

# Développer sa Marque Employeur



## Durée formation :

2 jours (15h)  
En présentiel



## Public visé :

6 à 8 personnes  
salariés de l'entreprise

► Responsables et chargés de communication, responsables recrutement, responsables Ressources Humaines.



## Intervenant(e) :

Lydia Della Vittoria



## Coût de la formation :

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur  
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.



## Supports :

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

## Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Comprendre le concept de marque employeur (rôle, avantages, objectifs, composantes...).
- Élaborer un diagnostic exhaustif et pragmatique de sa marque employeur.
- Appréhender les étapes de mise en œuvre d'une stratégie de marque employeur (diagnostic, image de marque, plan de communication, outils et indicateurs de performance).

## Objectifs pédagogiques

- 1 Définir une image de marque employeur.
- 2 Construire un plan de communication pour développer sa marque employeur (leviers internes/externes).
- 3 Choisir et mettre en œuvre les outils adaptés pour promouvoir sa marque employeur.
- 4 Mesurer l'efficacité des actions mises en place.

## Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique alterne des apports théoriques, des échanges, des exemples et analyses de cas concrets et des travaux pratiques (mises en situation individuelles ou en groupes afin d'utiliser et de maîtriser les outils et méthodes proposées).

## Modalités d'évaluation

Mises en situation et travaux pratiques pendant la formation.  
QCM à la fin de la formation.

# Programme de la formation

## - Jour 1 -

### Comprendre le concept de la marque employeur :

- Comprendre le rôle de la marque employeur et les attentes des salariés
- Appréhender les facteurs qui influent la réputation d'une entreprise

### Établir le bilan de la marque employeur de l'entreprise :

- Analyser les différents éléments
- Comprendre l'expérience candidat
- Réaliser un diagnostic de communication interne et d'e-reputation

### Définir les bases d'une stratégie de marque employeur :

- Définir l'objectif de sa stratégie
- Cohérence entre image véhiculée, expérience vécue et culture de l'entreprise
- Définir ses cibles et son identité de marque employeur
- Articuler stratégie d'entreprise, communication institutionnelle et marque employeur

## - Jour 2 -

### Définir les bases d'une stratégie de marque employeur :

- Définir le public à investir (interne/externe)
- Définir les actions et les canaux de communication adaptés
- Intégrer le contenu dans son plan d'action
- Intégrer le digital en fonction des cibles
- Utiliser la marque personnelle des dirigeants pour valoriser la marque employeur.
- Mesure de la performance de sa stratégie de marque employeur

### Définir les bases d'une stratégie de marque employeur :

- Définir une stratégie d'Employee Advocacy
- Identifier et motiver les salariés-ambassadeurs
- Organiser et former à la prise de parole sur les réseaux sociaux et outils dédiés



## Lydia Della Vittoria

Lydia est forte de plus de 17 ans d'expérience professionnelle en marketing et communication, avec une double expérience chez l'annonceur (Société Générale et SFR) et en agences de communication. En 2021, elle crée son agence de conseils en marketing et communication : Diantre. Passionnée par le commerce digital, Lydia propose aujourd'hui des formations professionnelles en stratégie de marque, marque employeur et marketing digital.