

# LA MARQUE EMPLOYEUR

## L'identité numérique

Il s'agit de toutes les informations concernant une organisation qu'on va retrouver sur internet.

On retrouve deux types d'informations : les maîtrisées et les non maîtrisées

### Informations maîtrisées

Ce sont les publications officielles de l'organisation.

→ Publicité, site internet, photos, etc.

### Informations non maîtrisées

Il s'agit de toute publication faite par une tierce personne.

→ Avis, poste sur un forum, article de presse, etc.

## La E-réputation

Selon les informations disponibles sur internet à propos d'une organisation, les internautes auront une perception donnée : c'est la E-réputation.

L'amélioration de réputation numérique doit être un objectif de l'entreprise.

→ Publications régulières et veille sur les informations non maîtrisées.

## La marque employeur

C'est la réputation de l'employeur : image donnée par l'entreprise en matière de ressources humaines (salariés, candidats potentiels et anciens salariés).

Cette marque est définie par la mission de l'entreprise, ses métiers, sa culture, son management, ses valeurs, l'environnement de travail, etc.

## Les enjeux

### En externe

#### ➤ **Se démarquer de ses concurrents**

L'influence de certaines pratiques managériales peut être positive ou négative sur la réputation auprès de clients pour prospects (image de marque, notoriété, etc.). → Peut être source de croissance ou de perte de marchés.

#### ➤ **Attractivité de l'entreprise et assurance d'un meilleur recrutement**

- L'entreprise va attirer les candidats que ce soit en phase de recrutement ou les candidatures spontanées ;
- Pour cela, une communication externe qui met en valeur l'ambiance de travail, les valeurs, les performances économiques et la stabilité de l'entreprise.

### En interne

- **Valorisation du salarié** : véhicule une meilleure image en externe ;
- **Sentiment** d'appartenance : motivation des employés, amélioration de l'absentéisme et du taux de turnover (limite les dépenses de recrutement et remplacements).

## Les outils

### Outils internes

- Les SIRH (systèmes d'information des ressources humaines) ;
- Les réseaux sociaux ;
- Les blogs ;
- La messagerie instantanée ;
- Le site internet de l'entreprise (articles sur la vie dans l'entreprise, interviews d'employés, espace carrière, etc.).

### Les réseaux sociaux

En plus des réseaux sociaux traditionnels, il existe des réseaux sociaux à vocation professionnelle.

➤ **LinkedIn**

Utilisé pour retrouver du travail, faire des échanges professionnels, des profils intéressants pour l'entreprise.

➤ **Viadeo**

Permet à une entreprise de promouvoir sa marque employeur et de recruter via sa rubrique "Carrières".

➤ **Les autres réseaux sociaux**

Les autres réseaux sociaux comme Twitter et Facebook sont moins formels et permettent de véhiculer son image de marque au grand public.

## La communication et le marketing

➤ **La communication digitale**

Promotion de la marque employeur via des e-newsletters.

➤ **Vérification de l'impact**

Plusieurs outils en ligne permettent de voir l'impact de la politique de communication et des actions menées pour promouvoir l'image de marque de l'entreprise :

- Google Alertes, Google News, Netvibes
- Outils d'analyse comme Hootsuite ou Glassdoor pour évaluer l'impact de la communication sur les réseaux sociaux.

## Les acteurs de la marque employeur

➤ **Les directions**

- La direction des ressources humaines ;
- La direction de communication ;
- La direction du marketing.

➤ **Le community manager**

Il est chargé de gérer la E-réputation de la société via les outils en ligne (réseaux sociaux, site, blog, etc.).

➤ **Le social media manager**

Il va concevoir les plans de communication, les stratégies et va gérer les réseaux sociaux. Il doit être d'une grande activité et réactivité.