

RECRUTEMENT DE TALENTS ET STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

ERH131

Public

Toute personne amenée à conduire un processus de recrutement en entreprise

Pré-requis

Maîtriser la langue française

Durée

2 jours – 14 heures

Modalités

Présentiel

 Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap

Résultats attendus

- Comprendre les nouvelles modalités de recrutement des talents
- Etablir « en mode projet » son plan d'action sur 3 points : ses pratiques renouvelées, sa marque-employeur, son approche digitale

Objetctifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux par un brainstorming collectif
- Identifier les différentes méthodes et les outils du recrutement digital

Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, d'application sur les problématiques des participants et d'échanges d'expériences
- Mise en situation par des jeux de rôles, apports, exercices pratiques, pédagogie active participative et inversée
- Mise en situation dans les pratiques de stagiaires

Type de validation

Attestation de fin de formation

Dates et lieux

Nous consulter

Intervenant

Rodolphe ARFEUIL

Tarifs

Nous consulter

RECRUTEMENT DE TALENTS ET STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

ERH131

Programme

§ Les enjeux du recrutement

- Pourquoi recruter, quand et comment : analyse des pratiques existantes
- Les 4 contrats psychologiques différents des 4 générations au travail : Boomers, X, Y et Z
- Qu'est-ce que la création de valeur ?
- Stratégie humaine et gestion du capital « intelligence et savoirs »

§ La marque employeur de l'entreprise

- L'organisation dans toutes ses dimensions
- Place des collaborateurs dans la structure agile
- Culture, ADN, et pratiques professionnelles
- Etat des plans de communication et plans médias existants
- Image et e-réputation

§ Plan d'action : Renouveler ses pratiques de gestion des talents

- Les singularités : source de richesse, de diversité et de performance
- Attractivité interne et mode collaboratif
- Bonnes pratiques professionnelles, managériales et de recrutement
- Comment bien comprendre son contexte d'emploi et ses besoins précis
- Le management par les émotions et les valeurs

§ Plan d'action : Renforcer sa marque employeur

- Favoriser et développer l'autonomie : formation, transfert de compétences, esprit d'audace
- Le Knowledge Management ou management de la connaissance et de l'intelligence : ce nouveau défi
- Comment appliquer la subsidiarité à tous les niveaux : liberté et co-responsabilisation
- L'innovation comme moteur partagé
- Une marque-employeur créatrice de valeur ajoutée
- Communiquer vers les bonnes cibles

§ Plan d'action : Définir une approche digitale et un sourcing gagnants

- Les rubriques emplois et annonces du site institutionnel
- Les canaux classiques de publication d'annonces
- Le matching des besoins et des candidats
- Formuler une promesse candidat digital et cohérente
- Les réseaux sociaux et moteurs de recherches qui fonctionnent
- Efficacité, attractivité et réactivité : le recrutement est un marché de l'opportunité et de l'agilité