

Les 11 trucs et astuces d'une marque employeur gagnante

FORMATION
CSMO
ESAC

Faites briller votre organisation auprès de vos futurs candidat-e-s. Attirez et fidélisez les talents en leur faisant vivre une expérience positive. Mettez de l'avant les valeurs et les particularités de ce qui vous démarque comme employeur de choix auprès de vos employé-e-s. Propulsez votre marque employeur avec les 11 astuces!

1

Travaillez en continu votre marque employeur!

Il ne s'agit pas d'un interrupteur qu'on allume ou qu'on éteint au moment où les employé-e-s quittent le navire ou lorsqu'il faut recruter.

La marque employeur se peaufine en continu et ce, tout au long de l'année. Pensez à l'intégrer dans vos stratégies de communications internes et externes.

La marque employeur est l'image d'une organisation auprès de ses employé-e-s et des candidat-e-s potentiel-le-s, et inclut par extension les efforts de marketing et de communication qui visent à l'améliorer et à la communiquer.

2

Identifiez ce qui vous rend unique et démarquez-vous!

Définissez quels sont vos facteurs d'attractivité. Pour cela, n'hésitez pas à consulter vos talents, car ils/elles sont vos meilleur-e-s ambassadeur-trice-s!

- Pour quelles raisons ont-ils/elles choisi votre organisation?
- Qu'est-ce qui fait une différence positive pour eux/elles?
- Quelles sont les caractéristiques distinctives de votre culture organisationnelle, de votre ADN?

3

Améliorez l'expérience candidat et employé!

Votre marque employeur reflète ce que les personnes vivent comme expériences et ce, autant les membres de votre équipe que vos futur-e-s candidat-e-s. Mettez toutes les chances de votre côté en les améliorant et posez-vous ces questions :

- Quels sont les irritants dans le processus de dotation?
- Quels éléments peuvent contribuer à rendre leur expérience distinctive?
- Vos employé-e-s sont-ils/elles heureux-ses au travail ?
- Pour quelles raisons quittent ou quitteraient-ils/elles votre organisation?

4

Faites de vos employé·e·s de véritables ambassadeur·drice·s!

Si vos employé·e·s vivent une expérience positive, ils/elles parleront de vous et seront plus enclins·es à vous recommander comme employeur de choix. Affichez leur témoignage sur votre site Internet ou sur vos réseaux sociaux. La reconnaissance obtenue et la fierté générée seront contagieuses!

À noter : N'oubliez pas de faire signer un formulaire de consentement à la captation et l'utilisation de l'image.

POURQUOI INVESTIR
DANS UNE MARQUE
EMPLOYEUR?

C'est simple! Le marketing RH est la clé pour **réduire le taux de roulement et gagner la « guerre » des talents.**

5

Utilisez les réseaux sociaux adéquats (où se trouvent vos cibles) pour faire rayonner votre organisation auprès de vos futur·e·s candidat·e·s!

Que ce soit pour partager du contenu d'expert, des nouvelles, des activités et/ou événements de votre organisation, vos publications reflètent l'image de votre organisation, mais aussi votre image de marque employeur. Prévoyez un calendrier de publications en fonction de la gestion de vos contenus.

L'erreur à éviter? Publier uniquement vos offres d'emplois. Des contenus diversifiés intéresseront un plus large public et contribuera à votre notoriété.

Notez bien : une description de poste n'est pas une offre d'emploi!

6

Invitez les gens à aimer, enregistrer, partager ou commenter vos publications sur les médias sociaux!

Favorisez les algorithmes. Invitez vos membres, bénévoles, employé·e·s, collègues, réseaux professionnels et membres du personnel à réaliser une de ces 4 actions, afin d'augmenter la visibilité de votre publication et donc, de votre organisation.

7

Faites de petites capsules vidéos pour parler de vous!

Pas besoin d'un scénario bien ficelé ou de matériel dernière génération. Le principal est de parler de votre réalité organisationnelle, que ce soit une vidéo de vos employé·e·s qui témoignent de leur expérience au sein de votre organisation ou simplement d'une activité réalisée avec vos membres.

Soyez authentique!

8

Définissez votre *persona* candidat et adaptez vos offres d'emploi!

Le temps est venu pour vous de recruter? Identifiez les principales caractéristiques de votre candidat·e potentiel·le. Posez-vous les questions :

- Que recherche-t-il/elle auprès d'une organisation?
- Quels avantages lui paraissent pertinents?

Mettez de l'avant ce qui rejoint votre *persona* candidat·e dans votre offre. Soyez court et concis. Il ne s'agit pas d'un descriptif de poste, mais bel et bien d'une offre qui doit susciter l'intérêt de votre futur talent.

9

Rejoignez votre cible : allez là où se trouvent les candidat·e·s!

Une fois votre *persona* candidat identifié, voyez où vous pouvez le rejoindre :

- Sur les sites d'affichage des Cégeps ou universités?
- Sur différents groupes dans les réseaux sociaux?
- Sur des sites spécialisés?
- Sur les sites Web des regroupements de l'économie sociale et/ou de l'action communautaire?

N'hésitez pas à demander aux candidat·e·s que vous rencontrez en entrevue où ils/elles ont vu votre offre et ce qui les a attiré·e·s à envoyer leur candidature pour miser sur votre stratégie gagnante et faire ressortir votre valeur ajoutée comme employeur.



10

Ayez une page Carrière sur votre site Web et/ou un bouton offres d'emploi sur Facebook!

N'hésitez pas à y présenter vos avantages sociaux en utilisant des icônes simples et claires.

Faites d'une pierre deux coups! Offrez la chance à vos recruteur·euse·s de rédiger une bio qui accompagnera leur photo. En plus d'être un moment de reconnaissance pour eux/elles, cela crée une proximité avec le/la candidat·e.

11

Mesurez vos résultats et adaptez votre plan d'action

Voici quelques suggestions de mesure :

- Comptabilisez le nombre de candidatures sur un poste;
- Réalisez un sondage de mobilisation des employé·e·s;
- Réalisez une entrevue de départ d'un·e employé·e.