

IA : RÉVOLUTIONNER LA MARQUE EMPLOYEUR DE SA COLLECTIVITÉ

Faire de l'IA et du digital une opportunité pour attirer et fidéliser les talents

2 JOURS, 14 HEURES

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (IA) AU SERVICE DES COLLECTIVITÉS

CODE : GRH38

Objectifs de la formation

- Appréhender les concepts théoriques du marketing digital
- Saisir les opportunités et les leviers du marketing digital au service de la marque employeur
- Décrypter l'articulation entre IA et marque employeur
- Identifier les leviers pour valoriser la marque employeur de sa collectivité
- S'approprier la méthodologie pour valoriser sa marque employeur en s'appuyant sur l'IA

Parmi nos formateurs

- CHENOL Elodie
Consultante et formatrice stratégie de marque employeur et marketing Digital,

Public concernés

- Direction Générale des Services, Directeur de Politiques Publiques, Directeur des ressources humaines, Responsable RH, Chef de service, chargé RH
- Élu,

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

- Communes < 20 000 habitants (ou élus) : Tarif Classe virtuelle : 1 195,00 €HT
- Communes < 20 000 habitants (ou élus) : Tarif Présentiel : 1 300,00 €HT
- Communes > 20 000 habitants (ou autres établissements) : Tarif Classe virtuelle : 1 495,00 €HT
- Communes > 20 000 habitants (ou autres établissements) : Tarif Présentiel : 1 600,00 €HT

Dans un contexte économique de plus en plus compétitif, où la concurrence pour attirer et fidéliser les talents est de plus en plus féroce, les collectivités se trouvent face à un défi de taille : développer une stratégie de marque employeur solide. Elles sont conscientes de l'importance de se démarquer pour attirer les meilleurs candidats et favoriser leur rétention. Aujourd'hui, avec l'émergence des outils numériques et de l'intelligence artificielle, les ressources humaines doivent s'inscrire dans cet univers

innovant afin d'offrir une expérience agent optimale et d'attirer les nouvelles compétences dont la collectivité a besoin.

Le marketing digital se présente comme un véritable catalyseur, offrant une opportunité stimulante de promouvoir efficacement les atouts et les valeurs de son territoire pour attirer les candidats les plus qualifiés et les engager de manière durable.

Rejoignez-nous pour explorer les principes fondamentaux du marketing digital, découvrir ses outils et techniques clés, pour s'approprier les meilleures pratiques pour créer une marque employeur attrayante et authentique.

Intégrer les principes clés de la marque employeur

- Appréhender le cadre théorique lié à la marque employeur
- Identifier les enjeux de la marque employeur
- Outils et méthodes pour développer sa marque employeur
- Identifier les leviers pour attirer les talents
- Établir un état des lieux lié à sa marque employeur
- Comment valoriser sa marque employeur pour fidéliser les talents ?
- Quels sont les enjeux de l'e-réputation de sa collectivité ?

ATELIER **Réflexion collective sur les leviers pour préserver l'e-réputation de son territoire et pour attirer et fidéliser les talents**

ATELIER **Sur la base de volontariat, les stagiaires exposent leur stratégie actuelle de marque employeur**

Les fondements du marketing digital pour le service RH

- Présenter les principaux éléments du marketing digital : définition, caractéristiques, composantes clés
- Quelles sont les différentes techniques du marketing digital ?
- Intégrer l'IA dans sa stratégie marketing digital : opportunités, défis, limites et risques
- Appréhender les principaux canaux de promotion

ILLUSTRATION **Présentation d'outils de marketing digital par le formateur**

ATELIER **Retour d'expérience sur les différentes stratégies de marketing adoptées par les services des stagiaires**

Mettre en place une stratégie Marketing digital RH au service de sa marque employeur

- Identifier les étapes de mise en place d'une stratégie marketing digital adaptée à son service RH
- Quels sont les différents outils digitaux : SEO, SEA, site web, newsletters, réseaux sociaux...
- Promouvoir l'image de votre territoire pour attirer les talents avec le marketing digital
- Mesurer la performance digitale de son projet

ATELIER Réflexion collective sur les leviers de réussite d'un projet IA appliqué au marketing digital de sa marque employeur

Comment l'IA peut renforcer la marque employeur de sa collectivité ?

- Rappeler les concepts clés liés à l'intelligence artificielle
 - IA au service de la marque employeur
 - Opportunités et défis de l'utilisation de l'IA pour développer sa marque employeur
 - Quels sont les outils intelligents disponibles pour extraire et analyser les données ?
 - Personnaliser l'expérience collaborateur avec l'intelligence artificielle
 - Focus sur les assistants virtuels
-

ATELIER Initiation à l'utilisation d'un outil d'intelligence artificielle

Faire vivre sa marque employeur avec les outils de l'intelligence artificielle

- Appréhender les leviers des réseaux sociaux au profit de la marque employeur
 - Tour d'horizon des outils intelligents au service de la marque employeur
 - Adapter votre stratégie éditoriale liée à la marque employeur avec l'IA
 - La création des contenus ciblés pour attirer les talents
 - Déployer son contenu dans les plateformes dédiées
-

EXERCICE Rédaction d'un cahier des charges d'une offre d'emploi à diffuser et utilisation d'un outil d'intelligence artificielle pour la création d'une identité visuelle correspondante

Bâtir un plan de communication de refondation de sa marque employeur

- Établir un plan de communication efficace
 - Mettre en place un plan de communication : impliquer ses collaborateurs
 - Accompagner les agents dans le changement et renforcer leur motivation
 - Établir un plan de formation des agents pour assurer cette montée de compétences
-

ATELIER Réflexion collective sur les actions de communication à envisager

Evaluation des acquis et débriefing en plénière

Dates

Paris	Classe virtuelle
09-10/09/2024	09-10/09/2024
12-13/11/2024	

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles

durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.