

Outils & plan d'action pour améliorer son image d'entreprise



GUIDE DE LA MARQUE EMPLOYEUR

Grâce à ce guide, vous saurez :

- **comment construire une marque employeur authentique ;**
- **vous démarquez en tant qu'entreprise ;**
- **quels sont les outils pour développer une image de marque innovante ;**
- **comment augmenter votre notoriété et votre visibilité.**

01

Méthodologie : bâtir votre marque employeur en 5 étapes clés

04 → 14

02

Boîte à idées : 4 actions innovantes pour vous démarquer

15 → 21

01

Méthodologie : bâtir votre marque employeur en 5 étapes clés

04 → 14

Créer votre proposition de valeur employeur (PVE)

Votre mission

Attirer les candidats et fidéliser vos salariés

Comment ? En définissant votre proposition de valeur employeur (PVE).

Définition

La PVE constitue un pilier clé de l'identité de votre entreprise, puisqu'elle regroupe tous les **avantages matériels et immatériels** proposés à vos salariés. Il s'agit donc de définir **les 5 piliers** qui la composent et de mettre en place des actions pour la faire rayonner.

Les 5 piliers de la PVE



Compensation et avantages



Opportunités de carrière



Valeurs d'entreprise



Culture d'entreprise



Environnement de travail

Software ▾ Pricing Resources ▾ [Start free or get a demo](#)

Careers Home Locations ▾ Departments ▾ Students ▾ Benefits Diversity ▾

Your best work starts here.

When people ask what it's like to work at HubSpot, you'll usually hear the same few sentiments.

There's no inner circle.
Everyone from the C-suite to interns share information, knowledge, and ideas. Being radically transparent helps us all think like founders, and stay focused on solving for our customers.

Everyone's empowered to work autonomously.
We trust amazing people to do amazing things. At HubSpot, you have ownership over work that directly impacts the business. You can move fast, and learn even faster.

Diverse perspectives are celebrated.
We believe different perspectives make HubSpot a better company. We're committed to building a diverse and inclusive environment where you feel you belong.

Employees are treated like people, not line items.
Employees are whole people, with families, hobbies, and lives outside of work. We work remotely, keep non-traditional hours, and use unlimited vacation to create work-life "fit" for us and the people we love.



Le saviez-vous ?

Pionnier de la marque employeur, Hubspot a dès ses débuts construit une proposition de valeur forte, à découvrir sur sa page carrière.

▾ Pour définir votre PVE, il est important de réaliser un état des lieux de votre entreprise

- J'interroge mes anciens salariés pour comprendre les forces et faiblesses de mon entreprise
- Je questionne mes salariés actuels sur leur environnement de travail et leur épanouissement
- Je réalise une étude concurrentielle
- Je définis les 5 piliers de ma PVE
- Je mets en place des actions pour me démarquer

Trame de questions à poser à vos anciens salariés

Retour d'expérience

- Au moment de postuler, qu'est-ce qui vous a le plus attiré et convaincu ?
- Une fois en poste, avez-vous ressenti un décalage entre le rôle proposé et le rôle vécu ?
- Étiez-vous épanoui dans notre entreprise ?
- Avec du recul, qu'est-ce qui vous a le plus plu ? Et le moins plu ?
- Selon vous, qu'est-ce qui fait la force de notre entreprise ? Qu'est-ce qui fait sa faiblesse ?
- Que nous conseilleriez-vous de mettre en place pour nous améliorer ?



L'enjeu est de comprendre s'il existe **un décalage** entre ce que vous proposez pendant les recrutements et ce qui est réellement vécu une fois en poste.

Solidifier votre stratégie d'attraction et de fidélisation



Votre mission

Vous démarquer pour recruter et retenir les meilleurs profils.

Comment ? En mettant en place des leviers d'action différenciants.

1

Avantages salariés

Construire une politique avantageuse, puis la mettre en avant dans vos descriptions de poste :

- environnement de travail attractif (salle de sport, espace de maternité) ;
- conditions de travail (horaires flexibles, télétravail depuis l'étranger) ;
- évolution de carrière (mobilité interne, formation).

