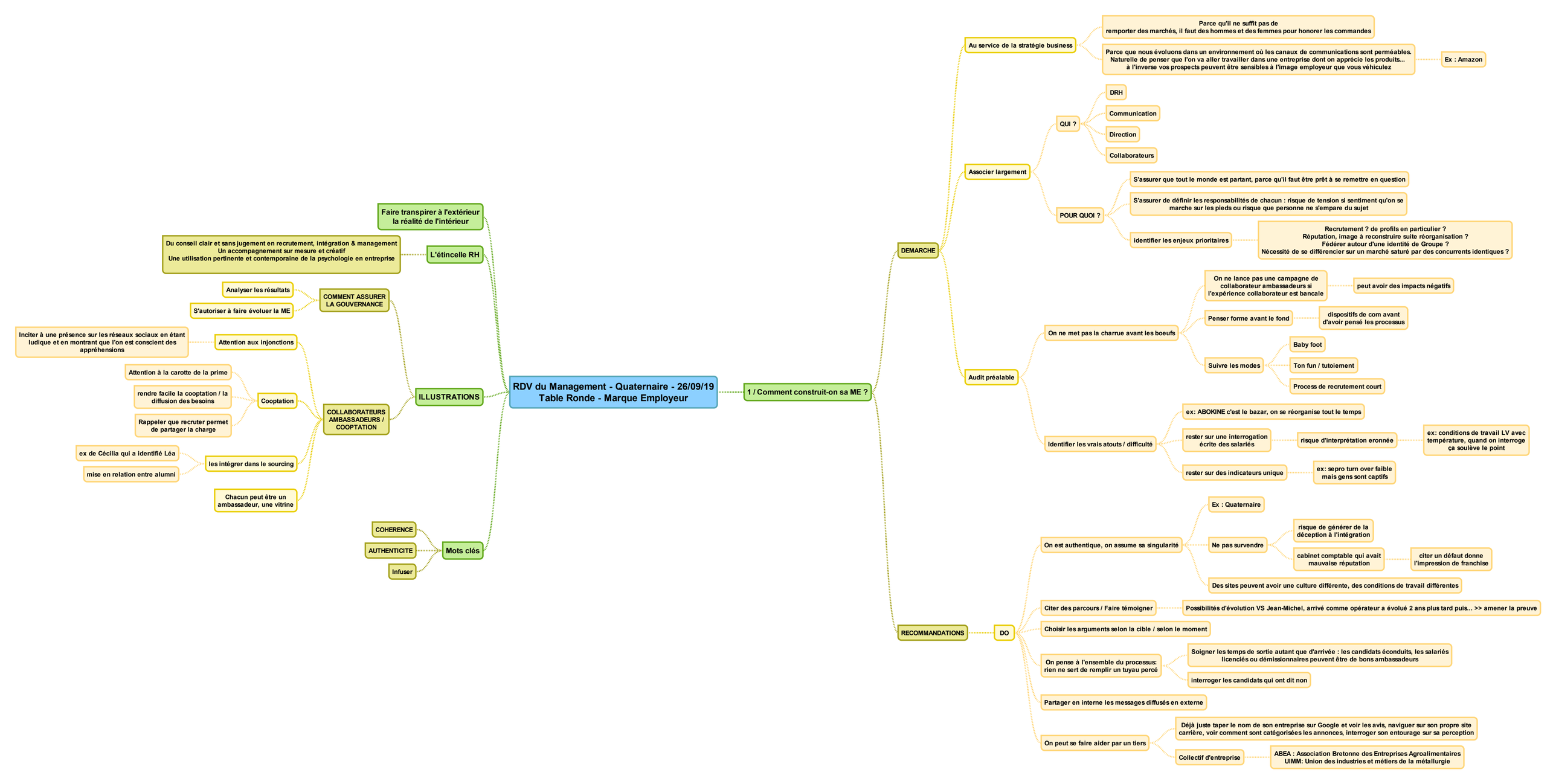

RDV du Management - Quaternaire - 26/09/19
Table Ronde - Marque Employeur
1 / Comment construit-on sa ME ?
