







Webinaire utilisateurs

Construire une marque employeur

authentique et attrayante. 🤗

Sommaire

- 1 •  Introduction
- 2 •  Construire sa marque employeur
- 3 •  Communiquer sa marque employeur
- 4 •  Des exemples de bonnes marques employeur

1 : Présentation : 45 min

2 : Questions/réponses : 15 min

3 : Envoie du support de présentation par mail



1 • Introduction

Définition du marketing RH



“Le marketing RH est la suite logique de l’évolution du principe de marketing.

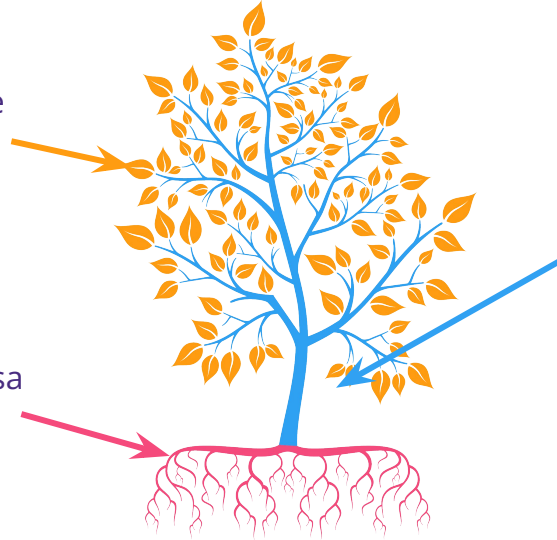
Il s’agit des activités RH qui visent à « vendre » le statut de salarié dans l’entreprise aux collaborateurs actuels et potentiels. ”

Définition de la marque employeur

“La marque employeur est un terme qui désigne l’ensemble des problématiques d’image d’une marque à l’égard de la cible des employés ou salariés potentiels.”

Feuillage : L’image, la réputation de l’entreprise. Ce que les personnes extérieures en perçoivent.

Racines : L’identité de l’entreprise, sa culture, ses valeurs, sa mission, son expertise, sa vision

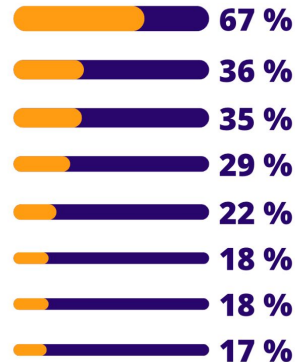


Tronc : Les pratiques de l’entreprise. Ce qui s’y passe, comment les collaborateurs et ex-collaborateurs la perçoit.

