

Marketing RH : mettre en place et optimiser sa démarche

Réussir le développement d'un plan de marketing RH pertinent et efficace

Code
600028

Durée
2 jours / 14 heures

Tarif Inter*
1772 € HT

*Repas inclus (en présentiel)

PROCHAINES SESSIONS

- **PARIS :**
3-4 juin. 2024
- **PARIS :**
23-24 Sep. 2024
- **PARIS :**
10-11 déc. 2024

[Voir toutes les sessions](#)

PUBLIC

Directeurs des ressources humaines
- Responsables des ressources humaines - Responsables de développement RH - Responsables formation - Assistants des ressources humaines - Collaborateurs de la fonction RH

PRÉ-REQUIS

Avoir une expérience dans la fonction RH

NIVEAU D'EXPERTISE

Perfectionnement

LES POINTS FORTS

Exercices pratiques et un quiz ludique illustrant les points clés du marketing RH

Outils et modèles personnalisables issus de l'expérience du formateur et concernant différents types d'entreprises

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux du marketing RH
- Définir les démarches, notions et outils clés du marketing adaptés à la gestion des ressources humaines
- Elaborer un plan marketing RH cohérent et efficace

Programme de la formation

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
- Autodiagnostic (démarche SWOT) : déterminer les éléments constituant l'approche marketing RH dans son entreprise et besoins de développement

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
- Cas pratique : décrire les compétences et comportements marketing requis pour un RRH dans la perspective du développement d'un plan marketing RH (ou autre professionnel RH selon le choix des participants)

Établir 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

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
 - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
 - ▶ A froid, 60 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail
- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

- 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 marketing RH pertinent
- Atelier « Le marketing RH de mon entreprise » :
- Autodiagnostic : identifier les bonnes pratiques de son entreprise en matière de marketing RH et celles qui demandent à être développées
- Plan d'actions : formaliser quelques axes clés de développement de son plan marketing RH
- Quiz ludique de synthèse : récapituler les notions clés et la démarche de marketing RH

Parmi nos formateurs



Laurent Goliot

Laurent Goliot est consultant formateur depuis 2010, directeur adjoint Master OTDRH, directeur pédagogique PPA filière RH