



Marque employeur et communication authentique : le duo gagnant

Lyon le 06/07/2018

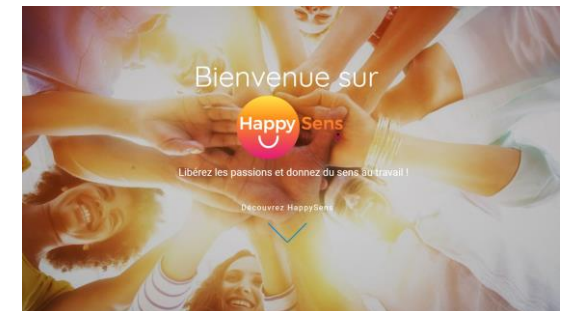


INTRODUCTION

Marque employeur et communication authentique : un duo gagnant ?

Souvent décriée, mal aimée et malmenée devant la machine à café et sur la toile, la Marque employeur est une composante du Marketing RH qui mérite d'être intégrée comme un outil dédié à la Qualité de Vie au Travail.

L'expérience collaborateur, dans toutes ces phases est un terrain à investir pour créer à la fois les conditions optimum d'un bon ressenti et les bases d'une communication authentique



Réflexion et partage d'expérience sur la Marque Employeur

Définition de la marque employeur :

La marque employeur a pour objectif de rendre attractive une entreprise pour ses salariés et potentiels collaborateurs. Elle se nourrit de 4 Sources essentielles : L'identité, L'image, La réputation et ...l'expérience collaborateur.

La marque employeur est au carrefour des métier RH et Communication interne, elle exige une étroite collaboration tout en restant la pleine responsabilité des RH.



Les enjeux de la Marque Employeur

Définition de la marque employeur à travers 5 enjeux :

- 1) **L'attractivité des talents** : Recruter les meilleurs profils disponibles ou en veille sur le marché de l'emploi
- 2) **La fidélisation des collaborateurs** : Retenir les collaborateurs les plus performants
- 3) **La réputation de l'entreprise** : L'image de l'employeur est étroitement liée à l'image de l'entreprise "traitez-bien vos collaborateurs, vos clients vous remercieront"
- 4) **La pertinence des candidatures spontanées** : Plus une marque employeur est efficace plus les candidatures sont pertinentes et qualitatives
- 5) **L'engagement des collaborateurs** : Souvent sous estimé, l'engagement des collaborateurs est directement lié à la cohérence entre "le dire et le vivre".



Les composantes de la Marque Employeur

Le stratégie marque employeur et son déploiement sont alimentés par :

- 1) La stratégie RH à court, moyen et long terme
- 2) L' ADN et les valeurs de l'entreprise
- 3) L' expérience collaborateur
- 4) La promesse candidat
- 4) Le style managériale
- 5) La relation post-collaborateur



