Marque employeur, attirer et fidéliser les talents

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : DME - Prix 2025 : 1 570 HT

La valeur d'une entreprise ne se résume pas à son chiffre d'affaires ou à son portefeuille client mais également à sa capacité à attirer et garder les talents nécessaires à son développement. Cette formation vous permettra d'appréhender les étapes de mise en œuvre d'une marque employeur adaptée à votre stratégie RH.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Cerner les enjeux de la marque employeur et en comprendre les évolutions

Identifier les étapes utiles pour définir une stratégie adaptée aux enjeux RH

Activer les leviers internes pour définir et développer votre marque employeur

Choisir et mettre en œuvre les outils adaptés pour promouvoir sa marque employeur

Piloter ses actions et en mesurer les impacts

TRAVAUX PRATIQUES

Mise en pratique 50 à 70% du temps : échanges et retours d'expérience, mises en application, études de cas...

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 02/2024

1) Cerner les enjeux et évolutions de la marque employeur

- Définir les différents types de communication de l'entreprise.
- Cerner les enjeux de la marque employeur.
- Prendre en compte le changement des attitudes des candidats.
- Intégrer l'évolution permanente des canaux de communication et de leurs utilisateurs.
- Connaître les évolutions des pratiques de management RH de la concurrence.
- Analyser les caractéristiques des candidats potentiels selon le recrutement envisagé et ajuster le processus en place.

Travaux pratiques : Echanges sur les comportements et attentes des candidats visés, leur perception des employeurs et leurs pratiques de recherche d'emploi.

2) Identifier son positionnement sur le marché des employeurs

- Préciser les éléments constitutifs de la « marque employeur ».
- Evaluer son positionnement auprès de ses cibles internes et externes.
- Identifier ses spécificités en tant qu'employeur.
- Repérer les facteurs clés de succès dans le domaine du recrutement et du management des RH.
- Formuler un diagnostic de la situation afin de positionner des scénarios de stratégie.

Travaux pratiques : Construction d'un outil d'investigation permettant de cerner son image de marque employeur.

3) Définir sa stratégie de marque employeur

- Obtenir l'adhésion de sa direction pour repositionner sa marque employeur.
- Garder la cohérence entre la marque employeur et l'image « corporate » et commerciale de son entité.
- Sélectionner ses segments de cibles internes et externes.

PARTICIPANTS

Chargés ou responsables marque employeur, responsables recrutement, responsables Ressources Humaines.

PRÉREQUIS

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet…

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

- Définir sa plateforme de marque employeur distinctive.
Travaux pratiques : Définir sa stratégie générale, ses grands axes et ses objectifs, décliner ensuite sa plateforme de marque.

4) Mettre en œuvre sa stratégie de marque employeur
- Définir des objectifs à atteindre dans ce nouveau cadre.
- Choisir une ligne éditoriale valorisante pour ses offres de recrutement.
- Tester un storytelling adapté et le brand content associé.
- Sélectionner les prescripteurs, supports, formats et canaux adaptés aux cibles visées.
Travaux pratiques : Rédaction d'une offre d'emploi.

5) Mesurer l'efficacité de sa stratégie et ajuster ses actions
- Choisir les critères et outils de mesure de performance de sa stratégie.
- Ajuster sa stratégie et actions selon les résultats obtenus en mobilisant les parties prenantes.
Travaux pratiques : Sélection des indicateurs et outils de mesure d'impact adaptés à sa stratégie et à ses cibles.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2025 : 17 juil., 25 sept., 20 nov.

PARIS
2025 : 18 sept., 13 nov.

LYON
2025 : 20 nov.

AIX-EN-PROVENCE
2025 : 25 sept., 20 nov.

BORDEAUX
2025 : 25 sept., 20 nov.

LILLE
2025 : 25 sept., 20 nov.

NANTES
2025 : 25 sept., 20 nov.

SOPHIA-ANTIPOLIS
2025 : 25 sept., 20 nov.

STRASBOURG
2025 : 25 sept., 20 nov.

TOULOUSE
2025 : 25 sept., 20 nov.