



MARKETING RH BATIR UNE IDENTITE EMPLOYEUR

④ DEFINITION :

- ④ Cette action stratégique s'inscrit dans la politique de communication de l'entreprise. Elle s'inscrit donc par conséquent, dans la stratégie de Marketing R.H. et de sourcing, car elle permet d'optimiser et d'augmenter la notoriété spontanée de l'entreprise sur le marché « *client* » de l'emploi (les candidats).

De manière plus empirique, elle déclenche de manière récurrente et constante le nombre de candidatures (dont spontanées) nécessaires à la mise en place d'un « *vivier* », et permet ainsi de faire face rapidement aux besoins en recrutement quand ils se présentent.

④ OBJECTIFS :

- ④ Fédérer le candidat/client autour d'un projet d'entreprise clairement défini pour (et par) le groupe.
- ④ Interpeller les potentiels autour des valeurs Institutionnelle de l'entreprise.
- ④ Identifier un « *positionnement image* » afin d'assurer le *sourcing* nécessaire, solution de secours face à la gestion des flux (internes et sortants).
- ④ Développer un portefeuille récurrent de candidatures permettant la gestion d'un vivier Filiale ou Groupe.
- ④ Limiter le turn-over annuel, notamment sur des fonctions à turn-over « *chroniques* » (commerciaux).

④ METHODOLOGIE :

- ④ Une approche « *Marketing de recrutement* » doit être réalisée, en vue de diagnostiquer les points forts de la structure, et permettre un impact « *gagnant* » en termes d'image de marque sur un marché cible « *grand public* », c'est-à-dire le marché celui de l'emploi.
- ④ Le rôle de GLOBAL RH CONSULTING est d'accompagner l'entreprise avec succès dans cette construction.
GLOBAL RH CONSULTING conçoit avec l'entreprise, le cahier des charges de conceptualisation, et manage la conception avec ORC (agence de communication RH), en assurant un reporting à chaque étape. De son côté, ORC assure la création artistique et l'édition des projets.

- ⊗ GLOBAL RH CONSULTING gère l'administration du cahier des charges prédéfini, et demeure le maître d'œuvre, en manageant directement le prestataire, garantir la qualité, et fiabiliser le passage du stade de projet à celui de la réalité

ETAPE 1 : Conceptualisation et branding.

- ⊗ Recueil des objectifs et orientations stratégiques (brief de communication RH).
- ⊗ Rapport de brief et transmission écrite pour validation.
- ⊗ Conseils et propositions de positionnement de l'image RH.
- ⊗ Définition et conseils sur les orientations graphiques : visuels/axes/thèmes.
- ⊗ Définition et conseils sur les axes de diffusion et vecteurs indirects à exploiter en termes de supports et de média.
- ⊗ Validation des orientations globales et prise de décision (débrief de communication RH).
- ⊗ Rédaction d'un cahier des charges exhaustif reprenant la globalité des éléments (éléments de brief, création artistique et plan d'action).
- ⊗ Visa et validation finale du cahier des charges pour action.
- ⊗ Proposition de choix de vecteurs de communication utilisables.
- ⊗ Evaluation de la faisabilité.
- ⊗ Articulation des rétro-plannings pour chaque projet.

ETAPE 2 : Conception graphique et gestion de projet.

- ⊗ Choix définitif des vecteurs de communication externe.
- ⊗ Mise en place d'un cahier des charges synthétique pour chaque projet.
- ⊗ Elaboration des contenus et de la forme pour chaque projet :
 - ⊗ Adaptation de la charte graphique de la DRH.
 - ⊗ Validation du positionnement institutionnel.
 - ⊗ Conception de la Base Line RH.
 - ⊗ Constitution de rédactionnels.
- ⊗ Management direct d'ORC dans la conception des prototypes par projet.
- ⊗ Validation des écarts entre conceptualisation et conception et modifications correctives si besoin.
- ⊗ Contrôle de conformité et de qualité dans les créations publicitaires initiées par ORC.
- ⊗ Présentation et transmission des prototypes de création pour visa et validation client.
- ⊗ Transmission des « bons à tirer » pour édition des projets.
- ⊗ Contrôle et suivi de la qualité par GLOBAL RH CONSULTING.

⊗ DUREE :

4 réunions minimums sont à prévoir pour ces 2 étapes, sur une période de **2 mois** maximum.