

Formation RH27 : Promouvoir sa marque employeur associative sur le web pour mieux recruter

1 jour

Dernière modification le 15 novembre 2024

Présentation

Les employeurs associatifs du secteur sanitaire, social et médico-social vivent des difficultés structurelles de recrutement et d'attractivité. Cette crise des métiers menace la prise en charge la prise en charge des bénéficiaires et l'avenir même des organisations du secteur. Pour pallier le déficit d'attractivité des métiers du soin et de l'accompagnement, les organisations doivent mieux communiquer sur leurs missions, leurs valeurs, leurs métiers. La promotion de la marque employeur sur le web requiert une approche stratégique et la diffusion de contenus utiles et engageants afin de capter l'attention de candidats potentiels.

Objectifs de la formation

Structurer une stratégie de contenus au service de la marque employeur

Élaborer des contenus spécifiques pour le web, attractifs pour les candidats et tenant compte des algorithmes des réseaux sociaux et des moteurs de recherche

Articuler les canaux de communication

Mesurer l'efficacité de la stratégie de communication

Repérer les cas d'usage des outils d'intelligence artificielle

Public

DRH, Responsables RH, Responsables du recrutement

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap

Pré-requis

Aucun prérequis

Programme

Marque employeur et stratégie de contenu

Enjeux et contexte

Adopter une démarche structurée

Les étapes du plan d'action

Connaître son audience cible

Recourir à la technique du persona

Les outils à mobiliser

Les canaux digitaux et leur articulation

Panorama général des canaux

Optimiser la production et la portée des messages

Identifier les contenus pertinents

Thèmes et sujets ; genres et formats

Doper sa créativité grâce à l'IA

Savoir capter l'attention

Anatomie d'un article web

Les bonnes pratiques sur Linkedin

Recommandations pour les offres d'emploi

Les call-to-action pour susciter l'engagement

Quels objectifs assigner aux contenus ?

Les caractéristiques d'un CTA efficace

Les fondamentaux du SEO

SEO et autres sources de trafic

Mots clés, balises et méta

Évaluer la performance de la stratégie

Que peut-on mesurer ?

Les indicateurs clés

Les plus de la formation



Les séquences se dérouleront en 3 temps : Ancrage : faire appel à ce que les participants savent déjà (par une question/un exercice/un lien avec la séquence précédente...) / Formalisation : relier l'apport à ce qui est déjà connu / - Réancrage : faire un entraînement/une mise en application/une mise en commun (préparation du transfert d'apprentissage)



Techniques d'animation : quizz ; vrai-faux ; carte mentale ; études de cas ; vote coloré ; puzzle ; plan d'action, etc.



Outils : paper board, post-it, cartes, physiques ou virtuels (wooclap, colibri...)

Évaluation



La validation des acquis se fait tout au long de la formation à travers des exercices d'application et des études de cas



Un questionnaire d'évaluation des acquis est remis à chaque participant au terme de la formation

Formations complémentaires

Développer l'attractivité et la fidélisation de votre ESSMS : Du diagnostic à la marque employeur - RH28

Dates

En inter - Présentiel:

Pas de session prévue prochainement

En inter - Distanciel:

21 et 22 avril 2026 - de 14h00 à 17h00

Tarifs

En inter - Distanciel

Tarifs 2026

Adhérents

345 € nets de taxes par personne.

Non-adhérents

455 € nets de taxes par personne.

Formation disponible en intra

Une formation intra c'est :

Une analyse précise de votre demande

Une proposition détaillée de formation

Une formation planifiée en concertation avec le centre de formation

Sur devis seulement.

Organisme de formation enregistré

sous le numéro 11 75 54735 75.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

nexem.fr/formation

formation@nexem.fr

Tél : 01 55 45 33 02