2

Storytelling

Capter l'attention des candidats et les encourager à postuler :

- raconter votre histoire ;
- créer un argumentaire clair (pitch elevator) ;
- définir un ton de communication (tone of voice).

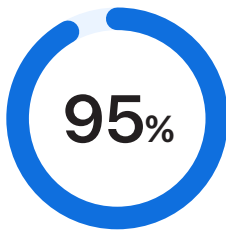
3

Actions engageantes

Proposer des projets d'entreprise distinctifs :

- approche RSE (accorder une journée par an par salarié dédiée au volontariat) ;
- politique inclusive (formation pour les recruteurs).

Augmenter votre notoriété et visibilité



des candidats se renseignent sur internet à propos de la réputation, des valeurs et de la culture d'entreprise avant de postuler.

Votre mission

Décupler l'impact de votre marque employeur.

Comment ? En faisant rayonner votre marque sur les réseaux sociaux et événements cibles.

Actions pour mieux attirer vos talents :

- Je développe ma [page carrière](#)
Exemple : mettre en avant mes valeurs, ma mission d'entreprise et les postes ouverts
- Je perfectionne ma présentation sur les sites employeur
Exemple : Welcome to the Jungle, JobTeaser
- J'alimente un [blog inspirational](#) sur lequel je propose du contenu adapté selon ma cible
- Je participe aux salons étudiants
- J'entretiens une communauté de talents
Exemple : créer un réseau d'alumni, animer un réseau interne



Actions pour mieux attirer vos talents :

- Je développe **ma présence sur divers canaux**, en fonction de ma cible
Exemple : promouvoir ma marque sur TikTok et Instagram
- J'alimente régulièrement **ma page LinkedIn**
Exemple : 1 post LinkedIn par semaine sur une action marque employeur (team building, recrutement important, action innovante)
- Je mets en avant **les succès de mon entreprise**
Exemple : un post sur les levées de fonds, une vidéo pour dévoiler de nouveaux locaux
- J'affiche mes **labels employeur** (LinkedIn Top Employer, Great Place to Work)
Exemple : partager une bannière LinkedIn pour mes employés, faire un post mettant en avant le label, l'afficher sur mon site carrière
- Je réponds aux **avis Google** régulièrement (image externe)
- Je suis l'évolution de ma **note Glassdoor** (image interne)
- Je communique les **ouvertures de poste** dans la presse
Exemple : rubriques et chroniques dédiées comme La France Bouge sur Europe 1 et Club Média RH sur BFM
- Je partage mes **bonnes pratiques** dans la presse
Exemple : transparence des grilles de salaire ou pratiques RH à communiquer sur Happy Boulot sur BFM
- Je participe à des **événements** pour communiquer autour de mon expertise
Exemple : interventions et conférences autour de la culture d'entreprise, interventions dans des écoles supérieures, participation à des cursus et à des événements de notoriété propre à mon écosystème (VivaTech, Web Summit, Go Entrepreneurs)



Une marque employeur forte doit être authentique.
 La clé du succès ? Toujours communiquer sur ce qui est vraiment vécu par vos employés, pour ne pas qu'elle sonne faux.

Alix Dossin, Directrice Stratégie Marque Employeur chez PayFit.

Optimiser l'expérience collaborateurs

Votre mission

Assurer l'épanouissement et l'évolution de vos salariés à chaque étape de leur parcours.

Comment ? En proposant une expérience collaborateur optimale.

Vos salariés sont vos **premiers ambassadeurs**. Nos RH vous partagent leurs bonnes pratiques pour optimiser chaque étape clé du parcours collaborateur.



Zoom sur les étapes clés du parcours collaborateur

▾ L'onboarding

- J'envoie un kit de bienvenue avant l'arrivée
- Je propose une immersion dans les bureaux pour faciliter l'intégration
- Je désigne un parrain ou buddy
- Je prévois un suivi durant les premières semaines
Exemple : programmer un point à la fin de la première et deuxième semaines

▾ La vie du collaborateur

- J'organise des points réguliers entre manager et managé
- Je fais le point sur les souhaits d'évolution de carrière grâce à l'entretien professionnel
- J'organise des entretiens d'évaluation
- Je prévois des événements de team building

▾ L'offboarding

- Je programme un [entretien de sortie](#) pour comprendre les motivations du départ
- J'organise une soirée de départ

▾ Rappel

Pour n'oublier aucune étape de [l'onboarding, découvrez notre rétro-planning complet](#)



Gestion et suivi des campagnes d'entretien

Avec PayFit, vous créez en quelques clics vos campagnes d'entretiens en sélectionnant le type d'entretien, votre audience et la période concernée. Une fois le modèle sélectionné, lancez votre campagne et suivez son avancée. Retrouvez toutes vos campagnes terminées et en cours, les réponses et taux de complétion.

