

World Employer Branding Day

# LES 10 MEILLEURES ASTUCES

Marque Employeur 2023-2024

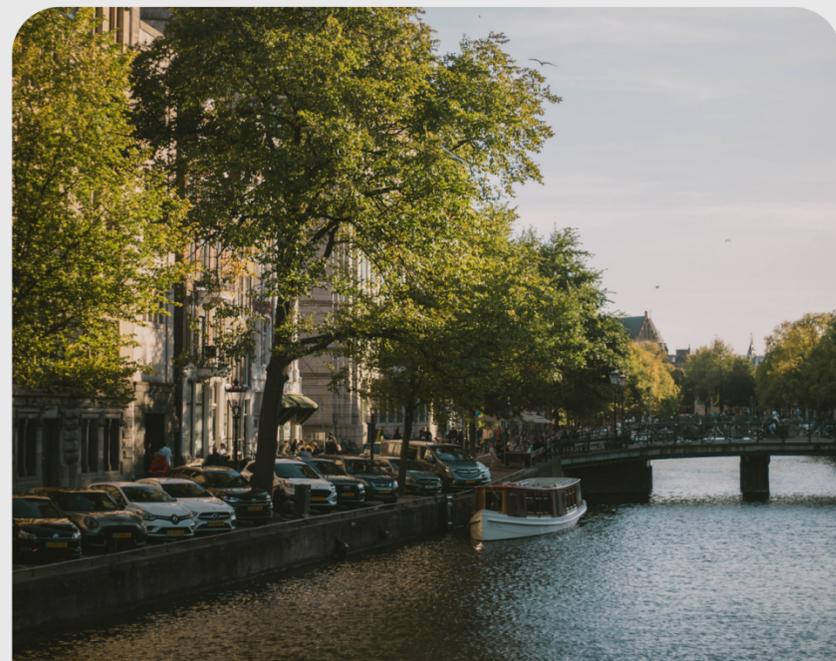


Les 18 et 19 octobre derniers, Amsterdam a accueilli le prestigieux **World Employer Branding Day**, un sommet international réunissant des acteurs majeurs de l'industrie de la marque employeur. L'événement a été l'occasion pour notre équipe de participer et d'acquérir une richesse d'informations pertinentes dans le but d'améliorer nos pratiques en matière de renforcement de l'image de l'employeur et de répondre aux différents défis vécus par nos collaborateurs quant aux enjeux liés à la main-d'œuvre.

Nous avons donc compilé **les 10 notions que nous avons jugé les plus enrichissantes** de ce sommet. Les thèmes clés de l'événement souvent répétés au travers des ateliers et des conférences étaient reliés, entre autres, à la **Proposition de Valeurs à l'Employé**, à la **voix des employés** dans une stratégie de communication, à l'impact des **réseaux sociaux** et l'importance de la **collaboration entre départements**.

Nous avons eu la chance d'être accompagnées tout au long de ce sommet par des entreprises de renommée internationale nous partageant de réelles études de cas. Nous avons donc tenté de vulgariser et condenser l'ensemble des informations reçues et perçues selon nos 4 expériences individuelles pour vous permettre de **bénéficier des informations les plus pertinentes et actuelles** en ce qui a trait à la marque employeur.

Si jamais vous avez des questions ou si vous souhaitez approfondir la question, n'hésitez pas à nous contacter. Il nous fera plaisir d'ouvrir le sujet avec vous. **Bonne lecture !**



# LES ASTUCES

---

01 – Le Pouvoir du Témoignage : Mettre en avant vos employés dans vos communications

---

02 – La Proposition de Valeurs à l'Employé : Un pilier de la réussite organisationnelle

---

03 – Éclairer Votre Marque Employeur : L'impact incontournable de la vidéo

---

04 – Mesurez votre Stratégie : Suivre l'impact sur l'investissement

---

05 – Les Sondages RH : Boussole de la marque employeur

# LES ASTUCES

---

06 – Libérer la Créativité : Éviter la monotonie de la marque employeur

---

07 – Éclairer Votre Culture d'Entreprise : Un culture book créatif et interactif

---

08 – Briser les Silos : L'Union de ressources humaines et du marketing

---

09 – Intégrer la PVE à Tous les Stades du Parcours de l'Employé : La clé d'un message cohérent

---

10 – Les Priorités des Candidats : Les thèmes recherchés par les candidats

# 01 – Le Pouvoir du Témoignage : Mettre en avant vos employés dans vos communications

# 24x

Un message partagé par un employé sur les réseaux sociaux est partagé 24 fois plus que lorsqu'il est diffusé par la marque elle-même.

Source : Business2Community



**Astuces** : Mettez en place des activités permettant aux employés de repartager le contenu. Créez du contenu à l'interne et faites participer vos employés pour qu'ils puissent être fiers de le repartager sur leurs propres réseaux.

Utilisez le contenu vidéo pour diffuser des témoignages authentiques des employés. Offrez des récompenses aux employés les plus actifs et engagés. Établissez un guide des bonnes pratiques d'utilisation des réseaux sociaux.

## 01 – Le Pouvoir du Témoignage : Mettre en avant vos employés dans vos communications

Vos employés sont les mieux placés pour témoigner de l'expérience employée et de la culture de votre entreprise. Il a été répertorié qu'**un message partagé par un employé sur les réseaux sociaux est partagé 24 fois plus que lorsqu'il est diffusé par la marque elle-même.** Lorsqu'un employé partage son expérience positive ou ses réussites professionnelles, cela résonne de manière bien plus significative auprès du public que si la marque véhicule le même message.

Les publications des employés sont souvent perçues comme plus **authentiques et dignes de confiance**, ce qui les rend plus virales. Le bouche-à-oreille généré par les employés peut être un outil précieux pour attirer de nouveaux talents et renforcer la réputation de l'entreprise en tant qu'employeur de choix. C'est pourquoi il est essentiel d'encourager et d'accompagner les employés à devenir des champions de la marque employeur sur les plateformes de médias sociaux.

Comment récolter les témoignages de vos employés ? Comme les témoignages des employés se doivent d'être authentiques et honnêtes, nous parlons ici de **mobilisation** pour encourager les employés à faire part de leur expérience dans l'entreprise.

