

## 01

Cycle numérique : Attirer,  
recruter, fidéliser à l'ère du  
2.0**Fiche technique****Secteurs**

Tous secteurs

**Public**

Tout professionnel assurant des missions RH et/ou du recrutement

**Durée**

3 jours

**Organisme de formation**

➔ LGP Conseil

**Date limite d'inscription**

31/12/2018

**Lieux & dates**➔ **Groupe 1****Nantes**

Les 21 &amp; 22 mars 2019

+ Le 23 avril 2019

➔ **Groupe 2****Le Mans**

Les 25 &amp; 26 avr. 2019

+ Le 20 mai 2019

➔ **Groupe 3****La Roche sur Yon**

Les 13 &amp; 14 mai 2019

+ Le 14 juin 2019

➔ **Groupe 4****Laval**

Les 20 &amp; 21 mai 2019

+ Le 18 juin 2019

➔ **Groupe 5****Angers**

Les 6 &amp; 7 juin 2019

+ Le 27 juin 2019

**Interlocuteur Unifaf**

Caroline BERNIER

[caroline.bernier@unifaf.fr](mailto:caroline.bernier@unifaf.fr)

0240890343

**Contexte**

L'évolution du marché de l'emploi, le renouvellement des générations et l'avènement de la digitalisation chamboulent la relation salariés / employeurs. L'instabilité permanente, les nouveaux modes de travail, les outils collaboratifs et les relations intergénérationnelles sont autant de défis auxquels doivent s'adapter management et ressources humaines.

Ces changements bouleversent les relations professionnelles et en particulier les pratiques de recrutement et de fidélisation. Ils nécessitent d'ajuster, voire de modifier, les modes d'actions en matière de gestion des ressources humaines.

Cette formation vous permettra de développer une approche compréhensive des éléments sources d'attractivité et de ce qui se joue entre le candidat-collaborateur et l'employeur afin d'outiller vos processus de recrutement et de fidélisation.

**Objectifs****Objectifs généraux :**

- ➔ Identifier les tendances en matière de recrutement à l'ère du 2.0 et mesurer les enjeux associés en termes d'attractivité, d'intégration et de fidélisation.
- ➔ Réaliser un diagnostic et bâtir une stratégie de recrutement et de fidélisation en lien avec sa GPEC.

**A l'issue de la formation chaque participant sera capable de :**

- ➔ Identifier les leviers d'action pour faire face aux éventuelles difficultés de recrutement – de l'analyse du besoin à la mise en place d'un parcours d'intégration et de fidélisation.
- ➔ Adapter sa communication RH et son image de marque.
- ➔ Utiliser les canaux de recrutement 2.0.
- ➔ S'appuyer sur des outils pour associer les besoins en recrutement à la démarche GPEC.

**Prérequis**

Intervenir ou devoir intervenir dans le processus de recrutement et de fidélisation.

**Contenu****Pré-reading :**

Il sera proposé à chaque participant de découvrir le thème de formation au travers d'articles de presse et de liens internet, d'un outil de positionnement et d'un questionnaire d'expression des attentes.

Des fiches outils et de la documentation seront mis à disposition des participants en ligne tout au long de la formation.

**Jour 1 : Comprendre le marché de l'emploi et analyser son positionnement**

## **Evolution du marché du travail et tendances en matière de recrutement**

- ⇒ Identifier les stratégies de recrutement et les enjeux associés
- ⇒ Clarifier l'impact du digital sur le métier de recruteur
- ⇒ Rappeler la législation en matière de recrutement et de GPEC
- ⇒ Diagnostiquer les pratiques en termes de recrutement

## **Attractivité et recrutement : développer son image de marque**

- ⇒ Identifier les éléments attractifs au sein de son organisation (organisation du travail, mobilité, formation...)
- ⇒ Repérer les profils et cibler sa stratégie
- ⇒ Comprendre les fonctionnalités des réseaux sociaux professionnels et leurs impacts
- ⇒ Communiquer sur le poste et sa valeur ajoutée, par rapport au marché du travail
- ⇒ S'assurer de la cohérence de sa démarche entre les valeurs et les objectifs de l'établissement, et avec l'image perçue par l'environnement professionnel
- ⇒ Porter et transmettre l'image de marque de l'établissement, la mettre en œuvre au quotidien et dans sa démarche de recrutement

## **L'entretien de recrutement comme vecteur d'attractivité** ***Jour 2 : Définir et outiller son processus de recrutement et d'intégration***

### **Stratégie de recherche et de présélection des candidats**

- ⇒ Comprendre l'évolution des comportements des candidats
- ⇒ Choisir les bons canaux en fonction du profil
- ⇒ Diversifier le sourcing des candidats, à l'ère du 2.0 (jobboards, réseaux sociaux, MRS, etc.)
- ⇒ Savoir rédiger une annonce de recrutement motivante et sélective.
- ⇒ Communiquer sur la culture et les valeurs de l'établissement pour attirer les talents
- ⇒ Optimiser la présélection

### **Mettre en place un processus d'intégration**

- ⇒ Identifier les enjeux de l'intégration
- ⇒ Situer les étapes et le rôle des différents acteurs (managers, RH...)
- ⇒ Valider les compétences pendant la période d'essai
- ⇒ Bâtir un programme d'intégration

### **Les leviers d'actions RH et de GPEC : faire vivre les processus de recrutement et d'intégration**

- ⇒ Elaborer un plan d'actions recrutement individuel à partir de l'existant et des axes à améliorer
- ⇒ Echanger sur les modalités de mise en œuvre et les ressources

### ***INTERSESSION COACHEE ENTRE PAIRS :***

*Création de binômes au sein du groupe de participants pour soutenir la mise en œuvre du plan d'action individuel construit suite aux deux premiers jours de formation*

### ***Jour 3 : Ancrer les pratiques et développer la fidélisation***

#### **Retour d'expériences**

- ⇒ Partager les pratiques et les plans d'action mis en œuvre

- ⇒ Présenter les plans d'actions mis en œuvre pendant l'intersession

### **Fidéliser son personnel**

- ⇒ Etablir le cycle de vie du collaborateur
- ⇒ Identifier les leviers d'action RH pour fidéliser – formation, rémunération, management, QVT
- ⇒ Clarifier le rôle des différents acteurs (RH, manager...)
- ⇒ Clarifier ce qu'est un talent, un potentiel, un haut potentiel
- ⇒ Identifier les outils de développement des talents
- ⇒ Recruter sur le long terme

### **Les leviers d'actions RH et GPEC :**

- ⇒ Bâtir un plan d'actions pour faire vivre les processus de recrutement, d'intégration et de fidélisation

### **Bilan de la formation et plan d'actions**