



## BRIQUE

# ENTRETIEN EXPLORATOIRE

Le parcours marque employeur permet de travailler concomitamment sur deux dimensions complémentaires l'attractivité de l'entreprise et l'attractivité du territoire.

La marque employeur peut se définir comme un ensemble de pratiques qui singularisent l'entreprise et la rendent attractive aux yeux des collaborateurs actuels et futurs.

L'entreprise qui souhaite développer sa marque employeur peut agir sur 2 registres pour développer son attractivité :

- La marque employeur externe : l'image que l'entreprise véhicule qui est notamment portée par la stratégie de communication et qui contribue à attirer et recruter des candidats
- La marque employeur interne : ce qui fait que les salariés identifient leur entreprise comme un lieu où il fait bon travailler et qui contribue à intégrer et fidéliser les salariés.

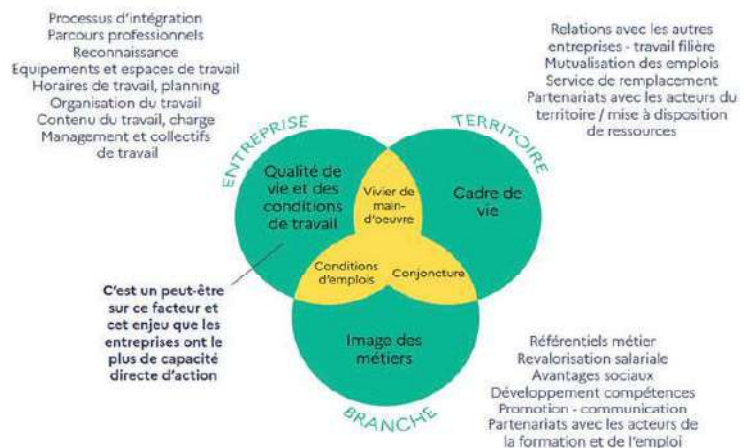
Le point de départ du parcours est l'entretien exploratoire, il est conduit avec la direction d'entreprise et aboutit à l'engagement de l'entreprise dans le parcours.

## CONTENU

- Les enjeux en lien avec la marque employeur
- Le contexte de l'entreprise notamment en matière de recrutement
- Les pratiques d'accueil, d'intégration et de formation
- Les pratiques qui contribuent à la visibilité et la communication externe
- Les freins identifiés en lien avec le territoire.

## OBJECTIFS

- Appréhender le contexte de l'entreprise et ses enjeux en lien avec la marque employeur
- Présenter le parcours marque employeur
- Vérifier l'adhésion de l'entreprise



## MODALITÉS

Entretien avec la direction d'entreprise  
Durée : 2 heures.  
Format : présentiel ou distanciel  
Aboutit à une proposition d'accompagnement

## PARTENAIRE

Aract Nouvelle-Aquitaine





USINE DU FUTUR  
NOUVELLE-AQUITAINE

## BRIQUE

# DIAGNOSTIC DE SITUATION

Le diagnostic de situation consiste à identifier l'ensemble de pratiques qui singularisent l'entreprise et la rendent attractive aux yeux des collaborateurs actuels et futurs.

Il aboutit à un parcours composé d'une ou plusieurs briques visant à améliorer la marque employeur interne et externe de l'entreprise.

### CONTENU

Le diagnostic s'organise en 3 temps :

- Atelier 1 de 2h : Cet atelier, organisé avec quelques salariés et la direction, vise à partager une vision des enjeux et à identifier les freins et atouts de l'entreprise, du territoire et des métiers.
- Atelier 2 de 2h30 : Cet atelier vise à identifier les pratiques d'entreprise qui participent à l'attractivité de l'entreprise et celles qui pourraient être développées pour améliorer la marque employeur interne. Cet atelier s'appuie sur la ludo-pédagogie et le jeu les essentiels QVT du réseau anact. Il se déroule en présence de quelques salariés, de la direction ou de ses représentants.
- Atelier 3 de 1h30 : Cet atelier vise à faire la synthèse des pratiques qui concourent à l'attractivité de l'entreprise, des métiers et du territoire et à déterminer des pistes d'actions pour développer la marque employeur. Sont définis à ce stade les indicateurs de réussite du parcours.

### OBJECTIFS

- Repérer par une approche participative ce qui concourt à l'attractivité de l'entreprise, de ses métiers et de son territoire
- Émettre des pistes d'actions sur les 3 registres
- Élaborer le parcours et le calendrier associé



©XXXX

### MODALITÉS

- 3 ateliers auxquels sont associés la direction et un panel représentatif de salarié
- 3 ateliers soit 7 heures au total pour l'entreprise sur 3 à 6 semaines
- Visite de l'entreprise
- Format : présentiel
- Aboutit à l'élaboration d'une fiche suiveuse

### PARTENAIRE

Aract Nouvelle-Aquitaine



RÉGION  
Nouvelle-  
Aquitaine

RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE  
... agence régionale  
pour l'insertion  
des candidats de travail  
Nouvelle-Aquitaine

Financé par  
l'Union européenne

## BRIQUE

# et des QUALITÉ DE VIE CONDITIONS DE TRAVAIL

Développer la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT), c'est mettre en œuvre des actions qui contribuent au bien-être des collaborateurs et à la performance de l'entreprise.

