

COMMENT COMMUNIQUER POUR RECRUTER EN 2026 ?

Réf
CCPRE2026 - SST14

Modalité
Présentiel

Durée
2.0 jour(s) - 14.0h

Nb stagiaires
8



OBJECTIFS

A l'issue de cette formation vous serez capable de :

- Construire une identité employeur attractive.
- Définir et cibler les bons profils.
- Adapter la communication aux différentes générations.
- Choisir les bons canaux de communication.
- Créer une annonce et des messages attractifs pour attirer les candidatures.
- Développer une image employeur moderne.
- Mettre en place un plan d'actions concret et mesurable.



A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public

Dirigeants, Managers et salariés.

Pré-requis

Aucun.



CONTENU

Mieux faire connaître son entreprise

- Construire une identité employeur claire et attractive.
- Valoriser la culture d'entreprise, les valeurs et les réussites collectives.
- Travailler la visibilité locale et digitale (site web, réseaux sociaux, presse).

Attirer des candidats « pertinents » pour le poste

- Définir les profils recherchés (compétences, soft skills, motivations).
- Rédiger une offre d'emploi claire, attractive et différenciante.
- Mettre en avant les avantages concrets (conditions de travail, projets, évolutions).

Adapter sa communication aux nouvelles générations

- Comprendre les attentes des générations Y et Z : sens, flexibilité, équilibre vie pro/vie perso.
- Adapter le ton et les formats de communication (vidéo, stories, témoignages).
- Favoriser la transparence et la proximité dans les messages.

Utiliser les bons réseaux au bon moment

- LinkedIn pour le recrutement cadre/professionnels.
- Facebook & Instagram pour des profils jeunes ou de proximité.
- TikTok et nouveaux formats pour les métiers en tension ou à forte visibilité.
- Exploiter les salons, forums et partenariats écoles/associations.

Créer des messages qui donnent envie de postuler

- Structurer une annonce d'emploi impactante (titre accrocheur, mission claire, bénéfices concrets).
- Valoriser les témoignages collaborateurs (vidéos, citations, retours d'expérience).
- Utiliser le storytelling pour rendre l'entreprise plus humaine.

Construire une image employeur moderne

- Développer une stratégie de contenu RH régulière (posts, interviews, coulisses).
- Créer un univers visuel cohérent et attractif.
- Mettre en avant les engagements RSE et la qualité de vie au travail.

Lancer un plan d'actions concret pour recruter plus facilement

- Définir un calendrier de communication de recrutement.
- Mixer communication organique et campagnes sponsorisées ciblées.
- Mettre en place des indicateurs de suivi (candidatures, qualité des profils, temps de recrutement).
- Faire évoluer la stratégie en fonction des retours et résultats.



PÉDAGOGIE

Une formation très concrète à partir des cas pratiques du participant avec de la théorie et surtout des mises en situation sur des cas propres à l'apprenant pour travailler ensemble sur les clés pour trouver une solution à un cas pratique vécu par le participant mais aussi des cas potentiels dans lesquels l'apprenant doit parvenir à mettre en place une communication de crise avec tous les outils étudiés avec le formateur.

Le but de cette formation est de rentrer « dans le vif du sujet et d'être au plus près de la réalité terrain.



GESTION DES ACQUIS

Méthodes d'évaluation

- **Évaluation pré-formative** : Une grille d'auto-positionnement est transmise aux apprenants en amont de la formation pour faire un auto-diagnostic de leurs compétences.
- **Évaluation de suivi** : Évaluation du développement des compétences via la grille d'auto-positionnement remplie à l'issue de la formation.
- Évaluation à chaud de satisfaction fournie par REZO.
- **Évaluation des acquis** : Le/la formateur/trice remplit à son tour une grille de validation des acquis basée sur les compétences et connaissances acquises.
- Attestation de fin de formation REZO.



FORMATEUR ET PARTENAIRE

Après 25 années d'expérience et de savoir-faire dans les domaines du Marketing, de la Communication et de la Direction commerciale de PME locales et d'un groupe national, et le retour à l'Université en 2018-2019 pour obtenir un Master en marketing Digital et e-commerce à l'IAE de Grenoble, notre partenaire a au fil des années, multiplié son réseau médias, établi des communiqués de presse, géré des situations de crise, travaillé sur les réseaux sociaux et géré la e-réputation des entreprises clientes.



ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les solutions d'aménagement.