

Quel est l'intérêt d'avoir une marque employeur forte
et comment la développer?

Références



Présentation

Alexandre Liégeois



- Employer Branding Manager
- Brand Content Specialist
- Project Manager
- Master en Journalisme

Nicolas Sabbagh



- Marketing Manager
- +8y XP in Marketing & Recruitment
- Focus on Digital & Tailor-made solution
- Master in Business Administration

Sommaire

- Introduction & contexte
- Concrètement, qu'est-ce que l'employer branding?
- Définir une stratégie employer branding, pourquoi ?
- Comment définir sa marque employeur?
 - Conception
 - Diffusion
 - Conversion
- Questions/réponses

Introduction & contexte

- Le recrutement évolue, nécessité de se démarquer de la concurrence surtout pour les profils pénuriques
- Importance croissante du bien-être au travail et du match au niveau de la philosophie d'entreprise et celle du candidat. (Génération Y, Z).
- **Shift Employeur → Employé.**



L'Employer Branding, c'est quoi?

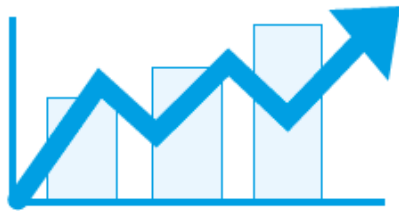


Candidat: Comment trouver la bonne boîte où m'épanouir? Dans quel projet m'investir?

Employeur: Quel type de candidats je recherche ? Qu'est-ce qui fait que les bons candidats vont venir chez moi

Employer Branding: À quoi ça sert?

- Une **stratégie employer Branding** permet de se démarquer de la concurrence, de devenir ou rester top of mind et d'attirer les bons profils:



**EMPLOYER
BRANDING**

-50%*

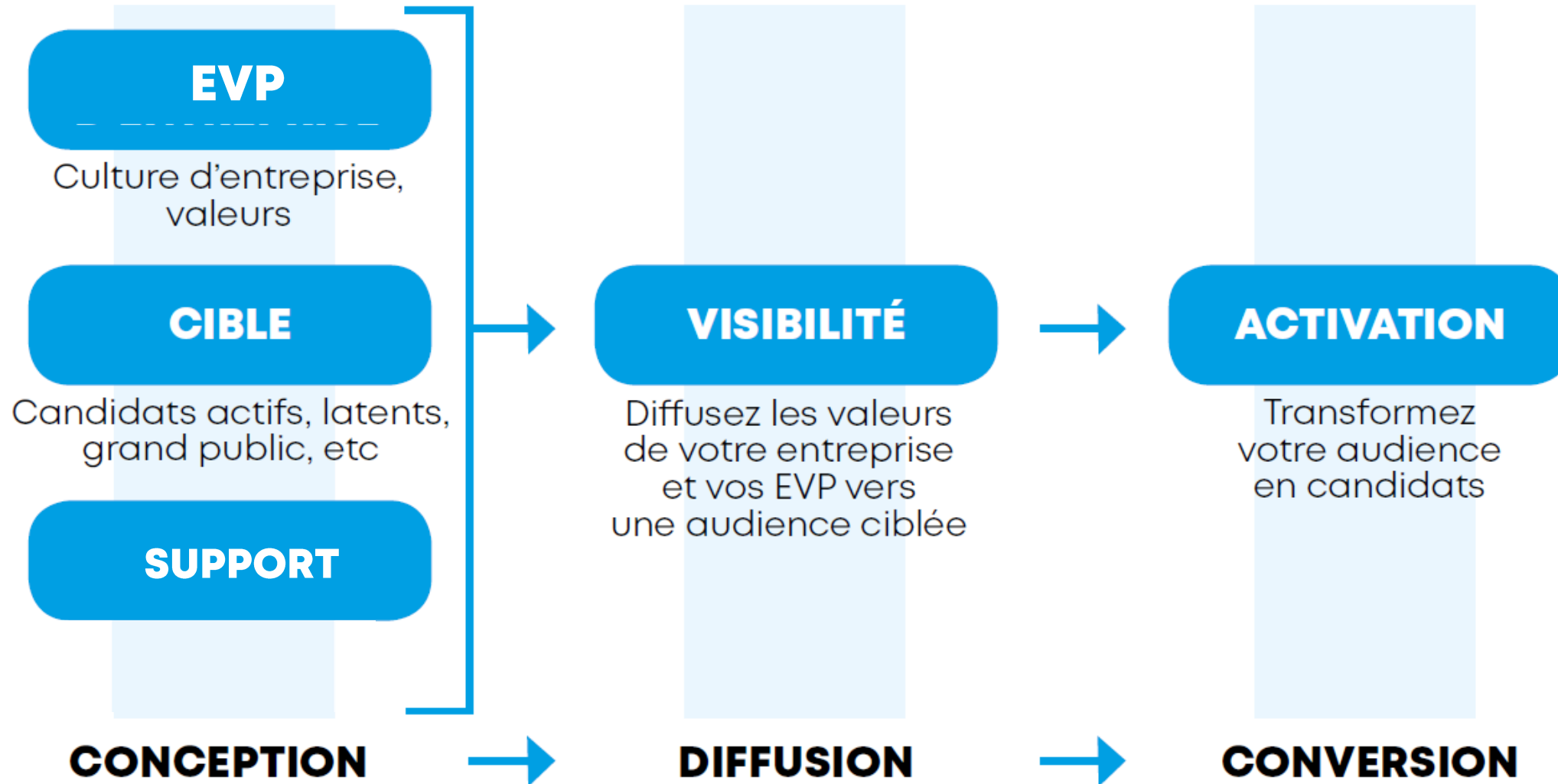
du coût par embauche
(communication externe)*

