

# Développer son e-recrutement et sa marque employeur

## PROGRAMME

### JOUR 1

#### Introduction

#### 1. Réflexion sur la marque employeur

- Atelier :** brainstorm sur les valeurs, la plus value et l'ADN de l'entreprise
- Marque employeur, la pierre angulaire du recrutement
  - Les supports d'expression de la marque employeur
  - Les formats et contenus adaptés au rayonnement de la marque employeur
  - Points-clés et bonnes pratiques

#### 2. Adapter ses contenus au e-recrutement

- Atelier :** audit des parcours de recrutement actuels
- Bien rédiger une annonce suivant les postes et la cible
  - Adapter son site web et ses landing pages pour concrétiser la candidature
  - Favoriser les candidatures spontanées

#### 3. Booster sa visibilité

- Le référencement naturel
- Le référencement payant et l'e-publicité
- Les social ads

**Atelier :** Facebook Ads

### JOUR 2

#### 4. Choisir les jobboards adaptés à ses cibles

- Les jobboards incontournables
- Les jobboards spécialisés
- Les spécificités des appli
- Data, algorithmes et automatisation

#### DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

#### TARIF

1 890 euros HT

#### INTERVENANTE

**Béregère MELENEC** - Managing Partner - Blue Talent

#### DATES

Pour connaître les prochaines dates de cette formation, rendez-vous sur :

[www.media-institute.com](http://www.media-institute.com)

#### 5. Médias sociaux, blog et forum : favoriser le bouche-à-oreilles

- Quel contenu poster ?
- S'appuyer sur ses communautés pour amplifier ses campagnes de recrutement
- Quelles bonnes pratiques pour utiliser les médias sociaux en e-recrutement

#### 6. Atelier LinkedIn

- Page employeur
- Créer du contenu pour faire rayonner la marque employeur
- Sourcing et veille

#### 7. Optimiser l'efficacité de son e-recrutement

- Atelier :** définitions des KPI pertinents
- Elaborer un dashboard
  - Comparer les modes d'achat des jobboards
  - Négocier ses partenariats

**Atelier :** Feuille de route

#### Conclusion et évaluation

## COMPÉTENCES VISÉES

- Définir son image de marque «employeur»
- Utiliser les bons leviers de communication en fonction des profils à recruter
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de e-recrutement
- Optimiser ses ressources (financières et humaines) en fonction de l'efficacité de ses choix

## PUBLIC

Responsable et chargé de recrutement, RRH, DRH, manager, et toute personne concernée par la gestion de la marque employeur

