amelio.co



8 ÉTAPES INFAILLIBLES POUR DÉVELOPPER SA *Marque employeur*

POURQUOI PRENDRE SOINS DE SA MARQUE EMPLOYEUR ?



Votre marque employeur est le reflet de votre culture. Les employés d'aujourd'hui sont à la recherche d'une marque à laquelle ils peuvent s'identifier et en qui ils peuvent avoir confiance.

Glassdoor révèle que **75% des chercheurs d'emploi sont enclins à postuler dans une organisation qui s'occupe activement de sa marque employeur**.

Selon Indeed, une organisation ayant une marque employeur forte, **réduit de 28% son taux de rotation d'employés** et **attire 50% plus de candidats qualifiés**.

Découvrez dans cet guide, les 8 étapes qui permettront à votre organisation, de déployer une marque employeur de classe mondiale.

1 ÉVALUEZ VOTRE RÉPUTATION



La première étape consiste à **auditer votre entreprise** afin de connaître votre réputation, et ce autant à l'interne auprès de vos employés, qu'à l'externe auprès du grand public.

Vous devez, entre autres, prendre connaissance de ce que vos employés actuels apprécient et aiment moins de votre organisation. Et également, savoir ce qui se dit de celle-ci, à l'extérieur de vos murs. Vous pourrez ainsi mettre de l'avant vos points forts et rectifier rapidement le tir pour ce qui fonctionne moins bien dans votre culture organisationnelle.

Sondages internes anonymes, études des **commentaires sur les réseaux sociaux**, consultation des **avis d'employés sur des sites d'emploi...** font partie des techniques efficaces d'investigation de votre réputation.

Il doit y avoir une cohérence entre ce qui est dit et ce qui est fait dans votre organisation. Selon une enquête menée par Glassdoor, **70 % des candidats consultent les avis avant de prendre des décisions de carrière**. Les informations circulent à vitesse grand V sur le Web et les candidats font énormément confiance aux avis de leurs pairs. Soyez proactif et agissez promptement.

> La première étape consiste à auditer votre entreprise.

2 DÉFINISSEZ VOTRE MISSION, VOTRE VISION ET VOS VALEURS

En définissant clairement votre mission, votre vision et les valeurs de votre organisation, vous communiquez une image forte et authentique auprès de vos employés actuels et futurs. La définition de ces éléments fondamentaux vous permet également d'apporter **cohérence**, **clarté** et **transparence** dans toutes vos actions.

En fait, **ces éléments doivent se refléter dans toutes vos pièces de contenu**. Faites la promotion de ceux-ci sur votre **site Web**, dans vos **articles de blogue**, dans vos communications sur les **réseaux sociaux...** Vous devez en faire la promotion et rendre ces informations visibles pour les chercheurs d'emploi.

De nos jours, les chercheurs d'emploi ne sont plus attirés que par un salaire élevé. La mission et les valeurs profondes d'une organisation ont beaucoup plus de poids à leurs yeux, quand vient le temps de choisir un éventuel employeur.

Ces éléments fondamentaux vous apportent cohérence, clarté et transparence dans toutes vos actions.



3 CRÉEZ VOTRE PROPOSITION DE VALEUR EMPLOYEUR



Faites la promotion
de ce qui vous rend unique.

Une fois que vous avez bien défini ces principes essentiels, il devient plus facile de créer votre proposition de valeur employeur (PVE). Cette proposition comprend tous les principaux avantages qu'offre votre organisation à ses employés.

Notamment, en termes de développement de carrière, de style de gestion, de type de promotion, de possibilité de travail hybride, ou encore, de sécurité d'emploi. Elle permet à vos employés actuels et futurs de comprendre ce qu'ils reçoivent en échange de leurs compétences, de leur expérience et de leurs précieuses heures de travail.

Faites la promotion de **ce qui vous rend unique**, de ce qui vous différencie des autres organisations dans votre secteur d'activité. Que ce soit dans vos supports de recrutement ou sur les réseaux sociaux... Faites vivre à vos futurs employés toute **la passion qui anime votre entreprise**. Mettez de l'avant **l'impact de celle-ci dans la société**. La nouvelle ère de travailleurs recherche activement ces éléments différenciateurs chez une organisation.

4 RACONTEZ VOTRE HISTOIRE

Captez l'attention et faites appel à l'émotion via le storytelling.



Votre organisation à une histoire unique et elle mérite d'être partagée auprès de vos employés ainsi que des chercheurs d'emploi. En faisant preuve d'authenticité, en racontant votre histoire et celle de vos employés, **vous captez l'attention d'éventuels candidats et les engagez sur le plan émotionnel**. Ceux-ci peuvent alors facilement s'identifier à la mission et aux valeurs de votre marque. Vous pouvez même partager les histoires à succès de vos clients.

Que ce soit avec des **photos**, des **témoignages vidéo** ou des **entretiens sous forme de podcast**, l'important est de faire appel à un ensemble de moyens de communication afin de raconter votre histoire.

Ce peut être également des **témoignages de vos employés sur les réseaux sociaux**, ou encore, **l'histoire de votre organisation et de son fondateur sur la page À propos de votre site Web**. Les témoignages d'employés sont particulièrement efficaces, car les candidats veulent savoir pourquoi ceux-ci demeurent au sein de telle organisation.

Faites appel au **storytelling**, soit l'art de susciter l'émotion. Les histoires sont très puissantes et ont le pouvoir de marquer les esprits. Restez authentique et ne déformez surtout pas la réalité.

5 PROCÉDEZ À LA PROMOTION

À cette étape, il importe de mettre en place une **stratégie de contenu de votre marque employeur**. Profitez des différentes tribunes afin de faire la promotion des bons coups de vos employés ainsi que des différentes implications de votre organisation dans la communauté.

