LA MARQUE EMPLOYEUR

POUR ATTIRER LES CANDIDATS !

Aujourd'hui, les structures doivent fournir des efforts pour **recruter durablement : attirer les potentiels et fidéliser les compétences**. Et pour cela, elles doivent travailler sur leur « marque employeur ». Les chercheurs d'emploi se renseignent sur la structure avant d'y postuler (94 % des candidats – étude Régions job).

Différentes règles doivent être suivies :

1. Identifier vos valeurs et vos forces

Votre structure a tout intérêt à **identifier ses atouts et ses critères d'attractivité**.

Pour cela, vous devez **communiquer sur vos valeurs**, sur l'image de votre structure et les avantages à y travailler (régime indemnitaire, action sociale, télétravail, perspectives de carrière, projets RH en cours (égalité homme-femme, qualité de vie au travail, procédure d'intégration du nouvel arrivant, formation des managers, avantages sociaux (titres restaurants /vacances, CE, etc.).

Cela implique **d'avoir une vision stratégique** de la structure à **moyen et long terme**. Les candidats souhaitant avoir de la transparence sur les politiques RH, il conviendra de présenter en partie vos Lignes Directrices de Gestion.

Attention : Il importe de **ne pas vendre une image qui ne correspond pas à la réalité**. La marque employeur a ses limites, en particulier lorsque le discours n'est pas en adéquation avec la réalité.

> « C'est en construisant des organisations de travail où les gens trouveront leur compte qu'on devient un employeur efficace, pas en vendant du rêve ». Nicolas BRAEMER

- **Focus sur les valeurs et le sens au travail**

Les potentiels candidats, notamment les nouvelles générations arrivant sur le marché du travail, cherchent un emploi cohérent avec leurs valeurs et dans lequel elles se sentent utiles. Les personnes cherchent à apporter quelque chose à la structure et à la société (cf. ci-dessous : focus sur la RSE) et souhaitent également se sentir reconnues pour les efforts et le travail accomplis. Ainsi, le sens que l'on peut trouver à effectuer une activité professionnelle est lié à des enjeux d'attractivité mais aussi de fidélisation, puisque donner un sens à son travail permet d'augmenter le bien-être, la motivation et l'engagement.

Par ailleurs, le sentiment de justice fait partie des valeurs fondamentales des Français, il convient d'agir dessus.

- **Focus sur la responsabilité sociétale et environnementale**

Les citoyens sont de plus en plus conscients de la nécessité d'adopter des comportements responsables au regard du réchauffement climatique mais également au regard de la gouvernance des organisations. Aussi, agir pour et sur la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) est une plus-value dans une offre d'emploi.

Aussi, si vos pratiques internes touchent une des 7 questions centrales de la RSE (définies dans la norme ISO 26 000), il sera essentiel de les mettre en lumière.

2. Faire connaître vos métiers et votre structure

Il est également essentiel de **faire connaître les métiers** qui y sont exercés et leurs plus-values (ex. : Fiches métiers – articles sur le site internet/magazine communal, etc.).

Certains métiers entraînent des **contraintes fortes** : pénibilité physique, horaires atypiques (en soirée ou le week-end), horaires supplémentaires, etc. Cela ne facilite pas le recrutement. Aussi, l'offre proposée doit « *atténuer les souffrances engendrées par les nécessités de services en les compensant par des avantages* ».

- ### La présence sur les réseaux

Votre présence sur les réseaux (LinkedIn, Facebook, etc.) est importante puisque de nombreux candidats vont postuler après avoir vu une annonce sur l'un de ces réseaux.

Par ailleurs, il est important de vous faire connaître également auprès des différentes écoles et structures qui forment de potentiels futurs candidats, que vous souhaitiez accueillir des étudiants (stagiaires / apprentis) ou des diplômés. De nombreuses listes de diffusion d'offres d'emploi aux anciens étudiants sont mises en place par ce biais.

3. Créer une procédure d'accueil

La **qualité de l'accueil fait partie intégrante de la motivation** d'un candidat à venir dans une structure mais surtout d'y rester. Aussi, il est **primordial de mettre en place un parcours** d'accueil et d'intégration pour faciliter la compréhension de l'organisation et ainsi diminuer le temps d'adaptation.

Cette action peut être précisée dans l'offre d'emploi.

Ex. : *« Après avoir suivi notre parcours d'accueil et d'intégration, vous réaliserez les missions suivantes : … ».*

4. Soigner et accompagner vos collaborateurs

Vos **agents actuels sont les ambassadeurs** naturels de votre structure. Si le message transmis dans votre offre n'est pas raccord avec le ressenti de vos collaborateurs, les candidats le verront tout de suite.

- **L'importance de la santé au travail**

La santé au travail a pris une place importante dans les attentes des travailleurs actuels et à venir. Cela concerne aussi bien la santé physique que la santé mentale. Il est important de savoir que la **performance d'une organisation dépend fortement de l'état de santé** des agents qui la composent.

Avant de mettre en avant son organisation, il est utile de **commencer par analyser les pratiques existantes en interne et de les améliorer**, en lien avec les collaborateurs.

Une réflexion plus globale sur les **conditions de travail** (évaluation des risques professionnels et psychosociaux) est donc à mener pour pouvoir plus facilement communiquer dessus.

Par ailleurs, il est essentiel de travailler sur la conciliation entre vie professionnelle et personnelle, notamment en mettant en place le télétravail, mais également en instaurant des horaires variables.

- **Le développement des compétences pour agir sur l'estime de soi**

Par ailleurs, le développement des compétences continu est un des critères importants puisque les nouvelles générations recherchent un épanouissement dans leur travail, un métier qui pourra leur permettre de grandir professionnellement, de montrer leur savoir et savoir-faire. Aussi, la mise en lumière de votre politique de formation sera importante.

Ex. :

- *« En fonction des besoins, des formations seront possibles sur différentes thématiques tout au long de la carrière grâce au catalogue riche et varié du CNFPT »*
- *« Possibilité de passer des habilitations – Permis – CACES pris en charge par la collectivité »*
- *« Groupes d'échanges et de développement des pratiques en interne »*

- **Analyser les raisons des départs**

Le fait de prendre soin de rencontrer les collaborateurs sortant est un gage de qualité en tant qu'employeur. Cela prouve que vous vous intéressez à l'ensemble de vos agents, quant bien même ils ne resteront pas dans votre structure. L'intérêt également d'identifier les raisons des départs est de pouvoir mettre en place des actions correctives si certaines choses de l'organisation n'étaient pas optimales.

Prendre soin et accompagner les collaborateurs, cela s'appelle le
« marketing des ressources humaines » :
plus il fera « bon travailler » dans la structure, plus il y aura des personnes qui candidateront.

Le **service Conseil en Organisation et Santé au Travail du CDG 68** est à votre écoute pour vous accompagner dans vos démarches.