

## Formation pratique Marque employeur – Stratégies et outils

### Sessions 2021

11 et 12 mai – 12 et 13 juillet.

### Présentation et objectifs

Développer des capacités à attirer de nouveaux talents en externe, renforcer l'engagement (implication, motivation, ...) des salariés en interne et aussi nourrir une E-réputation positive, tel est l'enjeu majeur de la construction d'une marque RH, dans un contexte d'hyper concurrence.

Cette stratégie assumée de différenciation RH permet de diminuer certains coûts en détectant de nouveaux talents en interne, d'augmenter la fidélisation des collaborateurs et de renforcer leur sentiment d'appartenance. Elle permet aussi d'attirer une proportion de candidats avec un profil ciblé, d'améliorer la réputation de l'organisation comme employeur modèle et d'imprégner les collaborateurs des valeurs fortes de responsabilité sociétale et environnementale (RSE).

La formation «Stratégie et outils de la marque employeur» vous propose de :

- **Construire votre marque employeur pour la rendre attractive.**
- **Cartographier vos parties prenantes et valoriser l'expérience des salariés.**
- **Connaître ses concurrents directs et travailler une offre RH différenciante.**
- **Donner de la lisibilité et de la visibilité à votre offre RH.**

De façon concrète vous souhaitez acquérir des connaissances opérationnelles pour :

- **S'approprier les outils du marketing RH pour bâtir une marque employeur attractive.**
- **Maîtriser les méthodes et outils permettant son évaluation d'une marque RH.**
- **Maîtriser la veille et l'E-réputation RH sur le Web et les réseaux sociaux.**

### Vous êtes

Directeur des ressources humaines, Directeur de la communication, Directeur de cabinet de recrutement, Assistant ressources humaines, Attaché RH, Chargé de recrutement, Chargé des ressources humaines, Chef d'agence intérim, Chef du personnel, Consultant en recrutement et RH, Contrôleur de gestion sociale, Gestionnaire du personnel, Responsable des ressources humaines, Responsable du pôle social.

Prérequis : maîtriser les bases de la communication.

# | Programme |

## Formation pratique Marque employeur – Stratégies et outils

### Premier jour

9h05 – 9h15 : Rappel des objectifs de la formation et tour de table

9h15 – 10h45 : Le contexte et évolutions majeures des RH

#### Comprendre les nouveaux enjeux :

- Nouvelles attentes des salariés et des générations Y et X.
- Nouveaux enjeux RH : accompagner les changements, faire grandir les talents, renforcer la culture d'entreprise et donner du sens à la mission des collaborateurs, gérer la réputation de l'entreprise...
- Avènement des réseaux sociaux et porosité grandissante entre l'entreprise et son environnement.
- Nouveau rapport entre candidats et employeurs nécessitant une marque employeur durable.

### Pause

11h00 – 12h30 : Définition et caractéristiques de la Marque Employeur

#### Positionner la marque employeur :

- Identité employeur, ADN de l'entreprise : mission, secteur, métiers, expertises, culture, valeurs...
- Image employeur (interne) : représentations de l'entreprise chez les salariés et les « anciens ».
- Réputation employeur (externe) : perception de l'entreprise

### Déjeuner

14h00 – 15h45 : Inventorier et cartographier les parties prenantes

Candidats, collaborateurs, clients, leaders d'opinion, communautés métier, investisseurs, syndicats, pouvoirs publics...

### Pause

16h00-17h30 : Les bénéfices attendus d'une marque employeur

**Analyse des risques: diffusion de messages négatifs par un tiers, externe ou interne, crises de réputation sur les réseaux sociaux, Community management :**

- Recrutement plus efficient, moins coûteux et mieux ciblé.
- Fidélisation et engagement des collaborateurs.
- Meilleure réputation (des répercussions positives sur l'écosystème de l'organisation).
- Meilleure compréhension de la stratégie par tous les acteurs internes.
- Renforcement de la culture d'entreprise et partage des valeurs.

