

Formation L'art de la marque employeur : attirer, engager et fidéliser vos employés

Ressources humaines Marketing / Communication

Référence de la formation : **H027**

Villes : **Strasbourg, Colmar**

(Re)découvrez et (ré)apprenez-vous le concept de marque employeur afin d'attirer de nouveaux talents et de fidéliser vos ressources humaines.



**En présentiel ou Accessible
à distance**

Durée : **14 heures**

Tarif Inter : **1 100 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

Mise à jour le 2 décembre 2025

Vous souhaitez attirer de nouveaux collaborateurs et fidéliser le personnel existant ? Cette formation en deux temps vous donnera les clés d'une marque employeur authentique et inspirante. Vous bénéficierez d'une boîte à outils tant en ressources humaines ainsi qu'en communication.

Vous alternerez des cours théoriques et avec des exercices pratiques seul.e ou en sous-groupe. Cette formation sera basée sur des échanges de bonnes pratiques, inter entreprises ou en interne.

Objectifs de la formation

Ressources humaines

- Comprendre ce qu'est la marque employeur et en cerner les enjeux
- Définir les étapes de la construction de sa marque employeur
- Savoir s'appuyer sur les pratiques en matière RH et les leviers internes
- Analyser les spécificités de son entreprise et de son environnement
- Mesurer les impacts de la marque employeur sur les indicateurs RH

Communication

- Définir sa plateforme et son identité de marque
- S'appuyer sur les ressources internes et les outils de communication existants.
- Choisir et mettre en œuvre les outils pour promouvoir son entreprise
- Piloter ses actions de communication et en mesurer l'impact

A qui s'adresse la formation ?

Public

- Cette formation s'adresse aux professionnels des ressources humaines, aux dirigeants, aux responsables d'équipes et à toute personne souhaitant améliorer l'attractivité de son entreprise

Pré-requis

- Aucun

Les points forts de la formation ?

- Intervenantes issues de deux univers différents mais complémentaires et motivées par le même intérêt pour le domaine de la marque employeur : une professionnelle des ressources humaines et une directrice artistique
- Élaboration d'un plan d'action pour mettre en pratique les connaissances acquises
- Discussion sur les défis potentiels et les opportunités à venir

Programme de la formation

Jour 1 : Ressources Humaines

Introduction à la marque employeur

- Qu'est-ce que la marque employeur ?
- Rôle et objectifs
- Les avantages d'une marque employeur forte
- La cohérence entre le fond et la forme

Identifier les enjeux stratégiques RH

- Réaliser le diagnostic
- Connaitre les différents indicateurs quantitatifs et qualitatifs
- Identifier les points forts et les domaines d'amélioration

Mettre en œuvre la marque employeur dans le processus de recrutement

- Comprendre les besoins et les motivations des candidats potentiels
- Identifier les éléments uniques de l'entreprise en tant qu'employeur (EVP)
- Intégrer la marque employeur dans les offres d'emploi
- Impliquer les employés actuels dans le processus de recrutement

Fidélisation des employés grâce à une marque employeur forte

- L'importance de l'expérience des employés
- Mettre en œuvre des programmes de fidélisation basés sur la marque employeur
- Communiquer régulièrement avec les employés pour renforcer la marque employeur

Mesurer l'efficacité de la marque employeur

- Définir des indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer l'impact de la marque employeur
- Analyser les résultats et ajuster la stratégie de communication si nécessaire

Jour 2 : communication

Le rôle et les enjeux de la communication dans la marque employeur

- Le rôle de la communication dans la construction de la marque employeur
- La marque employeur : un concept transversal et un collaboratif
- Des exemples de marque employeur reconnue

Construire sa plateforme et son identité de marque

- Les piliers de la communication « marque employeur »
- Créer une marque employeur attrayante et authentique
- Brand employer et positionnement par rapport à la concurrence
- Développer des messages clés cohérents (visions, valeurs, tonalité, personnalité..)

Construire la stratégie de communication de la marque employeur

- Identifier les publics cibles : candidats potentiels, employés actuels, partenaires, etc.
- S'appuyer sur les ressources internes
- Identifier les outils de communication pertinents
- Définir ses canaux de communication en interne et en externe

Créer du contenu pour promouvoir sa marque employeur

- Utiliser des vidéos, des témoignages d'employés et des histoires inspirantes
- Réédiger du contenu convaincant pour les supports en ligne et hors ligne
- Rendre son annonce recrutement attractive
- Adapter le contenu aux différents canaux de communication
- Savoir impliquer ses salariés

Mesurer l'impact de ses actions de communication

- Surveiller les avis et les commentaires sur les plateformes d'évaluation d'employeurs
- Répondre aux commentaires de manière professionnelle et constructive

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Alternance de cours théoriques et d'exercices pratiques : Mind Map, rédaction d'annonces, rédaction de post pour les réseaux sociaux, travaux en sous-groupe...

Évaluation des connaissances

Exercices pratiques, mises en situation, questionnaire

Organisation

En présentiel ou en distanciel

Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis
Attestation de suivi de formation

Chiffres clés

93 %

de recommandation en 2024

90.5 %

de satisfaction en 2024

7266

nombre de stagiaires en 2024