Ce peut être au travers de divers moyens de communication tels que via les **plateformes de recrutement** comme Indeed et Glassdoor, via des **témoignages écrits** qui seront présents sur la **page Carrière** de l'entreprise ou encore de **vidéos témoignages** dans un objectif de diffusion sur les réseaux sociaux.

Les employés peuvent devenir de véritables **ambassadeurs de la marque**, mais pour ce faire ils doivent aimer l'entreprise et bien évidemment s'y sentir bien. Si ce n'est pas le cas à l'heure actuelle, il y aura un travail à faire au niveau de la culture même de l'entreprise avant de mettre en place ledit programme d'ambassadeur.

## 01 – Le Pouvoir du Témoignage : Mettre en avant vos employés dans vos communications

Par expérience, les publications les plus souvent repartagées et engageantes sur les pages d'entreprise sont celles mettant de l'avant les **employés dans leur contexte de travail** ou encore lors d'une **activité d'équipe**.

Une prise de contenu professionnelle à l'interne peut être une excellente manière de rassembler vos employés et récolter du **contenu de qualité** pour partager le tout sur les réseaux sociaux de l'entreprise. C'est toujours gratifiant de se voir dans son quotidien au travers de contenu professionnel et de qualité.

Lors de cette journée de prise de contenu, donnez la voix à vos employés pour leur permettre de **témoigner de leur expérience** dans l'entreprise. Vous pourriez être surpris de comment les gens peuvent embarquer et être motivés par ce type d'initiative.

Pour aller encore plus loin, vous pouvez mettre en place l'offre **d'avantages et récompenses** pour inciter la participation des employés. Évidemment, nous ne parlons pas de rémunération en échange de témoignages, ce qui irait à l'opposé de l'authenticité recherchée des témoignages, mais si vous avez un grand projet, un lancement, une annonce à venir, vous pourriez inviter vos employés à partager la bonne nouvelle tout en mettant en place un concours dont le tirage se fera parmi les employés ayant partagé la publication.

Finalement, pour accompagner vos employés, vous pouvez établir de **bonnes pratiques d'utilisation des réseaux sociaux**. Ça peut passer par une formation dans le processus d'intégration pour permettre aux employés de se familiariser dès le début avec l'utilisation des réseaux sociaux et d'en normaliser l'engagement.

## 02 – La Proposition de Valeurs à l'Employé : Un pilier de la réussite organisationnelle

65%

des candidats considèrent la proposition de valeur pour les employés comme la principale raison de postuler à un emploi.

69%

Les entreprises qui investissent dans une proposition de valeur forte pour les employés ont un taux de rotation du personnel inférieur de 69 %.

**Astuces** : Définissez clairement vos valeurs et avantages, en vous assurant qu'ils reflètent la réalité perçue par vos employés. Menez des sondages internes et externes pour comprendre les besoins des candidats et des employés.

Votre PVE doit être la base laquelle repose vos communications, qu'elles soient destinées à attirer de nouveaux talents ou à fidéliser vos employés actuels. .



## 02 – La Proposition de Valeurs à l'Employé : Un pilier de la réussite organisationnelle

La PVE, le thème officiel de la marque employeur en 2023. C'est sans aucun doute l'expression de choix de l'événement cette année. Si vous n'êtes pas familiers avec le terme, il s'agit de la **Proposition de Valeurs à l'Employé** qui représente **l'ensemble des avantages et valeurs vécues et perçues par les employés**. C'est ce que vous offrez en tant qu'employeur, mais également ce qui permet de vous distinguer.

Définir la PVE ce n'est pas uniquement une question de lister vos avantages et vos valeurs, c'est aussi tout un **travail d'analyse** pour vous assurer que ce que vous offrez dans votre proposition est bien la réalité vécue chez l'employé. Pour être bien aligné, il est important de mener un **sondage interne** et, si possible, externe pour sonder l'avis des employés actuels, des candidats retenus et non retenus, ainsi que des anciens employés.

C'est aussi tout un travail qui vous permet de connaître leurs **besoins** et d'analyser la manière que votre entreprise réussie actuellement à les combler et/ou qu'est-ce qu'elle doit mettre en place pour y répondre éventuellement.

Votre PVE agira comme **la base de toutes vos stratégies de communication**. Elle vous permettra d'attirer de nouveaux talents tout en restant fidèle à votre marque.

Que ce soit pour vos descriptions de poste, vos campagnes publicitaires, vos publications organiques, votre page carrière, vos communiqués, vous vous assurerez d'avoir un **message cohérent et authentique**. Une fois que vous aurez déterminé vos **arguments clés et vos piliers**, vous serez en mesure d'élaborer une stratégie de communication qui rejoindra efficacement le type de candidat recherché.

## 02 – La Proposition de Valeurs à l'Employé : Un pilier de la réussite organisationnelle

Une PVE forte permet à une entreprise de se **démarquer sur le marché de l'emploi et de créer une image attrayante en tant qu'employeur**. Elle aide également à aligner les attentes des employés avec les objectifs de l'entreprise, favorisant ainsi l'engagement et la rétention des collaborateurs.

## 03 – Éclairer Votre Marque Employeur : L'impact incontournable de la vidéo



**Astuces** : Utilisez les vidéos pour augmenter votre visibilité, votre engagement et le sentiment d'appartenance de vos employés. Partagez-les sur toutes les plateformes à votre disposition pour bénéficier des avantages de l'utilisation des vidéos dans sa stratégie de rayonnement.

95%  
%0↓

Les utilisateurs retiennent 95 % d'un message visionné en vidéo, contre seulement 10 % d'un message lu en texte.

17H🕒

En 2023, les gens regardent en moyenne 17 heures de vidéos en ligne par semaine

51%

des utilisateurs sont plus susceptibles de partager une vidéo avec leurs amis que tout autre type de contenu, ce qui fait de la vidéo le type de contenu en ligne le plus "partageable"

### 03 – Éclairer Votre Marque Employeur : L'impact incontournable de la vidéo

Un autre point qui est revenu à maintes reprises est l'importance de **l'utilisation des vidéos pour témoigner efficacement de l'ambiance de travail** et pour permettre aux employés de se projeter dans l'entreprise. Avec les plateformes sociales qui s'adaptent de plus en plus à la consommation de vidéo en ligne, il est impératif d'intégrer la vidéo dans sa stratégie marketing.

