

# MARQUE EMPLOYEUR ATTRACTIVE

## LA COHÉRENCE D'UN ENSEMBLE

# COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Matthieu TETREAU - Consultant Relations Entreprises



En ligne



# Qui êtes vous?

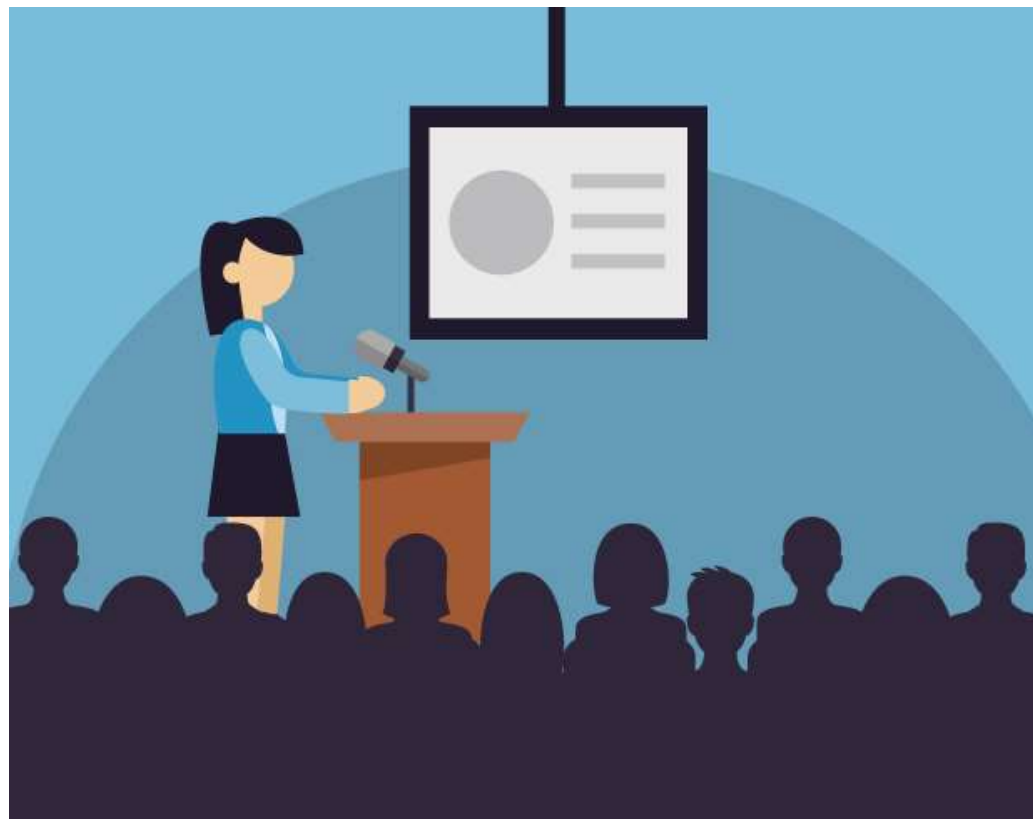
**Vous, votre entreprise, votre fonction**

**Votre expérience de la rédaction d'offres d'emploi**

**(niveau de pratique, fréquence, résultats obtenus)**

## Vos attentes

**Ce web atelier sera réussi pour vous si à la fin, vous avez...**



# OBJECTIFS

- **LES FONDEMENTS DE SA COMMUNICATIONS**
- **UN OUTIL DE PLANIFICATION**

# Les Fondements de la communication RH

# Attirer et fidéliser : même combat

- *Il est moins coûteux de conserver un client que d'en acquérir un nouveau (Aaker, 1991),*
- *Les clients fidèles sont souvent plus rentables que les clients occasionnels (Dawkins et Reichheld, 1990),*
- *Ils sont un gage de la stabilité de l'entreprise (Sharp et Sharp, 1997),*
- *Ils sont la source d'un bouche à oreille positif (Reichheld, 1996)*

Attirer et fidéliser c'est faire du marketing appliqué aux RH : comprendre les comportements d'achat et l'environnement de ses cibles



