

Marque Employeur : Attirer et fidéliser les talents

La valeur d'une entreprise ne se résume pas à son chiffre d'affaires ou à son portefeuille client mais également à sa capacité à attirer et garder les talents nécessaires à son développement.

Cette formation vous permettra d'appréhender les étapes de mise en œuvre d'une marque employeur adaptée à votre stratégie RH. Tout l'enjeu est ici d'être capable de maîtriser cette image, cette réputation et de la travailler, de l'enrichir et la faire évoluer selon les publics et selon vos attentes.

A travers des études de cas, des retours d'expérience et des analyses poussées, vous allez découvrir les facettes multiples du travail sur la marque employeur et tous les enjeux qui s'y rapportent.

Enfin, cette formation va vous aider à travailler sur votre propre marque employeur en vous accompagnant pour définir les publics à investir, les actions à mettre en place, l'usage des outils numériques que vous pouvez faire ou encore travailler sur l'employee advocacy.



Objectifs Généraux

- ✓ Concevoir et déployer sa marque employeur pour attirer et fidéliser les talents
- ✓ Mettre en place un plan d'action adapté à sa stratégie de marque employeur



Aptitudes clefs visées

- ✓ Cerner les enjeux de la marque employeur et en comprendre les évolutions
- ✓ Identifier les étapes utiles pour définir une stratégie adaptée aux enjeux RH
- ✓ Activer les leviers internes pour définir et développer votre marque employeur
- ✓ Choisir et mettre en œuvre les outils adaptés pour promouvoir sa marque employeur
- ✓ Piloter ses actions et en mesurer les impacts



Programme détaillé

INTRODUCTION

1. Accueil des participants, modalités pratiques et informations préliminaires
2. Présentation et attentes des participants et du formateur
3. Evaluation initiale des participants en collectif – Ice Breaker

INTRODUCTION A LA MARQUE EMPLOYEUR

- Marque employeur, marketing RH, Offre RH, culture d'entreprise, e-réputation etc...bien les distinguer et savoir de quoi il est question
- Le monde du travail aujourd'hui avec des collaborateurs en quête de sens : quels ont les mouvements à venir ?

Exemples : découvrir quelques exemples et de marques employeur Analyse des facteurs clés de succès et des grands fondamentaux d'une marque employeur

1 - BIEN CONNAITRE SA MARQUE EMPLOYEUR AVANT D'AGIR

- Identifier son positionnement sur le marché des employeurs
- Comment mieux communiquer sur son offre employeur en externe/interne ?
- Comprendre l'expérience candidat et l'expérience collaborateur
- Identifier les atouts et les faiblesses de sa marque employeur
- Clarifier le rôle de chacun dans l'établissement de la marque employeur : dirigeants, interlocuteurs RH, communicants interne, ambassadeurs de la marque, clients etc...

Cas pratique : auto-diagnostic de la marque employeur des stagiaires

2 - ANALYSER SES CIBLES ET SAVOIR QUI L'ON SOUHAITE ATTEINDRE : CANDIDAT - COLLABORATEUR

- Passer en revue ses cibles externes, actives ou passives, et ses cibles internes
- Mesurer les attentes de ses cibles externes et ses cibles internes
- S'assurer de l'adéquation entre son offre RH et les attentes des candidats et collaborateurs

Cas pratique : réaliser une cartographie de ses cibles

3 - DEFINIR SA STRATEGIE DE MARQUE EMPLOYEUR ET SA PROPOSITION DE VALEUR

- Préciser les éléments constitutifs de la « marque employeur »
- Garder la cohérence entre la marque employeur et l'image « corporate » et commerciale de son entité
- Identifier ses spécificités en tant qu'employeur
- Repérer les facteurs clés de succès dans le domaine du recrutement et du management des RH
- Définir sa plateforme de marque employeur distinctive

Cas pratique : développer sa marque employeur autour de son EVP (Employee Value Proposition)

4 - CONSTRUIRE UN PLAN DE COMMUNICATION POUR ATTEINDRE SA CIBLE

- Concevoir la stratégie des messages
- Quelle ligne éditoriale
- Choisir le ou les canaux adaptés à sa cible : des réseaux sociaux professionnels aux sites de recrutement
- Être cohérent entre l'expérience collaborateur et candidat
- S'appuyer sur les ambassadeurs de sa marque
- Mettre en place un tableau de bord d'indicateurs de performance

Cas pratique : imaginer le contenu de sa marque employeur

5 - STRUCTURER LA GOUVERNANCE DE LA MARQUE EMPLOYEUR DANS L'ENTREPRISE

- Alimenter régulièrement la marque employeur en prenant la parole
- Distinguer le rôle et missions de chacun : qui prend la parole ? qui dit quoi ? sur quels supports ? dans quel objectif ?
- Assurer la cohérence entre sa communication interne et externe : discours, ton adopté etc.