Les utilisateurs retiennent **95%** d'un message visionné en vidéo, contre seulement **10%** d'un message lu en texte. En 2023, les gens regardent en moyenne **17 heures** de vidéos en ligne par semaine. **51 %** des utilisateurs sont plus susceptibles de partager une vidéo avec leurs amis que tout autre type de contenu, ce qui fait de la vidéo le type de contenu en ligne le plus "partageable".

Si ces statistiques ne sont pas suffisantes, tournons-nous vers un aspect marque employeur alors que l'on recense que les campagnes utilisant des vidéos générées par les employés enregistrent une augmentation de **200 %** des clics vers les sites d'offres d'emploi. Les entreprises qui utilisent des vidéos d'employés constatent une augmentation de **140 %** de la mobilisation des employés. Lorsque les pages Carrières présentent des vidéos d'employés, ils enregistrent une augmentation de **36 %** des candidatures.

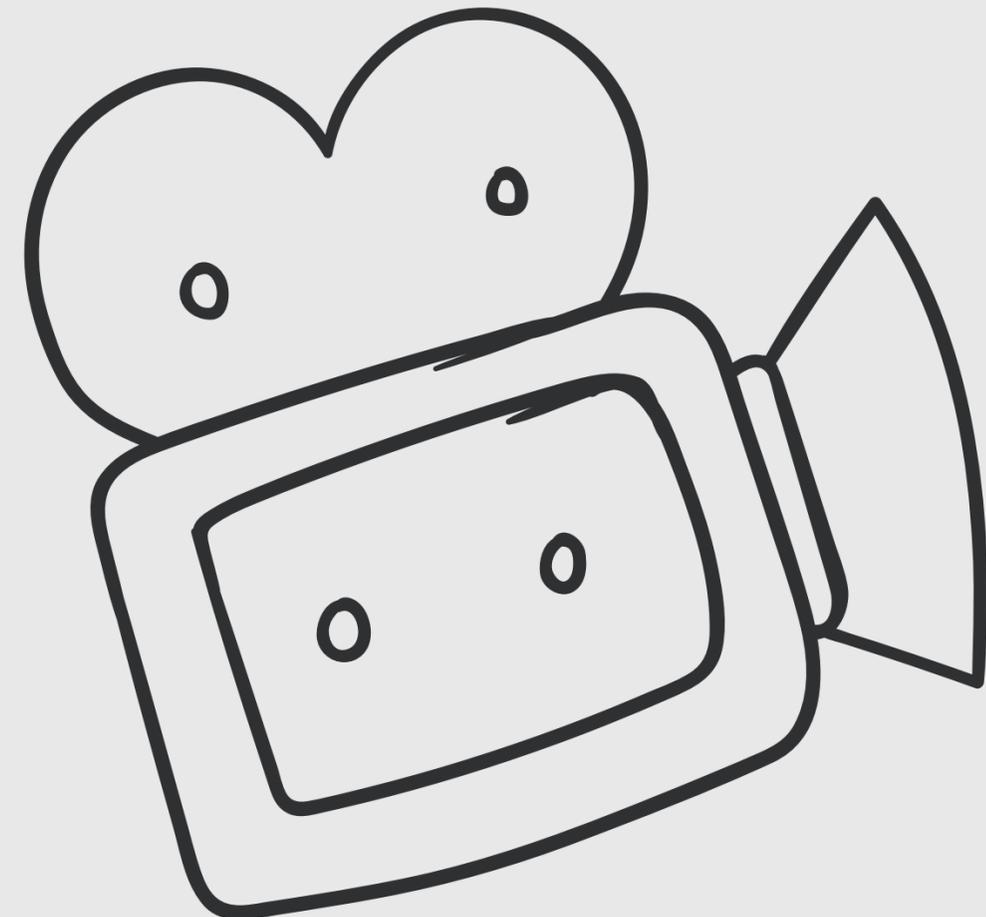
Les vidéos permettent aux candidats de percevoir l'expérience des employés actuels, ce qui renforce la crédibilité de la marque employeur. Les témoignages vidéo authentiques donnent aux candidats un aperçu réaliste de la culture de l'entreprise. **Elles offrent une transparence qui peut aider à établir la confiance.** En montrant l'environnement de travail et les employés dans leur quotidien, vous démontrez une volonté d'ouverture.

### 03 – Éclairer Votre Marque Employeur : L'impact incontournable de la vidéo

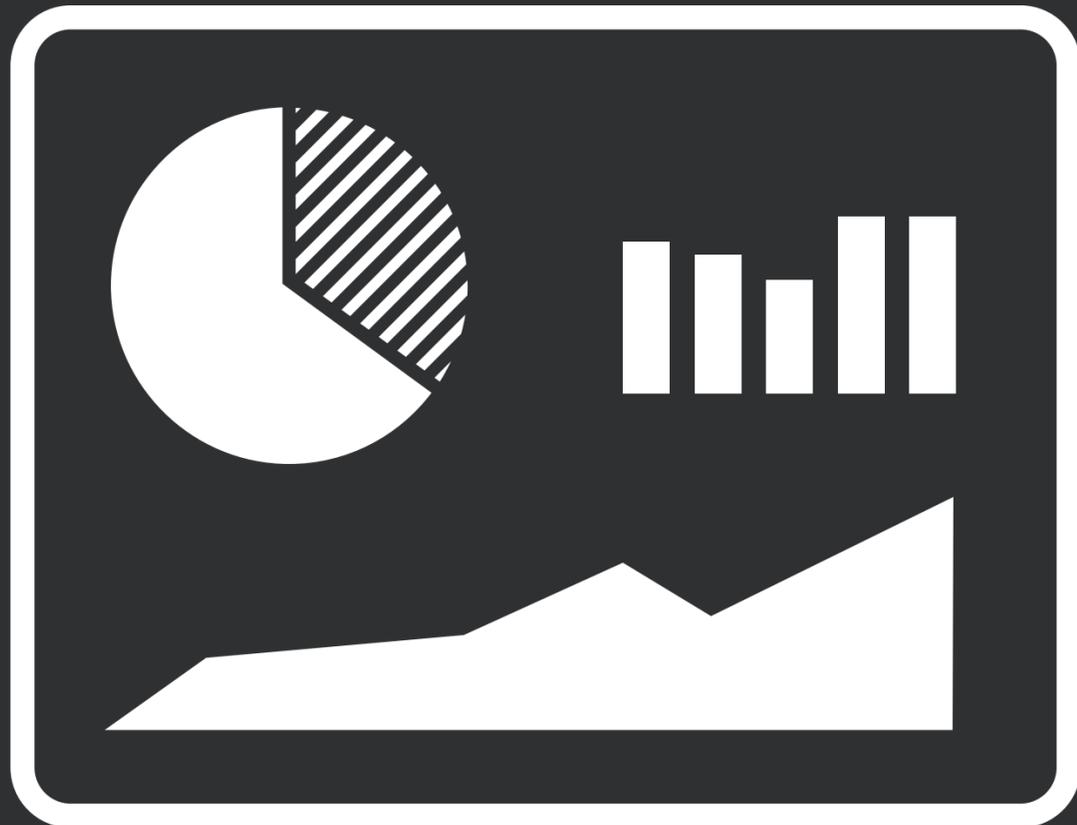
Elles sont un outil clé pour partager efficacement les témoignages des employés, partager leurs histoires et mettre en lumière leur quotidien. C'est aussi une manière engageante de faire participer les employés et **d'augmenter le sentiment d'appartenance envers l'entreprise**. Vos employés seront aussi portés à repartager les vidéos dans lesquels ils figureront, contribuant ainsi à la solidification de votre programme ambassadeur.

