Centre de gestion
de Seine-et-Marne
Fonction Publique Territoriale

DÉVELOPPER SA MARQUE EMPLOYEUR

Fiche pratique emploi territorial

La marque employeur est une technique de marketing utilisée par les services ressources humaines visant à valoriser l'image de la collectivité territoriale ou de l'établissement public vis-à-vis des salariés et des candidats notamment le recrutement.

10, Points de Vue – CS 40056 – 77564 LIEUSAINT CEDEX
Tél. 01 64 14 17 00 - cdg77.fr

QU'EST-CE QUE LA MARQUE EMPLOYEUR ?

La marque employeur est une technique de marketing utilisée par les services ressources humaines visant à valoriser l'image de la collectivité territoriale ou de l'établissement public vis-à-vis des salariés et des candidats notamment le recrutement.

Elle se définit selon 3 critères :

- elle concerne l'identité de la collectivité / de l'établissement, à savoir son activité ou ses services, son expertise ou encore ses valeurs ;
- elle touche à l'interne ; ce que pensent vos agents et vos partenaires, quelle est l'environnement de travail au sein de votre structure, les avantages à y exercer son activité ?
- elle s'applique à la vision que porte le public extérieur sur la collectivité ou l'établissement public.

Que vous soyez une petite, moyenne ou une grande collectivité, construire et développer votre marque employeur s'avère donc essentiel puisqu'elle possède une très forte influence sur différents acteurs.

Depuis maintenant quelques années, on ne peut plus passer à côté de l'essor des réseaux sociaux et du développement des technologies mobiles. La communication doit donc être digitale afin que la structure puisse transmettre plus facilement sa vision et les valeurs qui la démarquent d'autres structures (privées ou publiques), de mettre en lumière son identité, de valoriser ses actions en faveur de ses collaborateurs et de toucher plus rapidement et plus facilement ses cibles..

POURQUOI DÉVELOPPER SA MARQUE EMPLOYEUR ?

- Développer et entretenir un sentiment de fierté au sein du personnel.
- Donner envie aux potentiels candidats de rejoindre votre collectivité ou établissement.
- Répondre aux attentes des nouvelles générations :

Pilier de l'attractivité de la structure

Attirer des profils qualifiés

Qualité de Vie au travail (QVT)

Culture bienveillante

ZOOM SUR LES ÉLÉMENTS DE LA MARQUE EMPLOYEUR

IMAGE EN EXTERNE
Perceptions des candidats, des écoles, sur les réseaux sociaux.

IMAGE EN INTERNE
Perception, ses sensations, ses sentiments des collaborateurs, des managers, des partenaires sociaux.

IDENTITÉ, SON ADN
Son activité, ses métiers, son histoire, son ancrage territorial, ses valeurs.