-28%*

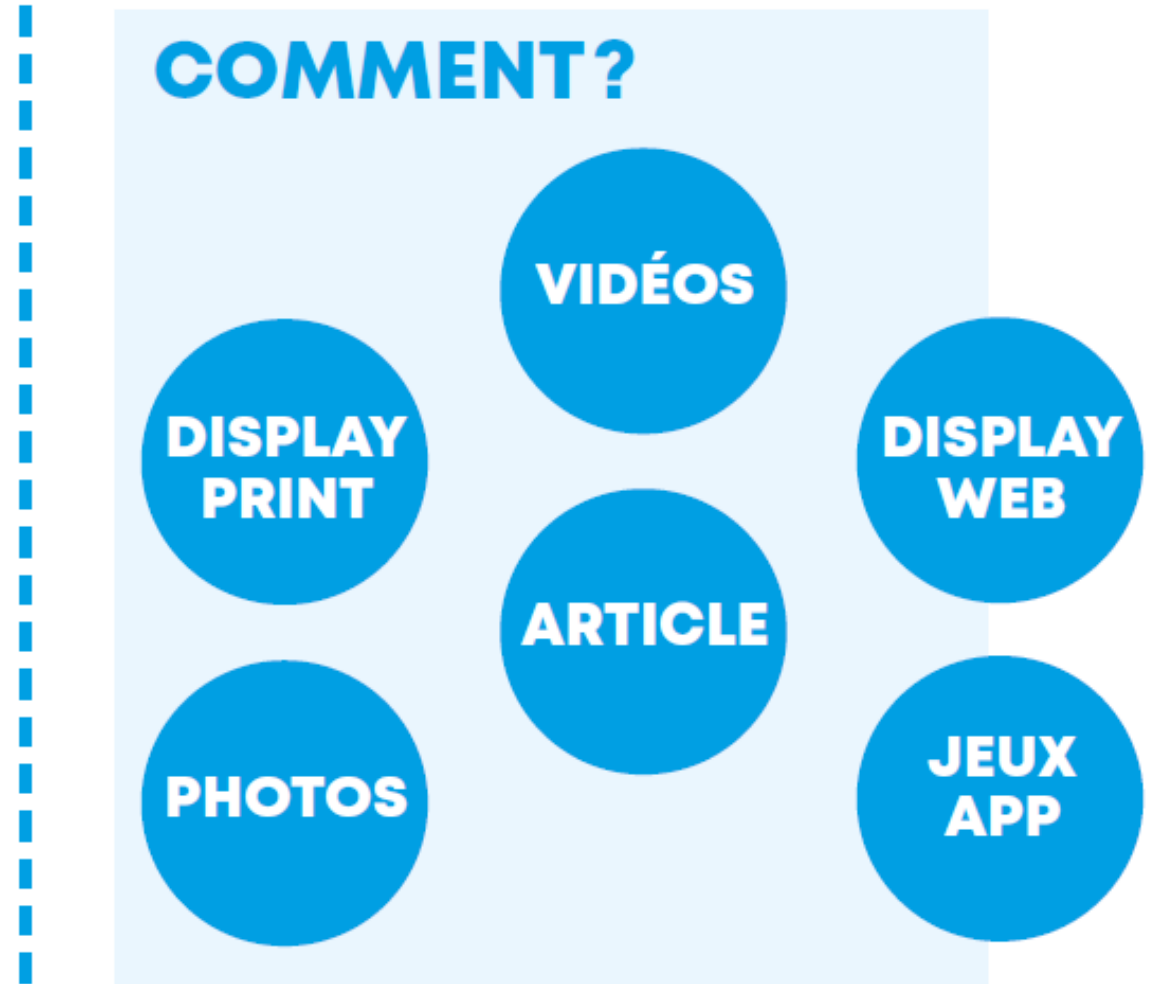
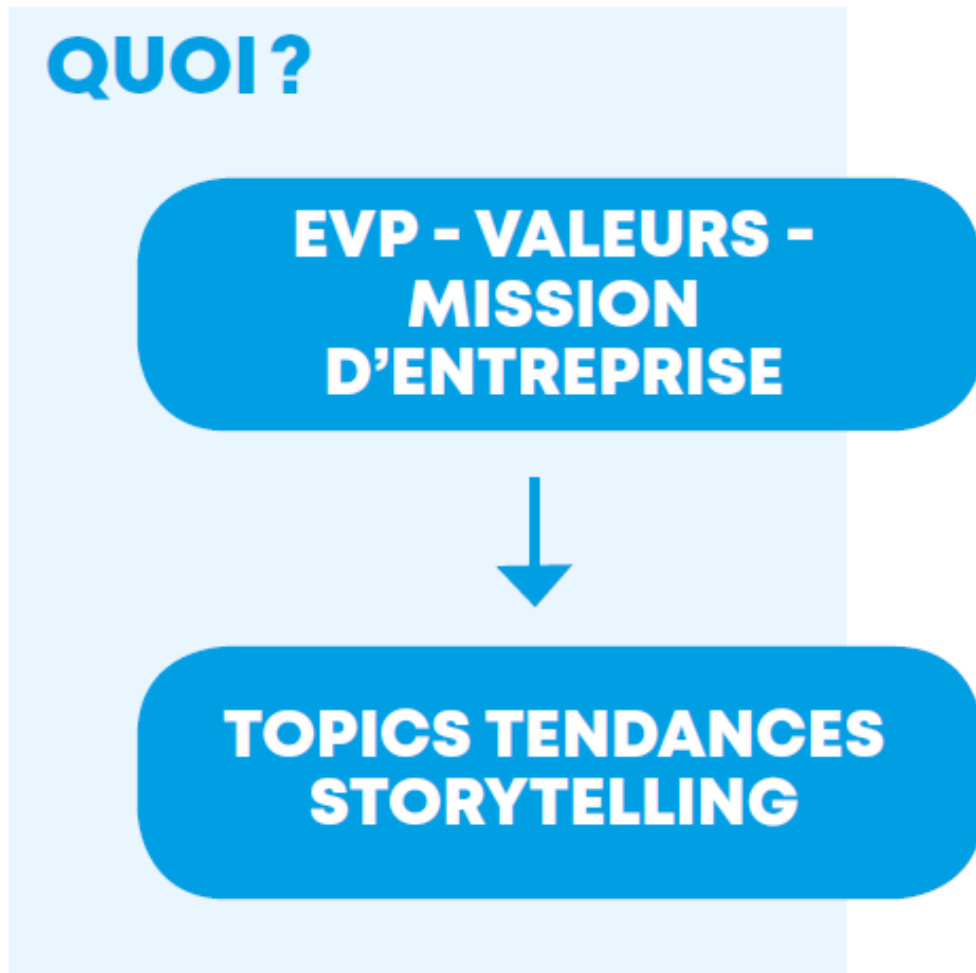
du taux du turn-over
(communication interne + externe)*

