mots-clics (*hashtags*)

Il est recommandé de créer son propre contenu ou d'utiliser les modèles proposés à l'annexe I.

Sur Facebook, pour quelques centaines de dollars, il est possible de commanditer les publications pour s'assurer qu'elles soient vues par un plus grand nombre de personnes ciblées selon leurs intérêts.

## PUBLICITÉ : ÊTRE PRÉSENT SUR PLUSIEURS TRIBUNES

**Le journal local** ou régional peut aussi s'avérer un choix judicieux, notamment si vous souhaitez accorder une entrevue.

L'option du **placement publicitaire** dans l'hebdo régional (et sa version en ligne) est souvent un choix intéressant en raison de son coût abordable et de sa portée puisqu'il rejoint tous les foyers. La radio est une option non négligeable dans certaines régions de même que la télévision communautaire.

L'annexe II présente des suggestions pour la rédaction de votre contenu, lequel devra être adapté en fonction du média choisi.

**L'affichage** pourrait être utile dans les plus petites municipalités ou lors d'activités spéciales dans les plus grandes. Une affiche promotionnelle pourrait être une façon de joindre des personnes dans les lieux publics où gravitent les familles et possiblement des personnes intéressées à devenir RSG. Des modèles (format de 8,5 x 11 po) sont disponibles à l'annexe III. Les affiches comprennent un espace blanc pour l'ajout de vos coordonnées ou de tout autre élément que vous jugerez pertinent.

Dans certains cas, un **texte descriptif** présentant le métier et ses avantages pourrait être transmis à divers partenaires ou organismes locaux pour diffusion dans leur bulletin interne.

## PARTENARIAT : POUR QU'ON PARLE DE VOUS

**Le partenariat** agrandit votre champ d'action. La promotion locale de l'offre de garde en milieu familial est souvent non négligeable. En effet, dans plusieurs régions du Québec, les chambres de commerce et les municipalités sont mobilisées et posent des gestes concrets pour favoriser l'augmentation du nombre de places dans les services de garde. Un partenariat pourrait ainsi être envisagé afin de favoriser le recrutement sur le territoire desservi. Plusieurs organisations travaillent au développement local et régional des communautés telles que la chambre de commerce, la municipalité, la corporation de développement, le carrefour jeunesse-emploi, etc. Ces organisations peuvent servir de tribune pour faire connaître les besoins en matière de recrutement et être partie prenante des initiatives.

### **Exemples de partenariats et d'initiatives locales :**

Le BC L'Aurore Boréale a développé un partenariat avec sa caisse Desjardins, son député provincial, le Cégep de Rimouski et la Société de promotion économique de Rimouski. Il a créé une nouvelle [page Web](#) d'information valorisant la profession et présentant des vidéos inspirantes; tous les placements publicitaires liés au recrutement renvoient à cette page.

Le CPE-BC Sous les étoiles a développé une collaboration avec la Table des partenaires en développement des communautés de la MRC du Granit et créé un comité régional Garderie, dont les membres venaient notamment du CIUSSS de l'Estrie-CHUS, de la Constellation du Granit/ISO-Famille, du Syndicat des RSG du Granit, du Réseau d'accueil estrien et de la Chambre de commerce – région de Mégantic. Il a également trouvé du financement pour la réalisation d'une vidéo promotionnelle auprès de la Société d'aide au développement des collectivités (SADC), la Société de développement économique (SDE) et son député provincial. Sa page [Facebook](#) sert également d'appel au recrutement.

Le BC du CPE Chez ma tante des Îles-de-la-Madeleine a fait une campagne de publicité à la radio locale, diffusé une vidéo sur les réseaux sociaux et participé au Salon virtuel de l'emploi. Il a également obtenu de l'aide financière de la Communauté maritime des Îles, grâce à la Politique de soutien aux projets structurants découlant du Fonds régions et ruralité. Cette aide servira à soutenir financièrement les nouvelles RSG dans l'acquisition de matériel de conformité et de pédagogie de base.

Par ailleurs, les foires de l'emploi et les organismes en employabilité sont des véhicules intéressants puisque certains d'entre eux offrent la possibilité de présenter un métier en demande à leur clientèle.

## CALENDRIER DE RÉALISATION : L'ART DE PLANIFIER

Un **calendrier** des actions à réaliser tout au long de l'année peut s'avérer utile. Une action mensuelle permettrait d'assurer une constance et une visibilité en continu, et ce, qu'elle se manifeste par l'entremise d'un partenariat ou d'une publication sur les médias sociaux. Il y a lieu de profiter de moments propices à la diffusion des messages, notamment dans le cadre de la Semaine des services éducatifs en CPE et en milieu familial régi. Enfin, il est recommandé d'évaluer quelles actions ont porté fruit pour les redéployer au besoin.

