

https://www.cairn.info/marque-employeur-mode-d-emploi--9782100819621.htm?ora.z_ref=cairnSearchAutocomplete



Marque employeur, mode d'emploi

Attirez vos candidats et fidélisez vos collaborateurs

Par **Clara Epiphane**

ANNÉE : **2021**

PAGES : **288**

COLLECTION : **Ressources humaines**

ÉDITEUR : **Dunod**

Page I à IV

- [Pages de début](#)

Page 1 à 2

- [Introduction. Qu'est-ce que la marque employeur ?](#)

Page 3 à 16

- [Présentation des intervenants](#)

Page 17 à 30

- [Marque employeur : les plus grands préjugés !](#)

Partie 1. Pourquoi développer votre marque employeur ?

Page 33 à 85

- [Chapitre 1. Comprendre les enjeux actuels et futurs des organisations](#)

Page 87 à 98

- [Chapitre 2. Identifier les périmètres et les acteurs de la marque employeur](#)

Page 99 à 110

- [Chapitre 3. Identifier les enjeux, les objectifs et les leviers de la marque employeur](#)

Page 111 à 119

- [Chapitre 4. Estimer les bénéfices et les facteurs de risque de la marque employeur](#)

Partie 2. Comment développer votre marque employeur ?

Page 121 à 122

- [Présentation](#)

Page 123 à 165

- [Chapitre 5. Mesurer et agir sur votre image employeur en réalisant votre autodiagnostic](#)

Page 167 à 191

- [Chapitre 6. Développer sa notoriété employeur](#)

- [Chapitre 7. Attirer et renforcer l'expérience candidats](#)

Page 225 à 271 **Les 5 commandements d'un recrutement réussi** Par Élodie Boidin

Tu auras **préparé ton recrutement** (tu auras fait le point avec tes équipes et tu sauras quelles sont les **compétences manquantes et/ou personnalités** dont tu as besoin).

Tu feras ton **deuil dès le départ** du « mouton à 5 pattes ».

Tu seras **sincère et authentique** (sur les **forces** de ton orga mais aussi sur ses **points de progrès**, tu seras lucide et resteras optimiste).

Tu seras ouvert·e et **à l'écoute (de profils qui ne présentent pas des parcours standards** ou de beaux diplômes mais qui sont courageux et qui ont envie de s'investir dans un projet).

Tu feras **participer plusieurs membres de ton équipe** au recrutement (définition du besoin, rencontre des candidats...) et tu prendras en compte leurs avis.

L'alternance est un réel atout pour le jeune et l'entreprise. C'est un levier important à développer pour faire face aux métiers délaissés, carencés ou méconnus...

- [Chapitre 8. Renforcer l'expérience collaborateurs](#)

Page 273 à 279 **L'expérience candidats** s'arrête là où l'expérience collaborateurs commence, à la signature du contrat de travail. Démarrant à un instant T, jamais elle ne s'arrête : « Collaborateurs un jour, collaborateur toujours ! »

Fidéliser implique de travailler tout autant sur le fond que sur la forme. Travailler véritablement sa marque employeur signifie aborder tous les sujets, plaisants comme déplaisants et apporter des bases solides. La cohérence et la cohésion : la cohérence signifie « aller dans le même sens » et la cohésion « ensemble », en résumé « aller ensemble, dans le même sens ». Cela peut sembler évident, mais l'exercice n'est pas si simple. Regardons les cas de dissonance possible entre cohérence et cohésion.

Dans un collectif avec cohésion mais sans cohérence, les équipes sont soudées, elles démontrent un véritable esprit d'équipe, de la confiance et de l'entraide, mais elles avancent dans des directions différentes. Le cap n'est pas clair, les décisions et les résultats sont parfois confus et non alignés avec la stratégie et les attendus.