DEMARCHE
Au service de la stratégie business
Parce qu'il ne suffit pas de
remporter des marchés, il faut des hommes et des femmes pour honorer les commandes
Parce que nous évoluons dans un environnement où les canaux de communications sont perméables.
Naturelle de penser que l'on va aller travailler dans une entreprise dont on apprécie les produits...
à l'inverse vos prospects peuvent être sensibles à l'image employeur que vous véhiculez
Ex : Amazon
Associer largement
QUI ?
DRH
Communication
Direction
Collaborateurs
POUR QUOI ?
S'assurer que tout le monde est partant, parce qu'il faut être prêt à se remettre en question
S'assurer de définir les responsabilités de chacun : risque de tension si sentiment qu'on se
marche sur les pieds ou risque que personne ne s'empare du sujet
identifier les enjeux prioritaires
Recrutement ? de profils en particulier ?
Réputation, image à reconstruire suite réorganisation ?
Fédérer autour d'une identité de Groupe ?
Nécessité de se différencier sur un marché saturé par des concurrents identiques ?
Audit préalable
On ne met pas la charrue avant les boeufs
On ne lance pas une campagne de
collaborateur ambassadeurs si
l'expérience collaborateur est bancale
peut avoir des impacts négatifs
Penser forme avant le fond
dispositifs de com avant
d'avoir pensé les processus
Suivre les modes
Baby foot
Ton fun / tutoiement
Process de recrutement court
Identifier les vrais atouts / difficulté
ex: ABOKINE c'est le bazar, on se réorganise tout le temps
rester sur une interrogation
écrite des salariés
risque d'interprétation erronée
ex: conditions de travail LV avec
température, quand on interroge
ça soulève le point
rester sur des indicateurs unique
ex: sepro turn over faible
mais gens sont captifs
RECOMMANDATIONS
DO
On est authentique, on assume sa singularité
Ex : Quaternaire
Ne pas survendre
risque de générer de la
déception à l'intégration
cabinet comptable qui avait
mauvaise réputation
citer un défaut donne
l'impression de franchise
Des sites peuvent avoir une culture différente, des conditions de travail différentes
Citer des parcours / Faire témoigner
Possibilités d'évolution VS Jean-Michel, arrivé comme opérateur a évolué 2 ans plus tard puis... >> amener la preuve
Choisir les arguments selon la cible / selon le moment
On pense à l'ensemble du processus:
rien ne sert de remplir un tuyau percé
Soigner les temps de sortie autant que d'arrivée : les candidats éconduits, les salariés
licenciés ou démissionnaires peuvent être de bons ambassadeurs
interroger les candidats qui ont dit non
Partager en interne les messages diffusés en externe
On peut se faire aider par un tiers
Déjà juste taper le nom de son entreprise sur Google et voir les avis, naviguer sur son propre site
carrière, voir comment sont catégorisées les annonces, interroger son entourage sur sa perception
Collectif d'entreprise
ABEA : Association Bretonne des Entreprises Agroalimentaires
UIMM: Union des industries et métiers de la métallurgie
ILLUSTRATIONS
Faire transpirer à l'extérieur
la réalité de l'intérieur
L'étincelle RH
Du conseil clair et sans jugement en recrutement, intégration & management
Un accompagnement sur mesure et créatif
Une utilisation pertinente et contemporaine de la psychologie en entreprise
COMMENT ASSURER
LA GOUVERNANCE
Analyser les résultats
S'autoriser à faire évoluer la ME
COLLABORATEURS
AMBASSADEURS /
COOPTATION
Inciter à une présence sur les réseaux sociaux en étant
ludique et en montrant que l'on est conscient des
appréhensions
Attention aux injonctions
Cooptation
Attention à la carotte de la prime
rendre facile la cooptation / la
diffusion des besoins
Rappeler que recruter permet
de partager la charge
les intégrer dans le sourcing
ex de Cécilia qui a identifié Léa
mise en relation entre alumni
Chacun peut être un
ambassadeur, une vitrine
Mots clés
COHERENCE
AUTHENTICITE
Infuser