



COMMENT ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS

« Le bilan des perspectives d'emploi 2011 est positif, et confirme les grandes tendances qui traversent le marché du travail québécois, soit la reprise de l'économie, le remplacement des départs à la retraite et le défi d'attirer une relève qualifiée dans plusieurs secteurs d'activité ».

Source : Jobboom

Saviez-vous que...

Quelques 80 programmes en formation professionnelle, collégiale et universitaire affichent le plein emploi. Au total, 28 formations n'ont pas assez de diplômés pour combler les besoins de main-d'œuvre du marché du travail. *Le secteur de l'environnement a présenté le cas le plus spectaculaire : en 2009-2010, l'université de Sherbrooke a affiché 600 postes pour ses 23 finissants du baccalauréat en écologie.*

Voici quelques exemples de domaines où les diplômés ne suffisent pas à la demande :

- Arpentage et topographie
- Technique de documentation
- Technique de mécanique du bâtiment
- Le secteur des technologies de l'information et communication

À la lumière de ces informations comment, en tant qu'entreprise, tirer son épingle du jeu pour réussir à attirer les meilleurs talents.

Il est important de savoir que la réputation et l'image de marque jouent un rôle prédominant dans le processus d'attraction du personnel. De plus, l'accessibilité et la diffusion de l'offre ou l'image (publicités, affichage des emplois, médias, sites Web, réseaux sociaux, etc.) influencent beaucoup la perception des candidats.

Qu'est-ce que l'image de marque?

L'image de marque ou « la marque employeur » est un processus continu selon lequel on utilise une combinaison d'outils marketing, de communication et de technologie pour façonner et exposer l'image et la réputation de l'organisation.

Comment développer son image de marque?

Pour développer son image de marque, l'entreprise doit déterminer ce qui la caractérise et la distingue de ses concurrents. L'image de marque s'adresse autant à la petite qu'à la grande entreprise, elle doit être en lien direct avec votre vision, vos valeurs (être conséquent). Par la suite, l'organisation doit constamment veiller à l'image qu'elle projette dans le marché, au sein de son organisation et dans la communauté. Il est important de comprendre que ce n'est pas seulement un logo. Elle doit appuyer son image de marque par une campagne de marketing efficace (affichage stratégique, visibilité). De plus, elle doit veiller à son implication dans le milieu et auprès des causes.

Sources: SusanHunt•FinancièreSunLife|RobertLandry•MagnaInternational

Quels sont les avantages pour mon entreprise?

La marque employeur présente de nombreux avantages :

- La croissance de la qualité et de la quantité des candidatures ainsi que des recommandations de candidats;
- L'augmentation du pourcentage d'acceptation des offres d'emploi et le renforcement de la culture d'entreprise.

Nous insisterons surtout sur ce dernier aspect, car si la marque a un impact externe évident, elle a aussi un impact interne important. En identifiant ce que représente la réalité du travail au sein de l'entreprise, en renforçant les valeurs et en guidant les comportements, la marque soutient la culture organisationnelle et favorise la fidélisation. Elle facilite le recrutement tout en ayant des répercussions internes extrêmement positives.

Un de vos défis en tant qu'organisation consistera à définir et à maintenir cette marque employeur. Ceci nécessite un investissement de ressources de la part des services des ressources humaines, du marketing et de la gestion, mais sachez que cet investissement vous sera profitable à moyen et long terme.

Prochainement : *L'entreprise « verte », un aimant pour l'embauche?
Chercheurs d'emploi passifs, comment capter leurs intérêts?
La communication dans les organisations*

Bonne lecture!

L'équipe de BRIO!!!