

Marque employeur : cinq bonnes pratiques pour une entreprise attractive

Les employés d'aujourd'hui sont de plus en plus ouverts sur le marché du travail : 85% d'entre eux restent ainsi, bien qu'étant actuellement en poste, en veille sur de nouvelles opportunités de carrière* et se tiennent prêts à quitter leur employeur pour de meilleures conditions de travail. Dans ce contexte, il est devenu primordial de mettre en place une stratégie de marketing RH accompagnant les collaborateurs tout au long de leur cycle de vie chez un employeur : attraction, recrutement et fidélisation. C'est le rôle de la marque employeur. HOTELCAREER, site emploi spécialisé dans le recrutement CHR, donne quelques bonnes pratiques pour la mettre en place.

Créez votre espace « Carrières » dédié

Cet espace est la vitrine de votre établissement auprès de potentiels candidats. Il peut prendre différentes formes : une page web « Carrières » intégrée à votre site officiel, une page sur les réseaux sociaux et professionnels ou encore un « profil entreprise » sur un site tiers comme en proposent certains sites emploi en complément de la diffusion de vos annonces. Au-delà de présenter votre entreprise (historique, effectifs, situation, valeurs), cette rubrique a pour fonction de donner à vos futurs collaborateurs un aperçu du cadre de travail qui sera le leur. Vous pourrez y inclure par exemple des photos de vos divers postes de travail et de vos équipes, voire une vidéo d'entreprise. **Pensez web et privilégiez un contenu visuel à trop de texte.**

Donnez la parole à vos collaborateurs

Vos collaborateurs sont au cœur de la définition de votre marque employeur, car ils sont les mieux placés pour parler de vous en toute transparence. Leur discours non biaisé s'inscrit dans une démarche de proximité avec les candidats et vous permettra d'attirer de nouveaux employés. Choisissez parmi vos collaborateurs satisfaits ceux qui seront vos ambassadeurs et interrogez-les : qu'apprécient-ils particulièrement dans les relations avec leur hiérarchie ? Que retrouvent-ils chez vous et qui fait, pour eux, la différence avec leurs précédents employeurs ? **Recueillez leur témoignage sous format texte ou vidéo et utilisez-le dans vos communications** : sur les réseaux sociaux, votre page dédiée aux carrières et vos offres d'emploi.

Acceptez et répondez aux retours constructifs

Notre consommation d'avis en ligne a explosé au cours des dernières années. Le monde du travail ne fait pas exception : plus d'un candidat sur deux consulte ainsi des avis entreprises pendant sa recherche d'emploi. Pour les recruteurs, les sites d'évaluation sont un nouveau canal de communication qui permet de montrer que les retours d'expérience des employés sont pris au sérieux. **Renforcez votre présence sur ces sites en prenant connaissance de ces retours et en répondant aux avis constructifs.**

Parlez de vos « employee benefits »

À postes équivalents, ce sont vos avantages employés – vos « employee benefits » – qui feront la différence entre vous et un concurrent. Il s'agit donc de **mettre en avant les avantages auxquels est**

sensible le plus grand nombre : possibilités d'évolution, formation continue, équilibre vie professionnelle / vie privée, salaire attractif, jours de repos consécutifs, poste nourri et / ou logé, prise en charge des transports, etc.

Ces atouts sont à mettre en avant, le cas échéant, dans vos offres d'emploi ainsi que sur vos pages officielles.

Pensez à demain

Les étudiants d'aujourd'hui sont vos talents de demain. Aller à leur rencontre avant qu'ils n'entrent sur le marché du travail, que ce soit pendant ou à la fin de leur cursus de formation, vous permet non seulement de prendre une longueur d'avance sur vos concurrents, mais aussi de rester dans les esprits.

Pensez par exemple aux salons emploi organisés par les écoles ou à la mise en place de journées portes ouvertes ou de stages dans votre établissement.

Des sites spécialisés comme HOTELCAREER, acteur spécialisé dans le recrutement CHR depuis plus de 20 ans, accompagnent les recruteurs dans la diffusion conjointe de leurs offres d'emploi et de leur marque employeur auprès de professionnels du secteur. Les offres d'emploi sont 100% personnalisables avec des textes et photos et l'entreprise dispose d'un espace dédié sur lequel se présenter. Plus d'informations sur www.hotelcareer.fr.

** Source : étude « HOTELCAREER recruiting insights : how to attract, recruit and retain a global workforce » menée par HOTELCAREER auprès de 22.000 candidats en Europe, 2018.*

À propos de HOTELCAREER :

HOTELCAREER est un site emploi spécialisé dans les métiers de l'Hôtellerie et de la Restauration. Il est présent en France, Allemagne, Autriche, Suisse, Pologne, Espagne et Portugal et diffuse plus de 20 000 offres d'emploi à travers le monde. Depuis 2016, il est également le partenaire emploi de l'UMIH en France. L'ambition de HOTELCAREER est de (re)valoriser l'emploi dans l'Hôtellerie et la Restauration en France, notamment au travers d'annonces attractives et structurées et d'outils de communication pour développer la marque employeur des recruteurs. Ses sites emploi enregistrent en moyenne 1,9 million de visites par mois et plus de 485 000 professionnels inscrits. Le site est rattaché au Groupe européen Axel Springer, 3ème éditeur de presse mondial et propriétaire en France des sites spécialisés SeLogger et La Centrale.