

Déployer une stratégie digitale de marque employeur

Dans un environnement digitalisé et concurrentiel, la marque employeur ne peut plus se limiter à un discours institutionnel : elle doit s'incarner sur les canaux digitaux et s'appuyer sur une stratégie de contenus cohérente et mesurable.

Cette formation permet aux entreprises de structurer une stratégie digitale de marque employeur afin d'attirer, recruter et fidéliser les talents grâce aux outils numériques.

Basée sur des cas concrets et des exemples réels, elle permet de :

- Clarifier une promesse employeur adaptée aux canaux digitaux
- Construire une stratégie de contenus RH sur les réseaux sociaux
- Optimiser la visibilité des offres d'emploi en ligne
- Mobiliser les collaborateurs comme ambassadeurs digitaux
- Mettre en place des indicateurs de performance RH et digitaux

La formation alterne apports méthodologiques, ateliers pratiques et analyse des supports digitaux existants des participants pour une application immédiate.

Durée : 8.00 heures

Profils des stagiaires

- Dirigeant.e
- Responsable RH
- Chargé.e de recrutement
- Responsable communication
- Responsable marketing
- Toute personne impliquée dans la stratégie digitale marque employeur

Prérequis

- Aucun prérequis technique avancé n'est nécessaire.
- Il est recommandé d'avoir des enjeux de recrutement ou de communication RH en cours.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de la marque employeur digitale
- Définir une promesse employeur différenciante et visible en ligne
- Identifier les personas candidats et leurs usages digitaux
- Construire des messages RH adaptés aux réseaux sociaux

- Élaborer une stratégie de contenus marque employeur
- Optimiser la diffusion des offres d'emploi en ligne
- Définir et suivre les KPI digitaux liés au recrutement

Contenu de la formation

- Structurer sa stratégie digitale de marque employeur
 - Positionner la marque employeur dans la stratégie digitale globale
 - Définir la promesse employeur (EPV) adaptée au digital
 - Identifier les preuves concrètes et mesurables valorisables en ligne
 - Aligner culture interne / image digitale
- Définir ses cibles et messages RH digitaux
 - Définir les personas candidats
 - Identifier leurs motivations et freins
 - Identifier leurs canaux et usages digitaux
 - Adapter le ton et les formats selon les plateformes
 - Structurer une expérience candidat digitale cohérente (annonces, délais, onboarding, communication)
- Déployer une stratégie de contenus RH en ligne
 - Définir les formats de contenus adaptés (vidéos, témoignages, carrousels, articles)
 - Construire une charte éditoriale RH
 - Élaborer un calendrier éditorial
 - Mobiliser les collaborateurs comme ambassadeurs
 - Utiliser l'IA pour produire et planifier les contenus
 - Optimiser les offres d'emploi
- Piloter la performance digitale du recrutement
 - Construire un entonnoir de recrutement digital
 - Mesurer la visibilité et l'engagement
 - Identifier les KPI marque employeur digitaux (taux de clic, candidatures, conversion)
 - Suivre la e-réputation employeur (avis, Glassdoor, réseaux sociaux)
 - Ajuster la stratégie grâce aux données

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Manager de transition et formatrice, Céline accompagne les TPE, PME et grands comptes. Au cours de son parcours, elle a recruté et managé de nombreux collaborateurs pour son entreprise et pour ses clients, en travaillant sur l'alignement entre discours RH, la communication digitale et les pratiques managériales. Ses formations sont résolument opérationnelles, basées sur des cas concrets issus du terrain, afin de permettre une application immédiate et cohérente dans le contexte professionnel des participants.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Etudes de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.

BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

1600.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI