

DEJ RH

ATTRACTIVITÉ ET ENGAGEMENT

*Quelles sont les clés d'une
marque employeur performante ?*

LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR



Intervention réalisée par :

Philippine Riche, Fondatrice de

Key.Engage

priche@keyengage.fr - 06 45 75 48 91

12 avril 2024



LA MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur reflète l'image et la réputation d'une entreprise en tant qu'employeur. Elle se construit à travers des stratégies de marketing adaptées à la gestion des ressources humaines.

L'impact :

1. **Attractivité** : pourquoi un candidat rejoindrait cette entreprise ?
2. **Fidélisation** : pourquoi un collaborateur y resterait ?
3. **Engagement** : pourquoi un collaborateur s'y investirait ?
4. **QVT** : comment la marque employeur impacte-t-elle le bien-être et la productivité ?
5. **Réputation** : en quoi est-elle aussi un levier business ?

Les bénéfices :

- Augmentation de 50% des candidatures qualifiées
- Réduction de 43% des coûts d'embauche
- Diminution de 28% du taux de turnover



LES CHIFFRES CLÉS

- **61% des entreprises françaises rencontrent encore des difficultés de recrutement.**
- **83% des DRH ont placé la marque employeur au cœur de leurs priorités depuis 2023.**
- **91% des entreprises ont intensifié leurs investissements dans ce domaine.**

Candidats

- **93%** des candidats googlisent les entreprises avant de postuler.
- **67%** des candidats accepteraient un salaire moins élevé si l'entreprise propose un projet engageant.
- **70%** de la population active en 2030 sera de la génération X.



LES IDÉES PRINCIPALES À RETENIR

IDÉE N°1 : LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT COMMENCE AVEC LE PREMIER CONTACT DU CANDIDAT AVEC L'ENTREPRISE

- *93% des candidats googlisent les entreprises avant de postuler.*
- *Les générations Y et X accordent plus d'importance aux avis des consommateurs qu'à la communication de la marque.*

IDÉE N°2 : LES ASPECTS IMPORTANTS DU TRAVAIL POUR LES SALARIÉS EN 2024

- *La rémunération est le premier levier d'attractivité pour les candidats.*
- *Le sens au travail et la convivialité sont également importants pour les collaborateurs.*
- *L'animation tout au long du parcours collaborateur est un enjeu majeur.*

IDÉE N°3 : LES PRINCIPAUX RISQUES IDENTIFIÉS POUR LES SALARIÉS FRANÇAIS EN 2024

- *La perte de sens et l'ennui sont les principaux risques identifiés.*
- *Les compétences ont une durée de vie de plus en plus courte, nécessitant une formation régulière.*
- *L'animation et l'attractivité des missions sont des enjeux importants pour les salariés.*

IDÉE N°4: LES ÉTAPES D'UNE STRATÉGIE DE MARQUE EMPLOYEUR

- *Obtenir l'adhésion des dirigeants et partager des données décisives.*
- *Écouter et apprendre des collaborateurs et de l'environnement de l'entreprise.*
- *Façonner une approche authentique et cohérente.*
- *Promouvoir et communiquer sur les canaux appropriés.*
- *Mesurer et ajuster les actions en fonction des résultats.*



LES IDÉES PRINCIPALES À RETENIR

IDÉE N°5 : LES BONNES PRATIQUES À SUIVRE

- *Être authentique et éviter de se survendre.*
- *Responsabiliser les collaborateurs et les impliquer dans la stratégie.*
- *Informar la hiérarchie et obtenir son soutien.*
- *Cibler les messages en fonction de la cible et des leviers d'attractivité.*
- *Mesurer les résultats et ajuster la stratégie en conséquence.*

CONCLUSION :

Transformez votre stratégie de marque employeur en un véritable levier d'engagement et de performance durable.

CONSTRUCTION DE VOTRE STRATÉGIE DE MARQUE EMPLOYEUR



Étape 1 : Obtenir l'adhésion

- Commencez par convaincre les dirigeants.
- Utilisez des données impactantes.
- Impliquez les bonnes personnes dès le début.



Étape 2 : Écouter et apprendre

- Évaluez vos pratiques actuelles.
- Menez des études approfondies sur votre cible et votre marché.



Étape 3 : Façonner l'approche

- Soyez authentique et cohérent. Fixez des objectifs clairs.



Étape 4 : Promouvoir et communiquer

- Élaborez un plan de communication annuel, définissez les rôles et les responsabilités.



Étape 5 : Mesurer et ajuster

- Effectuez des retours d'expérience réguliers et suivez vos indicateurs de performance.



www.quintesens-management.fr

QuinteSens Lille

87, rue du Molinel, Business
Park, Bâtiment J
59700 Marcq-en-Baroeul

03 62 13 74 05

QuinteSens Paris

17 boulevard Saint Martin
75003 Paris

06 20 78 06 50

QuinteSens Nantes

2 rue Paré,
44000 Nantes

06 22 76 72 61