

PROGRAMME DE FORMATION¹ BÂTIR SA MARQUE EMPLOYEUR

Attractivité, engagement, fidélisation, motivation, réputation, image, différenciation, communication, conversation, partage, rankings employeurs sont les sujets et les enjeux de l'Image et de la Marque Employeur. Comment designer sa conversation et sa présence employeur en cohérence avec la marque ? Comment impliquer les parties prenantes et en faire des ambassadeurs actifs : Direction, Equipes RH, Com, Marketing ? **La Marque Employeur** : cibler les talents créateurs de performance et de valeur pour votre organisation aujourd'hui et demain.

OBJECTIFS:

- Comprendre l'ambition de la Marque Employeur
- Positionner la Marque Employeur comme un sujet stratégique de valorisation de marque
- Découvrir les 4 étapes méthodologiques pour bâtir ou développer sa marque employeur
- S'inspirer des exemples de marque employeur établie, tester quelques idées pour la votre

PREREQUIS : Aucun prérequis

METHODES PEDAGOGIQUES :

- Transmission d'une méthodologie opérationnelle
- Mise en place d'un plan d'action spécifique aux enjeux de votre organisation
- Benchmark des bonnes pratiques du marché (de la TPE aux grands groupes)

INTERVENANTS :

Nathalie LEMESLE, Experte en Image et Marque Employeur, DRH

MOYENS TECHNIQUES :

Salle de réunion, écran, vidéoprojecteur, support papier / numérique

EVALUATION :

Questionnaire d'évaluation à chaud en fin de journée

CONTENU + DECOUPAGE

1 jour,
soit 7h

COMPRENDRE ET MESURER CE QUE RECOUVRE LA MARQUE EMPLOYEUR

La place de la Marque Employeur au sein de votre organisation
Les enjeux à court et moyen terme
Se situer aujourd'hui et mesurer son impact employeur
Suivre les indicateurs de sa performance RH

LA CONSTRUCTION D'UNE MARQUE EMPLOYEUR

Les 4 étapes stratégiques et opérationnelles
De la promesse employeur au dispositif de communication employeur
Définir son modèle et son image responsable
Définir ses cibles et ses audiences (talents internes et externes)
Mobiliser des ambassadeurs internes et externes de l'image employeur

LE DISPOSITIF DE COMMUNICATION DE MARQUE EMPLOYEUR

A définir selon sa taille, son ambition, son besoin de visibilité
Piloter et nourrir les médias et outils sélectionnés : Site, communication interne, intranet, ranking, KPI's employeur, présentiel, Conventions, Ecoles, Partenaires, e-reputation ...
Employee and Candidate Relationship Management (ECRM)

BONNES PRATIQUES DE LA MARQUE EMPLOYEUR

Web, on et off line
Les pratiques de sa concurrence directe ou marché
Le multicanal piloté (vidéos, sites, événementiel)

¹ Informations conformes aux dispositions des articles L.6353-1 et L.6353-3 du Code du Travail.