Il peut s'agir d'une vidéo de présentation de l'entreprise où sont mises de l'avant les valeurs de celle-ci, une vidéo de témoignage des employés dans laquelle l'expérience de l'employé est partagée, une vidéo qui décrit le poste à pourvoir pour faire changement de la classique description de poste écrite, vous pouvez même utiliser la vidéo pour vos formations et votre processus d'onboarding pour simplifier votre processus.

Une fois vos vidéos en main, **il est important de les partager sur le plus de plateformes possible**. Que ce soit sur votre page Carrière, vos plateformes de recrutement de choix, votre page Facebook, LinkedIn, Instagram et même TikTok. Prenez toutefois soin d'adapter votre contenu à la plateforme en privilégiant les formats recommandés.



## 04 – Mesurez votre Stratégie : Suivre l'impact sur l'investissement



Les entreprises qui mesurent leurs indicateurs de performance en matière de marque employeur sont mieux équipées pour s'adapter aux besoins changeants du marché du travail et aux préférences des employés.

# 75%

des entreprises qui mesurent régulièrement leurs indicateurs de performance affirment que cela a un impact positif sur leur rentabilité.

**Astuces** : Maximisez l'efficacité de votre stratégie de rayonnement de la marque employeur en mesurant et en agissant. Mesurez, analysez et adaptez. Commencez par évaluer ce qui fonctionne et ce qui peut être amélioré, en utilisant des données pour optimiser chaque étape du processus. Automatisez, simplifiez et améliorez l'expérience du candidat. Réduisez les coûts en identifiant les canaux de recrutement les plus rentables.



## 04 – Mesurez votre Stratégie : Suivre l'impact sur l'investissement

La mesure de l'efficacité de votre stratégie de rayonnement de la marque employeur est essentielle **pour comprendre ce qui fonctionne bien et ce qui peut être amélioré**. La mesure permet de déterminer si les ressources investies dans le processus de recrutement sont utilisées de manière efficace.

Les données collectées permettent **d'identifier les étapes du processus de recrutement qui peuvent être optimisées**. Cela peut inclure l'automatisation de certaines tâches, la simplification des procédures ou l'amélioration de l'expérience du candidat.

La mesure des efforts de recrutement peut aussi vous aider à réduire les coûts qui y sont liés. **En identifiant les canaux de recrutement les plus rentables, vous pouvez allouer vos ressources de manière plus efficace**.

Plusieurs indicateurs de performance peuvent être suivis et mesurés tels que le **taux de rétention des employés** en mesurant combien d'employés restent dans l'entreprise sur une période donnée, **la satisfaction des employés** en menant des enquêtes de satisfaction et en récoltant les commentaires et points d'amélioration. Cela vous permettra également de surveiller les changements dans la perception de votre entreprise en tant qu'employeur au fil des initiatives.

Il est aussi important de suivre les résultats de vos efforts marketing en gardant en tête le **taux de clics et de conversion** de vos campagnes, le **coût par clic**, les **impressions, l'engagement** sur vos réseaux sociaux au travers des "J'aime", des commentaires, des partages et des nouveaux abonnements.

## 04 – Mesurez votre Stratégie : Suivre l'impact sur l'investissement

Vous pouvez également calculer le **coût par embauche** en divisant le coût total de votre stratégie de PVE par le nombre d'embauches réussies. Une PVE efficace peut réduire ce coût. Et finalement, établissez des **indicateurs clés de performance (KPI)** liés à votre PVE, tels que la **productivité**, la **réduction de l'absentéisme**, **l'augmentation de la satisfaction client**, etc., et suivez leur évolution.

# 05 - Les Sondages RH : Boussole de la marque employeur



**Astuces** : Développez la transparence de votre culture d'entreprise en lançant des sondages RH réguliers, utilisez des outils en ligne pour économiser des coûts, écoutez vos employés, prenez des mesures, améliorez la communication interne, et renforcez leur satisfaction.

# 40%

Les entreprises qui mesurent régulièrement l'engagement des employés ont un taux de rotation inférieur de 40 % par rapport à celles qui ne le font pas.

# 65%

des employés sont plus susceptibles de rester dans une entreprise qui recueille régulièrement leurs commentaires.

# 74%

des entreprises utilisent des sondages pour personnaliser leurs avantages et programmes en fonction des besoins et des préférences des employés.

## 05 – Les Sondages RH : Boussole de la marque employeur

Les sondages RH aident à **promouvoir une culture d'entreprise transparente et axée sur l'amélioration continue**. Les employés se sentent écoutés et valorisés, ce qui renforce l'engagement envers l'entreprise.

En écoutant les employés et en prenant des mesures basées sur leurs commentaires, l'entreprise peut améliorer la satisfaction des employés. Des employés satisfaits sont plus susceptibles de devenir de véritables ambassadeurs de la marque employeur.

Par exemple, de nombreux employés estiment que le télétravail peut être associé à la solitude, mais il est important de se demander si c'est réellement le cas ou plutôt le manque de communication à l'interne.

Les sondages RH jouent un rôle essentiel en **améliorant la communication interne**, en donnant aux employés la possibilité de s'exprimer.