Démontrez que vous êtes un bon citoyen corporatif en présentant les engagements communautaires de votre entreprise ainsi que de ceux de vos employés.

Il est essentiel de **contrôler votre message** de vos employés via une uniformisation des modèles de publication et de réponse sur les réseaux sociaux. Vos communications internes et externes doivent également être alignées afin de véhiculer une **cohérence dans vos messages**.

Votre **site Web**, les **sites d'emploi**, les **réseaux sociaux** sont autant d'endroits afin de faire la promotion de votre marque employeur et faciliter le processus de décision de candidats potentiels.

Mettez en place une stratégie de contenu de votre marque employeur.





Vous vous retrouvez aujourd'hui face à 5 générations d'employés et de chercheurs d'emploi.



L'important est de faire appel à une approche multicanale afin de maximiser vos efforts de recrutement. **LinkedIn**, **Glassdoor**, **Indeed**, **Twitter**, **Facebook**, **Instagram**, **TikTok**... représentent tous canaux envisageables, selon votre secteur d'activité.

Vous vous retrouvez aujourd'hui face à **5 générations d'employés et de chercheurs d'emploi**. Appliquez, mesurez, analysez et ajustez votre stratégie de contenu afin de trouver le moyen d'attirer leur attention.

Impliquez également votre département de marketing ou de communication afin d'user des bons mots pour toucher droit au cœur vos candidats cibles. Ne vous contentez pas d'une offre d'emploi banale, mais misez plutôt à faire vivre un bon moment à vos candidats en les inspirant par un contenu plus sophistiqué.

6 DÉVELOPPEZ DES AMBASSADEURS



Les chercheurs d'emploi font 3 fois plus confiance aux employés, qu'aux employeurs.

Vos employés sont les mieux placés pour faire la promotion et défendre votre marque employeur. Ceux-ci font vivre votre culture organisationnelle et sont guidés par votre mission et vos valeurs. Votre marque employeur débute, et se développe donc, à l'intérieur même de votre organisation.

Procédez à des **entretiens et des témoignages audio ou vidéo** et partagez le tout sur votre **site Web** ainsi que sur vos différentes **plateformes sociales**. Demandez-leur également de partager ces pièces de contenu sur leurs **réseaux sociaux respectifs**.

Encore une fois, **faites appel à l'émotion et à l'authenticité** afin de toucher vos différents types de candidats. Selon une étude de LinkedIn, les chercheurs d'emploi font 3 fois plus confiance aux employés, plutôt qu'aux employeurs, afin d'obtenir des informations crédibles sur le climat qui règne au sein d'une organisation.

Saviez-vous que tous les candidats, retenus ou non dans votre processus d'embauche, peuvent agir en tant qu'ambassadeurs ? Ayez ceci en tête afin de **mettre en place un processus empathique** de recrutement qui incitera les talents à demeurer à l'affût de toutes vos offres d'emploi futures. Et, qui les incitera également à partager celles-ci, dans leur cercle de connaissances.

7 ÉTABLISSEZ UN PROCESSUS D'INTÉGRATION



D'autant plus important dans le contexte actuel du télétravail.

Mettre en place un processus d'intégration d'un nouvel employé au sein de votre organisation représente une autre étape importante, pour ne pas dire essentielle. Celui-ci doit ressentir une impression positive dès ses premières journées dans votre entreprise. Au risque de vous faire mauvaise réputation et de rechercher une autre opportunité d'emploi.

Cette étape est **d'autant plus importante dans le contexte actuel du télétravail**. Un nouvel employé peut se sentir vite isolé, désemparé, voire stressé.

D'ailleurs, afin de faciliter cette importante étape pour vos nouveaux employés, consultez notre article Comment bien accueillir et intégrer les nouveaux employés en télétravail. Le tout, afin d'assurer une expérience des plus positives pour ceux-ci et ainsi renforcer votre marque employeur.

Et vous pouvez également procéder à des **sondages d'intégration ainsi qu'à des sondages de départ** d'employé afin d'effectuer un suivi efficace de leurs impressions.

8 OPTEZ POUR UN DÉVELOPPEMENT CONTINU



Offrir des opportunités d'apprentissage et de développement continu à vos employés est l'une des promesses les plus fortes que vous puissiez faire afin de permettre à votre organisation de se démarquer.

Investir dans le développement de vos membres permet de fidéliser ceux-ci et représente autant une **force de rétention**, qu'une f**orce d'attraction**.

Que ce soit sur votre **site Web** ou sur les **réseaux sociaux**, faites-en la promotion en partageant des **histoires inspirantes de vos employés** qui ont pu en bénéficier.

Offrir une progression de carrière stimulante fait toute la différence entre un employé qui vous sera fidèle sur le long terme et un autre qui sera prêt à vous quitter pour l'un de vos compétiteurs.

Et saviez-vous que vous pouvez offrir une progression de carrière à vos employés, sans être obligé de donner des promotions ou des augmentations salariales ?

Le développement continu est autant une force de rétention, qu'une force d'attraction.



Le tout commence par évaluer votre réputation via un audit interne.

Votre marque employeur existe déjà et existera toujours... que vous en fassiez quelque chose ou non.

Si vous ne vous occupez pas activement de celle-ci, d'autres s'en chargeront à votre place.

Alors, mettez toutes les chances de votre côté et exposez votre culture de la meilleure des façons.

Et, **le tout commence par évaluer votre réputation via un audit interne**.

Amélio vous permet de découvrir les préoccupations de vos employés afin que vous puissiez développer une marque employeur forte et ainsi attirer et retenir les meilleurs talents.

Découvrez tout ce qu'Amélio peut générer pour bonifier l'expérience employé dans votre organisation, au cours de la prochaine année, grâce à cette **vidéo de 5 minutes**.