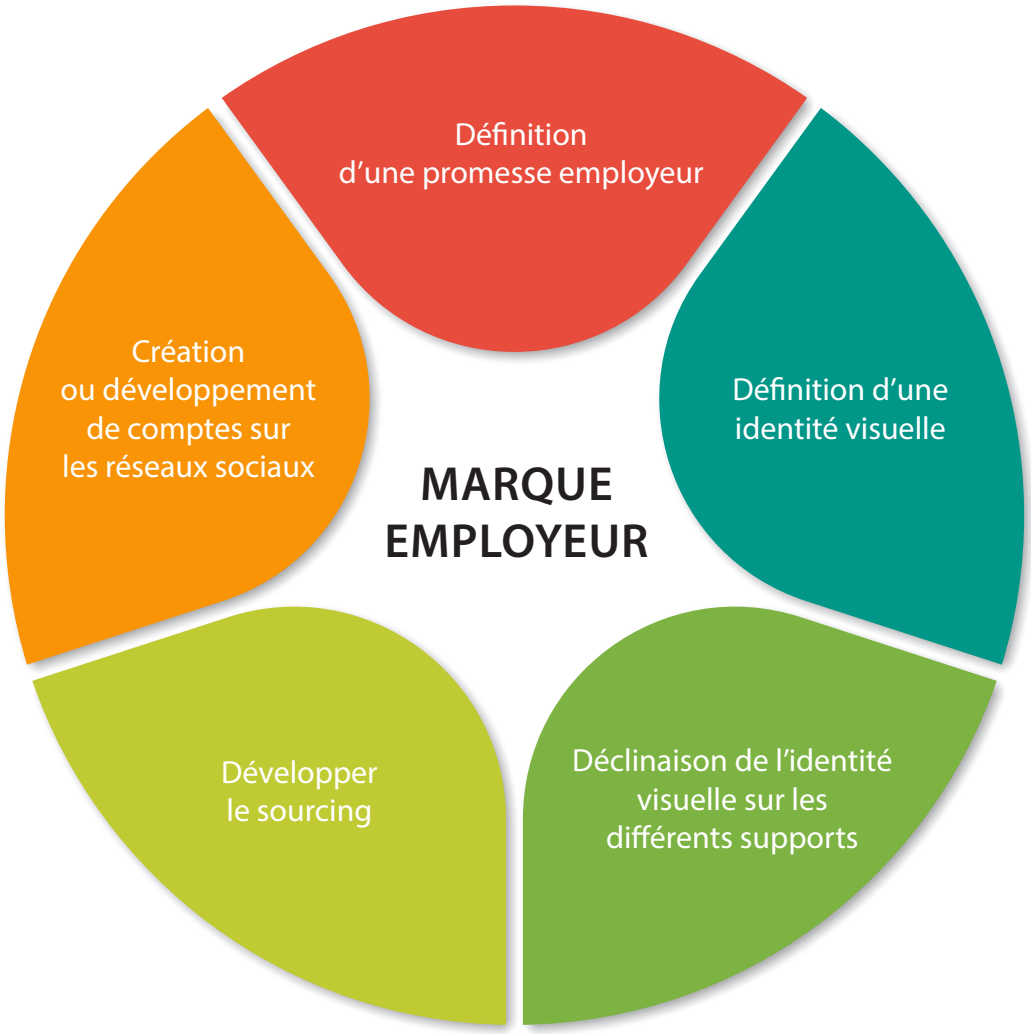
PRATIQUES
Les processus RH. Les solutions et l'organisation, tant RH que managériales, qui font vivre au quotidien la marque employeur.

COMMENT LA DÉVELOPPER ?

1.
Inventaire de l'existant

2.
Réorganisation du processus de recrutement

3.
Création de la marque employeur



Dans un premier temps, il est nécessaire de faire l'inventaire de l'existant et notamment du processus de recrutement et réorganiser ce processus si besoin : adoption d'une présentation harmonisée des offres entre les différents services avec des éléments de langage commun autour de mots clés (par exemple innovation, proximité, développement, épanouissement, équipe, projet, talent, compétences), accueil réservé aux candidats lors des entretiens, réponses systématique aux candidats.

Ensuite il faudra définir sa « promesse employeur », cette promesse doit être sincère et réelle, elle doit correspondre aux valeurs prônées par la structure (exemple : une collectivité territoriale solidaire et innovante). La façon dont sont gérées les ressources humaines de la structure peut être valorisée : les actions menées en faveur des collaborateurs comme par exemple l'aménagement des postes de travail, la mobilité interne, les évolutions de carrière, égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, l'accompagnement des agents porteurs de handicap de la structure.

Gestion des compétences

Offre d'action en matière de prévention

Climat social

« Mettre le cap sur la formation et favoriser la conciliation des vies professionnelle et privée, et notamment de la parentalité, ne suffisent pas à devenir une structure en mesure d'attirer les talents, dans toute leur diversité. Une politique managériale respectueuse de l'ensemble des agents devient un facteur clé de différenciation »

L'étape suivante est la définition d'une identité visuelle (charte graphique, photos ou vidéos d'agents volontaires pour représenter la diversité des métiers, etc.) pour la décliner sur les différents supports (site de la collectivité, supports de communication, livret d'accueil, etc.).

Enfin, il est recommandé de développer ou de créer un compte sur les réseaux sociaux professionnels et développer le sourcing (cibler les lauréats de concours, développer les relations avec certaines écoles ou partenaires, participer à des salons ou des jobs dating).

Le travail conjoint du service communication et / ou la direction générale et le service ressources humaines est indispensable pour développer votre marque employeur.