



ADVANCE
SOLUTIONS

Les talents et l'entreprise, Ensemble.

PROGRAMME DE FORMATION

**Optimisez votre marque employeur
auprès de vos équipes
et de vos parties prenantes**

Objectifs

- Comprendre les enjeux et les mécanismes de la marque employeur pour fidéliser vos collaborateurs, attirer vos futurs talents et développer votre business
- Connaître votre marque employeur actuelle pour identifier l'évolution possible entre l'image que vous souhaitez donner et celle que vous donnez vraiment
- Définir un plan de communication RH ainsi que vos indicateurs de performance pour bâtir une identité authentique et différenciante

Programme

Jour 1 : Pourquoi et comment construire sa marque employeur ?

- Présentation des enjeux de la formation
 - Qu'est-ce que la marque employeur ?
 - L'importance de soigner votre image auprès de vos parties prenantes
 - La condition impérative de connaître et d'évaluer votre marque employeur existante
 - La nécessité de bâtir une stratégie bien ficelée
 - La clé du succès : un plan d'action rigoureux
 - Quelle image et identité RH vous souhaitez projeter auprès de vos différentes cibles ?
 - Quel est votre ADN ?
 - Quelles sont les valeurs que vous voulez véhiculer ?
 - Quelle est l'histoire que vous voulez raconter ?
 - Le diagnostic de votre culture d'entreprise, votre marque et pratiques employeur actuels
 - Recensons vos pratiques de Politique RH interne (onboarding, fidélisation, rémunération, management, formations, relations sociales ...) : l'expérience collaborateur
 - Organisons une enquête interne anonyme auprès de salariés et ex- salariés
 - Analysons vos process externes de recrutement et votre parcours candidat online et offline : l'expérience candidat
 - Organisons une enquête externe auprès des candidats qui n'ont pas donné suite
 - Inventorions vos outils de communication
 - Mesurons votre présence digitale et votre e-reputation
 - Que font vos concurrents ?
- ➡ Alors, gap ou pas gap ?! Entre l'image que vous souhaitez donner et celle que vous donnez vraiment ?
- Présentation de la méthodologie de construction qui sera réalisée en Jour 2
 - Créer une stratégie éditoriale de contenu pour la communication interne et externe : quels sont les nouveaux messages à diffuser ? Par qui, quand, comment impliquer vos salariés dans l'animation de votre marque employeur et définir vos collaborateurs ambassadeurs
 - Piocher dans la boîte à outils de contenu et événement interactif et engageant : Vidéo corporate et de témoignages de collaborateurs, Réseaux sociaux, Blog, Newsletter, Team building, Parcours candidat, Page ou site carrière, Offre d'emploi, salons et forums...

Jour 2 : Élaboration de votre stratégie de marque employeur et plan d'action

- Définir les nouveaux objectifs de communication suite au diagnostic
 - Votre promesse RH et proposition de valeur employeur, vos bénéfices différenciant
 - Vos valeurs quotidiennes ?
 - Quelles sont les attentes réciproques de votre entreprise vis-à-vis de vos collaborateurs ?
 - Quelles sont les preuves sociales ? Cf. des chiffres, du vrai, du concret permettant d'aligner votre promesse avec le vécu de vos collaborateurs.
- Stratégie éditoriale et de contenu spécifique pour la communication interne et externe
 - Contenant : Sélection des supports et formats de diffusion (Newsletter, site carrière, blog, réseaux sociaux, réunions, forums, vidéo...)
 - Contenu : Définition de la ligne éditoriale pour chaque supports
 - Désignation des rédacteurs / influenceurs / "expérienceurs" pour chaque canal
 - Planification éditoriale : définir qui écrit quoi, quand, où, comment, sur quelle période et à quelle fréquence.
- Le plan d'action : les chantiers prioritaires à adresser
 - Embarquer et impliquer vos salariés pour que votre marque employeur reflète la réalité de votre entreprise (Collaborateurs ambassadeurs et employee advocacy)
 - Instaurer le système de cooptation
 - Rédiger du contenu interactif et engageant au service de votre marque
 - Refondre ou créer votre Site/page carrière
 - Dynamiser votre présence social media et recruter sur les réseaux sociaux et job board adéquats
 - Participez à des salons et forums
 - Osez les Relations Presse spécialisées
 - Et pourquoi pas du Leader Advocacy ?
- Mesurer l'impact de votre stratégie de marketing RH
 - Mettre en place des indicateurs de performance
 - Ex : nombres de candidatures reçues, nombre de vues et d'interaction sur les post, participation aux événements et instance internes, enquêtes internes, taux de turn over, taux de présence des employés en ligne...

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports théoriques illustrés par des exemples concrets ; approche pragmatique et participative basée sur des échanges avec le formateur : autodiagnostic, exercices, vidéos, mise en situation, jeux de rôle, débriefings, outils.
Élaboration d'un plan de progrès individuel et remise d'un support de cours.

Modes d'évaluation

Une grille d'évaluation "à chaud" de la formation sera complétée par le participant sur les conditions de déroulement de l'action (organisation, pédagogie...)
Un bilan de positionnement initial et final permettant de confirmer l'atteinte des objectifs de la formation sera complété par le participant et validé par le formateur.



Prérequis

Pas de prérequis particulier pour cette formation.



Durée

2 jours
soit 14 heures



Lieu

Alpes-Maritimes
(06)



Sanctions

Certificat de réalisation individuel remis à l'issue de la formation.



Modalités d'accès

Nos formations sont accessibles à tous. Pour toute situation particulière nécessitant une adaptation, merci de nous contacter.



Intervenant

Nathalie DAOUD :

Diplômée d'un Master 2 en Géopolitique Locale. Après plus de 10 ans d'expérience dans des entreprises telles que Viadéo, huLink, elle crée son agence de relation publique "Agence RP". Consultante et formatrice, elle accompagne les entreprises dans le développement de leur stratégie de communication interne et externe.



Public

Dirigeants, acteurs RH
et collaborateurs de
l'entreprise