

Formation: Mettre en place en plan de Marketing RH

Domaine : Ressources Humaines et Droit social

DESCRIPTION

Communiquer efficacement en interne et en externe sur les valeurs et la marque employeur de l'entreprise est un enjeu hautement stratégique pour la fonction Ressources Humaines, en charge de cette démarche. C'est de la mise en place d'un plan de marketing RH cohérent et convaincant que dépendra l'attraction, l'intégration et la rétention des talents dont l'entreprise ne peut se passer pour être et rester performante.

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier les démarches, notions et outils clés du marketing adaptés à la gestion des ressources humaines
- Intégrer la dimension marketing dans sa démarche RH
- Étudier les pistes de mise en œuvre d'un plan de marketing RH efficace

POUR QUI

- Responsables de développement RH
- Responsables gestion des carrières
- Responsables formation
- Assistant(e)s RH ou formation
- DRH
- RRH

PREREQUIS

- Avoir pratiqué dans les ressources humaines

PROGRAMME

Marketing RH : une nécessité en termes stratégiques pour l'entreprise

- contexte et évolution de la fonction RH : impact des NTIC
- articulation entre les démarches de marketing et de gestion des ressources humaines
- enjeu stratégique du marketing RH pour la fonction RH
- impact du phénomène de digitalisation de l'entreprise et de son environnement sur le marketing RH
- acteurs clés de cette démarche

Définir les notions et outils clés du marketing RH

- s'approprier les notions de base et étapes clés de la démarche marketing : mix marketing, B2B/B2C, DPO, la marque employeur et son positionnement pour chaque segment, analyse du marché et de la cible...
- définir les notions de base propres à la GRH : gestion des effectifs, des métiers/emplois et des compétences
- cerner les objectifs poursuivis et les services concernés par le marketing des RH
- identifier les facteurs de succès à prendre en compte et les écueils à éviter dans cette démarche

Élaborer le plan de marketing RH de l'entreprise

- valoriser les statuts, les métiers et les expériences des salariés de l'entreprise
- développer leur fidélité et leur implication/engagement au sein de l'entreprise grâce au marketing RH
- développer les compétences des collaborateurs
- attirer des talents extérieurs avec l'utilisation des canaux marketing de communication et de recrutement les plus pertinents

- s'appuyer sur les pratiques de management en matière de gestion des RH et l'image de marque de l'entreprise et de la fonction RH
- promouvoir les produits, services et dispositifs RH : politique RH (emploi, formation, rémunération...), référentiels emplois, gestion de carrières, passerelle de mobilité, cartographie...
- utiliser les moyens/supports de diffusion et communication à disposition
- concevoir et mettre en place un plan de marketing RH pertinent