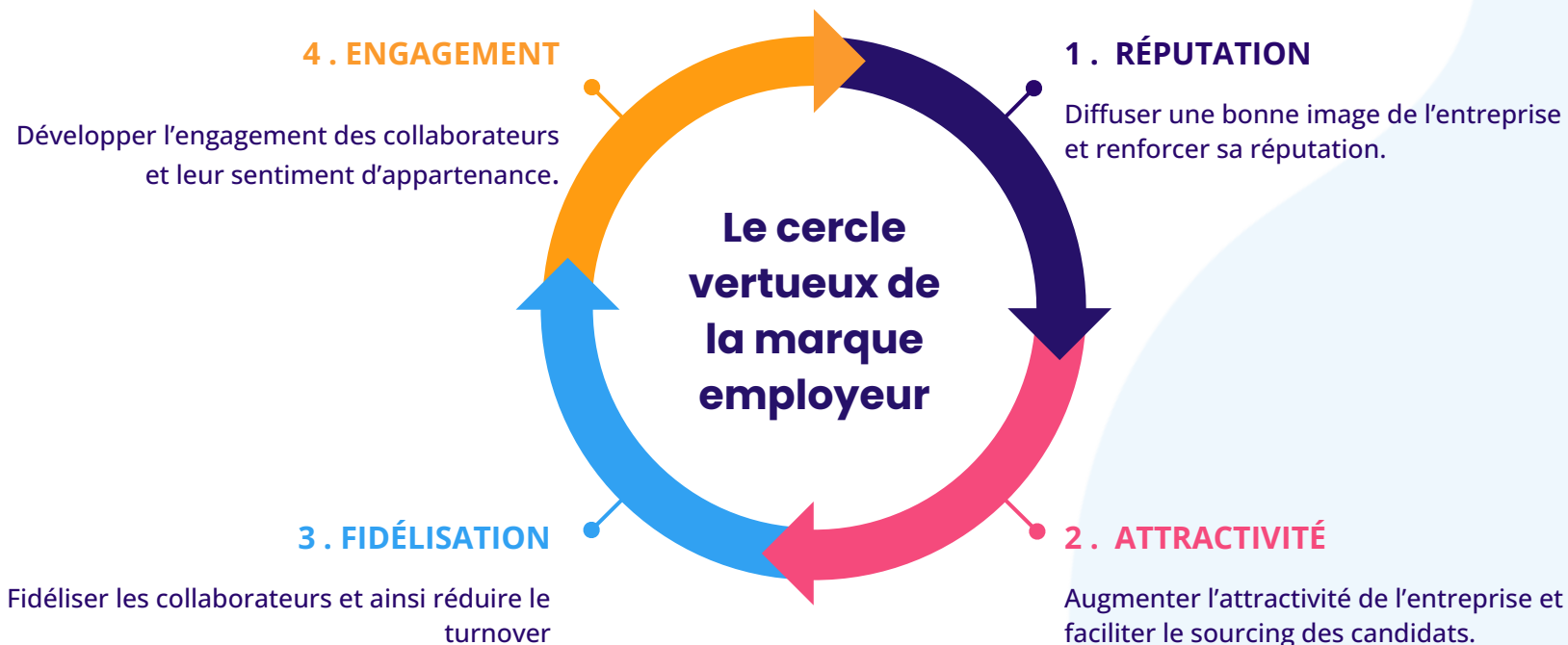
Les attentes des candidats et des collaborateurs

Classement des critères susceptibles de les faire choisir une entreprise plutôt qu'une autre* :

- Le salaire
- L'équilibre vie pro/vie perso
- La situation géographique
- La flexibilité
- Les missions stimulantes
- Les avantages proposés par l'organisation
- Les perspectives d'évolution
- Les valeurs de l'employeur



