



CRÉATION DES FONDATIONS DE LA MARQUE EMPLOYEUR

SE DONNER LES CHANCES DE RÉUSSIR EN NE LAISSANT RIEN AU HASARD

01

DÉFINITION

MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur est un groupement de leviers et d'actions RH - marketing - communication, activés dans le but de rendre l'entreprise attractive aux yeux de futurs collaborateurs et de fidéliser les salariés actuels.

Le cycle de vie des collaborateurs est séquencé par les transitions professionnelles des collaborateurs. Celles-ci représentent des moments décisifs pour l'entreprise.

Tout commence quand un collaborateur n'est encore que candidat pour intégrer votre entreprise et se termine quand il franchit votre seuil vers une nouvelle expérience dans une autre structure.

Entre les deux, 6 étapes cruciales constituent le cycle de vie des collaborateurs : le recrutement, l'intégration, la progression et le développement, la fidélisation et le départ.

La marque employeur permet de mettre en place des actions RH-communication-marketing tout au long de ce cycle afin de garantir un parcours qualitatif aux collaborateurs actuels qui susciterait l'envie chez les meilleurs talents de rejoindre l'entreprise.

Diagnostic & ajustement

Attirer & recruter

Intégrer & former

Développer & progresser

Fidéliser & retenir

Départ

CE QUI VOUS ATTEND

L'accompagnement « Création des fondations de la marque employeur » est un processus d'accompagnement à destination des start-up.

Cet accompagnement a pour objectif d'anticiper un développement exponentiel qui nécessiterait des ressources importantes en termes de personnel. À l'heure où l'on parle de « guerre des talents », il est essentiel pour les organisations de travailler une marque employeur forte, cohérente et partagée par l'ensemble des parties prenantes.

Durant ce processus, les différentes parties prenantes (direction, associés, investisseurs, membres de l'équipe, etc.) sont accompagnées afin de s'assurer que les ambitions personnelles et professionnelles des associés sont alignées. L'idée étant d'échanger sur les envies, les attentes et les besoins de chacun afin de créer des fondations solides qui fassent sens auprès de tous.

Une fois l'harmonie trouvée, le groupe débute la construction de la marque employeur en définissant une mission, une philosophie et des valeurs communes.

L'ensemble de ces choix permet aux décisionnaires de dessiner une organisation RH adaptée à l'ambition entrepreneuriale et à la philosophie de l'entreprise.



Les facilitateurs et consultants accompagnent les bénéficiaires afin de définir les enjeux clés de la réussite de l'entreprise et les sensibilisent aux différents modèles organisationnels présents sur le marché.

Les fondations définies, il s'agit ensuite de définir le parcours du collaborateur au sein de l'ensemble. L'identification des étapes clés du parcours collaborateurs permet d'anticiper les ressources humaines et matérielles nécessaires au bon déroulement de l'expérience collaborateur.

Guidée, sensibilisée et challengée par des experts RH, l'équipe stratégique est poussée à exprimer et incarner son style de gouvernance et de management pour développer un projet durable et performant.

Des fondations de qualité favorisent la confiance, l'autonomie, la créativité et la coopération des équipes, et créent une attractivité naturelle pour des talents désireux de s'engager dans un projet à fort potentiel.

03

PROCESSUS

PROGRESSER PAS À PAS

PHASE N°1

Projet entrepreneuriale
VS projet de vie
des associés

PHASE N°2

Mission, philosophie &
valeurs partagées

PHASE N°3

Projection et définition
du parti pris
organisationnel

PHASE N°4

Définition du parcours
d'intégration et de vie
des collaborateurs

PHASE N°5

Alignement de la
marque employeur avec
l'univers de marque de
l'entreprise

PROJET ENTREPRENEURIALE vs PROJET DE VIE DES ASSOCIÉS

Identifier les risques d'écart entre les projets professionnels et privés & garantir leur cohésion dans le temps.

OBJECTIFS

- Formaliser le projet entrepreneurial individuel (rôle et attentes)
- Exprimer son projet de vie privée (enjeux et priorités)
- Identifier les passerelles et leviers communs
- Révéler les risques de tensions entre les projets personnels et professionnels de chacun
- Identifier les risques de tensions et conflits entre les associés au regard de leurs priorités et projections
- Garantir la cohérence et l'harmonie au sein de la gouvernance stratégique

MÉTHODES

- Entretien individuel avec l'ensemble des associés
- Communication des résultats des entretiens aux dirigeants
- Questionnement commun



PARTIES-PRENANTES

Ensemble des associés
& futurs associés



EXEMPLES DE LIVRABLES

- Synthèse des éléments favorisant la réussite ou l'échec
- Préconisations relatives aux risques

05

PHASE N°2

MISSION, PHILOSOPHIE ET VALEURS PARTAGÉES

Rédaction et formalisation de la mission, la philosophie et les valeurs à partager avec l'ensemble des parties prenantes.

