


Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Marque

STAGES COURTS

MARQUE EMPLOYEUR : OPTIMISER L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR ET L'EXPÉRIENCE CANDIDAT

 **Dates :** Voir le calendrier

 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

€ **Tarif :** 700 €

Modalité : Distantiel Présentiel

OBJECTIFS

- Savoir construire une stratégie marque employeur
- Savoir valoriser l'expérience collaborateur
- Savoir valoriser l'expérience candidat
- Savoir construire un plan de communication de marque employeur

Session 1 DU 24/06/2021 AU 24/06/2021

Session 2 DU 12/11/2021 AU 22/11/2021

CONTACT

 evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Public

- Chargé(e)s de communication
- Responsables et chargé(e)s de
- Responsables ressources humaines.

Pré-requis

- Aucun

PROGRAMME

Cadrage pour définir le positionnement de marque employeur

- Nouveaux enjeux : nouvelles générations, transformation digitale, crises...
- Quel projet d'entreprise ? Quels axes stratégiques ? Quels objectifs ?
- Quelle culture d'entreprise ? Quelles valeurs ? Raison d'être et RSE.
- Quel positionnement de marque ? Comment veut-on être perçu des collaborateurs ? Des candidats ?
- Quelle e-réputation ? *Benchmark* concurrentiel.

Cadrage de l'expérience collaborateur

- Segmentation des collaborateurs
- Insights collaborateurs
- Outils de communication internes
- Valeurs des collaborateurs
- Mesure de l'expérience collaborateur

Cadrage de l'expérience candidat

- Segmentation des candidats
- Insights candidats
- Outils de communication avec les candidats

- Valeurs des candidats
- Mesure de l'expérience candidats

Positionnement de la marque employeur

- Comment valoriser sa marque employeur ?
- Stratégie de marque employeur
- Comment motiver et fidéliser les collaborateurs ?
- Relier expérience collaborateur et expérience client
- Positionnement collaborateur

Positionnement de la marque employeur au candidat consommateur

- Relier expérience collaborateur et expérience candidat
- Le nouveau candidat consommateur
- Repenser le management
- Repenser le processus de recrutement
- Positionnement candidat
- Gérer son e-réputation de marque employeur

Le plan de communication "collaborateur"

- Définir ses objectifs et les indicateurs de performance
- Définir le plan de communication
- Définir des synergies entre *outbound* et *inbound* marketing
- Définir le plan éditorial
- De l'intranet, réseau social d'entreprise et nouveaux outils collaboratifs

Le plan de communication "candidat"

- Définir ses objectifs et les indicateurs de performance
- Définir le plan de communication
- Synergies entre *outbound* et *inbound* market
- Parcours des candidats
- Parcours d'intégration

MÉTHODES

- Alternance d'apports théoriques et d'études de cas.
- Ateliers en groupe sur un cas concret avec présentation orale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

CALENDRIER

Durée de la formation :

Rythme : 1 jour

| | |
|-----------|--------------------------------|
| SESSION 1 | du 24/06/2021 au 24/06/2021 |
| SESSION 2 | du 12/11/2021 au 22/11/2021 |