Les avantages d'une bonne marque employeur

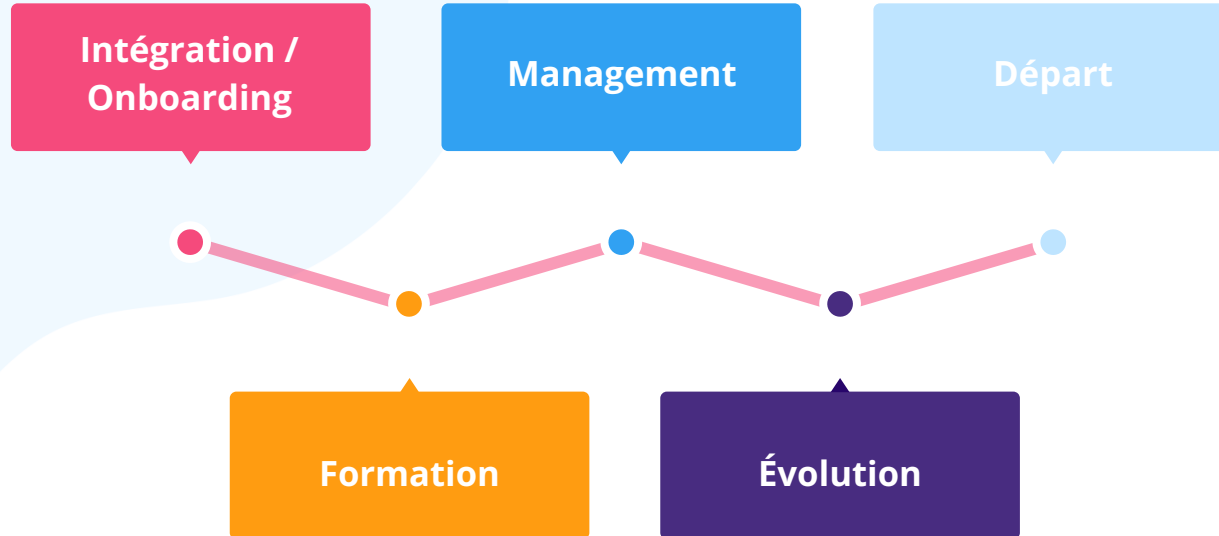




2 • Construire sa marque employeur

L'expérience collaborateur

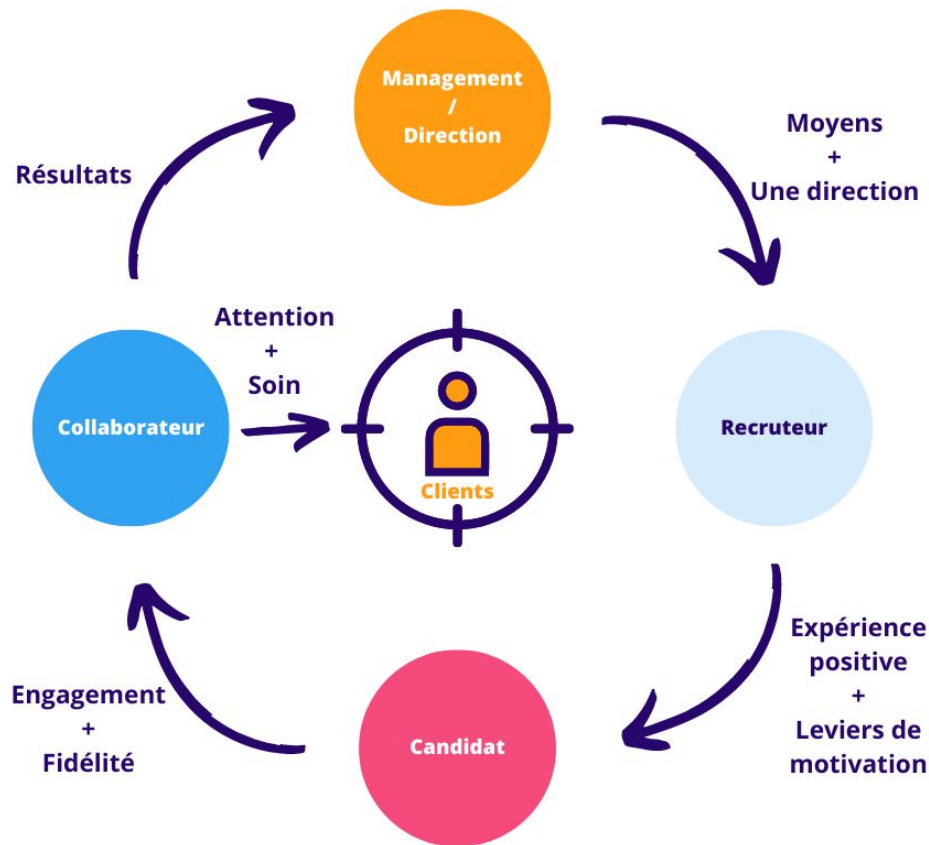
Le socle de votre marque employeur



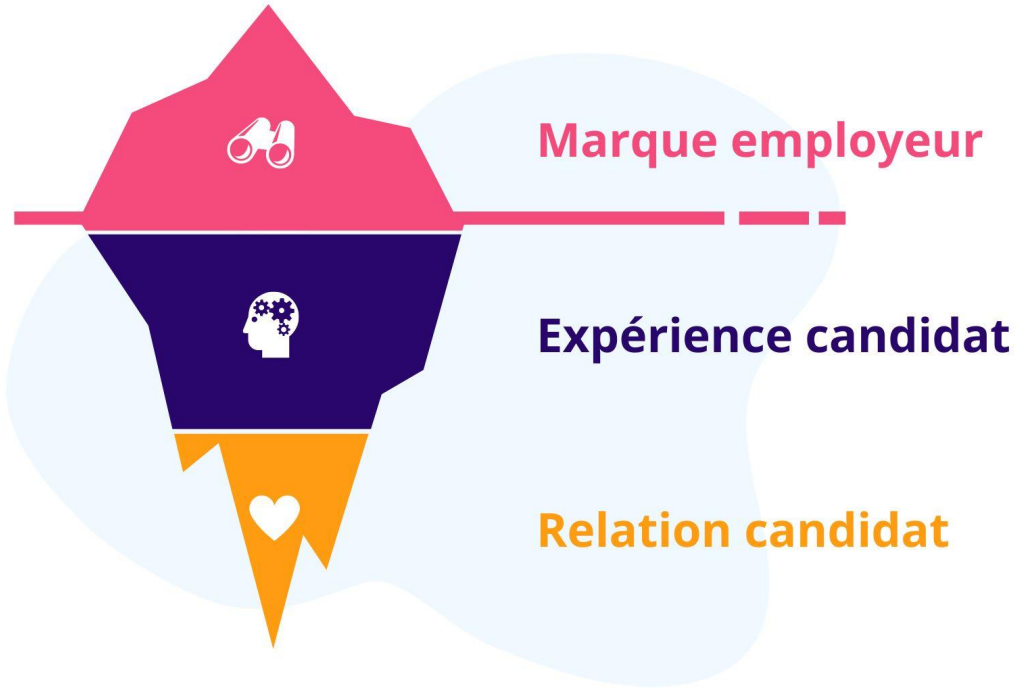
La symétrie des attentions

“La symétrie des attentions pose comme principe fondamental que la qualité de la relation entre une entreprise et ses clients est symétrique à la qualité de la relation de cette entreprise avec l'ensemble de ses collaborateurs”

—
L'Académie du Service



L'expérience candidat




La marque employeur n'est que la partie perceptible à l'extérieur de votre entreprise de ce que vous proposez aux candidats et collaborateurs.

La candidate journey map

Objectif : Proposer la meilleure expérience candidat possible.

Scénario :

Persona :



	Recherche d'emploi ou proposition d'emploi		Candidat				Employé	
	Notoriété et connaissance	Intérêt	Envoi de candidature	Pré-sélection	Entretien	Considération de l'offre	Prise de décision	Embauche
Attentes								
Actions								
Points de contact								
Pensées								
Ressenti : courbe de l'émotion								
Faiblesses								
Opportunités								

- Quelles sont les attentes du candidat ?
- Que fait-il ? Quelles actions mène-t-il ?
- Comment interagit-il avec l'entreprise ? Par quel canal ?
- Que pense-t-il ?
- Que ressent-il ? Quelle émotion lui procure cette nouvelle étape ?
- Quelles sont les faiblesses ?
- Quelles sont les opportunités ?

Définir son EVP, vous faites une promesse

Employee Value Proposition = la proposition de valeur pour les employés.

Elle désigne ce que vous pouvez offrir à vos candidats, c'est-à-dire ce qui peut convaincre une personne qualifiée de **postuler** et de **rester** au sein de votre société.

Apprentissage -
