



PILOTAGE ET GESTION

Année :

Marque employeur : un atout d'attractivité - FORMATION

Réf. : MGTHP08D



Compétences Visées

Construire et développer sa marque employeur pour renforcer l'attractivité de son établissement.

Objectifs, Contenus

Appréhender le concept de la marque employeur

- L'image interne et externe de l'établissement : enjeux et impacts.
- La dimension Ressources Humaines : recruter, fidéliser, garder, capter.
- Les facteurs influençant l'image employeur et sa réputation.
- Les liens employeurs/salariés : expérience salarié.

Construire les contours de sa marque employeur

- Les spécificités de l'employeur à partir des valeurs, du rôle social, des engagements, des activités et missions de l'établissement, l'environnement.
- Les forces et les faiblesses de l'établissement et leurs impacts sur la marque employeur.
- Les attentes des professionnels : interne, externe, dimension générationnelle, dimension culturelle.
- La marque employeur : fondations, réalisations et perspectives à partir de sa réputation, du marché de l'emploi, des métiers.

Développer sa marque employeur

- La politique Ressources Humaines et ses actions : valeurs, éthiques, projet managérial.
- L'offre employeur en termes de rémunération, carrière, formation, social.
- Les propositions sous-entendues par la marque employeur : promesse, engagement.
- L'optimisation de la visibilité de l'établissement pour faire vivre la marque : réseaux sociaux, communautés de salariés...
- Les outils pour construire, consolider et soigner sa réputation.

Formation Intra

Personnes concernées

Direction, encadrement des établissements sanitaires et médicosociaux.

Prix

Tarif Intra : Nous consulter

Méthode

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Études de cas.
- Simulations.

Valeur ajoutée de la formation

La démarche de formation s'appuie sur des apports de connaissances conjugués à des analyses de situation pour aboutir à la construction d'une marque employeur de A à Z.

Prérequis

» Aucun

Dispositif D'évaluation

L'évaluation sera réalisée à l'aide des critères suivants :

- **Les attentes** des participants seront recueillies par le formateur lors du lancement de la formation et confrontées aux objectifs de formation.
- **Les acquis / les connaissances** des participants seront recueillies par le formateur lors du lancement de la formation et confrontées aux objectifs de formation.
- **La satisfaction** des participants à l'issue de la formation sera évaluée lors d'un tour de table, le cas échéant en présence du commanditaire de la formation, et à l'aide d'un questionnaire individuel « à chaud » portant sur l'atteinte des objectifs, le programme de formation, les méthodes d'animation et la transférabilité des acquis.
- A distance de la formation : il appartiendra aux stagiaires **d'analyser les effets de la formation sur les pratiques individuelles et collectives de travail**, notamment lors de leur entretien professionnel. Des outils pourront être suggérés pendant la formation (plans d'action, préfiguration d'un plan d'amélioration des pratiques individuelles et collectives, grille de suivi personnalisé de mesure d'impact...).

À noter

Voir aussi

- **Qualité de Vie au Travail (QVT) : de la démarche au pilotage**
- **GPMC dans les GHT : un levier de performance**
- **GHT : une révolution managériale**
- **Management intergénérationnel : les X, les Y et les seniors**
- **Communication digitale et numérique : un outil fédérateur**