### Second jour

9h00 – 10h45 : Elaborer une stratégie marque employeur

#### Etablir le bilan de l'image de marque employeur de l'entreprise :

- Analyser les éléments caractéristiques propres à l'entreprise et à son environnement.
- Recueillir l'avis du marché de l'emploi, des partenaires et des collaborateurs sur les métiers, le management, les forces et les faiblesses.

#### Caractériser l'image employeur de son entreprise :

- Analyser son environnement, ses marchés, sa concurrence, les besoins et attentes des différents publics.
- Définir l'image employeur recherchée en termes de valeurs, d'éthique, de management,....
- Repérer les bonnes pratiques et les innovations en la matière.

#### Développer l'image de marque RH :

- Identifier, pour les valoriser, ses « avantages concurrentiels ».
- Définir l'offre employeur en termes de rémunération, de carrière, de formation, de social...
- Formaliser l'offre sous forme de « promesses » et d'engagements factuels.

### Pause

11h00 – 12h30 : Zoom sur l'expérience salariés

#### Identifier et mobiliser outils et bonnes pratiques :

- Définition, enjeux et conséquences pour les organisations.
- Analyse du parcours du salarié dans l'entreprise et son appréciation, avant, pendant et après l'embauche.
- Identification des « points de contacts » entre l'entreprise et le salarié : process RH et métiers, communication, management, outils de travail...
- Outils mobilisables, Bonnes pratiques et les pratiques innovantes.

### Déjeuner

14h00 – 15h45 : Identité numérique et E-réputation

#### Développer et maintenir son E-réputation :

- Approcher et mesurer son E-réputation.
- Social rating : prix, labels employeurs, certifications (Employeur remarquable), classements d'entreprises, sites de notation, prises de parole, « bad buzz »,...
- Outils de veille et de gestion de son E-Réputation.
- Résoudre une crise d'E-Réputation : communication en cas de bad buzz, réponses judiciaires...

### Pause

16h00 – 17h30 : Faire vivre sa marque employeur sur le Web 2.0 et le web social

#### Identifier les nouveaux usages du web – enjeux, opportunités, limites. Conseils pour lancer sa marque employeur sur le web :

- Créer la page de votre entreprise sur les réseaux sociaux professionnels.
- Utiliser les fonctionnalités « Carrières » des réseaux sociaux.
- Créer un site ou une page « Carrière ».
- Créer la page de votre entreprise sur les jobboards.
- Faire de vos collaborateurs des ambassadeurs de la marque.
- Animer et faire vivre les espaces web.



## | Cadre pédagogique |

## Formation pratique Marque employeur – Stratégies et outils

**Horaires :** les sessions débutent à 09h15 et se terminent à 17h30.

L'arrivée des participants a lieu entre 08h45 et 09h10.

**Spécialités :** Marque employeur, E-Réputation, Communication d'influence, Veille stratégique, Blogueur sur « *Intelligence économique, information et influence* » depuis 2007 (<http://jacques.breillat.fr>) plus de 300 articles publiés et plus de 30.000 visiteurs uniques/mois.

**Moyens pédagogiques :** chaque formation s'effectue en présentiel et par groupe de cinq personnes au minimum. Les formations font l'objet d'une présentation par le formateur et donnent lieu à des mises en situation à l'aide d'étude de cas pratiques et de questionnaires distribués en séance. Chacun des modules pédagogiques fait l'objet d'un cas pratique.

**Moyens techniques :** nos salles sont équipées de vidéoprojecteurs et chaque session donne lieu à la distribution de documents écrits aux participants, supports de prise de note.

**Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les résultats :** fiches de présence et évaluation à chaud et à froid.

**Modalités et moyens d'évaluation :** remise d'un questionnaire de satisfaction à la fin de chaque session et suivi à trois mois de la mise en pratique par chaque participant en situation professionnelle.