Montée en
compétences

Évolution de
carrière

Direction -
Leadership

Reconnaissance
- Valorisation

Culture -
Valeurs
d'entreprise

Gestion des
talents



3 • Communiquer sa marque employeur

2 cibles - 2 objectifs

Interne

 Vos collaborateurs

Les fidéliser et rendre attrayante l'expérience collaborateur.

Externe

 Les candidats potentiels

Rendre l'entreprise attirante et valoriser l'expérience candidat.

Connaitre sa cible : Candidate Persona

We Recruit
D'autres modèles RH disponibles sur www.werecruit.io/ressources

Fiche du Candidate Persona

Poste à pourvoir			
Biographie Prénom : Age : Ville : Poste actuel : Type de contrat : Salaire actuel : Salaire souhaité :	Expériences et formation Années d'expérience : Postes précédents : Etudes et formation :	Compétences Compétences, certifications, logiciels :	Personnalité Centres d'intérêt : Valeurs : Qualités : Défauts :
Objectifs de vie Les moteurs professionnels et personnels :	Leveriers de motivation Principaux leviers de motivation au travail :	Frustrations professionnelles Raisons du changement de poste :	Freins à la candidature Raisons qui l'empêcheraient de postuler :
Type de candidat Actif <input type="checkbox"/> Passif <input type="checkbox"/> Processus de recrutement idéal :	Veille Comment il/elle se renseigne sur une entreprise : Site carrière <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux <input type="checkbox"/> Prise de contact avec des salariés <input type="checkbox"/> E-réputation <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>	Influence Ce qui influence sa décision :	Points de contact Comment se faire connaître auprès de lui/elle : Moyens de communication préférés (appel, email, message sur les réseaux sociaux, SMS, appel visio, en physique...):



Qu'est-ce qu'un bon contenu ?