En savoir plus



Configuration

Nom de la campagne

Qui complétera cette campagne ?

- Tout le monde
- Employés spécifiques

Définir les questions →

Mesurer la performance de votre stratégie marque employeur

Votre mission

Évaluer la rentabilité des actions mises en place.

Comment ? En analysant les indicateurs de performance externes et internes.

Pour obtenir des résultats pertinents, nous vous conseillons d'analyser ces indicateurs **une fois par an** à partir de la mise en place de votre stratégie marque employeur.

Mesurer l'impact de vos initiatives de recrutement



- Délai moyen de recrutement sur un poste
- Temps passé sur la campagne de recrutement
- Nombre de CV reçus
- Nombre d'entretiens menés
- Coût moyen d'un recrutement
- Nombre de recherches Google associées à une ouverture de poste
- Indicateurs fournis par les plateformes en ligne et les réseaux sociaux (taux de clics etc.)

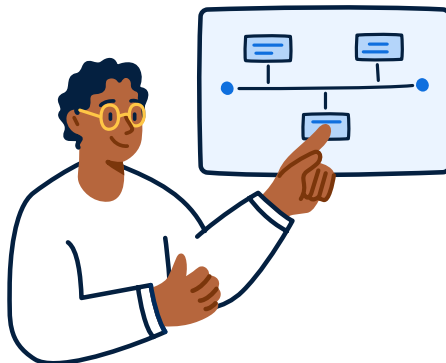
Mesurer la rentabilité de vos initiatives QVT

- Évolution du nombre de mobilités internes
- Durée moyenne d'un emploi au sein d'une entreprise
- Évaluation des salariés sur leur ressenti
- Turnover
- Sites de notation (Glassdoor)
- Notes sur les réseaux sociaux
- Taux d'absentéisme
- Nombre d'arrêts maladies



Analyser les indicateurs de notoriété

- Trafic entrant sur le site
- Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux
- Nombre de candidatures spontanées reçues
- Nombre de citations de l'entreprise sur les réseaux sociaux et dans la presse

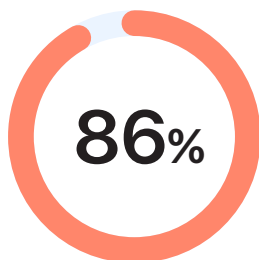


02

**Boîte à idées :
4 actions
innovantes pour
vous démarquer**

15 → 22

Action 1 : vous distinguer grâce à des campagnes de recrutement ciblées



des recruteurs estiment que la pénurie de talents est la première difficulté de leur métier.

Pour faire face à la concurrence et attirer les profils pénuriques, il s'agira de trouver **une approche de recrutement originale**.

↳ Contenu vidéo

Je propose du contenu inspirational :

- présenter les postes grâce à des "Vis ma vie" ;
- raconter la vie d'entreprise dans des micro-séries Youtube.



Campagne de recrutement PayFit :
"Vis ma vie de Customer Success Manager"

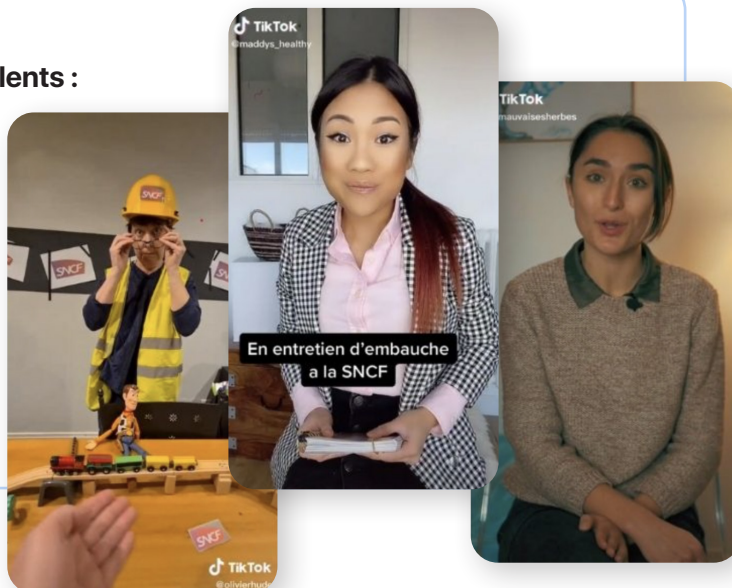


Campagne de recrutement Mazars :
série "Vie de Mazars" pour découvrir la vie d'entreprise

↳ Actions pour mieux attirer vos talents :

Je partage mes offres d'emploi sur les réseaux sociaux :

- annoncer une ouverture de poste en story ;
- proposer un challenge sur TikTok.



Campagne vidéo de Michel et Augustin : présentation de l'entreprise

↳ Coulisses d'entreprise

Je partage mon univers :

- filmer le développement de mon produit ;
- dévoiler de nouveaux locaux.

Action 2 : réinventer l'expérience candidat pour mieux engager



92%

des candidats font part de leur mauvaise expérience pendant un entretien à leur entourage.

Pour fidéliser les candidats et susciter leur adhésion dès les recrutements, il s'agira de **soigner l'expérience candidat**

La recommandation de Fanny

Créer du lien à chaque étape du processus

Fanny Lévy

Recruteuse | PayFit



↳ Expérience utilisateur

Je propose un parcours de candidature simplifié :

- formulaires courts ;
- possibilité de réserver un créneau directement dans le calendrier du recruteur.

↳ Réponse aux candidats

Je confirme systématiquement la bonne réception du CV par mail, et donne une réponse que le retour soit favorable ou non.



Comment faire un retour négatif à un candidat ?

Utilisez notre [modèle de mail de refus](#) pour vous simplifier la vie.



↳ **Accompagnement du candidat**

Je guide le candidat pendant tout le processus.

Exemple : envoyer [un support récapitulatif du process](#), contenant les informations clés (qualités requises, étapes du processus etc.)

↳ **Délai de réponse**

J'essaie de ne pas dépasser 4 jours après le dernier contact.

Exemple : débriefing le candidat après chaque entretien par téléphone et lui donner des conseils pour s'améliorer.

↳ **Posture du recruteur**

J'adopte une attitude bienveillante et humaine.

Exemple : demander un retour d'expérience au candidat pour améliorer les processus.

↳ **Rappel**

Plus le candidat est avancé dans le processus, plus nous vous recommandons de lui faire vos retours **par téléphone**.

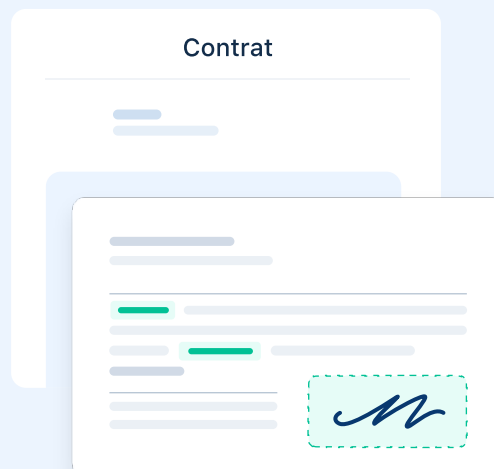
Retrouvez tous nos conseils dans notre [guide complet sur le recrutement](#).



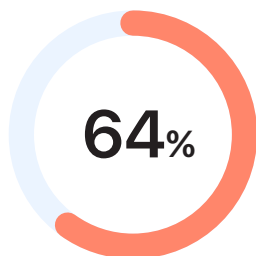
Accompagnement des démarches pour recruter un salarié

PayFit vous propose des modèles de contrat de travail et vous propose la signature électronique de vos documents. Vous pouvez voir l'avancement des différentes signatures et retrouver tous les documents dans votre espace administrateur.

