

Par Anne-Laure JOUBAIRE

Temps de lecture : 1'30''

Avoir une bonne marque employeur n'a que des aspects positifs : cela réduit les temps et coûts de recrutement, attire les meilleurs talents et diminue le turnover. A l'inverse une mauvaise réputation peut être très dommageable.

La marque employeur est constituée de deux concepts liés : la marque recruteur et la marque employeur interne. C'est un « **groupement d'actions et leviers marketing activés dans le but de rendre l'entreprise attractive aux yeux de futurs collaborateurs et de fidéliser les salariés actuels** » (Parlons RH).

Selon une étude de Stepstone, site de recrutement en ligne, **95% des candidats se renseignent sur le web à propos de leur future entreprise** avant même de postuler à une offre d'emploi et **seuls 10,4 % des chercheurs d'emploi postuleraient pour un emploi dans une entreprise qui a mauvaise réputation.**

LE CADRE DE TRAVAIL COMME FACTEUR PRIMORDIAL

Difficile de se démarquer dans un environnement ultra-compétitif où les offres de services sont globalement identiques. Attirer les meilleurs talents peut permettre de rester au-dessus du lot. Dans un sondage mené par le site Glassdoor en 2019, plus de la moitié des 5 000 participants ont déclaré que la **culture d'entreprise était plus importante que le salaire.**

Selon une étude menée par Stepstone dans 8 pays européens, les 4 facteurs les plus importants affectant la marque employeur pour les employés sont par ordre de priorité : le **cadre de travail ; les opportunités de carrière ; la relation avec les managers et la stabilité financière** de la structure. La rémunération reste un critère important mais ne vient qu'en 7ème position.

D'après une étude menée aux Etats-Unis par la Harvard Business Review et ICM Unlimited, les 3 facteurs qui nuisent le plus à la réputation de l'employeur sont : les **préoccupations sur la sécurité de l'emploi, des équipes dysfonctionnelles et un mauvais management.** Au contraire, les 3 facteurs contribuant le plus à une bonne réputation sont la stabilité de la structure, les opportunités de carrière et la possibilité de travailler avec une équipe de premier ordre.

UN EFFET POSITIF SUR LES COÛTS ...

Selon cette même étude, une mauvaise réputation peut fortement nuire à la rentabilité d'une structure puisqu'il faudra déboursier quasiment 10% de salaire en plus pour convaincre les candidats potentiels. Cela ne sera d'ailleurs pas forcément suffisant puisque **près de la moitié des personnes interrogées refuserait un poste dans une structure où les 3 facteurs négatifs cités plus haut seraient présents, et ce quelque soit le salaire proposé.**

A l'inverse un salaire juste légèrement supérieur peut suffire à faire partir un employé d'une entreprise avec une mauvaise réputation vers une entreprise avec une marque attractive.

...ET SUR LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

D'après les employeurs, une bonne marque employeur est corrélée à une réactivité accrue aux offres d'emploi ; une hausse du nombre de candidatures spontanées, de la qualité des candidats et de l'implication des salariés actuels.

Avoir une bonne réputation permet donc de baisser les coûts de recrutement et d'attirer les meilleurs. En effet, d'après une étude de l'université Las Palmas (Gran Canaria), les **entreprises ayant une marque employeur forte reçoivent deux fois plus de CV que ceux avec une marque employeur plus faible.**

RETENIR LES TALENTS

Attirer les talents est une chose. Les retenir en est une autre. C'est pourquoi il est important de prolonger les efforts au-delà de l'aspect recrutement. Les discours sur les valeurs et la culture de l'entreprise marketés en externe doivent être incarnés par des actions concrètes en interne. S'il y a dissonance entre les deux, cela découragera les collaborateurs et pourra se refléter en externe via les avis laissés sur des plateformes d'évaluation type Glassdoor.

Restez à l'affût de l'article de la semaine prochaine qui vous donnera les clés d'une communication employeur réussie !

POUR ALLER PLUS LOIN

[Pourquoi les marques qui réussissent ont une marque employeur forte](#)

[Enquête sur la communication de marque employeur, StepStone](#)

[How online company reviews impact employer brands](#)

[A bad reputation costs a company at least 10% more per hire](#)