Adéquat
Concis
Clair
Utile
Entretenu
Cohérent
Orienté utilisateur



Choisir son format



Le texte

Décrire les faits
Raconter des histoires complexes
Rapide et flexible



Le son

Créer un lien direct
Mettre en contact avec la personnalité, l'expérience vécue



Les infographies

Montrer ce que l'on ne peut pas voir
Relier les données et leur donner du sens



Les photos

Synthétise l'information
Capture des moments
Permet des réactions émotionnelles



Les vidéos

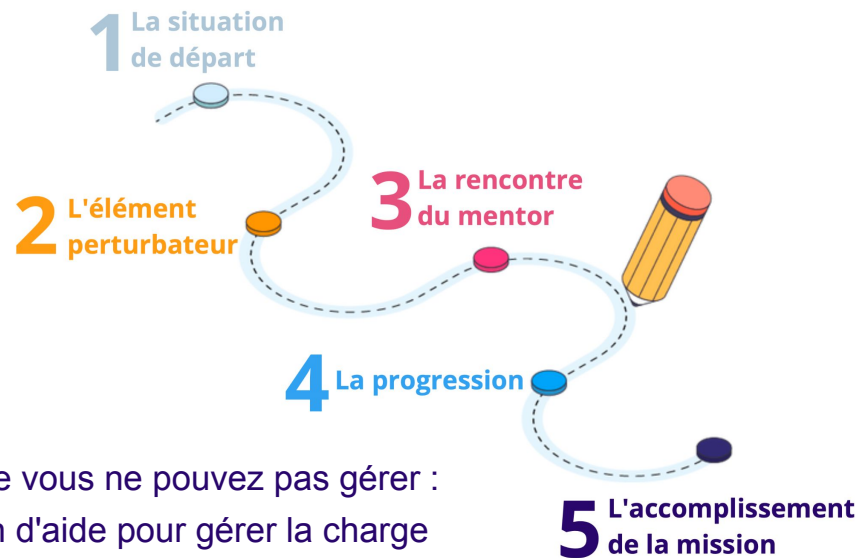
Illustrer une situation, un événement
Permet de jouer sur le registre de l'émotion
Montrer l'action

Le storytelling

Un schéma narratif

Exemple du schéma adapté au recrutement :

1. **La situation de départ** : une entreprise est créée
2. **L'élément perturbateur** qui entraîne un problème que vous ne pouvez pas gérer : une augmentation de l'activité, vous avez donc besoin d'aide pour gérer la charge de travail.
3. **La rencontre du mentor** : vous trouvez un nouveau collaborateur
4. **La progression** : le nouveau collaborateur aide l'entreprise grâce aux outils que vous allez lui fournir.
5. **L'accomplissement de la mission** : le service roule et l'entreprise peut faire face à sa forte activité.



C'est cette histoire que vous devez raconter à vos candidats cibles

Le copywriting

Une méthode de rédaction

- Faites court
- Utilisez des mots d'influence
- Utilisez des enchainements
- Interpellez votre audience
- Ajouter des call to action
- N'abusez pas de ces ressorts.



Valentine Sauda • Abonné
CEO Marketing Fastoche • J'suis aussi copywriter, podcasteuse ...
1 sem. • 🌐

J'ai un podcast vidéo et ta boîte peut le sponsoriser ! 🥰
Tu vas pouvoir te payer une bonne tranche de visibilité dans un format soigné avec des invités en or !

Et quand je dis soigné, je parle de :

- un format vidéo sur Youtube d'1h
- un format audio et vidéo sur Spotify, Amazon Music et Apple Podcast
- 6 reels et short Youtube par épisode
- un concept travaillé avec 3 caméras et des scènes qui brise le 4e mur

Ça s'appelle l'Effet Kangourou, et c'est mon tout nouveau bébé 🍷

Tu peux checker le 1er épisode avec [Christopher Piton](#) juste ici :
<https://lnkd.in/eSRaSPfb>

On s'en parle en DM ? 🙋

PS : Je refuse catégoriquement toute demande de la part de Total, Nutella et surtout des Jonas Brothers.