## EXEMPLE DE CALENDRIER

Périodes	Exemples d'actions	Précisions
En fonction des périodes d'admissibilité des mesures incitatives financières	<b>Publication sur les médias sociaux et publicité</b>	Prévoir des messages clés pour chacune des mesures incitatives financières et en faire la promotion sur différentes plateformes.
Tous les mois	<b>Publication sur les médias sociaux</b>	Prévoir pour chaque mois un élément intéressant à mettre de l'avant pour mousser l'idée de devenir RSG. Chacune des publications devrait pointer vers le site Web du BC ou celui du <a href="#">ministère de la Famille</a> .
Semaine des services éducatifs en CPE et en milieu familial régi à la fin mai	<b>Médias sociaux</b>	Faire un lien entre le thème de l'année et l'idée de devenir RSG.
Septembre	<b>Développer un partenariat</b>	Effectuer une démarche avec la chambre de commerce, un organisme de développement local ou régional, etc.
Octobre (voir la possibilité de répéter la diffusion dans l'année)	<b>Journal local</b>	Réaliser une publicité pour le recrutement de nouvelles RSG.
Journée de l'enfance 20 novembre	<b>Publication Facebook</b> <b>« J'aime être une RSG parce que... »</b>	Inviter des RSG à témoigner de ce que leur apportent les enfants au quotidien et de ce qu'elles aiment de leur travail. Profiter de leur témoignage pour lancer une invitation à joindre l'équipe.

## ANNEXE I : MODÈLES POUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Voici des modèles de publications que vous pouvez utiliser sur Facebook ou LinkedIn. Il est suggéré d'ajouter d'autres avantages propres à votre BC ainsi que les coordonnées de celui-ci lors de vos publications.



**Tu as à cœur  
le développement  
des enfants?**

Deviens responsable  
d'un service de garde  
en milieu familial

- TRAVAILLEUSE  
AUTONOME  
.....
- MÉTIER  
ESSENTIEL ET  
GRATIFIANT  
.....
- SOUTIEN  
PÉDAGOGIQUE  
EN CONTINU  
.....



**DEVIENS  
RESPONSABLE  
D'UN SERVICE  
DE GARDE  
EN MILIEU FAMILIAL**

**Un métier  
gratifiant!**

UNE MAISON  
PLEINE DE VIE

Pour faire grandir  
nos tout-petits!



## ANNEXE II : LA PUBLICITÉ DANS LES JOURNAUX

Pour les publicités dans les journaux locaux et régionaux, il faut préalablement communiquer avec l'équipe de rédaction du journal pour connaître les modalités et les dates limites de réception du matériel, en prévision d'une parution à une date prédéterminée. Selon la version électronique ou papier du journal, son équipe pourra faire un montage correspondant à ses critères de diffusion et selon les formats dont vous aurez convenu.

Matériel à transmettre :

- Votre logo
- Contenu texte
- Visuel

Concernant le visuel et le contenu, vous pouvez reprendre ceux qui sont proposés pour les médias sociaux à l'annexe I ou tout autre texte, photo ou illustration qui vous représentent le mieux. Le contenu du site Web du [ministère de la Famille](#) peut également vous alimenter.

Voici quelques exemples de messages qui pourraient susciter de l'intérêt :

- Deviens responsable d'un service de garde en milieu familial
- Tu as à cœur le développement des enfants?
- Découvre un métier essentiel et gratifiant
- Deviens travailleuse ou travailleur autonome
- Bénéficie d'un montant de 3 500 \$ pour le démarrage de ton service de garde
- Tout autre incitatif propre à votre BC et vos coordonnées

Il est également possible de découvrir les médias du Québec à l'aide de ce moteur de recherche : [Répertoire des médias](#)



**Tu as à cœur le développement des enfants?**

Deviens responsable d'un service de garde en milieu familial

**NOUVEAUX INCITATIFS FINANCIERS**

**POUR PLUS D'INFORMATION :**  
Bureaucoordonnateur@lacachettebleue.com  
Aimée Nounou: 418 666-4444 | lacachettebleue.com

 Bureau coordonnateur de la Cachette bleue

UNE MAISON PLEINE DE VIE

Exemple de publicité

## ANNEXE III : MODÈLES D’AFFICHES

Les fichiers PDF de ces affiches contiennent un champ d'écriture superposé à la zone blanche. Il est donc possible d'ajouter toute information jugée pertinente (soirée d'information, personne à contacter pour plus d'information, vos coordonnées, etc.).



**Tu as à cœur  
le développement  
des enfants ?**

Deviens responsable  
d'un service de garde  
en milieu familial

TRAVAILLEUSE  
AUTONOME

MÉTIER  
ESSENTIEL ET  
GRATIFIANT

SOUTIEN  
PÉDAGOGIQUE  
EN CONTINU

UNE MAISON  
PLEINE DE VIE



**DEVIENS  
RESPONSABLE  
D'UN SERVICE  
DE GARDE EN  
MILIEU FAMILIAL**

Un métier  
gratifiant !

Pour faire grandir  
nos tout-petits !

UNE MAISON  
PLEINE DE VIE



MFA.GOUV.QC.CA