



La marque employeur au service de l'attractivité et de la fidélisation

GUIDE : Les 6 erreurs à ne pas faire en marque
employeur & 12 stratégies pour faire face à la
pénurie

Fanny Comba

Fondatrice et directrice de Comba Consulting Sàrl & de Women's Leadership Academy
Experte Marque employeur, culture d'entreprise & leadership féminin

La marque employeur c'est....

Dire ce que je fais – Faire ce que je dis



1 – Confondre marque employeur et marque recruteur

La marque employeur est ce qui englobe toutes stratégies et démarches internes et externes et qui ont pour objectifs de

1. **FIDÉLISER**
2. **MOBILISER**
3. **DÉVELOPPER**

C'est seulement dans un deuxième temps qu'on déploie une stratégie externe dans le but de

4. **RECRUTER (attirer).**

La marque employeur fait partie de l'ADN de l'entreprise.



Marque recruteur
= externe

= interne

- Stratégie interne
- culture d'entreprise
- avantages
- environnement de travail
- QVT
- évolutions de carrière
- développement des compétences
- etc

MARQUE EMPLOYEUR

2 - Les paillettes et la tour d'Ivoire

“Expectations VS reality”

Avec **trop de paillettes**, on crée un grand écart entre ce qui est **PERÇU** et ce qui est **VÉCU**. Ceci provoque une rupture de confiance et un désalignement entre l'attente et la réalité.

Pour ce faire, il faut **sortir de la tour d'ivoire**, des **salles de réunion**, et aller à la **RENCONTRE** des collaborateurs.

L'authenticité est au coeur de la marque employeur mais cela demande du courage d'être authentique, Serez-vous courageu.ses ?





STOP au syndrome du chaton à paillettes ...

Il est chou mon chat AI, non ??

3 - Oublier que vos salariés sont vos meilleurs ambassadeurs

Employee Advocacy : Vos salarié-e-s sont de loin vos meilleur-e-s ambassadeur-ric-e-s, qu'il s'agisse de partager votre **CULTURE** interne ou encore de **DIFFUSER** votre politique RH.

10X

La somme du réseau de tous les collaborateurs est en moyenne 10X plus grande que le réseau de l'entreprise.

60%

Les employés ont 60% plus de chance d'engagés avec des contenus de collègues et d'employés

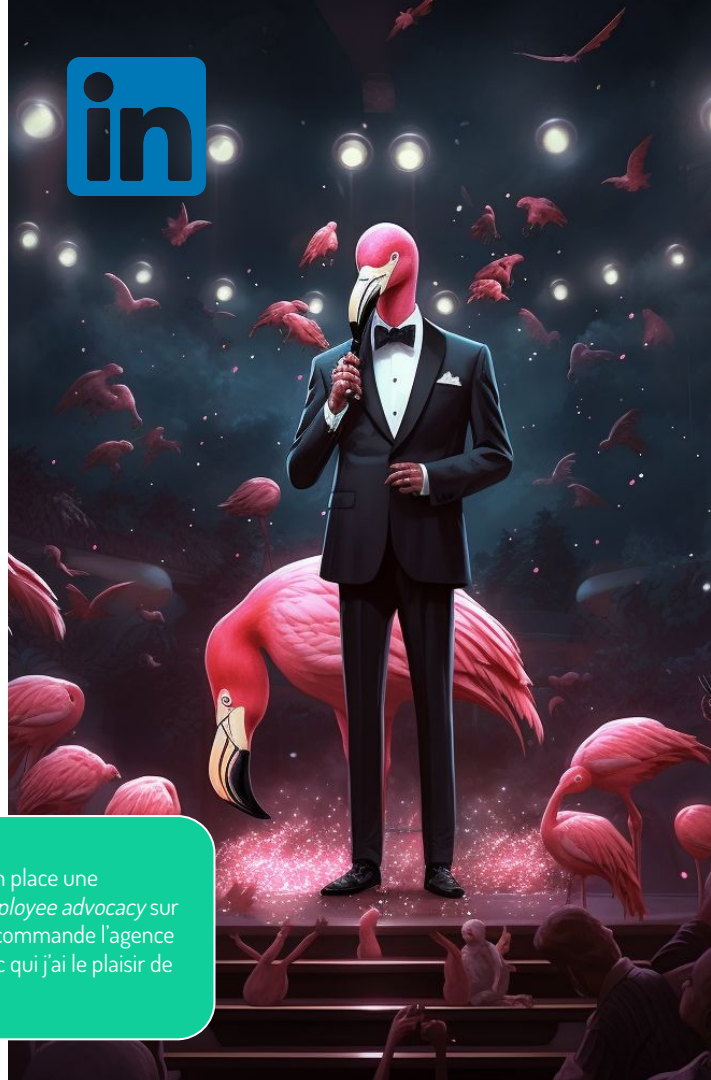
7X

Les employés ambassadeurs engagent 7X plus de consultations d'offres d'emploi, et 4 fois plus de demandes d'emploi

-Internal LinkedIn data

Astuce

Pour mettre en place une stratégie d'*employee advocacy* sur LinkedIn, je recommande l'agence Ricochets, avec qui j'ai le plaisir de collaborer.