Le site carrière :

1

Présentez-vous

2

Le lieu, l'environnement de travail

3

Les équipes, les métiers

4

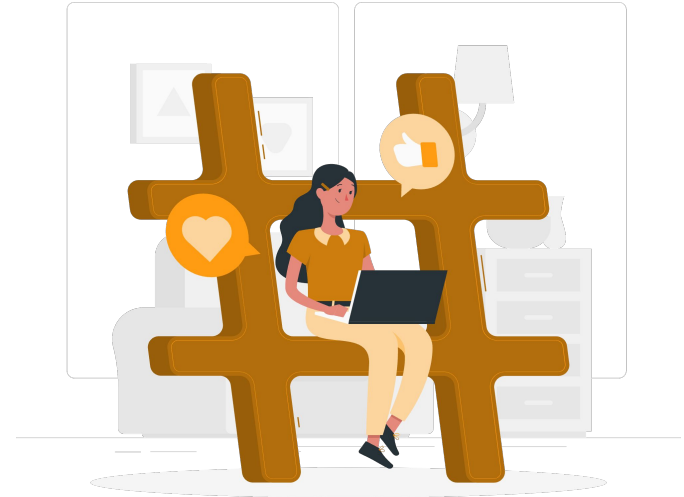
Le processus de recrutement

5

Les offres d'emploi ouvertes

Valoriser sa marque sur les réseaux sociaux :

- Communiquer avec authenticité et transparence
- Donner une vision précise des métiers de l'entreprise
- Mettre en valeur les collaborateurs
- Communiquer sur vos campagnes de recrutement



Les principaux réseaux sociaux :

LinkedIn®

- Privilégiez des posts comportant du texte.
- Les visuels peuvent être des images, des vidéos, ou bien même des PDF
- Publiez dans les groupes thématiques

facebook

- Miser sur la proximité avec les internautes.
- Les posts avec une image ou une vidéo ont une plus grande visibilité.
- La fonctionnalité "groupe" est à privilégier pour le partage d'offres d'emploi.
- Les utilisateurs se connectent presque exclusivement via leur mobile.

Les principaux réseaux sociaux :



- L'image est reine.
- Créez des visuels impactant
- Les hashtags ont une grande importance
- Mettez sur le format vidéo. Les "réels".
- Postez des stories



- Un réseau très codifié. Fonctionne par "trends"
- 100% en vidéos
- Maîtriser les transitions et les incrustations de texte
- Vous et vos équipes devez vous mettre en scène

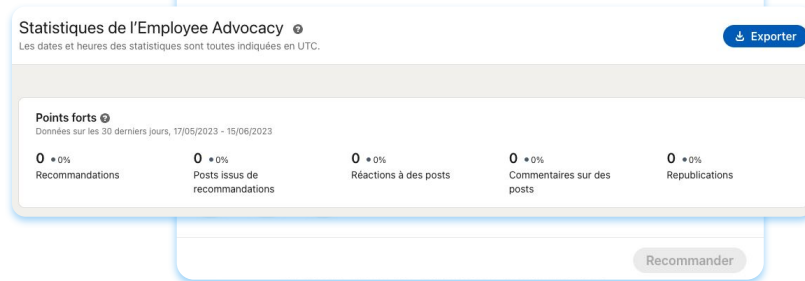
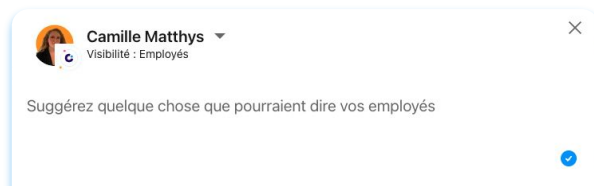
Employee Advocacy

“ Faire de vos collaborateurs, de véritables ambassadeurs de la marque sur les réseaux sociaux ”



Les avantages :

- Confiance
- Une présence accrue
- Un discours plus crédible
- Humanisation de votre marque
- Un contenu authentique



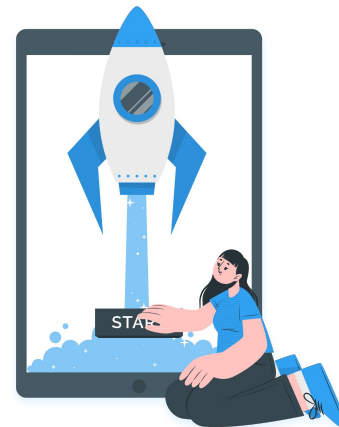
Les points de vigilance :

- Perte de contrôle sur le message diffusé
- Des dérives possibles
- Pas de triche !