En savoir plus



Action 3 : fidéliser avec des campagnes d'ambassadeurs



des candidats privilégient des retours d'expérience de salariés déjà en poste avant de postuler dans l'entreprise.

Pour véhiculer les valeurs de votre entreprise, nos RH vous conseillent de faire de vos salariés des ambassadeurs de votre marque !

1

Choisir des ambassadeurs

Je privilégie des personnes qui aiment partager régulièrement du contenu et comptant beaucoup d'abonnés.

2

Proposer des lignes directives

Je donne des conseils à mes ambassadeurs pour qu'ils restent authentiques.

Exemple : partager les informations clés à mettre dans le post.

3

Encourager une communication régulière et sincère

J'organise un challenge avec un prix final.

Exemple : récompenser celui qui remporte le plus de likes.

La recommandation de Alix

Pour une marque employeur forte, vos ambassadeurs doivent rester spontanés dans leur communication sur les réseaux sociaux.

Alix Dossin

Directrice Stratégie Marque Employeur | PayFit



Action 4 : impliquer vos collaborateurs grâce à la cooptation

i Le saviez-vous ?

La durée d'un recrutement par cooptation est de 20 jours par rapport à 60 jours pour un recrutement classique.

Pour accélérer vos recrutements et diminuer vos coûts, il s'agira de proposer une **politique de cooptation à vos salariés**.



1 Définir une politique de cooptation

- Qui peut coopter ?
- Qui peut-on coopter ? (Alternant, stagiaire, CDI)
- Quel processus ? (passer par un site, envoyer un message au RH)

2 Déterminer une récompense

Je donne des conseils à mes ambassadeurs pour qu'ils restent authentiques.

- Prime
- Cadeau (ex : bon pour un restaurant, casque audio)
- Don (reverser l'argent à une association)

3 Communiquer en interne

- Partager un document récapitulatif (et une FAQ)
- Faire des rappels réguliers pour encourager la cooptation

Selon le type de poste, le montant de la récompense peut varier

La bibliothèque de contenus PayFit

Avant l'embauche



PayFit Estimation du coût d'un salarié SMC

Vous envisagez de recruter ? Estimez ici très facilement le coût de votre salarié*





Comment ça marche ?
Ce simulateur vous donne le coût total d'un salarié sur la base d'une rémunération au SMC.

Coût total Calculé par l'algorithme	1,852€
Salaires brut Rut de référence (sans les primes, indemnités ni majorations)	1,747€
Salaires net Salaires net avant impôt	1,383€
Salaires net après impôt Versé sur le compte bancaire	1,383€

*Ce simulateur ne calcule qu'un coût CDI





Votre coût est estimé à : 1,852€



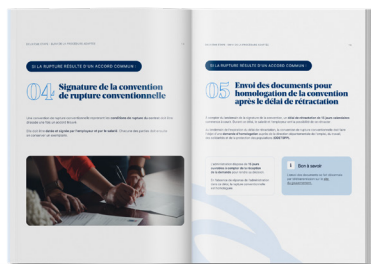
-  [Simulateur du coût d'un salarié](#)
-  [Checklist des formalités d'embauche](#)
-  [Modèles de contrats de travail](#)
-  [Modèle de promesse d'embauche](#)


Pendant le contrat



-  [Guide de la gestion d'entreprise](#)
-  [Guide des congés & absences](#)
-  [Modèles d'avenant au contrat](#)
-  [Modèles de bulletin de paie](#)

Après le contrat



-  [Guide de la fin du CDI](#)
-  [Modèle de lettre de licenciement](#)
-  [Modèle de reçu pour solde de tout compte](#)
-  [Modèle de certificat de travail](#)
-  [Modèle d'entretien d'offboarding](#)

Plus de 9 500 clients nous font confiance

Ulla dolente ndipitae doluptatus ut in corit qui voluptati ut quunti optiatem

[Demander une démo](#)

PÉROUSE

amabilis

 MisterFly

Revolut

 ERY'S GROUP
Solutions de sécurité

 médecin direct

 Bioxegy
Innovation by nature

treatwell

 Privateaser
Smarter events

 TERRROIRS D'AVENIR

 Livestorm

 ManoMano