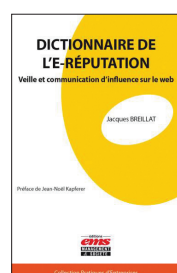
**Formateurs experts :** nos responsables pédagogiques et formateurs sont des professionnels en exercice et reconnus par leurs pairs. Ils exercent ou ont tous exercé des responsabilités dans le monde du privé comme dans la sphère publique, soit en cabinet ministériel, soit au parlement ou à la direction d'entreprises publiques. Ils interviennent régulièrement comme enseignant en Affaires publiques et stratégie d'influence dans de nombreuses business schools, universités ou à l'École Nationale d'Administration.

**Qualité des formations :** notre organisation est enregistrée au Datadock.

### Votre formateur Jacques Breillat

Docteur en sciences politiques, directeur associé d'ACIEL EACON Group, consultant expérimenté et expert, Jacques Breillat développe des actions de formation au profit de grands groupes, de PME/PMI et de collectivités territoriales. Ses interventions sur la veille stratégique, l'E-Réputation et la marque employeur sont toujours tournées vers le développement des compétences des équipes dirigeantes, à partir de méthodes d'ingénierie fondées sur l'expérience et le transfert des savoir-faire.

Enseignant à l'Université de Bordeaux, Jacques Breillat est Directeur pédagogique du Master 2 « *Intelligence économique et management des organisations* » à l'IAE.



**Chaque participant recevra en début de formation un exemplaire du « Dictionnaire de l'E-Réputation, Veille et communication d'influence sur le web », par Jacques Breillat, Editions EMS, 344 pages, 22,80 € TTC**



## | Bulletin d'inscription |

## Formation pratique Marque employeur – Stratégies et outils

**Conditions d'inscription :** l'inscription s'élève à 1 450 € HT (soit 1 740 € TTC) pour les deux journées de formation. Ce prix comprend également, les supports pédagogiques, les petits déjeuners d'accueil, les pauses et les déjeuners. Merci de compléter le formulaire ci-dessous, accompagné de votre règlement par chèque à l'ordre de «ISEL» à l'adresse suivante : **12, rue Biot – 75017 Paris.**

L'annulation du fait du participant devra intervenir dans les 14 jours calendaires avant le début du stage, à défaut les frais d'inscription resteront dus. Dans tous les cas, une contribution de 140 € HT sera due pour participation aux frais de dossier. ISEL est un institut rattaché au Centre pour les Hautes Etudes Européennes (CH2E) enregistré comme prestataire de formation sous le numéro 11 75 51172 75.

**Formation intra entreprises :** cette formation intéresse plus de 5 de vos collaborateurs ? Vous souhaiteriez que notre formateur vous propose un programme spécifique, adapté à vos objectifs ? Contactez-nous et nous établirons avec vous le programme que vous souhaitez suivre dans vos locaux. Vous bénéficierez également d'une offre tarifaire par personne formée très avantageuse.

**Lieux de formation :** l'Institut Supérieur Européen du Lobbying sélectionne, pour ses stages, des centres de conférence dans Paris intra-muros, qui répondent à ses exigences de qualité. Vous serez informé du lieu exact environ 10 jours avant le début de la formation.



# oui, je m'inscris à la formation « Marque employeur – Stratégie et outils »

ISEL – 12, rue Biot – 75017 Paris

contact@lobbying-europe.com

11 et 12 mai   
12 et 13 juillet

**Participant – Organisation** M  Mme

Nom

Prénom

Tél

Fax

E-mail

Adresse

Code postal

Ville

**Organisation – Responsable Formation** M  Mme

Nom

Prénom

Tél

Fax

E-mail

Adresse (si différente)

Code postal

Ville

Le(s) soussigné(s) acceptent les conditions d'inscription ci-dessus. **Cachet et signature.**

A :

Le :