Employee Advocacy

Lancer son programme :

- **Inclure le top management** pour montrer l'exemple
- S'appuyer sur des ambassadeurs **volontaires et naturels**, ils deviendront les ambassadeurs du dispositif lui-même.
- **Proposer du contenu créateur de valeur**, intéressant, de qualité qui donne envie de partager.
- **Offrez-leur les outils nécessaires** : un document informatif sur les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux.
- **Veillez de près au bien-être de vos collaborateurs**. Ils se désengageront très vite si leurs attentes ne sont pas comblées.
- **Offrez-leur de la matière**. Organisez des événements qui reflètent parfaitement votre esprit d'entreprise et ils partageront spontanément leurs expériences.
- **Récompensez les pour leur implication**. Proposez des challenges.





4 • Des exemples de bonnes marques employeur

S'inspirer des meilleurs : Classement des entreprises

#1 Google



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ Super ambiance, bon salaire, beaux locaux et excellente dynamique de travail au sein de l'entreprise

#2 Murex



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ Un salaire attractif, un environnement multiculturel, un très fort accent sur la formation.

#3 Leboncoin



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ C'est une société où l'on peut s'épanouir. Un fort niveau d'autonomie m'est donné avec une confiance totale sur mon périmètre.

#4 Schneider Electric



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ La politique de Schneider est vraiment orientée vers le bien-être au travail de ses salariés.

#5 Retail Renault Group



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ Entreprise dynamique et épanouissante, à l'écoute du collaborateur.

#6 SAP



4,7
★★★★★

[Avis](#) | [Offres d'emploi](#)

“ Belles perspectives d'évolution pour les personnes qui s'en donnent les moyens. Bienveillance du management.

#7 Michelin



4,6

#8 Bpifrance



4,6

#9 Criteo



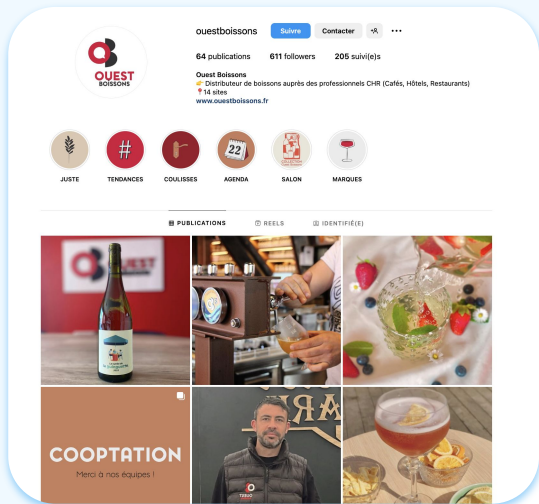
4,6

L'armée française : créer le dialogue

The screenshot displays the Sengager.fr website interface. At the top, the URL is `sengager.fr/?at_medium=sl&at_campaign=SEC-229-GOO&at_platform=Google_AdWords&at_creation=[14679044112]&at_variant=[17...`. The page header includes the French flag, the text "MINISTÈRE DES ARMÉES" with the motto "Liberté Égalité Fraternité", and the "SENGAGER.FR" logo. Below this, a banner reads "L'ARMÉE DE TERRE RECRUTE ET FORME 16 000 POSTES ET 5 000 RÉSERVISTES". A navigation menu shows "EMPLOIS" with a dropdown arrow. The main content area features a photograph of soldiers in camouflage, with the text "TROUVER SA FORCE FAIRE CORRI" overlaid in large white letters. On the right side, a chatbot interface is active, featuring a character icon and the text "Je suis le Sergent Bot, votre assistant virtuel prêt pour vous aider. Posez-moi une question". A green message bubble contains the text: "Bonjour, Sergent Bot pour vous aider. Le Sergent Bot ne vous demandera pas de lui communiquer des données à caractère personnel. Nous vous demandons par conséquent de vous abstenir d'inscrire dans le chat, des données personnelles ou sensibles au sens du RGPD." Below this, a green box prompts the user: "Vous pouvez poser toutes vos questions ou choisir un sujet ci-dessous :". Three buttons are visible: "Le recrutement", "Les métiers", and "Prendre rendez-vous dans un CIRFA". A fourth button, "Baccalauréat professionnel et technologique", is partially visible. At the bottom of the chat interface is a text input field with the placeholder "Tapez ici votre question" and a "Fermer" button. A red banner at the bottom right of the page reads "RENDEZ-VOUS EN CIRFA !".