Cela contribue à promouvoir **la transparence et la collaboration** au sein de l'entreprise.

Plusieurs logiciels en ligne permettent de prendre le pouls de vos employés régulièrement comme **Office Vibe** et **Amélio**. Il vous est aussi possible de créer votre propre sondage et d'analyser les résultats par vous-même pour sauver des coûts.

C'est une pratique qui vous permettra d'acquérir une **culture d'entreprise solide** et une **satisfaction élevée des employés** permettant de renforcer la réputation de l'entreprise en tant qu'employeur de choix et d'attirer les meilleurs talents sur le marché.

## 06 – Libérer la Créativité : Éviter la monotonie de la marque employeur

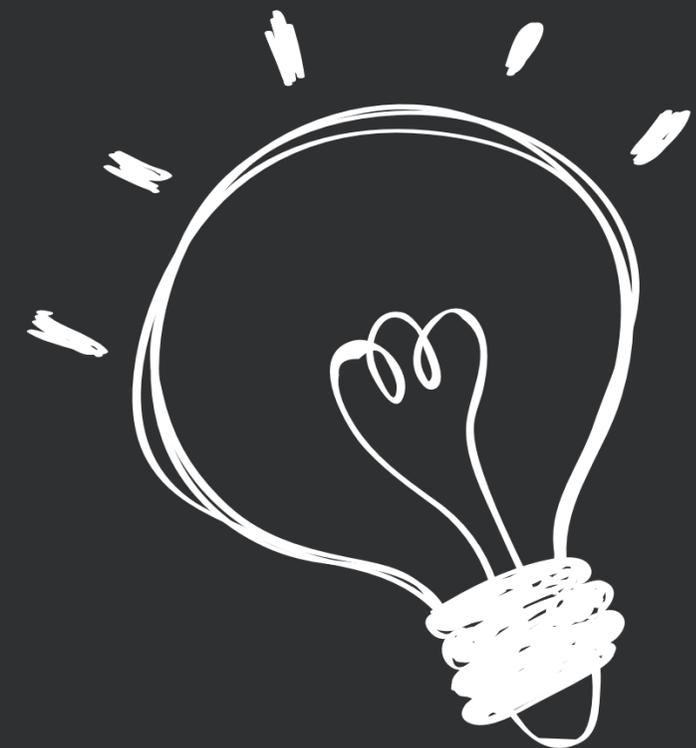
82%

des entreprises considèrent que la créativité est importante pour leur culture d'entreprise. Une culture créative peut renforcer la marque employeur.

15%

Une étude révèle que seuls 15 % des actifs de marque sont "véritablement distinctifs".

**Astuces** : Utilisez la technique des 5 Whys pour creuser profondément et échapper aux clichés. Identifiez ce qui vous rend unique, puis prouvez cet argument avec une action majeure, que ce soit une vidéo de recrutement créative, des journées d'immersion, ou des campagnes de recrutement à impact social. Ne suivez pas la norme, soyez un employeur qui se démarque et inspirez les candidats à postuler.



## 06 – Libérer la Créativité : Éviter la monotonie de la marque employeur

“Rejoignez notre équipe dynamique”, “Votre carrière commence ici”, “Équipe motivée recherchant un joueur d'équipe.”. Combien de fois avons-nous lu ces phrases dans des descriptions de poste ?

Lors de la journée d'ateliers du 18 octobre, nous avons eu comme présentateur **Matt Johnson** qui est Directeur exécutif de la création chez **Stafford Long & Partners et Penna**. Dans sa présentation, il a utilisé le terme **Employer Blanding** pour faire référence aux phrases génériques qui se confondent de description de poste en description de poste, mais aussi au manque de créativité dans les campagnes de recrutement.

Une étude révèle que seuls **15 %** des actifs de marque sont "véritablement distinctifs". Alors, comment réellement réussir à se démarquer en tant qu'employeur ? **Il a été démontré que les marques qui ont une promesse claire performant mieux que leurs concurrents.**

Nous en revenons donc à l'analyse de la PVE qui permet d'établir de bonnes bases pour une stratégie de communication efficace et créative.

Nous avons été invités à réfléchir à ce qui nous distingue en tant qu'employeurs en utilisant **la technique des 5 Whys** pour creuser plus profondément que les évidences et échapper aux clichés. Commencez par vous demander ce qui rend votre entreprise unique en tant qu'employeur, puis continuez à poser la question **'Pourquoi ?'** à chaque réponse pour parvenir à une **phrase claire et concise**. Vous aurez donc trouvé votre argument, votre promesse en tant qu'employeur.

La prochaine étape est de trouver les moyens pour prouver cet argument. Nommé **The Big Splash**, il doit s'agir d'une action importante menant à prouver le point de distinction au type de candidats que vous souhaitez embaucher.

## 06 – Libérer la Créativité : Éviter la monotonie de la marque employeur

Que ce soit de faire une vidéo de recrutement créative, d'organiser des journées d'immersion, d'utiliser des plateformes créatives et d'expérimenter le partage de différents types de contenu, de lancer une campagne de recrutement à impact social, d'utiliser le marketing d'influence pour faire valoir votre marque employeur, toutes les idées sont bonnes. **Il suffit de trouver LA bonne action d'envergure** qui vous permettra de vous distinguer comme employeur.

## 07 – Éclairer Votre Culture d'Entreprise : Un *Culture Book* créatif et interactif

**Astuces** : Transformez votre *Culture Book* et votre manuel employé en des outils de références conviviaux et engageants. Offrez un contenu créatif et visuel qui mettra en lumière les valeurs, l'histoire, les politiques et les avantages de votre entreprise. En investissant dans une présentation innovante, vous favoriserez l'alignement et la cohérence des actions de vos employés.

# 76%

La publication d'un culture book peut renforcer la transparence et la confiance au sein de l'entreprise. Une enquête de Energage a montré que 76 % des employés font davantage confiance à leur direction lorsque la culture d'entreprise est clairement communiquée.

Source : Energage, Harvard Business Review

# 13,9%

Lorsque les employés comprennent et adhèrent à la culture de leur entreprise, cela peut contribuer à la rétention. Une étude de Harvard Business Review a révélé que les entreprises ayant une culture forte ont un taux de rotation inférieur de 13,9 %.