* "What's the value of
your Employer Brand",
Eda Gultekin

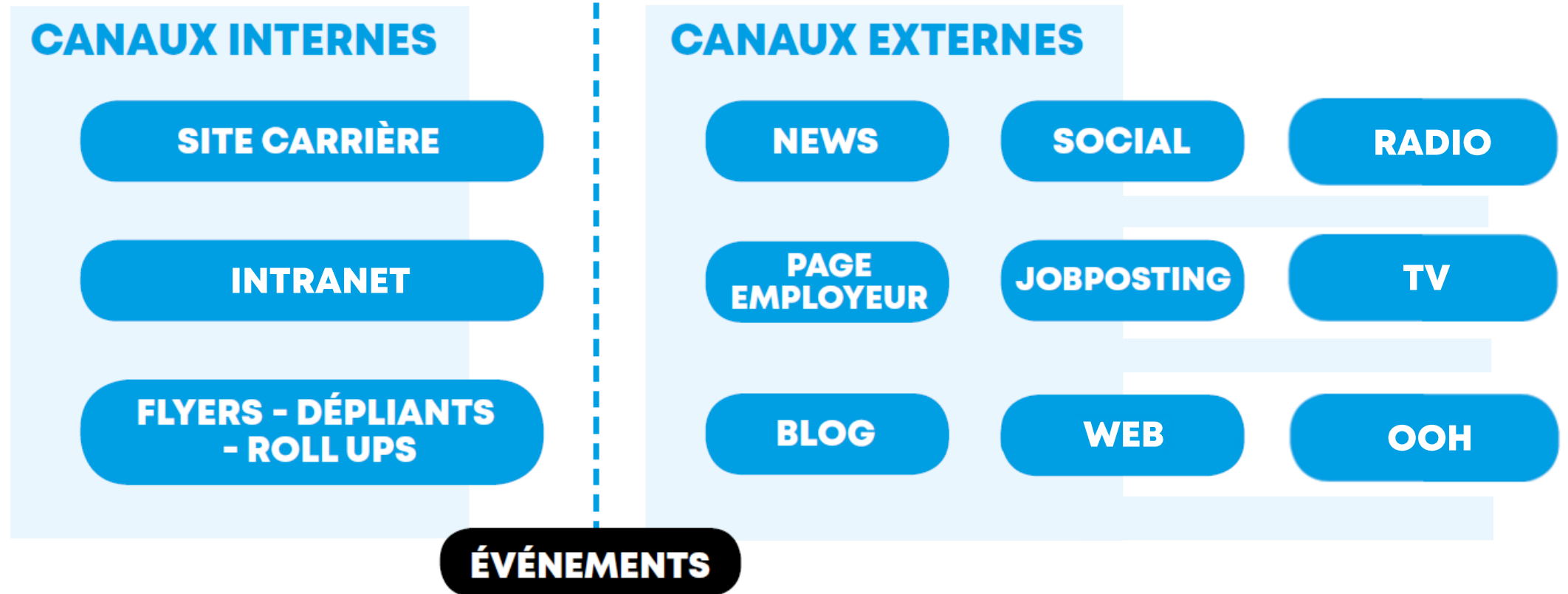
Comment développer sa marque employeur ?



