

MARQUE EMPLOYEUR ET MARKETING RH : ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS

SECTEURS PUBLIC, ASSOCIATIF ET PRIVÉ

Programme

1. Cerner les enjeux d'une marque employeur forte

- Articuler stratégie d'entreprise, communication institutionnelle et marque employeur
- Rôle et objectifs de la marque employeur
- Composantes de la marque employeur : culture d'entreprise, valeurs, histoire...

2. Construire et développer une marque employeur claire et attractive

- Réaliser un état des lieux de sa communication RH.
- Positionnement, objectifs, cibles, messages clés et l'EVP (Employee Value Proposition).
- Impact de la RSE
- Les acteurs et les actions pour booster sa marque employeur.
- Cohérence entre image véhiculée et expérience vécue.

3. Élaborer le plan de communication de la marque employeur

- Définir les actions et les canaux de communication adaptés aux publics cibles.
- Les collaborateurs, ambassadeurs de l'entreprise.
- Intégrer le digital : réseaux sociaux, E-réputation.

Référence

5.2.1.