## 07 – Éclairer Votre Culture d'Entreprise : Un *Culture Book* créatif et interactif

Est-ce que vos employés ont une idée claire de vos valeurs, votre mission et votre vision d'entreprise ? Des outils comme les *Culture Books* et les manuels d'employé permettent de **clarifier et communiquer l'identité de l'entreprise**. Ces outils sont toutefois souvent remis en main propre en début d'emploi et ils sont souvent oubliés ou laissés pour compte.

Votre *Culture Book* doit devenir **un outil de référence pour vos employés tout en étant convivial et intuitif à consulter**. Optimisez votre documentation pour qu'elle soit informative et engageante pour vos employés. Votre contenu se devra d'être organisé de manière logique et compréhensible. Des éléments graphiques aident à imaginer vos propos tout en rendant le contenu plus vivant et accessible.

Le classique **manuel employé** permet de présenter **les politiques, les procédures, les avantages et les responsabilités** de chacun tandis que le *Culture Book* se

concentre sur la culture de l'entreprise en **mettant en lumière les valeurs, la vision et l'identité même de l'entreprise**. Il peut y contenir des histoires, des témoignages, des images et des vidéos qui permettent d'inspirer, de motiver et de favoriser un sentiment d'appartenance.

Il y a donc moyen de combiner les deux pour faciliter l'intégration du lot d'informations associées aux politiques et procédures tout en permettant à l'employé de se familiariser avec la culture de l'entreprise. Le *Culture Book* est souvent **créatif et visuel**, il présente les valeurs fondamentales, l'histoire de l'entreprise, les politiques et les avantages, les engagements sociaux ou communautaires de l'entreprise, des témoignages de toutes sortes et bien d'autres.

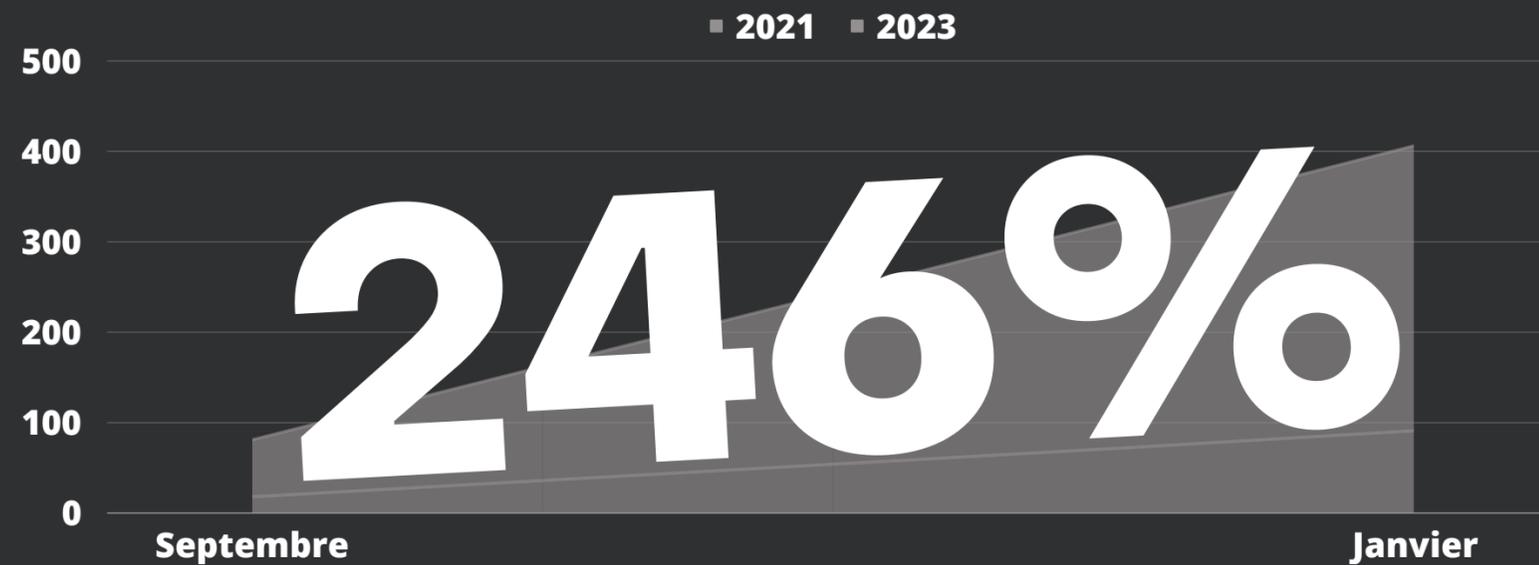
## **07** – Éclairer Votre Culture d'Entreprise : Un *Culture Book* créatif et interactif

Ces documentations peuvent être remises en version papier, mais elles peuvent aussi être **présentées de façon innovante sur une plateforme Web** accessible aux employés pour une consultation rapide et intuitive. Cette plateforme peut être un sous-domaine du site de l'entreprise et accessible via un accès employé. Vos pages peuvent être présentées sous différents onglets pour faciliter la navigation et vous aurez plus de flexibilité pour l'ajout de contenu interactif tel que des vidéos et des formulaires de contact.

L'objectif est de **faciliter l'accès à cette documentation pour que votre équipe s'y réfère intuitivement** et que l'information soit bien comprise et mémorisée. Cela favorisera un meilleur alignement et une plus grande cohérence dans les actions des employés.

# 08 – Briser les Silos : L'Union des ressources humaines et du marketing

**Astuces** : Unissez vos forces et collaborez entre les départements pour renforcer votre entreprise. Brisez les silos entre les ressources humaines et le marketing pour aligner les équipes, uniformiser le message et créer une marque employeur cohérente.



Lors d'un mandat dans lequel la collaboration interdépartementale était cruciale, nous avons été en mesure d'augmenter la réception de CV de 246% en seulement 1 an,



## 08 – Briser les Silos : L'Union des ressources humaines et du marketing

L'idée de travailler individuellement et par département est révolue; **les entreprises se doivent d'unir leurs forces et de collaborer.** Briser les silos entre les départements des ressources humaines et du marketing est un enjeu de plus en plus important pour les entreprises modernes. **La collaboration entre ces deux secteurs peut apporter de nombreux avantages,** à la fois en termes de gestion des talents et de développement de la marque.