OBJECTIFS

- Choisir les parties prenantes
- Créer la rencontre du collectif le cas échéant
- Co-écriture de la mission et de la philosophie de l'entreprise
- Sélection des 5 valeurs phares de l'entreprise
- Description de l'état d'esprit et des comportements associés

MÉTHODES

- Accompagnement sur mesure défini en fonction du bilan de la première phase
- Séminaire - atelier ou entretien



PARTIES-PRENANTES

Ensemble des associés
& futurs associés



EXEMPLES DE LIVRABLES

- Mission, philosophie et valeurs rédigées

PROJECTION ET DÉFINITION DU PARTI PRIS ORGANISATIONNEL

06

Co-designer le modèle organisationnel le plus souple et le plus favorable à la réussite et au développement de l'entreprise

OBJECTIFS

- Formaliser les enjeux de la réussite de l'entreprise
- Clarifier les objectifs clés à atteindre par l'organisation
- Définir les critères d'évaluations de ces objectifs
- Esquisser & challenger plusieurs options de modèles organisationnels
- Dessiner un modèle agile et adaptable
- Définir les rôles et missions clés de l'organisation aux stades de croissance prévisionnels
- Identifier les outils et moyens nécessaires à la performance de l'organisation
- Définir le mode de gouvernance et le style managérial

MÉTHODES

- Accompagnement sur mesure défini en fonction du bilan de la première phase
- Séminaire - atelier ou entretien



PARTIES-PRENANTES

Comité opérationnel



EXEMPLES DE LIVRABLES

Schéma du modèle organisationnel choisi

DÉFINITION DU PARCOURS DE VIE DES COLLABORATEURS

Créer un cycle de vie du collaborateur en cohérence avec les enjeux, le modèle organisationnel et les rôles de chacun.

OBJECTIFS

- Déterminer les enjeux de l'expérience collaborateur
- Définir les étapes et facteurs clés de la performance du parcours
- Repositionner les rôles et missions clés de l'organisation dans le parcours
- Esquisser les outils et moyens de base du parcours
- Définir et planifier les priorités de réalisation
- Identifier les liens avec la stratégie de communication et ses outils

MÉTHODES

- Conseil
- Vision croisée avec l'agence de communication



PARTIES-PRENANTES

Comité opérationnel



EXEMPLES DE LIVRABLES

Préconisation d'outils, politique RH, formations, pratiques adaptés aux différentes étapes de vie du collaborateur

ALIGNEMENT DE LA MARQUE EMPLOYEUR ET DE L'UNIVERS DE MARQUE

08

**Garantir la cohérence globale de l'entreprise,
et assurer un alignement d'expression
interne et externe.**

OBJECTIFS

- Garantir la cohérence globale du projet et de son expression
- Co-créer l'expression graphique de la culture d'entreprise
- Synchroniser la stratégie de communication interne et externe
- Assurer la cohérence du discours et des outils de communication interne et externe
- Garantir un rayonnement puissant
- Développer l'esprit d'entreprise et le sentiment d'appartenance

MÉTHODES

- Conseil
- Vision croisée avec l'agence ou le service communication de l'entreprise



PARTIES-PRENANTES

Comité opérationnel

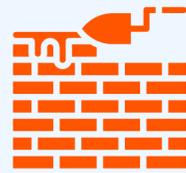


EXEMPLES DE LIVRABLES

Avis sur proposition de l'agence de communication & préconisations

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

CE QUE VOUS AVEZ À Y GAGNER



Construisez des fondations solides et durables pour appréhender un développement rapide sereinement



Garantir la cohérence et l'harmonie au sein de la gouvernance stratégique



Incarnez et faites rayonner une image de marque cohérente et attirante



Attirez des talents qui adhèrent à vos valeurs et trouvent sens en votre mission et votre projet



Réduisez les coûts liés au turn-over en fidélisant des collaborateurs engagés et performants

EN QUELQUES MOTS

POURQUOI SE FAIRE ACCOMPAGNER ?



15 années d'expérience en accompagnement d'entreprise : bien-être et performance



Une vision et un soutien externe pour se développer sereinement



Des experts certifiés :
coach - formateur - consultant RH



Tarif moyen :
1 450€ la journée

10



RECRUTEMENT - FORMATION - CONSEIL EN INNOVATION MANAGÉRIALE



La certification qualité a été délivrée
au titre des catégories d'actions suivantes :
ACTIONS DE FORMATION
BILANS DE COMPÉTENCES

REPER INTERNATIONAL - 69 rue ponsardin, 51100 REIMS - contact@reper-international.com - 03.26.04.44.40

