

Développer sa Marque-Employeur

Aujourd'hui les entreprises ont des enjeux RH majeurs : attirer les talents, les fidéliser, mobiliser les salariés, accompagner les transformations organisationnelles impliquant projets transversaux et management collaboratif. Construire et développer une marque employeur solide et cohérente dans la durée est devenue une nécessité pour les grands groupes comme pour les PME.

Objectifs de la formation :

- Comprendre les enjeux actuels d'une marque Employeur forte
- Acquérir les fondamentaux pour construire et développer sa marque Employeur
- Développer le sentiment d'appartenance des collaborateurs
- Maîtriser l'usage des médias sociaux pour mettre en œuvre une stratégie digitale

Publics :

- Dirigeants d'entreprise, DRH, Directeurs Communication
- Professionnels de la fonction RH

Durée : 1 jour soit 7 Heures

Pré-requis : Aucun.

PROGRAMME :

- Définition et enjeux de la Marque Employeur
 - o Définir le concept de marque Employeur : identité, image et réputation
 - o Comprendre les enjeux RH et stratégiques liés à la marque Employeur
 - o Les bénéfiques : attractivité ciblée, recrutement, intégration, engagement des collaborateurs, fidélisation, e-réputation
- Construire une marque Employeur cohérente
 - o La méthodologie : introspection, positionnement RH et communication RH
 - o Savoir faire le diagnostic réel et culturel de sa marque Employeur
 - o Définir son identité de marque Employeur et l'image perçue par les cibles
 - o Enrichir le processus de recrutement avec l'expérience Candidat
 - o Développer des parcours d'intégration efficaces pour partager la marque Employeur.
 - o Réussir le « onboarding » de ses collaborateurs : l'engagement
 - o Savoir impliquer les managers : quels discours ? Quel engagement ?
 - o Authenticité et cohérence dans sa communication interne et externe
- Connaître les outils de la marque Employeur à l'ère du digital
 - o Web 2.0 : menace ou opportunité ?
 - o Définir l'image RH de son entreprise sur les espaces numériques (site, réseaux sociaux, jobboard)
 - o Définir les territoires numériques de sa marque employeur
 - o La place du site carrière, des blogs RH, des réseaux sociaux externes et RSE
- Développer et maîtriser la réputation RH de l'entreprise
 - o Mettre en place et accompagner un réseau d'ambassadeurs internes
 - o Développer la viralité de sa marque Employeur

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels. Formateur certifié FFP.

Méthodes évaluation : A chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.

Ouverture d'une session à partir de 5 participants pour raison pédagogique

Nombre maximum de participants par session : 12