Unir les forces des différents départements permet **d'aligner les équipes vers des objectifs communs.** Le département des ressources humaines permet de mettre en place la marque employeur tandis que celui du marketing permet de la promouvoir. Un travail commun permet d'uniformiser le message et de le rendre plus cohérent à l'interne et à l'externe. C'est essentiel afin de **créer une image forte de la marque employeur** tout en créant une synergie qui profite à l'entreprise dans son ensemble.

La promotion de la marque employeur se doit d'être faite en bonne connaissance de la culture de l'entreprise et des attentes des candidats. Le département des ressources humaines est le mieux placé pour fournir ce type d'informations pour partager une culture authentique à l'entreprise.

L'usage des réseaux sociaux est un outil puissant pour promouvoir la marque et permettre à l'entreprise de gagner en visibilité et en notoriété. Selon Glassdoor, **79% des candidats recherchent des informations sur les réseaux sociaux** avant de postuler pour un emploi. Selon CareerProfiles, **73% des milléniaux ont trouvé leur emploi actuel via un réseau social.** Il s'agit donc d'un incontournable pour mettre de l'avant vos postes à combler et votre culture d'entreprise.

## 08 – Briser les Silos : L'Union des ressources humaines et du marketing

Chez ORÄ, la collaboration entre départements nous a permis d'atteindre des résultats surprenants dans la réalisation de nos mandats. Lors d'un partenariat où la collaboration interdépartementale était cruciale, nous avons été en mesure d'**augmenter la réception de CV de 246% en seulement 1 an**, et ce, en partageant une vision commune, en diffusant des messages cohérents et en utilisant efficacement les médias sociaux. **Les candidats étaient donc mieux informés sur l'entreprise, ce qui a permis d'attirer des profils mieux adaptés et faciliter les efforts de recrutement.**

Il est aussi essentiel de comprendre que l'expérience des collaborateurs est indissociable de celle des clients. **Une culture d'entreprise positive et une expérience collaborateur enrichissante contribuent à fidéliser à la fois les employés et les clients.** De plus, le développement des compétences est un aspect crucial à la collaboration entre les départements. Il permet de renforcer la polyvalence et l'agilité des équipes et d'améliorer la performance globale de l'entreprise.

# 09 – Intégrer la PVE à Tous les Stades du Parcours de l'Employé : La clé d'un message cohérent

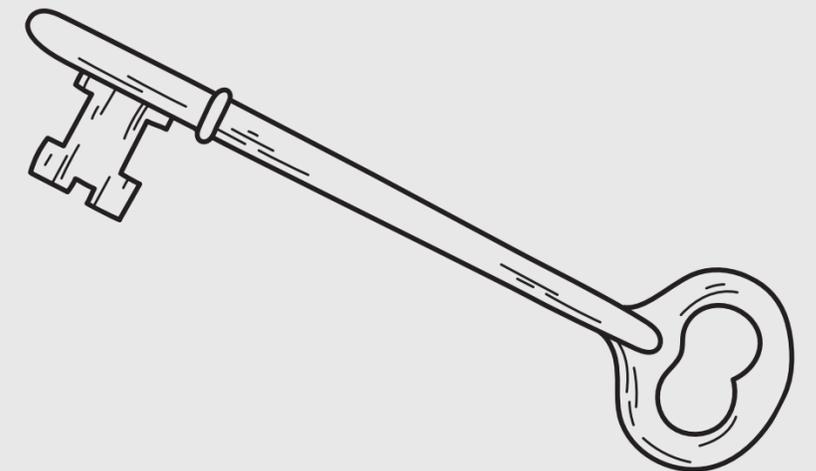
# 65%

des candidats considèrent la proposition de valeur pour les employés comme la principale raison de postuler à un emploi.

# 69%

Les entreprises qui investissent dans une proposition de valeur pour les employés forte ont un taux de rotation du personnel inférieur de 69 %.

**Astuces** : Intégrez la Proposition de Valeur Employé (PVE) à chaque étape du parcours de l'employé. Communiquez la PVE dès le processus de recrutement, investissez dans la croissance en intégrant la PVE dans le développement professionnel, assurez-vous que l'intégration des nouveaux employés correspond à leurs attentes et communiquez la PVE de manière cohérente pour renforcer la rétention et la culture d'entreprise.



## 09 – Intégrer la PVE à Tous les Stades du Parcours de l'Employé : La clé d'un message cohérent

L'intégration de la **Proposition de Valeur Employé (PVE)** à tous les stades du parcours de l'employé est essentielle pour garantir un **message cohérent et renforcer la satisfaction, l'engagement et la rétention des collaborateurs**. La PVE représente l'ensemble des **avantages, des valeurs et des expériences qu'un employé peut attendre de son employeur**. C'est un élément différenciateur pour une entreprise, un facteur clé pour attirer, retenir et motiver les talents.

**Dans le processus de recrutement**, il est primordial d'intégrer la PVE. Cela signifie communiquer clairement aux candidats potentiels ce que l'entreprise a à offrir en tant qu'employeur. **Attirer des candidats qui partagent les valeurs de l'entreprise peut conduire à des équipes plus engagées et plus alignées sur la culture de l'entreprise**. Les employés recrutés sur la base de la PVE sont plus susceptibles de s'engager, de rester fidèles à l'entreprise et de contribuer à sa réussite.

Cela renforce la culture d'entreprise, améliore la satisfaction des employés et contribue à bâtir une équipe solide et cohérente. En bref, intégrer la PVE dans les pratiques de recrutement est un investissement dans la croissance et la pérennité de l'entreprise.

Il est également important de garder en tête que la PVE ne s'arrête pas à l'embauche. Elle doit être intégrée dans les **plans de développement professionnel**, montrant comment l'entreprise s'engage à aider les employés à atteindre leurs objectifs de carrière. Cela peut inclure des **programmes de formation**, du mentorat et des **opportunités de croissance**, renforçant ainsi l'engagement à long terme des employés. Le développement professionnel peut d'ailleurs faire partie des piliers de la proposition de valeur employé. Il s'agit d'un aspect très sollicité chez les candidats.

## 09 – Intégrer la PVE à Tous les Stades du Parcours de l'Employé : La clé d'un message cohérent

**L'intégration des nouveaux employés** doit correspondre aux impressions du candidat avant l'embauche, en veillant à ce que les attentes des employés soient alignées avec la réalité. Une intégration réussie renforce la satisfaction et l'engagement à long terme. **Des sondages** peuvent être menés pour évaluer la perception des employés dans le processus d'intégration de l'entreprise. Les employés qui vivent une intégration positive et qui voient leurs attentes comblées sont plus enclins à s'investir dans la culture de l'entreprise.