Pour répondre à des problématiques de recrutement ou de fidélisation de personnels, la QVCT se place en tête des enjeux stratégiques d'entreprise. Agir en faveur de la QVCT c'est optimiser les chances d'avoir des collaborateurs satisfaits au travail, engagés et performants.



### CONTENU

La brique Qualité de Vie et des Conditions de Travail vise à proposer à l'entreprise un accompagnement opérationnel sur l'une des dimensions de la QVCT afin de développer sa marque employeur interne.

Par exemple :

- Renforcer le management de proximité
- Développer les compétences, les parcours professionnels
- Prévenir l'usure professionnelle
- Faciliter le travail en équipe
- Produire un bien ou service de qualité...

Cette thématique aura été préalablement identifiée dans le cadre du diagnostic de situation.

### OBJECTIFS

- Construire une dynamique QVCT collaborative autour d'un enjeu partagé
- Expérimenter de nouvelles façons de travailler, évaluer, ajuster, déployer
- Consolider la transformation



### MODALITÉS

- Accompagnement par un expert
- Association de différents acteurs d'entreprise selon l'objet de travail choisi.  
(cf thématique de la rosace QVCT ci-dessus)

### PARTENAIRE

Aract Nouvelle-Aquitaine



RÉGION  
**Nouvelle-Aquitaine**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
**aract**  
... agence régionale  
pour l'amélioration  
des conditions de travail  
Nouvelle-Aquitaine

Financé par  
l'Union européenne





USINE DU FUTUR  
NOUVELLE-AQUITAINE

BRIQUE

## VALEURS FÉDÉRATRICES

Les valeurs de l'entreprise sont un élément essentiel de la marque employeur.

Elles permettent de définir l'identité de l'entreprise et ainsi de mieux communiquer sur sa culture, ses valeurs, ses missions, en interne et à l'externe.



### CONTENU

Les valeurs sont différentes d'une entreprise à l'autre et elles doivent être en cohérence avec la politique RH conduite. Elles se diffusent au travers d'actions spécifiques auprès du capital humain de la structure en développant la notion de culture d'entreprise. Les valeurs sont des leviers de motivation pour la concrétisation collective de la raison d'être de l'entreprise, du groupe.

Cette étape, sous la forme d'un atelier d'intelligence collective, permet de faire émerger puis de clarifier les valeurs partagées par un panel pluridisciplinaire de la structure.

### OBJECTIFS

- Définition de l'identité de l'entreprise
- Communication sur la culture et la mission de l'entreprise à renforcer, à développer
- Renforcement de l'engagement des collaborateurs en générant une synergie d'équipe
- Argumentation à déployer pour attirer de nouveaux talents motivés, partageant les mêmes convictions, l'état d'esprit...

### MODALITÉS

- Évaluation et cadrage des dynamiques
- Atelier d'intelligence collective
- Réflexion autour du profil des candidats cibles
- Idéation et priorisation des valeurs marque employeur territorialisée
- Synthèse et restitution des valeurs identifiées et désignées
- Réflexion sur les déclinaisons opérationnelles

### PARTENAIRE

L'Atelier des Devenir



RÉGION  
Nouvelle-  
Aquitaine

l'ATELIER  
DES DEVENIR

## BRIQUE

# COMMUNICATION NUMÉRIQUE

La communication numérique est un élément clé pour la diffusion de la marque employeur auprès des futurs collaborateurs et candidats.

Elle permet de toucher un large public afin de partager l'ADN de l'entreprise, sa vision et ses convictions en termes de relation avec les collaborateurs.



### CONTENU

La communication numérique peut prendre de nombreuses formes : réseaux sociaux, sites web, blogs ou encore newsletters, et mettent en valeur l'entreprise en tant qu'employeur attractif.

Au sein d'une démarche marque employeur, elle est en cohérence avec les valeurs et la culture de l'entreprise : véritable fenêtre ouverte sur l'équipe, elle rend accessible les informations sur les opportunités d'expériences, emplois et carrières, afin d'inviter les candidats et talents à venir à la rencontre de votre entreprise.

### OBJECTIFS

- Partager les expériences de vos collaborateurs
- S'adresser à un public large sur les opportunités que vous proposez
- Communiquer vos valeurs et fédérer autour de votre culture d'entreprise
- Diffuser des informations sur vos réussites, temps forts et événements

### MODALITÉS

- État des lieux de votre stratégie numérique
- Analyse de la présence en ligne
- Analyse de la stratégie éditoriale
- Recommandations ciblées
- Optimisations ergonomiques de vos supports
- Mise en place opérationnelle sur les outils existants

### PARTENAIRE

Accompagnement par un expert



RÉGION  
**Nouvelle-Aquitaine**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
**aract**  
... agence régionale  
pour l'amélioration  
des conditions de travail  
Nouvelle-Aquitaine

 Financé par  
l'Union européenne

## BRIQUE

# FORMATION

Cette brique est optionnelle. Associée à la brique Valeurs et à la brique QVCT, elle permettra de répondre à un besoin de formation non couvert.