Vos collaborateurs sont-ils vos meilleurs
ambassadeurs sur LinkedIn ?

Découvrez comment mobiliser vos équipes
avec notre formation Employee Advocacy.

www.combaconsulting.com

4 – One size fits all

Travailler sa marque employeur c'est être prêt à être

AUTHENTIQUE et à montrer ce qui vous rend UNIQUE !

Vous devrez cibler et adapter votre discours à votre PUBLIC

CIBLE : les discours génériques n'ont pas leur place.

Trop souvent on se lance sur les réseaux sociaux sans stratégie préalable, afin de toucher le plus de monde possible: STOP !

Comment ?

- Audit interne et externe
- Définir l'EVP
- Création de Persona
- Copyrighting & storytelling humain, spécifique et authentique
- Adaptez vos contenus (en commençant par vos offres d'emploi)

“

**Plaire à tout le monde,
c'est plaire à n'importe
qui.**

Sacha GUITRY

5 - Ne pas mesurer les efforts

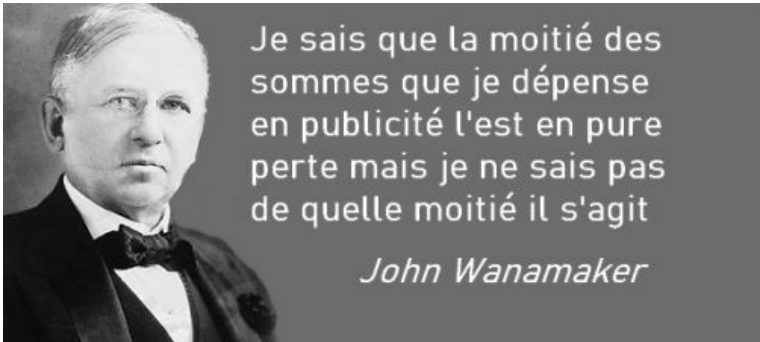
Une stratégie marque employeur peut demander du temps et de l'argent: il est donc primordial de savoir **où** on va et **pourquoi**.

Évitez de perdre cette énergie et soyez convainçants avec des faits et non des ressentis uniquement.

Pour cela, on pose des indicateurs clés de **PERFORMANCE** qu'on évalue

RÉGULIÈREMENT. Voilà quelques exemples:

- Taux de rétention
- Taux de roulement
- eNPS pour les employés
- Taux d'engagement et de satisfaction
- Visites sur le site carrière
- Nombre de candidatures spontanées
- Nombre de candidatures (par persona)
- Qualité des candidatures
- Coût de recrutement
- Temps à recruter
- etc.





COMBA
CONSULTING
BRAND HUMAN VALUES

Indicateur de votre marque employeur	Trimestre 1 2022	Trimestre 2 2022	Variation T2-T3	Trimestre 3 2022	Variation T2-T3	Trimestre 4 2022	Variation T3/T4	TOTAL ANNUEL
1 Note Glassdoor	4	4,1	2%	4	-2%	4	0%	4,025
3 Nb de candidatures spontanées	25	27	8%	18	-33%	30	67%	100
4 Le poste témoin : choisir un poste pénurique ET récurrent	75	68	-9%	72	6%	120	67%	83,75
5 Nb de candidats boomerangs	1	0	-100%	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	1
6 Nb de collaborateurs cooptants			#DIV/0!		#DIV/0!		#DIV/0!	0
7 Ancienneté moyenne des collaborateurs	39	42	8%	42	0%	41	-2%	41
8 Budget alloué à la marque employeur	1000	3000	200%	6000	67%	500	-90%	9500
9 Le taux de turnover	10	8	-20%	12	50%	14	17%	11
10 Cost per hire			#DIV/0!		#DIV/0!		#DIV/0!	#DIV/0!
11 Coût de turn over			#DIV/0!		#DIV/0!		#DIV/0!	#DIV/0!
12 Time to hire								

6 – Négliger l'expérience candidat

Un parcours chaotique ou une absence de suivi

Pourquoi c'est une erreur ?

- Un candidat mal informé ou ignoré devient un **ambassadeur négatif**.
- Un processus long ou opaque renvoie l'image d'une **entreprise désorganisée**.
- Un mauvais onboarding peut faire **fuir les nouvelles recrues** rapidement.

