



Communiquer en tant qu'employeur

ET SI VOUS COMMUNIQUEZ SOUS L'ANGLE EMPLOYEUR ?

C'EST QUOI ?

Communiquer sous l'angle « employeur » permet de mettre en valeur votre entreprise sous l'angle recruteur et RH pour valoriser qui vous êtes et vos atouts.

POURQUOI ?

Pour attirer et séduire, la communication « classique » ne suffit plus. Il faut projeter dans l'environnement, valoriser la culture d'entreprise, ses valeurs, ses spécificités et montrer ses engagements. Cela permet aux clients comme aux candidats de valider sur un premier niveau, si « vous » correspondez à leurs aspirations et attentes. Il est important d'apporter autant d'attention à votre communication employeur qu'à votre communication client car les candidats, mais aussi les clients, sont sensibles à ces deux axes de communication.

LES RÉSULTATS

Les bénéfices d'une communication employeur ou dite « RH » sont multiples :

- › Mettre en avant ce que vous êtes et ce que vous faites concrètement.
- › **Donner envie à des candidats de vous rejoindre** en les projetant dans leur futur environnement.
- › **Transmettre toutes les informations nécessaires aux candidats** pour influencer leur candidature.
- › **Renforcer la fierté de vos collaborateurs** et contribuer à leur fidélisation.

ILS L'ONT DÉJÀ FAIT !

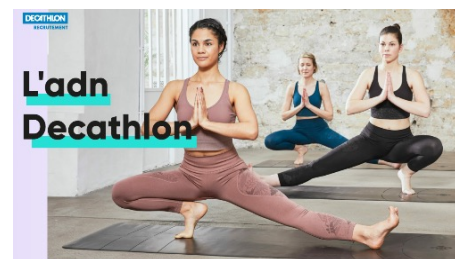
MICHEL ET AUGUSTIN

<https://www.micheletaugustin.com/blog/les-trublions>



DECATHLON

<https://recrutement.decathlon.fr/>



AUDITECH INNOVATIONS

<https://www.auditech-innovations.fr/carriere-0-7.html>





Communiquer en tant qu'employeur

ET SI VOUS COMMUNIQUEZ SOUS L'ANGLE EMPLOYEUR ?

PETITES ASTUCES
GRANDS RÉSULTATS !

Ce qu'il faut retenir :

- › Photos des collaborateurs = personnalisation de la communication avec mise en avant des collaborateurs.
- › Mise en avant des collaborateurs = les collaborateurs sont fiers d'être valorisés dans la communication de l'entreprise (témoignages, photos ...) et partagent cette communication dans leur propre réseau.
- › Informations complètes sur l'entreprise = offre une grille de lecture complète sur l'identité de l'entreprise, ce qu'elle propose et l'environnement dans lequel les collaborateurs évoluent.
- › Visibilité de la promesse employeur = validation par le candidat d'une réponse à ses attentes par l'entreprise / axe de différenciation majeur par rapport aux autres entreprises d'un même marché ou non.
- › Postuler en ligne = augmente le nombre de candidatures spontanées grâce à la simplification du processus.

COMMENT FAIRE ?

Les étapes suivantes sont développées dans la suite du document :

1. Identifier les informations à communiquer
2. Structurer sa communication
3. Communiquer sur son site



Communiquer en tant qu'employeur

ET SI VOUS COMMUNIQUEZ SOUS L'ANGLE EMPLOYEUR ?

1- Identifier les informations à communiquer

 Fiche **Outil N°1**

 Fiche **Outil N°3**

 Fiche **Outil N°2**

 Fiche **Outil N°6**

La première étape consiste à identifier toutes les informations utiles, pertinentes et différenciantes à communiquer. Il n'est pas utile de tout dire ni de communiquer au même niveau que Decathlon ou Michel et Augustin. Vous pouvez vous appuyer sur le travail réalisé dans les fiches méthodes et outils « mettre en valeur son entreprise et ses atouts », « mettre en valeur ce que j'offre » et « présenter ses métiers ».

Quand on parle d'informations, on parle principalement de :

- › **L'histoire de votre entreprise, vos valeurs, votre projet et vos ambitions** (voir la fiche opérationnelle « présenter son entreprise / pitch »).
- › **Vos engagements sociétaux et environnementaux** (voir la fiche opérationnelle « promesse employeur »).
- › **Votre promesse employeur** (voir la fiche opérationnelle « promesse employeur »).
- › **Vos métiers** (voir la fiche opérationnelle « présenter ses métiers »).
- › **Vos offres d'emplois** et un moyen de candidater.

Apportez également des preuves de ce que vous dites :

- › Des témoignages de collaborateurs, des statistiques suite à des enquêtes (voir fiche opérationnelle « questionnaire collaborateurs »)...



Communiquer en tant qu'employeur

ET SI VOUS COMMUNIQUEZ SOUS L'ANGLE EMPLOYEUR ?

2- Structurer sa communication

 Fiche **Outil N°4**

3- Communiquer sur son site

Vos informations sont utiles à plusieurs cibles : votre histoire, vos valeurs, vos engagements sociétaux et environnementaux... s'adressent aussi bien aux candidats qu'aux clients. Dans ce cas précis, vérifier simplement qu'elles sont bien présentes. On les retrouve généralement dans le menu « entreprise » ou « qui sommes-nous » dans le site internet.

Les informations dédiées aux candidats comme : votre promesse employeur, vos offres d'emplois, vos métiers... sont à situer dans un environnement spécifique souvent appelé « carrière » ou « candidat ». Pour vous guider, regardez notre fiche opérationnelle « les fondamentaux du site internet ».

Pour bien communiquer il vous faut rédiger du contenu explicite, structuré, structurant et concret. Il n'est pas utile de rédiger énormément de texte, en revanche, vous devez penser à votre cible lorsque vous rédigez en répondant aux questions suivantes :

- › Pourquoi devrais-je vous rejoindre ?
- › Qu'est-ce que vous me proposez ? (environnement, évolution...)
- › Quel est votre projet ?