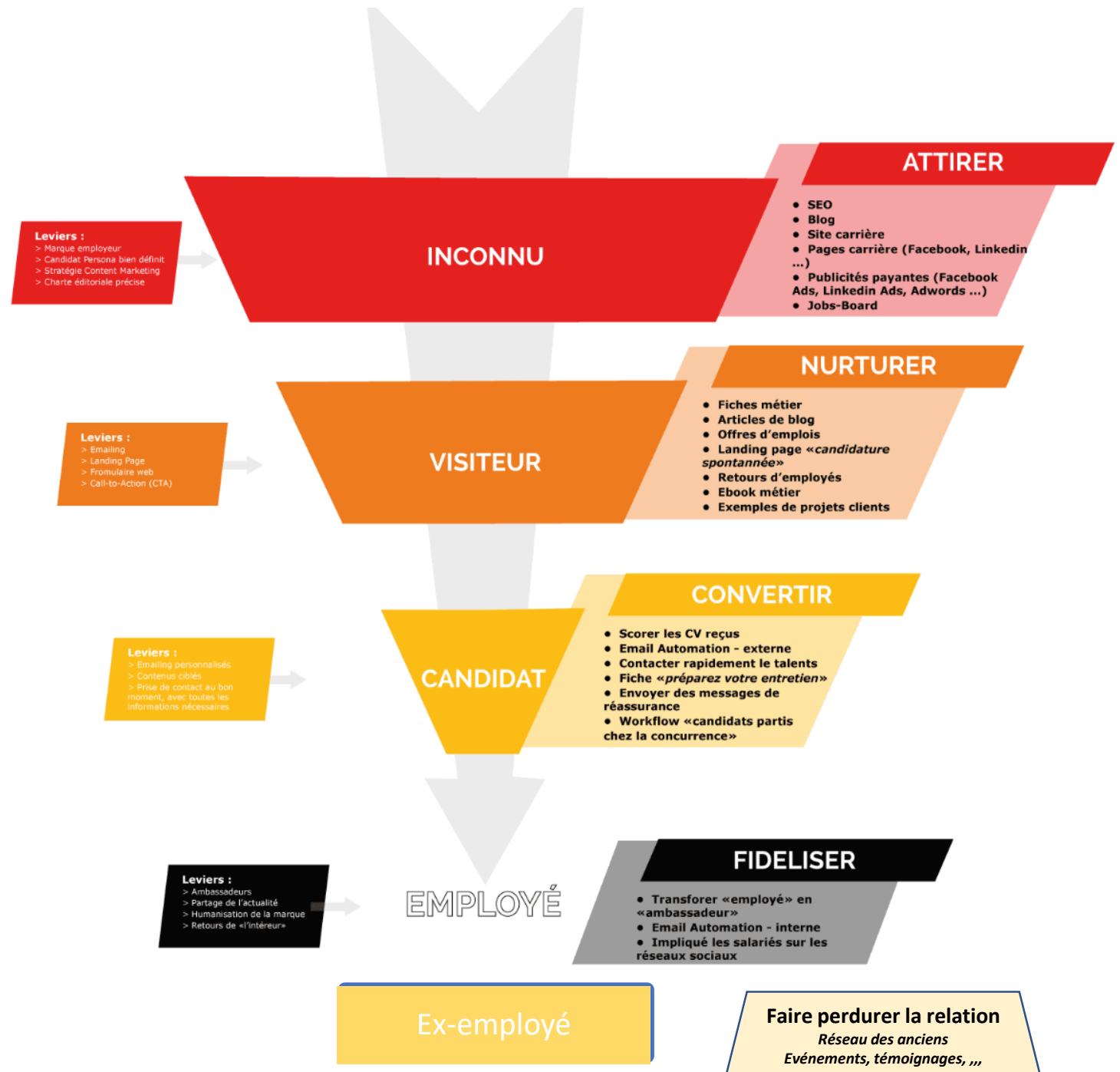
Les risques liés à une Marque Employeur non authentique

5 résultantes d'une marque employeur non authentique sur le long terme:

- 1) **Manque d'attractivité** (avec le Web personne n'est dupe)
- 2) **Fort turn-over**
- 3) **Perte de l'engagement des collaborateurs**
- 4) **Erreur de recrutement**
- 5) **Mauvaise réputation**



Les outils/actions marketing au service de la Marque employeur



Le CHO un acteur clé de la stratégie de Marque employeur ?

Parce qu'une marque employeur authentique est la clé de la réussite de toute stratégie RH.

Regard croisés sur travaux des équipes, liens avec les missions CHO et le rôle qu'il peut jouer dans la stratégie de Marque employeur.

Le CHO a tout intérêt à rajouter la « brique » Marque employeur dans ses missions et à jouer un rôle de préconisation et de co-pilotage de projets marque employeur.



Le CHO un acteur clé de la stratégie de Marque employeur ?

Parce qu'une marque employeur authentique est la clé de la réussite de toute stratégie RH.

Regard croisés sur travaux des équipes, liens avec les missions CHO et le rôle qu'il peut jouer dans la stratégie de Marque employeur.

Le CHO a tout intérêt à rajouter la « brique » Marque employeur dans ses missions et à jouer un rôle de préconisation et de co-pilotage de projets marque employeur.





CONTACT

Réenchantez l'expérience collaborateur avec HappySens !

Contact Laetitia Ferrer

Tél. 06.50.74.41.86

laetitia@happysens.fr

<https://happysens.fr>