Bonnes pratiques :

- **Informez** régulièrement les candidats, même en cas de **refus**.
- **Simplifiez** le parcours candidat et soignez **l'accueil** des nouveaux arrivants.
- Demandez des **feedbacks** sur l'expérience candidat pour vous **améliorer**.



45 % des démissions ont lieu la 1ère année.

30 KCHF – 60KCHF : Coût d'un recrutement raté.

82 % : taux amélioration de la rétention grâce à un onboarding réussi.



Votre onboarding fidélise-t-il vraiment vos talents dès le premier jour ?

Pour transformer chaque intégration en succès, découvrez notre formation dédiée.

www.combaconsulting.com



Marque employeur

CHECKLIST - 12 stratégies pour
faire face à la pénurie
(liste NON exhaustive)

12 STRATÉGIES POUR FAIRE FACE A LA PÉNURIE (1/3)

- ❑ **Interne avant l'externe** : Soyez au clair sur ce qui fait de vous un employeur unique – quels sont vos piliers et votre promesse et qu'en disent les collaborateur-rices ? Pourquoi sont-ils là et qu'est ce qui les motive ?
- ❑ **Authenticité et transparence** : Communiquez ouvertement sur la culture d'entreprise, les valeurs, la mission et la vision. Partagez des témoignages d'employés actuels pour donner une image réaliste de la vie au sein de l'entreprise. Montrez et prouvez ce que vous avancez.
- ❑ **Valorisez la formation et le développement** : Proposez des programmes de formation continue, des ateliers et des opportunités d'apprentissage. Encouragez la mobilité interne et les parcours de carrière évolutifs.
- ❑ **Promouvez la qualité de vie dans votre entreprise (et en Suisse)** : Mettez en avant vos avantages de vivre et de travailler en Suisse (vous pouvez proposer des packages attractifs pour les expatriés, incluant par exemple une aide à la relocation pour toute la famille)

12 STRATÉGIES POUR FAIRE FACE A LA PÉNURIE (2/3)

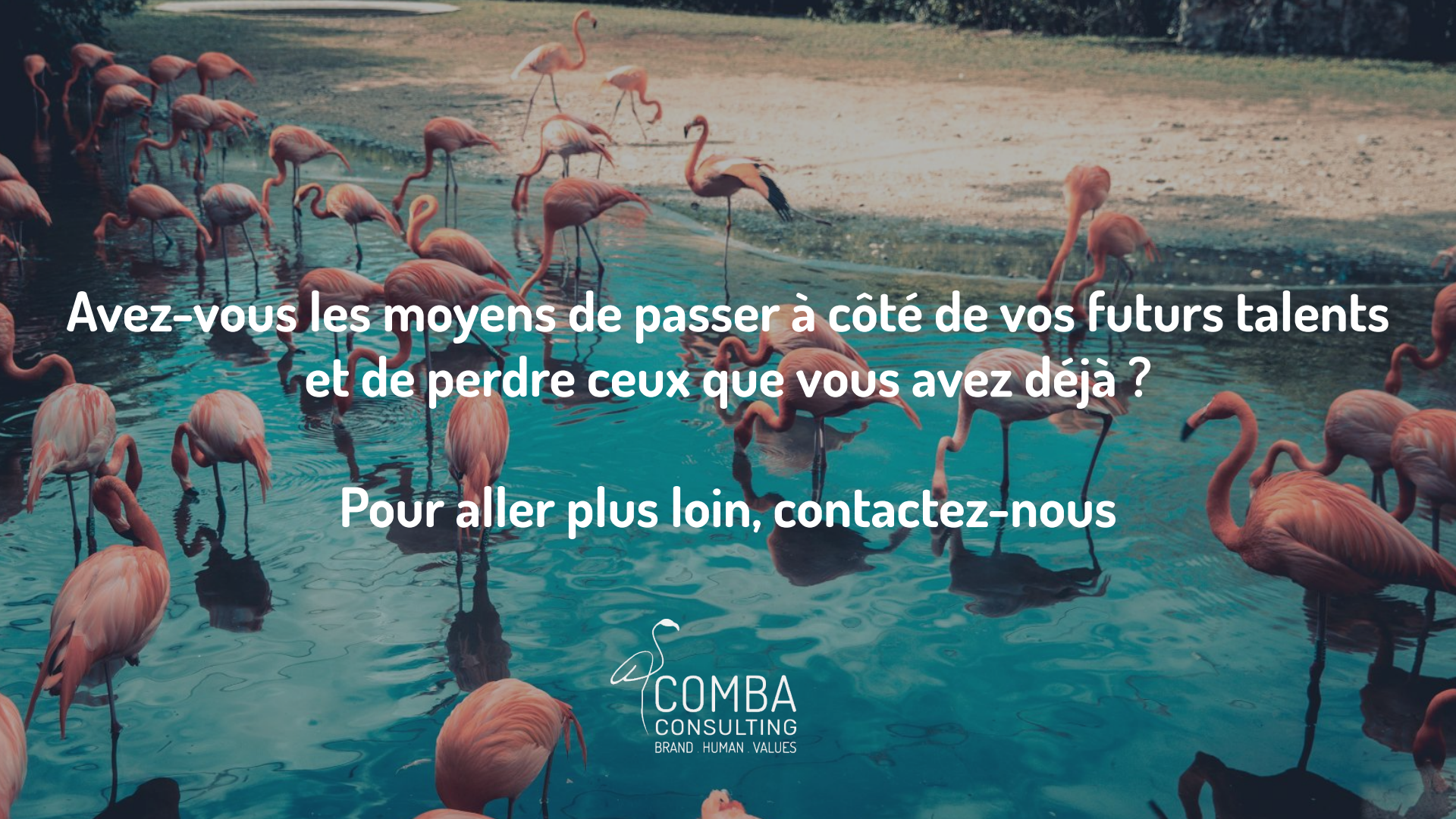
- ❑ **Flexibilité et équilibre vie professionnelle/Vie personnelle** : Offrez des options de travail flexibles, comme le télétravail, les horaires aménagés ou les congés sabbatiques. Ce sont aujourd'hui des mesures d'hygiène!
- ❑ **Communiquez votre engagement Social et Responsabilité d'Entreprise AVEC AUTHENTICITÉ**: Stop au greenwashing, merci beaucoup ! Impliquez vos collaborateur.rices dans les démarches !
- ❑ **Diversité et inclusion** (aïe, les vilains mots): Mettez en place des programmes pour promouvoir la diversité et l'inclusion au sein de l'entreprise. Valorisez les témoignages d'employés issus de divers horizons et selon la pertinence de VOTRE réalité ! *Et si c'était les femmes, les seniors, les non-experts, et votre solution contre la pénurie ?*
- ❑ **Collaborez avec les établissements éducatifs** : Établissez des partenariats avec des universités et des écoles professionnelles (CH & étrangères) pour créer des programmes de stages ou d'apprentissage. Organisez des ateliers, des conférences ou des journées portes ouvertes pour attirer les talents en devenir. Sponsorisez leurs événements.