- Gérer les incidents et savoir réagir en cas de « bad buzz »

Cas pratique : analyse de cas réels apportés par les stagiaires

6 - LE PLAN MEDIA, LA CLE DE SUCCES DU DEPLOIEMENT DE LA MARQUE EMPLOYEUR

- Comment structurer son plan media ?
- Le budget à envisager
- Assurer la cohérence entre la communication de l'entreprise et les orientations du plan media
- Utiliser les plateformes sociales les plus alignées avec les besoins en termes de recrutement : savoir choisir selon les cibles générationnelles et les catégories socio-professionnelles recherchées
- Quels outils produire ?

Cas pratique : Rédaction d'une offre d'emploi

7 - MESURER L'EFFICACITE DE SA STRATEGIE ET AJUSTER SES ACTIONS

- Choisir les critères et outils de mesure de performance de sa stratégie
- Ajuster sa stratégie et actions selon les résultats obtenus en mobilisant les parties prenantes

Cas pratique : Sélection des indicateurs et outils de mesure d'impact adaptés à sa stratégie et ses cibles

CONCLUSION

Test de connaissance final (QCM) & Evaluation de la formation



Méthodes pédagogiques

- Alternance permanente entre théorie et pratique.
- Application pratique sur la base de cas concret des participants.
- Retour d'expérience d'audits et exemples de bonnes pratiques.
- Sessions de travail en intelligence collective.
- Remise d'un support de formation en version dématérialisée.
- Mise à disposition de documents sur une ressource partagée.
- Tous les outils opérationnels sont remis aux participants à l'issue de la formation.



Public concerné

- Responsable RH, Équipe RH,
- Responsable communication interne,
- Responsable recrutement, Chargé(e) de recrutement,
- Toute personne en charge du recrutement e/out du développement l'image employeur pour son organisation.



Prérequis

- Aucun



Mise en œuvre

- Formation en visio-conférence ou présentiel selon dates des sessions – consulter notre planning
- Nombre de journées : 2 jours soit 14 heures
- Nombre minimum de participants : 4
- Nombre maximum de participants : 12
- Adaptations possibles des conditions d'accueil et d'animation selon besoin(s) spécifique(s) du participant, merci de contacter notre référent handicap au moins 2 mois avant la session envisagée via cette adresse : formation@agence-lucie.com

Bien se préparer :

- Bien lire le mail de convocation et répondre au questionnaire concernant vos attentes particulières.



Tarifs et planification

- Sessions collectives : 1 200€ H.T. par participant
- Consultez notre planning de sessions,
- Inscription : pour vous inscrire, merci de nous demander une proposition de convention de formation, afin de vous préinscrire, l'inscription finale se faisant à réception de celle-ci et y définir les modalités de règlement. Pré-inscription jusqu'à 10 jours avant la date de début de la formation. Inscription définitive jusqu'à 5 jours avant la date de début de la formation.
- Possibilité d'organiser des sessions propres à votre organisation dans vos locaux
- Possibilité de décliner ce programme en une variante sur-mesure simplifiée pour un public plus large d'initiation à la démarche RSE au sein de votre entreprise.
- Faire votre demande d'inscription : formation@agence-lucie.com



Animateur(s) / Animatrice(s)

Alexandra NOIRALD est consultante et formatrice au sein du Cabinet Conseil Bee Yoo qu'elle a créée en 2018. Elle offre ses services en éco-conseil aux organisations. Elle possède une expertise dans plusieurs domaines : stratégie de marketing durable, démarche RSE, organisation d'événements écoresponsables, gestion de projets numérique responsable, communication et sensibilisation. Elle est également animatrice pour la Fresque du Climat.



Validation des aptitudes

- ✓ Test de connaissance réalisé collectivement en début de formation.
- ✓ Auto-évaluation à travers le diagnostic de la marque employeur du stagiaire.
- ✓ Test de connaissance final.