La communication interne et cohérente de la PVE **tout au long du parcours de l'employé** est essentielle pour maintenir la satisfaction et l'engagement. La PVE doit être vécue au quotidien par les employés, renforçant ainsi la rétention et la construction d'une culture d'entreprise solide.

# 10 – Les Priorités des Candidats :

## Les thèmes recherchés par les candidats

**Astuces** : Soyez conscient des priorités de vos candidats et employés. Identifiez ce qui les attire et les retient. Interrogez-vous sur vos propositions quant à vos avantages, à votre culture, vos opportunités de développement, l'équilibre de vie ainsi que les relations au sein de l'équipe.

# 67%

des candidats citent la rémunération et les avantages comme l'un des principaux facteurs dans leur décision de postuler à un emploi.

# 93%

des candidats sont susceptibles de prendre en considération une opportunité de carrière si elle offre des possibilités de développement professionnel.



## **10 – Les Priorités des Candidats : Les thèmes recherchés par les candidats**

Comme dernière astuce, il est primordial d'être au fait quant à **ce qui attire et retient les candidats**. Il existe une réponse large à cette question quant à ce qui attire davantage l'ensemble des candidats, mais il est également important de bien connaître votre type de candidats pour comprendre ses réelles priorités. Vous pourrez donc trouver votre réponse par l'exercice de la PVE, mais d'ici là, voici les thèmes les plus recherchés actuellement par les candidats lors d'une recherche d'emploi.

### **Salaire et avantages financiers**

Les salaires et avantages financiers continuent d'être un point important dans la recherche d'emploi, et cela est particulièrement évident dans l'actuelle situation économique. Les candidats sont plus attentifs que jamais à la rémunération et aux avantages financiers offerts par les employeurs. La stabilité financière, la rémunération compétitive, les primes et les avantages sociaux ont un impact significatif sur la décision des candidats.

### **Culture d'entreprise et valeurs**

De plus en plus, les candidats recherchent à travailler au sein d'entreprises dont la culture et les valeurs correspondent aux leurs. Elles jouent un rôle essentiel dans la décision des candidats à postuler. Les candidats recherchent une entreprise dont la culture reflète leur vision. Les entreprises qui mettent en avant une culture d'entreprise positive attirent des candidats motivés et partageant les mêmes idéaux. De plus, une culture d'entreprise forte renforce l'engagement des employés et favorise la rétention.

## 10 – Les Priorités des Candidats : Les thèmes recherchés par les candidats

### **Opportunité de développement professionnel**

Le développement professionnel représente une opportunité d'évolution, d'apprentissage continu et d'amélioration de leurs compétences. Il s'agit d'un élément prioritaire pour beaucoup de candidats d'autant plus que ceux-ci sont de plus en plus axés sur le long terme. Lorsqu'un employeur investit dans le développement de carrière de ses employés, ça signifie une promesse d'opportunités et d'avancement. Les entreprises qui intègrent le développement professionnel dans leur PVE sont mieux positionnés pour attirer des candidats qualifiés et motivés.

### **Équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle**

Les entreprises qui reconnaissent l'importance de la possibilité de concilier leurs responsabilités professionnelles avec leur vie personnelle et qui intègrent des politiques de flexibilité comme le télétravail, des horaires flexibles ou des congés payés attirent des candidats soucieux d'une bonne qualité de vie tout en contribuant à une meilleure rétention des employés. En investissant dans des politiques de travail équilibrés, les employés montrent leur engagement envers le bien-être de leurs employés.

## 10 – Les Priorités des Candidats : Les thèmes recherchés par les candidats

### **Relation et équipe de travail**

Les relations et la qualité de l'équipe jouent un rôle important dans la satisfaction des employés. Travailler dans un environnement où les relations sont positives et que les opportunités d'échanges entre collègues sont encouragées peut avoir un impact significatif sur la qualité de vie professionnelle. Les opportunités d'échanges entre collègues, qu'elles se présentent sous forme de rencontre d'équipe, d'événements sociaux, de discussions informelles encouragent la créativité, le partage d'idées et renforcent les liens entre les membres de l'équipe. Il est donc important de favoriser un environnement de travail où les relations interpersonnelles sont prises en compte et cultivées.

Peu importe quelles sont les priorités de vos candidats et de vos employés, il est important d'y être à l'écoute et de mettre en place des initiatives qui y répondent pour assurer un bien-être collectif dans l'entreprise. Il est aussi important de mettre de l'avant ces initiatives sur les réseaux sociaux et de profiter des témoignages de vos employés satisfaits pour gagner en notoriété sur le Web.

En tant qu'employeur qui souhaite se distinguer sur le marché de l'emploi, il est impératif de travailler une **marque employeur forte pour attirer, retenir et motiver les meilleurs talents**. En investissant dans la création d'une culture d'entreprise positive, en mettant en avant les avantages uniques offerts aux employés et en communiquant ses atouts, une entreprise peut réussir à se positionner comme employeur de choix. Une marque employeur forte favorise non seulement le **recrutement de candidats de qualité**, mais elle contribue également à la **fidélisation du personnel existant** et à **l'amélioration de la réputation globale de l'entreprise**.

Après avoir pris connaissance de document, vous avez peut-être ajouté quelques éléments à votre liste de tâches à accomplir. Chez ORÄ, nous sommes conscients que la gestion des ressources humaines peut être complexe, exigeante et cruciale pour la réussite de toute organisation. Chaque entreprise est unique, et **nos solutions sont adaptées pour répondre à vos besoins spécifiques**. Nous sommes déterminés à vous aider à attirer, retenir et motiver les meilleurs talents pour votre entreprise, tout en renforçant votre réputation sur le marché de l'emploi.

Contactez-nous pour en discuter !

✉ [info@orapartenaires.ca](mailto:info@orapartenaires.ca)

📘 [/orapartenaires](https://www.facebook.com/orapartenaires)

📷 [@orapartenaires](https://www.instagram.com/orapartenaires)

🌐 [/orapartenaires](https://www.linkedin.com/company/orapartenaires)



Orä  
PARTENAIRES