12 STRATÉGIES POUR FAIRE FACE A LA PÉNURIE (3/3)

- ❑ **Optimisez votre présence en ligne** : Soignez votre site carrière avec des informations pertinentes, des vidéos et des témoignages. Utilisez les réseaux sociaux pour partager des actualités, des événements et des moments forts de l'entreprise. Ne faites PAS du Tik Tok si ce n'est PAS votre cible (et inversement, ce n'est peut-être PAS sur LinkedIn que vous parlerez à votre futur apprenti !). Revoyez votre page carrière, vos offres d'emploi et autres supports digitaux !
- ❑ **Feedback et amélioration Continue** : Sollicitez régulièrement des retours de la part des employés et des candidats pour améliorer continuellement votre marque employeur. Mettez en place des enquêtes de satisfaction et agissez sur les points d'amélioration identifiés. Évaluez votre eNPS !
- ❑ **Employés ambassadeurs**: Encouragez vos employés à devenir des ambassadeurs de votre marque, en partageant leurs expériences et en recommandant l'entreprise à leur réseau.
- ❑ **Soignez votre e-reputation** : L'e-réputation est un élément essentiel de la marque employeur à l'ère numérique. Cela peut renforcer la confiance, attirer des talents et améliorer l'image globale de l'entreprise. Que dit-on de vous sur Glassdoor (et tous les autres ?)

+ 3 STRATÉGIES POUR 2025

- ❑ **Miser encore plus sur le leadership et l'engagement des managers** : Ajoutez une stratégie dédiée aux managers : Engagez vos managers dans la marque employeur : ils sont les premiers ambassadeurs internes. Formez-les à véhiculer les valeurs de l'entreprise, à donner du feedback constructif et à renforcer l'expérience collaborateur au quotidien.
- ❑ **Intégrer l'IA et la technologie dans la stratégie RH** : Digitalisez votre expérience candidat et collaborateur : Utilisez l'IA pour personnaliser les parcours de carrière, fluidifier les processus de recrutement et améliorer l'expérience collaborateur. En 2025, l'automatisation et l'IA sont omniprésentes et attendues dans les RH.
- ❑ **Préparez-vous à l'évolution des compétences et des métiers** : Adaptez-vous aux compétences de demain : investissez dans le reskilling (nouveau métier) et l'upskilling (perfectionnement) pour répondre aux évolutions rapides du marché du travail. Créez des plans de carrière fluides et adaptatifs. L'obsolescence des compétences devient un enjeu majeur en 2025.



Avez-vous les moyens de passer à côté de vos futurs talents
et de perdre ceux que vous avez déjà ?

Pour aller plus loin, contactez-nous

