Développer et/ou construire sa marque employeur

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définir et développer une image attractive d'employeur
- Analyser les spécificités de votre entreprise et de son environnement
- Construire sa marque employeur et adapter son offre RH
- Adopter une stratégie de communication externe et interne cohérente avec sa marque employeur
- Piloter sa marque employeur en se référant à des indicateurs de résultats efficaces

POINTS FORTS

- Vous êtes **formé** par un **expert** de la communication digitale.
- Formation mise à jour régulièrement suivant les évolutions technologiques et les usages des réseaux sociaux.
- Vous vous mettez à jour sur les techniques de Marketing sur le Web
- Vous êtes regroupé selon des **groupes de niveaux** (à mettre selon les sessions)
- Nous privilégions la **pratique** lors de ces journées de formation, afin que vous repartiez avec un vrai bagage.
- Formation éligible à un **financement par l'OPCO**.

PUBLIC VISÉ

Toute personne chargée de définir et de structurer la marque employeur
8 stagiaires maximum par session

DURÉE & LIEU DE LA FORMATION

1 journée I 7h
Salle Meeting Place à Strasbourg, au sein de votre entreprise ou à distance

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication et la stratégie RH de son entreprise
Bonne connaissance du Web en général, des outils bureautiques et accès à un ordinateur avec connexion internet

MOYENS PÉDAGOGIQUES

La pédagogie sera active et participative. Elle sera constituée des apports d'information des formateurs sous forme de support PowerPoint illustrés d'exemples pratiques, de mini-cas d'application, questions- réponses.

Des ateliers de travail pourront être mis en place afin de faciliter les échanges d'expérience et confronter les idées et meilleures pratiques.

Aussi un support de présentation sera remis à l'issu de la formation sous la forme de fichier PDF.

COMPÉTENCES ACQUISES

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

Programme

1. Généralités

- Définir les différents types de communication de l'entreprise : RH, marque, produit.
- Cerner les enjeux du développement de sa marque employeur.
- Identifier les nouveaux comportements des candidats et l'impact de l'e-réputation.
- Comprendre l'impact des comportements des salariés sur les réseaux sociaux.

2. Définir les bases d'une stratégie de marque employeur

- Définir ses cibles internes et externes, leurs attentes et leurs comportements.
- Définir son profil de marque employeur.
- Valoriser son "offre recruteur" et ses avantages concurrentiels.
- Envisager une stratégie ciblée et intégrée à la stratégie globale de l'entreprise.
- Définir les périmètres et les rôles des services RH, marketing et communication.
- **Exercices pratiques :** identifier les leviers, les freins et les informations à collecter par cible.

3. Façonner sa ligne éditoriale en fonction de la cible

- Développer une communication authentique et cohérente en lien avec la culture de l'entreprise.
- Se rendre attractif par une ligne éditoriale ciblée, valoriser son offre.
- Faire de ses collaborateurs les ambassadeurs de sa marque employeur.
- Comprendre l'importance d'une charte interne et la mettre en place.
- **Exercices pratiques** : lister les pistes pour fédérer les salariés et définir des actions pour les impliquer.

4. Sélectionner des outils pour sa stratégie de marque employeur

- Identifier et utiliser les outils de promotion de sa marque employeur.
- Adapter son message aux audiences cibles et comprendre l'évolution des tendances sur les réseaux sociaux.
- Utiliser efficacement LinkedIn.
- Exploiter Twitter pour développer sa marque employeur.
- Utiliser les outils adaptés pour fédérer ses ambassadeurs internes.
- **Exercices pratiques** : découvrir les fonctionnalités des principaux outils en ligne.

5. Mesurer l'efficacité de sa stratégie de marque employeur et ajuster ses actions

- Choisir les critères et outils de mesure (interne/externe) de performance de sa stratégie de marque employeur.
- Ajuster sa stratégie et ses actions en fonction des résultats obtenus.
- **Exercices pratiques :** sélection des indicateurs et utilisation des outils adaptés à sa stratégie et à ses cibles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS

L'évaluation des acquis se fait à travers un questionnaire et des exercices de mise en pratique afin de vérifier que les objectifs de formations ont été complétés. Une attestation de réussite à la formation sera délivrée à l'issue de cette dernière.

Notre agence est centre de formation agréé par l'Etat et enregistré sur Datadock, sous le numéro d'agrément 426 705 40867

FF05V2