Dans un collectif avec cohérence mais sans cohésion, les équipes avancent dans la bonne direction, prennent les bonnes décisions, mais sans réelle unité. C'est une somme d'individualités sans véritable esprit d'équipe ou entraide, rencontrant des difficultés à travailler ensemble et à communiquer.

Dans ces deux cas de figure, atteindre collectivement des objectifs communs peut s'avérer complexe. Comment avoir envie de rester dans une entreprise sans cohérence et/ou sans cohésion ...

- [Chapitre 9. Piloter sa réputation et sa marque employeur](#)

Page 281 à 282

- [Pour aller plus loin](#)

Page 283 à 284

- [Lexique](#)

Coworking : le coworking, ou cotravail, est une méthode d'organisation du travail qui regroupe un espace de travail partagé et un réseau de travailleurs pratiquant l'échange et l'ouverture. Juridiquement, cela se traduit par une location d'espaces partagés de travail.

Culture d'entreprise : la culture d'entreprise correspond à l'ensemble des valeurs, des comportements et des pratiques professionnelles commun au personnel d'une entreprise, et qui permet de différencier celle-ci d'une autre entreprise.

Employeur brand : marque employeur.

Employeur branding : stratégie de développement de la marque employeur.

Free-seating : lorsque les salariés n'ont pas de bureau attribué. Ils travaillent où il y a de la place.

GEPP : gestion des emplois et des parcours professionnels.

Grandes entreprises : une grande entreprise est une entreprise qui vérifie au moins une des deux conditions suivantes : avoir au moins 5 000 salariés ; avoir plus de 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires et plus de 2 milliards d'euros de total de bilan.

Jobboards : plateformes d'emplois.

RSE : la responsabilité sociétale des entreprises, également appelée responsabilité sociale des entreprises, est définie par la commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et à leurs relations avec les parties prenantes...

Marque employeur et travail expérientiel: La GRH dans l'économie des marques Livre labellisé par le Collège de Labellisation de la FNEGE Broché – Livre grand format, 20 octobre 2020

Un livre sur l'état de l'art de la marque employeur.

Marque employeur, marketing RH, expérience candidat, expérience collaborateur, réputation employeur : l'apparition de ces concepts a introduit un changement majeur en gestion des ressources humaines, en amenant à **penser le travail comme une expérience** et **en le faisant entrer dans l'économie des marques**, une économie où **l'attractivité d'un bien ou d'un service est liée à son image**. Dès lors, la gestion de la marque employeur suppose un important travail de pilotage et de valorisation de l'image de l'entreprise. **Elle accentue la dimension stratégique et marketing des ressources humaines, en particulier dans les domaines de la rémunération, du recrutement et du management des talents**. Elle prend également en compte les **aspects environnementaux qui influent sur l'image**, tels que les métiers et les territoires d'implantation. Cet ouvrage, issu des travaux du groupe de recherche thématique « Marque employeur et marketing RH » de l'Association francophone de Gestion des Ressources humaines (AGRH), invite à mettre en perspective les recherches menées sur la marque employeur. À travers les regards croisés de chercheurs en sciences de gestion, il propose un bilan des travaux et présente des résultats de recherches originaux. Praticiens, chercheurs et étudiants trouveront ici des éléments pour mieux appréhender l'importance du management de la marque employeur, dans ses dimensions internes et externes.

https://www.linkedin.com/safety/go?url=https%3A%2F%2Fwww.pearson.fr%2Fresources%2Fdownload.cfm%3FGC_OI%3D27440100065010%26thefile%3DF0203_Chap1.pdf%26securityToken%3DC10CE6A6EE1BC7A45D6D5F62AFA0791C.cfusion&trk=flagship-messaging-web&messageThreadUrn=urn%3Ali%3AmessagingThread%3A2-YmVjNDQ3Y2MtZDQ5Ni00ZDNiLWI1ZmEtY2QyYTYxODdiODg0XzAxMw%3D%3D&lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_feed%3Br43Cr0iqTsOofXtVjtvf%2FA%3D%3D