

Une marque employeur "fonction publique de l'Indre" pour attirer et

fidéliser les talents !

Service déconcentré - Préfecture de l'Indre - 2021

Offrez
à vos
futurs



collaborateurs une expérience engageante grâce à ce kit méthodologique élaboré par les différents acteurs RH du département de l'Indre reprenant l'ensemble des facettes d'une marque employeur : du sourcing à l'intégration (onboarding) afin de vous aider à répondre au manque d'attractivité.

Attractivité - Recrutement
Centre-Val de Loire
Ministère de l'Intérieur

Description du projet

Un réseau RH inter fonctions publiques s'est constitué récemment dans l'Indre. Les responsables RH se sont accordés sur l'idée de s'appuyer sur un travail collaboratif pour construire un outil d'attractivité portant sur l'ensemble des volets du recrutement (sourcing, recrutement, phase d'intégration des agents ...) : la marque employeur de l'ensemble des fonctions publiques de l'Indre.

Porté par la préfecture de l'Indre mais présenté par l'ensemble des responsables RH du réseau inter fonctions publiques de l'Indre, le projet porte sur la co-construction, pas à pas, d'un kit méthodologique appropriable et modulable selon les entités de chacun.

Basé sur une méthode itérative, construit collégialement, le kit a été mis en application immédiatement par l'ensemble des structures entre chaque session de regroupement, selon leurs possibilités d'engagement et de mobilisation. Un éclairage expert viendra nourrir chacune des cinq sessions.

Construit ensemble, ce kit donne l'occasion à toutes les structures inter-fonctions publiques de travailler en même temps sur la thématique de l'attractivité de territoire, de construire, de tester en direct et d'affirmer la marque employeur de la fonction publique de l'Indre. Il s'agit d'un kit méthodologique testé à chaque étape de construction qui a vocation à être capitalisé sur d'autres territoires.

L'intégration: ses enjeux et ses outils

MODULE 1



Recrutement: Les leviers d'attractivité

MODULE 2

LES SUJETS DE COMMUNICATION

Pour séduire les candidats, il est indispensable de cibler la communication, pour cela il est nécessaire de connaître leurs attentes ainsi que leurs codes et modes de communication.

Aujourd'hui, les candidats ne cherchent plus seulement un poste ou un salaire. Ils souhaitent désormais se reconnaître au travers des valeurs d'une organisation et donner un sens à leur activité.

Il apparaît donc primordial de communiquer sur les missions, la finalité et les enjeux des métiers et de la structure pour se différencier et faire preuve d'attractivité.



36

RÉDIGER UNE OFFRE ATTRACTIVE



APPORTS THÉORIQUES GÉNÉRIQUES INDISPENSABLES

Le CV et le lettre de motivation

Ce sont des outils qui nécessitent un temps d'appréciation pour les agents pour saisir les messages en œuvre.

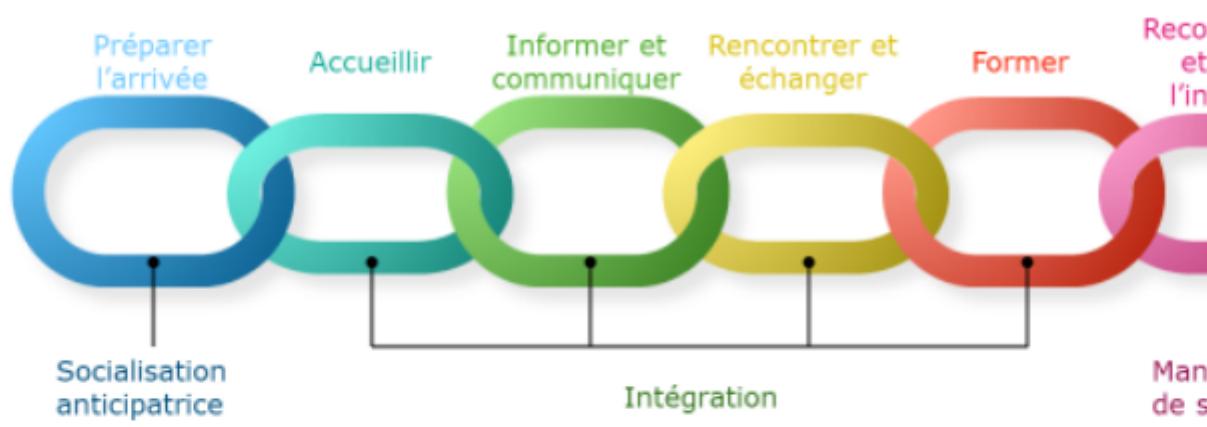


Objectifs et finalités

L'objectif est de poser les valeurs et une représentation collégiale de la marque employeur de l'Indre, et plus particulièrement de la fonction publique, dans une perspective d'attractivité RH et de pérennisation des recrutements.

Un kit complet et modulable mis à disposition portant sur le parcours d'intégration d'un nouvel arrivant.

SOCIALISATION ORGANISATIONNELLE – DU CONCEPT AU PARCOURS



Pratiques d'intégration inspirées de Lacaze et al.