

Kit

ATTRACTIV' PME

l'opcommerce
Opérateur de compétences



**FOCUS : PROMESSE
EMPLOYEUR**

**IDENTIFIER LES
CANAUX DE
RECRUTEMENT**

**COMMENT ÊTRE
ATTRACTIF ET
PERCUTANT**

**COMMENT ENGAGER
ET FIDELISER**

**GUIDE DES BONNES
PRATIQUES**

**BOITE À OUTILS :
OFFRE D'EMPLOI,
ENTRETIEN, LIVRET
D'INTEGRATION**



CHAPITRE I. LA PROMESSE EMPLOYEUR

L'avènement des nouvelles technologies et des médias sociaux, l'évolution des mentalités, l'arrivée sur le marché de l'emploi des générations Y et Z sont autant d'éléments à prendre en considération dans un souci d'attractivité et de compétitivité.

L'entreprise doit repenser ses pratiques, développer de véritables stratégies relationnelles en interne, avec ses collaborateurs, et en externe, avec les futurs candidats. Il s'agit de sortir du lot et de séduire en portant et en agissant au quotidien autour de valeurs affichées et partagées.

Comment et pourquoi accroître le rayonnement de son entreprise ?

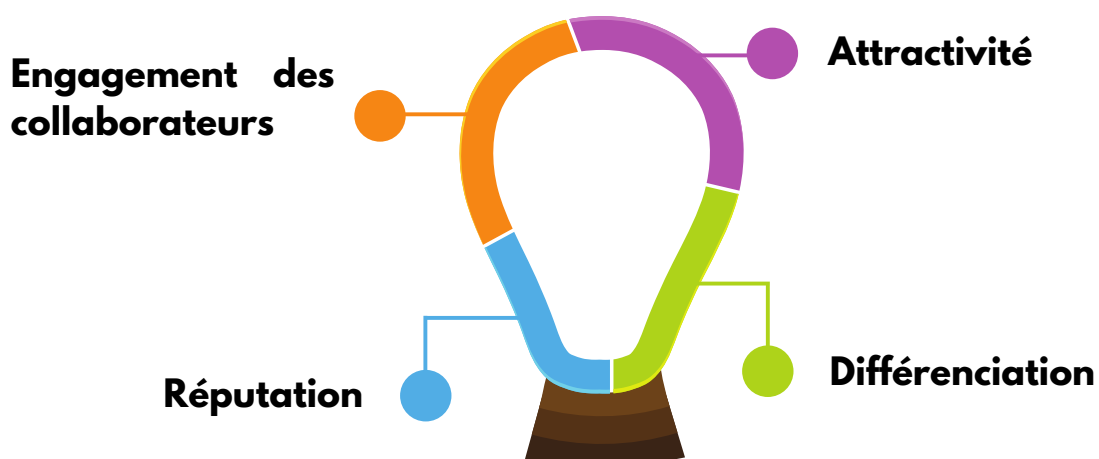
Le concept de marque employeur est une forme d'innovation sociale ayant pour vocation de faire connaître l'entreprise qui s'engage dans cette démarche comme un "employeur de référence".

Etre un employeur de référence c'est avant tout démontrer qu'il fait bon travailler au sein de l'entreprise tout en mettant en place des marqueurs forts permettant à l'entreprise d'attirer des talents correspondant à sa vision, à sa culture et à ses valeurs...et de les fidéliser.

La marque employeur pour une entreprise, c'est avant tout :

- maîtriser sa gestion des ressources internes en diminuant les coûts de recrutement externe au profit de la mobilité interne et d'une bonne gestion des talents,
- fidéliser le collaborateur interne en développant son sentiment d'appartenance,
- attirer des profils en adéquation avec les objectifs et les valeurs de l'entreprise,
- mettre en place des actions internes à fort rayonnement externe,
- faire de ses collaborateurs des ambassadeurs et porte-voix.

En résumé, dessiner la marque employeur pour une entreprise repose sur les 4 axes d'action suivants :



*Difficultés de recrutement, turnover élevé, etc, la démarche de marque employeur a pour point de départ une problématique RH à résoudre.
Avant de se lancer, il s'agit donc d'identifier les enjeux prioritaires de l'entreprise au regard de sa croissance et de ses orientations stratégiques.*

Comment formaliser la promesse employeur ?

Identifier vos enjeux et vos objectifs

- Sélectionner les 5 piliers majeurs de l'image employeur de l'entreprise.
Exemples : dynamisme , écoute, management participatif, qualité de vie au travail, etc.

Nourrir les piliers identifiés par des preuves et des attentes

- Sur la base des 5 piliers retenus :
 - Identifier les éléments factuels (**faits, chiffres, témoignages, etc.**) pour traduire ces éléments en preuves tangibles.
 - Décliner ces éléments en attentes vis-à-vis des candidats.

Tester le potentiel de différenciation et l'ajuster

- Identifier vos principaux concurrents et comparer son positionnement par rapport au marché
- Analyser les résultats et réserver les solutions nouvelles qui vous permettent de vous différencier

Définir un ton / un style et un territoire de communication

- Identifier les éléments caractéristiques du ton à adopter.
Le territoire de communication est intimement lié à l'identité de la marque mais dépend également des cibles visées. En effet, l'objectif est que les messages entrent en résonance avec les attentes de votre cible.

Formaliser la plateforme de l'Image Employeur

- Enfin, après avoir diagnostiqué votre besoin, vos ambitions ainsi que les attentes de votre cible. Il est important de formaliser votre positionnement en formalisant la stratégie , les supports et l'identité graphique de votre entreprise.



La promesse employeur est le message-clé qui irrigue et donne de la cohérence aux communications de recrutement, à la communication RH et interne.



Elle doit également se traduire en faits dans l'expérience vécue par les collaborateurs, être incarnée dans les politiques RH et ne pas rester qu'un discours ou un vœu pieux.



La promesse employeur doit prendre en compte les enjeux stratégiques de l'entreprise, son ADN et ses valeurs profondes.