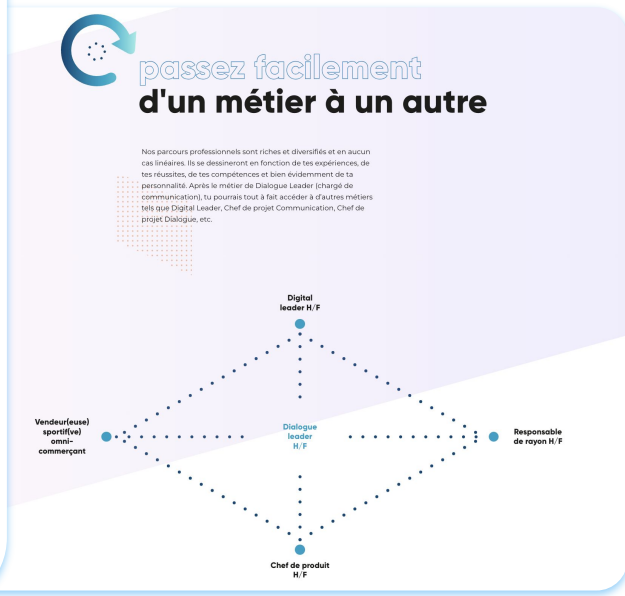
The mobile app interface shows a profile card for "Capitaine Pascal" from the "ARMÉE DE TERRE". The card features a circular profile picture of a helicopter. Below the name, the role "Pilote hélicoptère" is listed. At the bottom of the card is a green button labeled "Échangez avec nos militaires". The interface includes navigation arrows on the left and right sides of the card.

Ouest Boissons : les coulisses



Decathlon : la projection

The screenshot shows the LinkedIn profile for 'decathlontalent'. The profile name is 'Decathlon Recrutement', a recruiter with 603 publications, 16,7k followers, and 195 followed. The bio mentions they are looking for candidates from Decathlon and its 23,000 passionate employees. The main content area features a grid of images: a man and woman in Decathlon uniforms, a man holding a tablet, a cartoon character with a checklist titled 'BIEN RÉUSSIR SON ENTRETIEN CHEZ DECATHLON ?', a man in a uniform looking at a clipboard, a man with a box, a person playing basketball, a person wearing safety glasses with the text 'Pas froid aux yeux', and a close-up of a 'BRACELET'.







Digitaleo : l'identité

Digitaleo Le Coin Carrière Site web Voir nos offres

Regarder sur YouTube

Quelques chiffres

 <p>2004 Bonjour Digitaleo</p>	 <p>2020 Breton digital de l'année</p>	 <p>2022 Rapprochement avec Kamp'n Labellisation Numérique Responsable</p>
 <p>3 Bureaux Rennes, Marseille, Paris</p>	 <p>101 Collaborateurs motivés</p>	 <p>60% de mobilité douce A pieds, en vélo, en trot, en bus, en métro, en train, en covoit</p>

- **Alternance Cybersécurité F/H**
Alternance - 12 mois Temps plein Rennes
À partir du 04.09.2023 [Ça postule par ici](#)
- **Stage Account Manager Ads locales F/H**
Kamp'n Stage Temps plein Marseille
À partir du 04.09.2023 [Ça postule par ici](#)
- **Développeur fullstack F/H**
CDI Temps plein Rennes [Ça postule par ici](#)
- **Stage Sales ops manager F/H**
Stage Temps plein Rennes [Ça postule par ici](#)

Notre style

Digitaleo, c'est une aventure humaine mêlant ambition, savoir-faire, agilité et partage

On bosse, on se (re)met en question, on expérimente, on agit, on échange, on fait des réunions pour trouver des solutions, stimuler les esprits, prendre des décisions, imaginer l'impossible et fédérer les équipes autour de sujets concrets, environnementaux ou de jeux de société

Écoute, entraide, idées, action, évolution, révolution, ça résume notre état d'esprit !

Imaginer, oser, jouer, grandir et s'engager, ce sont nos valeurs nées d'une réflexion commune



À vos questions