# L'usage des réseaux sociaux : un levier incontournable

Attirer, engager & fidéliser les talents

## Les enjeux de la marque employeur

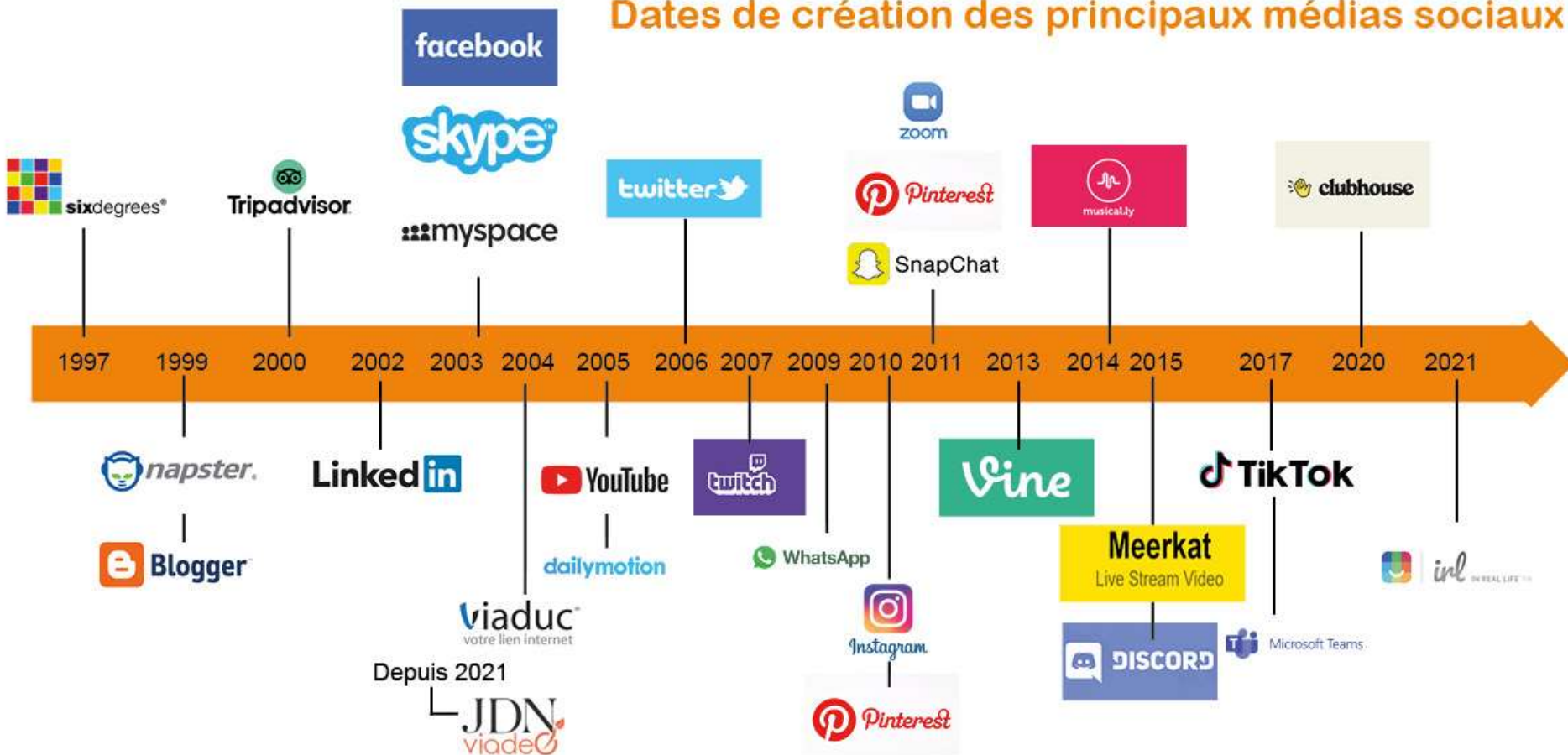


Source : [everyonesocial.com](http://everyonesocial.com)



# Un peu d'histoire ?

## Dates de création des principaux médias sociaux



La question n'est pas de savoir si vous voulez être présent mais où vous le serez!



# Se renseigner



- **Particulièrement adapté au marché de l'emploi cadre, le recours aux réseaux sociaux s'est généralisé**
  - » Plus de 8 entreprises sur 10 mobilisent aujourd'hui, d'une façon ou d'une autre, les réseaux sociaux pour recruter des cadres.
  - » Faut-il de règles et de procédures systématiques, le recours aux réseaux sociaux est encore empirique et opportuniste.
  - » Dans un marché de l'emploi cadre en tension, il permet aux recruteurs d'élargir le vivier de candidat-e-s potentiel-le-s.
- **Pour les entreprises, les réseaux sociaux constituent une caisse de résonance pour diffuser leurs offres d'emploi cadre et communiquer sur leur marque employeur**
  - » Diffuser des offres d'emploi et communiquer sur son entreprise en tant qu'employeur constituent les deux pratiques les plus répandues.
  - » En véritables ambassadeurs, les salarié-e-s constituent un puissant relai de la diffusion des offres et de la marque employeur.
  - » À l'avenir, le développement de la marque employeur est l'usage que les entreprises ont le plus l'intention de développer sur les réseaux sociaux.
- **Moins répandue, l'approche directe porte en elle les germes d'une transformation plus profonde des pratiques de recrutement**
  - » Pratique par un peu moins de la moitié des entreprises, l'approche directe reste pour l'heure un usage secondaire des réseaux sociaux.
  - » En systématisant une pratique jusque-là réservée à des profils rares, les réseaux sociaux contribuent néanmoins à la transformation des pratiques de recrutement.
  - » Ils renforcent notamment la place du manager dans l'identification des candidat-e-s potentiel-le-s, venant ainsi modifier les pratiques de recrutement.



