

# À vos marques... employeurs !

Toutes les entreprises, des PME aux grands groupes, se mobilisent aujourd'hui pour instaurer et défendre leur marque employeur, nouvel outil de séduction pour recruter et fidéliser les salariés.

*“ Quand  
les entreprises  
font valoir  
leur attractivité ”*



La nouvelle usine K-Line City a ouvert ses portes en mars dernier à plusieurs centaines de visiteurs, attirant de potentiels ambassadeurs et/ou candidats

Face aux tensions sur le marché, les entreprises créent et défendent leur marque employeur afin de séduire des candidats et fidéliser les collaborateurs. Le secteur n'échappe pas à la règle. La marque employeur se construit pas à pas. Ainsi, explique Élodie Cauliez, responsable des Ressources Humaines d'Euradif, « nous sommes aux prémices de la démarche marque employeur. Nous avons très récemment fait faire un diagnostic et nous allons travailler en priorité sur 3 axes : valoriser les atouts de l'entreprise, expliquer qui nous sommes (en mettant en avant notre culture d'entreprise, le cadre de travail, nos valeurs d'authenticité et de transparence, l'implication de nos collaborateurs et nos engagements), valoriser notre offre employeur (EVP ou Employee Value Proposition qui est vraiment au cœur de la stratégie) et enfin, valoriser l'expérience collaborateur ». Euradif est entré dans une démarche de structuration de sa marque employeur et entend capitaliser sur ses atouts et améliorer ce qui doit l'être...



© Euradif

Élodie Cauliez, DRH d'Euradif



© Castes Industrie

Charlotte Ginestet, DRH de Castes Industrie