

Méthodes et outils utilisés pour le recrutement sont en pleine mutation, LinkedIn est aujourd'hui le réseau social professionnel n°1 en France. Avec plus d'un actif sur deux qui l'utilise, il est spécialement dédié à la création de son réseau professionnel.

LinkedIn permet de donner de la visibilité à son entreprise et grâce à ses nombreux filtres de recherche trouver des profils intéressants à recruter.

Le recrutement sur les réseaux sociaux implique un comportement exemplaire, la communication a fait son entrée dans le périmètre d'action des RH.

Fondamentalement centré sur l'humain cette journée va vous aider à concevoir, innover, voire disrupter la marque employeur de votre entreprise et comprendre comment recruter grâce aux outils dédiés.



Public et pré-requis :

Partenaire : FVHPA

- Public : Prestataires et professionnels du tourisme / priorité d'inscription aux professionnels de l'hôtellerie de Plein Air
- Pré-requis : Aucun



Durée : 7 h – Modalités : formation à distance



Date et lieu :

Classe virtuelle 1 : mardi 26 janvier 2021 - 14h-17h30

Classe virtuelle 2 : jeudi 28 janvier 2021 - 14h-17h30



Formateur : Gisèle Taelemans – CoManaging



Effectif maximum : 12 participants



Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable :

- D'identifier les leviers d'attractivité de son entreprise
- De définir la proposition de valeur de sa marque employeur (PVE) pour impliquer et faire participer les collaborateurs
- D'utiliser LinkedIn pour promouvoir sa marque employeur et rendre les offres d'emploi plus visibles
- De décrire les actions prioritaires à mener pour faciliter le recrutement

Programme détaillé

Classe virtuelle 1 : lundi 14 Décembre 2020 – 9h-12h30:

Partie 1 : Identifier les enjeux de la marque employeur pour son entreprise

- Comprendre les leviers de l'engagement des salariés
- Analyse des offres d'emplois des entreprises concurrentes
- Analyser des profils LinkedIn des collaborateurs et des candidats recherchés pour comprendre leur comportement

Atelier :

Evaluer les leviers de l'engagement de son entreprise

Réaliser la carte d'empathie (design thinking) : Identifier les éléments extérieurs qui influencent le comportement du candidat recherché

Partie 2 : Organisation

Identifier et classer les leviers d'attractivités de votre entreprise:

- Définir l'objectif du projet
- Les atouts de l'entreprise
- Les courants porteurs (soutiens externes)
- Les courants contraires (causes externes)

Atelier :

*Réaliser un Vision boat (Méthode Agile)
Optimiser les leviers d'engagement de son entreprise*

Classe virtuelle 2 : vendredi 18 Décembre 2020 – 9h-12h30

:

Partie 3 : Schématiser les actions de l'entreprise pour augmenter sa visibilité et attirer des candidats

Organiser et planifier ses publications sur les réseaux sociaux :

- Formaliser les 5 dimensions de la proposition de valeur de la marque employeur (PVE)
- Définir la stratégie de la marque employeur pour son entreprise (inbound)
- Trouver ses alliés : Impliquer collaborateurs, partenaires et clients
- Transformer ses collaborateurs en influenceurs
- Définir les éléments de langage (mots clé des sujets à partager avec vos cibles)
- Identifier les 10 principes de l'entreprise de demain

Atelier :

*Lister les arguments différenciants
Définir la Proposition de Valeur de votre marque Employeur (PVE)
Développer la présence de l'entreprise à travers les profils de ses collaborateurs
Organiser l'animation des publications*

Partie 4 : Comprendre le mode de fonctionnement de « LinkedIn Talents solutions » pour promouvoir son offre d'emploi

- Fonctionnalités
- Tarifications
- Evaluer la pertinence des solutions payantes de LinkedIn

Partie 5 : Décrire les actions prioritaires

- Définir les tâches considérées les plus importantes ou les plus urgentes

Atelier : Réaliser une matrice des priorités des actions à mener

Tour de table , évaluation des acquis et bilan de la formation

Méthodes et moyens pédagogiques

- Méthodes
 - Informative : apport d'informations et de méthodes illustrées (bonnes pratiques),
 - Active et participative : ateliers pratiques pour s'appropriier les techniques et outils, échanges d'expériences
- Moyens
 - Questionnaire préalable
 - Support de présentation
 - Classes virtuelles en visio via Zoom
 - Travaux personnels déposés sur Google Drive

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Trames de travail à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens et ressources complémentaires

Matériel recommandé

- Une bonne connexion Internet, un ordinateur avec micro et caméra pour les classes virtuelles, un poste au calme
- Disposer d'un smartphone connecté et l'Apps Instagram téléchargée et compte activé

Évaluation des acquis

Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'auto-évaluation rempli par le participant
- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur en fin de session avec le participant, au vu des ateliers pratiques réalisés et de l'auto-évaluation du participant.

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant à la fin de la session (questionnaire obligatoire).

SAV à 6 mois

Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

Contact : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr / CoManaging - 06 86 90 96 51
<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>