

Comment développer efficacement et à moindre coût sa marque employeur

Programme de la journée de formation du Mardi 2 avril 2019 – de 9h à 17h

Objectifs Pédagogiques :

A l'issue de l'action de formation, les participants seront capables :

- de réaliser le diagnostic d'attractivité de la « Marque Employeur » de leur entreprise,
- de définir leur stratégie de marque employeur et la faire vivre, en fonction de leurs « cibles de profils » et objectifs,
- d'identifier les différents supports et canaux pour développer une meilleure visibilité de leur Marque Employeur sur le web, les médias et réseaux sociaux,
- de formaliser leur plan d'actions en matière de développement de la « Marque Employeur » de leur l'entreprise, pour mieux attirer, recruter, intégrer et fidéliser ses Talents.

Programme détaillé :

- Quelles sont les différentes dimensions concrètes d'une « Marque Employeur » ?
- Quelles sont les différents leviers de développement de sa Marque Employeur ?
- Réaliser un diagnostic complet de sa Marque Employeur (*Autodiagnostic de positionnement de la marque employeur de son entreprise. Quelles sont ses atouts, ses forces et ses faiblesses ?*)
 - Interne : Quelle est l'expérience collaborateur visée, proposée et vécue ? Quels outils mettre en place pour évaluer l'expérience collaborateur ? Quelles sont les attentes des collaborateurs ?
 - Externe :
 - Auditer sa eRéputation sur les différentes plateformes et réseaux sociaux,
 - Diagnostiquer la « maturité » de sa « Marque Employeur » et de son attractivité sur les médias sociaux,
 - Diagnostiquer l'« expérience candidat » proposée volontairement ou involontairement par l'entreprise :
 - Quelle est l'expérience candidat proposée actuellement pour recruter les meilleurs ?

- Quelles pistes / actions d'amélioration ? (*Quelles sont les attentes des candidats ?*)
- Définir une stratégie de Marque Employeur, de mise en œuvre, de visibilité et de communication externe et interne cohérente :
 - Les actions préalables de « Marque Employeur » à développer en interne : La cohérence de sa Politique de Marque Employeur en regard de sa culture d'entreprise
 - Développer une dynamique d'engagement de ses collaborateurs, de « Collaborateurs Ambassadeurs » et d'« Employee Advocacy »
 - Définir la ligne éditoriale des contenus à diffuser et les modalités de leurs publications (*supports, sites, blogs, groupes, pages entreprise...*)
- S'approprier les solutions digitales au service d'une Marque Employeur optimisée et développer positivement sa eRéputation via les médias et réseaux sociaux :
 - Savoir utiliser les Médias Sociaux pour démultiplier son attractivité : LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Glassdoor / Indeed, Blogs, etc.
 - Les bonnes approches pour amplifier la portée de ses actions « marque employeur » sur les différents médias
- Formaliser son Plan d'actions « Marque Employeur » en regard de ses besoins spécifiques : mieux attirer, recruter, intégrer, fidéliser, engager ses Talents.

Méthodologie pédagogique :

- Une formation fondée sur une démarche pratique et des ateliers pratiques : partir des réalités et situations des entreprises pour une approche sur mesure de la formation et des mises en œuvre opérationnelles,
- Une transmission d'apports techniques et de retours d'expériences,
- Les participants expérimentent et s'approprient les techniques, outils et approches durant la session de manière interactive et accompagnée,
- Un principe : « Chaque stagiaire doit avoir une réponse concrète à son besoin à l'issue de la formation »

Support(s) proposé(s) :

- Fiches outils de diagnostic et plans d'actions « Marque employeur »
- Le Support de Formation

Intervenant :

Frédéric MISCHLER - Humaineo

Prix :

600 € net de taxe / Participant