L'état des lieux des besoins en formation et en compétences est une étape utile et indispensable pour cartographier le besoin en développement des compétences de vos collaborateurs. Elle permet de maintenir leur motivation, leur engagement et de faire évoluer leurs pratiques pour répondre aux enjeux actuels de l'entreprise dans le cadre de sa marque employeur.



### CONTENU

La brique permettra d'identifier l'approche la plus cohérente en terme thématiques de formation, tout comme la mise en place : les formations peuvent être dispensées par des formateurs internes ou externes à l'entreprise, en mode hybride, mélangeant des parcours de formation en présentiel et à distance, ou encore via une AFEST (Action de Formation En Situation de Travail).

Les parcours sont conçus pour répondre à différents besoins nés de votre démarche marque employeur, tels que les parcours d'intégration ou les parcours de structuration RH.

### OBJECTIFS

- Identifier les besoins de formation de vos collaborateurs
- Concevoir des parcours de formation adaptés pour répondre à ces besoins
- Développer les compétences des collaborateurs pour aider à la Marque Employeur
- Maintenir motivation engagement et fidélisation des collaborateurs via des formations ciblées

### MODALITÉS

- Ateliers en présentiel ou distanciel
- Échanges entreprises et partenaires pour évaluer les besoins
- Ateliers de co-construction des parcours de formation
- Mise en place de groupes d'échanges sur les bonnes pratiques RH et outils
- Accès aux ressources et suivi des parcours de formation

### PARTENAIRES

OPCO, Branches Professionnelles, clubs d'entreprises, clusters, Cap Métiers...



RÉGION  
**Nouvelle-Aquitaine**





USINE DU FUTUR  
NOUVELLE-AQUITAINE

BRIQUE

## OUVERTURE VERS L'EXTÉRIEUR

Pour renforcer votre attractivité en tant qu'employeur, il est essentiel de faire connaître votre entreprise, ses métiers et votre démarche marque employeur aux élèves, jeunes, actifs et autres talents en recherche d'emploi ou en reconversion. Cette ouverture vers l'extérieur vous permettra également de créer un vivier de personnes à recruter à court, moyen et long terme.



©RNA/S. Sincéu

### CONTENU

Cette démarche consiste à mettre en place des contenus ou organiser des événements tels que des présentations/visites d'entreprises ou des forums pour permettre aux étudiants, demandeurs d'emploi ou salariés en reconversion de découvrir les entreprises, les compétences et les métiers de votre secteur.

### OBJECTIFS

- Faire connaître votre entreprise et ses métiers à un public diversifié (élèves, jeunes, actifs en recherche d'emploi ou en reconversion)
- Créer un vivier de talents à recruter et de partenariats et collaborations avec des acteurs locaux
- Renforcer votre visibilité et attractivité en tant qu'employeur de choix sur le territoire
- Favoriser la rencontre et l'échange entre les acteurs économiques et les candidats potentiels

### MODALITÉS

- Ateliers en présentiel ou distanciel
- Échanges entreprises et partenaires pour déterminer les opportunités
- Organisation de visites d'entreprises et de participation à des forums (Cap Métiers Tour, salon de l'emploi, etc.)
- Réflexion sur les possibilités de journées ou stages d'immersion en entreprise

### PARTENAIRES

Rectorat, Pôle emploi, Missions Locales, Cap emploi, PLIE, OFII, OPCO, Branches professionnelles, GEIQ, Cap Métiers, clusters, clubs d'entreprises, Syndicats professionnels...



RÉGION  
**Nouvelle-  
Aquitaine**

[entreprises.nouvelle-aquitaine.fr](http://entreprises.nouvelle-aquitaine.fr)



USINE DU FUTUR  
NOUVELLE-AQUITAINE

## BRIQUE ÉPILOGUE

L'épilogue est la dernière étape du parcours.



### CONTENU

L'épilogue consiste à mesurer le chemin parcouru depuis l'entretien exploratoire et à identifier les transformations opérées et les résultats en lien avec les indicateurs de résultat émis lors du diagnostic de situation.

### MODALITÉS

- 1 entretien avec la direction et les acteurs impliqués dans le parcours
- Durée : 2 heures
- Format : présentiel ou à distance

### OBJECTIFS

- Faire le bilan qualitatif du parcours sur toutes les dimensions investiguées pendant le parcours
- Évaluer les premiers effets du parcours sur la marque employeur de l'entreprise (attractivité/visibilité / QVCT et QVT sur le territoire)
- Programmer les suivis à 3 et 6 mois

### PARTENAIRE

Aract Nouvelle-Aquitaine



RÉGION  
**Nouvelle-Aquitaine**

