

Programme de formation – Développer sa marque employeur en PME (2 jours)

Objectifs pédagogiques

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et leviers de la marque employeur dans un contexte PME
- Diagnostiquer la perception de leur entreprise en interne et en externe
- Définir leur proposition de valeur employeur (EVP)
- Élaborer une stratégie de communication adaptée et réaliste
- Créer les premiers livrables concrets pour initier la démarche : offre d'emploi, contenu pour site carrière, posts réseaux sociaux, kit ambassadeur
- Construire un plan d'action à 90 jours pour structurer la mise en œuvre

Durée

2 journées complètes (14 heures de formation)

Public :

Dirigeant·e·s de PME, Responsable RH ou communication, Chargé·e de recrutement ou de développement RH, Toute personne impliquée dans l'attractivité ou la communication employeur

Pré-requis

Aucun prérequis technique. Une bonne connaissance de l'entreprise et de son fonctionnement RH est recommandée. Avoir accès à une offre d'emploi existante, des éléments de communication ou des retours collaborateurs est un plus pour les ateliers pratiques.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques illustrés d'exemples concrets (focus PME)
- Auto-diagnostics et exercices d'introspection
- Travaux en petits groupes
- Études de cas et benchmark d'entreprises inspirantes
- Ateliers pratiques avec création de livrables personnalisés
- Utilisation d'outils accessibles : Canva, ChatGPT, Trello, etc.
- Support pédagogique remis aux participants

Jour 1 – Poser les fondations d'une marque employeur PME

- **Introduction & mise en contexte**
 - Enjeux RH et recrutement en PME
 - Définition de la marque employeur
 - Différences entre grande entreprise et PME
- **Réaliser un diagnostic de l'existant**
 - Identifier les points forts & irritants internes/externes
 - Outils : mini-baromètre interne, revues des avis (Google, Indeed, Glassdoor), audit digital
 - 🛠 Livrable : grille de diagnostic personnalisée
- **Identifier ses cibles**
 - Définir des personas candidats
 - Analyser le parcours candidat et ses points de friction
 - Comprendre les leviers d'engagement collaborateur
 - 🛠 Livrable : fiche persona candidat
- **Construire son EVP (Employee Value Proposition)**
 - Articuler EVP autour des valeurs, culture, promesses RH
 - S'aligner avec la réalité du terrain et le storytelling PME
 - Livrable : ébauche d'EVP
- **Élaborer une stratégie de communication RH**
 - Choisir les bons canaux : site, réseaux sociaux, jobboards, ambassadeurs
 - Structurer un calendrier éditorial simplifié
 - Livrable : plan d'action marque employeur à 90 jours

Jour 2 – Création de livrables et mise en pratique

- **Atelier 1 : Réécriture d'une offre d'emploi**
 - Travailler le fond et la forme
 - Intégrer les éléments de marque employeur
 - Livrable : 1 offre optimisée
- **Atelier 2 : Créer ou améliorer sa page carrière**
 - Déterminer les contenus clés (valeurs, témoignages, visuels, etc.)
 - Proposer une maquette simple (structure, visuels, textes)
 - Livrable : maquette ou brouillon de page carrière
- **Atelier 3 : Élaborer une mini-campagne réseaux sociaux**
 - Définir un message fort et cohérent
 - Créer 3 posts (texte + visuel) pour LinkedIn ou Instagram
 - Livrable : 3 posts marque employeur prêts à publier
- **Atelier 4 : Kit ambassadeur collaborateur**
 - Règles de base d'un programme ambassadeur
 - Fournir un "starter pack" : idées de posts, messages types, visuels
 - Livrable : mini-kit ambassadeur (1 page)
- **Clôture**
 - Partage des productions
 - Conseils pour l'ancrage et le passage à l'action
 - Construction d'une feuille de route personnalisée

Livrables remis à l'issue de la formation

- • Grille de diagnostic de la marque employeur
- • Fiche persona candidat
- • EVP (proposition de valeur employeur)
- • Offre d'emploi optimisée
- • Maquette de page carrière
- • Mini-campagne réseaux sociaux (3 posts)
- • Kit ambassadeur
- • Plan d'action à 90 jours