■ Pour utiliser les réseaux sociaux de manière optimale, il convient de choisir celui le plus adapté aux besoins de l'entreprise. Selon une étude de l'Apec (Réseaux sociaux et recrutement de cadres), les réseaux les plus utilisés par les RH pour le recrutement sont **LinkedIn**, **Facebook** et **Twitter**.



# Pour faire savoir ses savoirs faire



■ Construire sa communication à partir des valeurs de l'entreprise!

○ Leur donner du sens en les illustrant!

○ Fabriquer des témoignages

→ Vidéos

→ Visuel type canva

→ Témoignages rédigés ou vidéos

→ Exemple de chantier video photo

→ Mise en situation

→ Mash'up ou tout autre mise en scène fabriquant du lien!



# Construisez votre promesse employeur

- **1. Le candidat persona** (*la personnalité de votre candidat idéal*)
- **2. Relation EVP – Personnalité du candidat** (*ses relations en fonction du profil*)
- **3. Fouille et recherche** (*c'est une co-construction avec vos salariés, Qu'offrez-vous actuellement à vos employés en échange de leur temps et de leurs efforts investis dans leur travail? Qu'est-ce qu'ils apprécient le plus? Que pourriez-vous faire d'autre pour les motiver?*)
- **4. Segmentation et personnalisation** (*être capable de personnaliser votre proposition de valeur*)

■ La promesse RH Deloitte dont le slogan est **Deloitte aime les Talents !** S'articule autour de 03 points :

- Apprendre tous les jours
- Innover ensemble
- S'ouvrir aux autres et créer des liens qui comptent



# Programmer sa communication

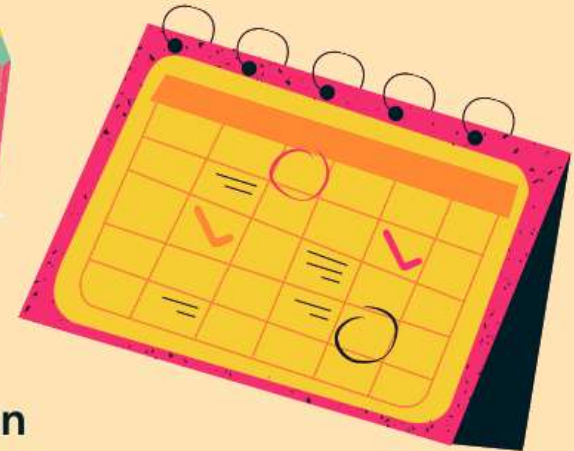
**POUR BIEN COMMUNIQUER SUR QUI ON CHERCHE, IL FAUT D'ABORD BIEN DÉFINIR CE QUE L'ON VEUT !**

# Posez-vous pour y parvenir

## Établir un plan de communication



1. Définir le mandat
2. Analyser la situation
3. Définir les objectifs
4. Identifier le public cible
5. Établir l'axe de communication
6. Élaborer une stratégie de communication
7. Déterminer les moyens de communication
8. Rédiger le message
9. Définir le budget
10. Dresser le bilan et évaluer les résultats



# Réfléchissez-y à plusieurs!!



Thème	Objectif	Cible	Format	Canal	Responsable
Retour sur le Carnaval d'Eurécia	Engagement en interne Rayonnement externe	Interne et externe	Vidéo	Externe : réseaux sociaux Interne : le module Vie de Bureau d'Eurécia	Cyrielle, notre community manager

Actions, activités, supports de communication choisis	Unités ou séquences de tâches liées aux activités de communication	Compte à rebours en semaines (disponibilité des outils de communication)					Semaine ou date événement (déploiement de l'outil de communication)
		S-5	S-4	S-3	S-2	S-1	
<b>Affiches</b>	Commande / Conception						
	Bon à tirer / Impression						
	Réception / Envoi aux partenaires						
	Obtention des autorisations / Location d'espaces						
	Affichage tous azimuts / Affichage in situ						
<b>Conférence de presse</b>	Rédaction des invitations / dossier de presse						
	Envoi des invitations / dossier de presse						
	Relance des contacts presse						
	Location / Confirmation de la salle						
<b>Site web</b>	Préparation du programme / Aménagement de la salle						
	Rédaction projet / Commande						
	Installation / Test du site web						
	Formation / Recrutement d'un éditeur web						
	Enrichissement / Actualisation du site web						
	Lancement / Promotion / Suivi						

**Merci pour  
votre attention**



Matthieu TETREAU – [matthieu.tetreau@apec.fr](mailto:matthieu.tetreau@apec.fr) – 06 65 79 18 26