

Développer sa marque Employeur

2 j (14 heures)

Ref : MARQE

Public

Tout public

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Apports théoriques, exercices pratiques, remise d'un support stagiaire.

Modalités de suivi et d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage, feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur, Attestation de fin de formation.

Objectifs

- Comprendre les enjeux RH
- Construire sa stratégie adaptée aux enjeux
- Construire sa marque employeur
- Définir ses outils pour développer sa marque
- Mettre en place ses actions et suivre leurs impacts

Programme détaillé

DEFINITION ET ENJEUX

- La culture d'entreprise et le concept de la marque employeur
- Les différentes modalités de communication
- Cerner ses enjeux Rh
- Prise en compte des comportements des candidats et l'impact de l'e-réputation.
- Prise en compte de l'impact de ses salariés / acteurs sur les réseaux sociaux

DEFINIR UNE STRATEGIE MARQUE EMPLOYEUR

Développer sa marque Employeur

- Identifier les valeurs de l'entreprise pour construire sa communication
- Identifier les forces et faiblesses de sa marque
- Identifier ses cibles internes et externes, leurs attentes et leurs comportements.
- Recenser les données pour toucher ses cibles
- Définir son profil de marque employeur
- Valoriser son "offre recruteur" et ses avantages concurrentiels
- Définir une stratégie Rh intégrée à la stratégie globale de l'entreprise
- Définir les périmètres et les rôles des services RH, marketing et communication

CONSTRUIRE SA MARQUE EMPLOYEUR

- Recenser les outils de promotion et de support à sa marque en fonction de ses cibles
- Adapter ses messages aux cibles, aux profils à recruter et aux supports de communication
- Adapter ses messages aux futurs candidats
- Utiliser LinkedIn – Twitter – Facebook
- Les autres outils adaptés
- Les contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux
- Les Jobboards
- L'expérience candidat

SUIVRE L'IMPACT DE SES ACTIONS

- Définir ses indicateurs de performance
 - Choisir ses outils de mesure de l'e-reputation
 - Ajuster sa stratégie et ses actions en fonction des résultats
-