



Recruter et fidéliser grâce à votre Marque Employeur

Objectifs de formation

- Réaliser une approche collective et individuelle précise pour cerner les enjeux de la marque employeur dans le développement stratégique de l'entreprise
- Cristalliser les informations nécessaires de son entreprise puis de son environnement externe pour entrevoir des stratégies efficaces de développement
- Elaborer un ancrage sur l'ADN, les rituels, la signature de l'entreprise afin de créer une dynamique cohérente, fédérer, fidéliser au sein de l'organisation les membres dans le but de créer une identité forte et attractive sur son marché
- Construire une identité de marque employeur afin d'augmenter son positionnement sur le marché et générer l'attractivité en interne et externe
- Elaborer un process cohérent d'entreprise pour afficher une position marque employeur forte et cohérente
- Elaborer un outil efficace, cohérent de communication pour l'interne et l'externe
- Construire une stratégie efficace pour réussir à coordonner l'interne et l'externe, fidéliser ses collaborateurs et rendre son entreprise attractive
- Elaborer une stratégie de suivi grâce à un plan d'action cohérent et adapté aux objectifs de l'entreprise

Programme détaillé

JOUR 1 :

- Se présenter au groupe et présentation du formateur
- Définir la marque employeur et ses enjeux
- Lister les éléments constitutifs de la marque employeur
- Identifier son positionnement sur le marché des employeurs
- Identifier vos différents types de communication en interne et externe de votre entreprise
- Evaluer votre positionnement auprès des cibles interne et externe
- Lister les différentes évolutions permanente des canaux de communication et de leurs utilisateurs
- Elaborer un diagnostic de votre situation d'entreprise et lister vos points forts et vos axes d'amélioration
- Obtenir l'adhésion de sa direction, des collaborateurs pour repositionner sa marque employeur.
- Garder la cohérence entre la marque employeur et l'image « corporate » et commerciale de son entité.
- Sélectionner ses segments de cibles internes et externes.
- Définir sa plateforme de marque employeur distinctive.
- Présenter sa marque employeur distinctive.
- Débriefing sur la journée

✓ **Durée** : 2 jours – 14 heures

✓ **Public visé** :

Chefs d'entreprise, conjoint(e) salarié(e) ou conjoint(e) collaborateur ou salarié(e).

✓ **Pré-requis** :

Aucun

✓ **Animation** :

Formateur qualifié et expérimenté.

✓ **Moyens pédagogiques** :

- Apports du formateur
- Echanges participatifs
- Exercices pratiques
- Echanges d'expérience

✓ **Moyens techniques** :

- Salle équipée

✓ **Evaluation et sanction de la formation** :

- Feuilles d'émargement collectives
- Attestation de présence individuelle
- Fiche d'évaluation de la formation renseignée.

JOUR 2 :

- Mettre en œuvre sa stratégie de marque employeur
- Définir des objectifs à atteindre dans ce nouveau cadre.
- Utiliser sa réputation /e-réputation pour séduire votre communauté interne et externe
- Choisir une ligne éditoriale valorisante pour ses offres de recrutement.
- Tester un storytelling adapté et le brand content associé.
- Sélectionner les prescripteurs, supports, formats et canaux adaptés aux cibles visées.
- Définir sa stratégie de marque employeur
- Obtenir l'adhésion de sa direction pour repositionner sa marque employeur.
- Garder la cohérence entre la marque employeur et l'image « corporate » et commerciale de son entité.
- Sélectionner ses segments de cibles internes et externes.
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie 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.
- Prendre en compte le changement des attitudes des candidats.
- Connaître les évolutions des pratiques de management RH pour recruter, accompagner et fidéliser un collaborateur
- Analyser les caractéristiques des candidats potentiels selon le recrutement envisagé et ajuster le processus en place