

# Formation proposée par Errol



errol.coop

## Construire une marque employeur forte et cohérente

**Lieu :** En présentiel

**Durée :** 7 heures – 1 journée

**Participants :**

- Dirigeants et responsables
- Personnels impliqués dans le recrutement, l'accueil, la relation avec les salariés en insertion et avec les partenaires
- Responsables RH ou toute personne chargée de la communication/relation interne

**Tarifs :**

400 € / jour pour les adhérents UNAI

450 € / jour pour les non adhérents

**Prérequis :**

Avoir une bonne connaissance du fonctionnement de l'AI et de ses métiers. Une expérience de l'accueil ou du recrutement est un plus.

**Pédagogie :**

- Apports théoriques courts, illustrés par des exemples concrets
- Travaux pratiques : diagnostics, workshops de formulation d'EVP, rédaction de messages, choix de supports.
- Échanges entre participants pour partager les pratiques, les freins, les réussites.
- Supports fournis : grille de diagnostic, modèle d'EVP, modèles de messages & supports, guide de planification.

**Accessibilité :**

Formations ouvertes aux personnes en situation de handicap, avec aménagements possibles selon les besoins.

### OBJECTIFS DE LA FORMATION :

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

- Comprendre ce qu'est la marque employeur et ses enjeux spécifiques pour une AI.
- Réaliser un diagnostic de la marque employeur existante ou potentielle.
- Définir une proposition de valeur employeur (Employee Value Proposition, EVP) adaptée aux valeurs et contraintes de l'AI.
- Élaborer des messages, supports et canaux de communication cohérents avec cette marque employeur.
- Mettre en place des actions concrètes pour attirer, accueillir, engager et fidéliser les salariés en insertion et les partenaires.

### CONTENU :

#### Introduction et enjeux

- Tour de table / attentes des participants.
- Définition de la marque employeur : ce qu'elle est, ce qu'elle n'est pas.
- Enjeux spécifiques pour une AI : attirer des salariés en insertion, fidéliser, faire connaître la mission sociale, se différencier, sécuriser les partenariats.

#### Diagnostic de la marque employeur actuelle

- Recueil des perceptions internes et externes.
- Analyse des bonnes pratiques et des points faibles.
- Cartographie des publics cibles (internes/externes) pour la marque employeur.

#### Définir la proposition de valeur employeur (EVP)

- Identifier ce que l'AI peut offrir de distinctif.
- Formulation de l'EVP.

#### Construire les messages, supports et canaux

- Messages clés adaptés aux différentes cibles.
- Supports adaptés.
- Expérience candidat / salarié.

#### Communication interne / ambassadeurs

- Implication des salariés permanents et en insertion comme ambassadeurs.
- Alignement entre ce qui est promis et ce qui est vécu.
- Sensibiliser les partenaires et financeurs à la marque employeur comme levier de confiance.

#### Plan d'action concret

- Élaboration d'un calendrier d'actions pour les mois à venir.
- Actions à faible coût ou auto-produites.
- Indicateurs simples pour mesurer l'impact.

#### Synthèse et évaluation