

1 jour



Publics concernés

- Consultants en recrutement
- Chargés de recherche / E-sourcers
- Talent acquisition managers
- Toute personne en charge du recrutement en entreprise

Prérequis

- Pratiquer le métier de consultant en recrutement
- Et/ou pratiquer le recrutement

Objectifs de formation

- Comprendre et maîtriser le marché, l'environnement et la concurrence de l'entreprise cliente
- Savoir mettre en avant les facteurs d'attractivité de l'entreprise
- Comprendre la marque employeur : du concept à sa mise en œuvre
- Valoriser l'expérience candidat

Supports pédagogiques

- Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui comprend les exercices d'application et d'entraînement
- A l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de télécharger le support d'animation via la plateforme pédagogique Digital Camp

Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et de séquences jouées et débriefées. Des exercices individuels et collectifs sur les concepts théoriques
- Une pédagogie participative composée à + de 50% de cas pratiques et de simulations / jeux de rôle dans le présentiel

La dimension marketing RH dans le recrutement

L'évolution des pratiques en recrutement doit s'appuyer sur un marketing RH maîtrisé car il servira les **expériences candidats** puis les **expériences collaborateurs** afin d'en assurer leur succès. La réputation de l'entreprise est un élément-clé dans la conversion candidat-collaborateur. Plus l'entreprise identifie et communique sur son ADN social, plus elle attire à elle les talents. Cette formation vous apporte les clés du Marketing RH pour revisiter vos pratiques et élaborer un plan d'action.

En présentiel

1. Marketing RH et marque employeur : un duo gagnant

L'impact du marketing RH sur

- La qualité et la durée du recrutement
- L'adéquation candidat / poste
- L'adhésion et l'intégration du candidat

Du concept à sa mise en œuvre

- Les enjeux d'une marque employeur visible et cohérente
- « Ce qu'est la marque employeur ? » / « Ce qu'elle n'est pas ? »
- Les clés de la mise en œuvre d'une marque employeur authentique

Autodiagnostic : Le croisement des perceptions internes / externes

2. L'importance de l'état des lieux pour développer un Marketing RH efficace

Positionner son client dans son environnement

- Caractéristiques des secteurs d'activité des entreprises et de leurs clients
- Les métiers qui changent, en cours de transformation
- Pénurie de profils > guerre des talents
- La prise en compte des rapports de force candidats/recruteurs selon les secteurs / métiers
- Les sites de notation d'entretien « Tripadvisor du recrutement »

Atelier : Utiliser l'E-réputation comme marqueur d'attractivité

Les facteurs d'attractivité de l'entreprise

- Identifier les facteurs d'attractivité essentiels pour les candidats dans une matrice globale d'attractivité
- Positionner son entreprise / son client et élaborer la stratégie de communication
- Conseiller son client tout au long du recrutement pour aligner la stratégie de communication sur les leviers d'attractivité

Mise en situation : Présenter l'entreprise à un candidat

Les campagnes de recrutement digitales

- Les canaux existants : site web, Job-board, réseaux sociaux, contenus vidéos, storytelling attractifs ...
- Le marketing viral grâce à une communauté connectée aux réseaux sociaux en vogue
- La simplification du dépôt de candidature (en quelques clics)

Moyens pédagogiques

- Une évaluation du niveau et des attentes des participants en amont de la formation (15 jours avant le présentiel)
- Un forum d'échanges tout au long de la formation et la disponibilité du formateur pour toute question
- A la fin de chaque formation, les participants repartiront avec un Plan de Progrès Individuel

3. L'expérience candidat

De l'expérience candidat ...

- L'optimisation de l'expérience candidat de l'annonce à la signature de contrat
- La communication dans tous les temps forts du recrutement (transmettre la culture d'entreprise et la marque employeur)
- La qualité des entretiens, du suivi et du feedback post entretien

Atelier guidé en équipe : Comment se démarquer en faisant vivre une expérience candidat d'exception !

... à l'expérience collaborateur

- Le conseil à l'entreprise pour optimiser et réussir l'intégration du candidat (les bonnes pratiques avant la journée d'accueil et pendant la période d'essai)
- La cohérence entre promesse et réalité du poste
- La stratégie de fidélisation dans l'expérience collaborateur