Conception

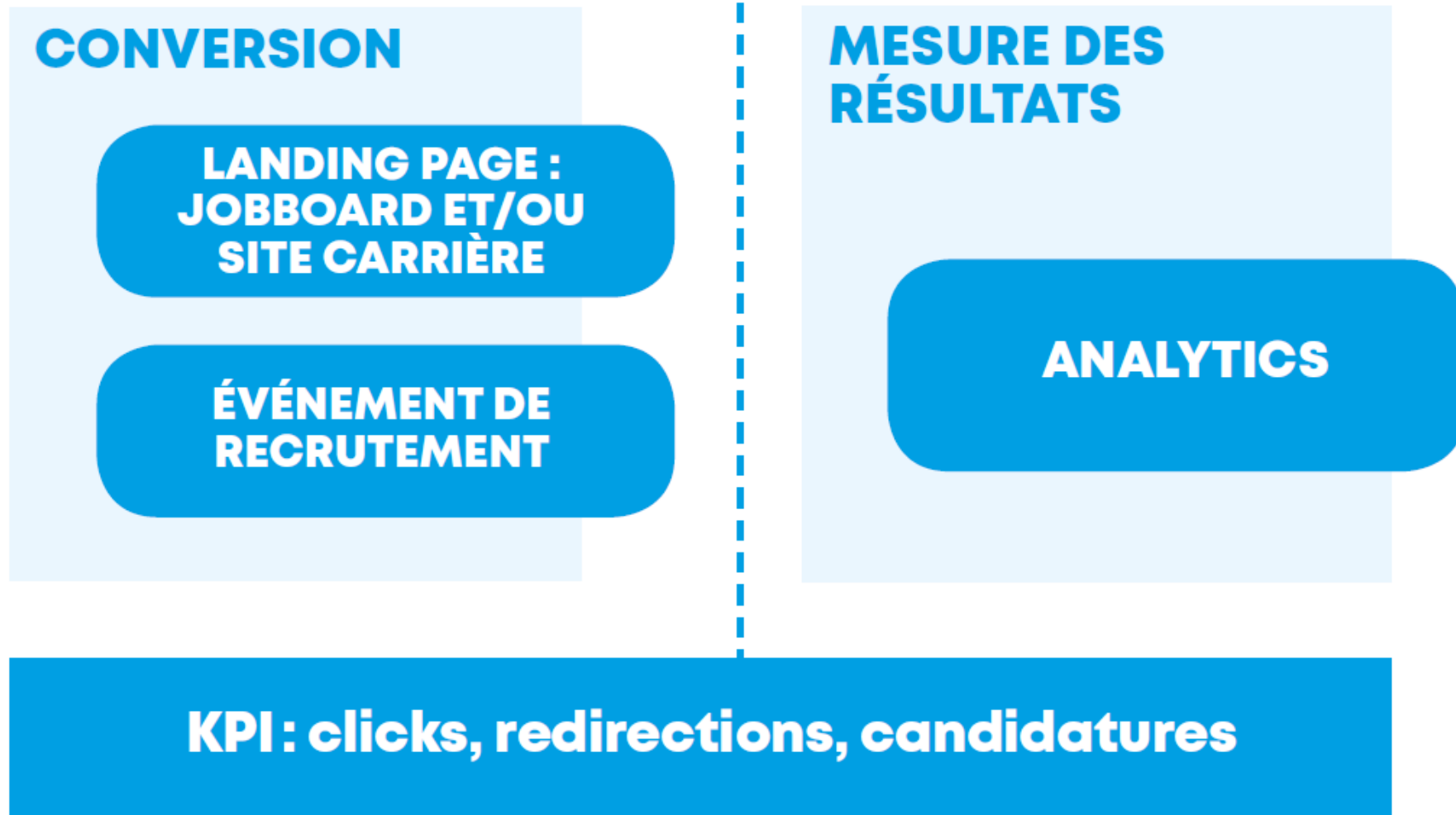


Diffusion



KPI: Impressions, lectures, temps de lecture, vues, téléchargements, etc.

Conversion : comment mesurer les résultats?



Conclusion

- Travailler votre marque pour que les talents viennent chez vous et y restent
- Baisse du coût à l'embauche et de la rotation du personnel
- Importance de venir de la base
- Conception réfléchie du message à véhiculer, via quels canaux et auprès de quelle cible.
- Mesurer les résultats
- Durée moyen à long terme