Opbouwen en ontwikkelen van uw werkgeverspositionering

Praktijkcursus van 2 dagen - 14u
Ref : DME - Prijs 2024 : € 1 370 excl. BTW

De waarde van een onderneming is niet alleen haar omzet of haar klantenbestand, maar ook haar vermogen om het talent aan te trekken en te behouden dat nodig is voor haar ontwikkeling. Deze cursus zal u in staat stellen om de stappen te begrijpen die nodig zijn om een werkgeverspositionering (employer branding) te implementeren die aangepast is aan uw HR-strategie.

PEDAGOGISCHE DOELSTELLINGEN

Na afloop van de opleiding kan de cursist:

De uitdagingen van employer branding in kaart brengen en de beginselen ervan begrijpen

De nuttige stappen identificeren om een strategie te bepalen die aangepast is aan de uitdagingen binnen HR

Interne drijfveren activeren om uw employer branding te definiëren en te ontwikkelen

De juiste hulpmiddelen kiezen en implementeren om uw employer branding te promoten

Uw acties beheersen en het effect ervan meten

PEDAGOGISCHE METHODEN

De evaluatie van de verworven kennis gebeurt gedurende de hele sessie door middel van het uitvoeren van talrijke oefeningen (50 tot 70% van de tijd).

HANDS-ON WORK

Theoretische input, feedback en talrijke praktische oefeningen.

HET PROGRAMMA

laatste update: 02/2022

1) De uitdagingen van employer branding in kaart brengen

- De verschillende soorten bedrijfscommunicatie definiëren: HR, merk, product.
- De uitdagingen voor het ontwikkelen van uw employer branding in kaart brengen.
- Nieuw gedrag van kandidaten en de impact van e-reputatie identificeren.
- Inzicht krijgen in de impact van het gedrag van werknemers op sociale netwerken.

Discussies over de e-reputatie van het bedrijf van de deelnemers.
Gezamenlijke reflectie: een lijst maken van de voordelen/mogelijkheden van een employer branding-benadering.

2) De basis van een employer branding-strategie bepalen

- Akkoord van het management verkrijgen.
- Het bepalen van interne en externe doelstellingen, de ermee verbonden verwachtingen en gedragingen.
- Verzamelen van gegevens om de aanpak ervan te bepalen.
- Het profiel van zijn employer branding vaststellen.
- Zijn 'rekruteringsaanbod' en concurrentievoordelen verbeteren.
- Het overwegen van een gerichte strategie die geïntegreerd is in de algemene bedrijfsstrategie.
- Het bepalen van de reikwijdte en de rol van HR-, marketing- en communicatieafdelingen.

Oefening: vaststellen van de drijfveren, belemmeringen en informatie die per doelstelling moet worden verzameld.
Kernoefening (deel 1 van 4): de eerste stappen in de uitvoering van uw beleid bepalen.

DEELNEMERS

Employer branding verantwoordelijken of managers, rekruteringsmanagers, human resources managers.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Beheersing van elementaire computertools: kantoorautomatisering, internet, enz.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, …
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

• De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
• Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
• Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN -TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

3) Vorm geven aan uw employer branding-benadering

- Authentieke en coherente communicatie ontwikkelen in overeenstemming met de bedrijfscultuur.
- Een aantrekkelijke profilering maken door een gericht redactioneel beleid en het herwaarderen van zijn aanbod.
- Van zijn medewerkers ambassadeurs maken van het employer brand.
- Het belang van een intern handvest begrijpen en dit invoeren.

Oefening: een lijst maken van manieren om medewerkers te verenigen en acties opstellen om hen erbij te betrekken.
Kernoefening (deel 2 van 4): vaststellen van het redactionele beleid in functie van uw doelpubliek.

4) Implementatie van uw employer branding-strategie

- De tools identificeren en gebruiken om het employer brand te promoten: sociale netwerken, beheer, storytelling, enz.
- Publicaties schrijven en optimaliseren op de verschillende sociale netwerken.
- Berichten aanpassen aan uw doelpubliek en de evolutie van de trends op de sociale netwerken begrijpen.
- LinkedIn effectief gebruiken: profielpagina, pagina met aanbod, info groep, carrière-pagina.
- Twitter gebruiken om uw employer branding te ontwikkelen.
- De juiste hulpmiddelen gebruiken om zijn interne ambassadeurs te verenigen.
- Uw employer branding promoten met gesponsorde inhoud op sociale netwerken.
- Betaalde oplossingen gebruiken voor het plaatsen van vacatures.

Oefening: de functionaliteiten van de belangrijkste onlinetools ontdekken.
Kernoefening (deel 3 van 4): hulpmiddelen selecteren op basis van de gekozen strategie.

5) De effectiviteit meten van zijn employer branding-strategie en zijn activiteiten bijstellen

- De criteria en hulpmiddelen kiezen om (intern/extern) de prestaties van zijn employer branding-strategie te meten.
- Bijstellen van zijn strategie en activiteiten afhankelijk van verkregen resultaten.

Kernoefening (deel 4 van 4): selectie van indicatoren en gebruik van hulpmiddelen die zijn aangepast aan de strategie en de doelstellingen.

DATA

KLAS OP AFSTAND
2025 : 13 mrt, 22 mei, 17 jul, 20 nov

BRUSSEL
2025 : 13 mrt, 22 mei, 17 jul, 20 nov