

Projet

“Nos employés, Nos talents”



Ce document présente le projet "Nos employés, Nos talents", une campagne organisée par le service communication de B2P visant à mettre en avant les collaborateurs de l'entreprise ayant des talents et spécificités particulières. Il décrit le processus de collecte d'informations, de sélection des participants et de création de contenus pour les réseaux sociaux.

DÉFINITION DES SPÉCIFICITÉS



Dans le cadre de ce projet, une personne avec des spécificités est :

 **Musicien**

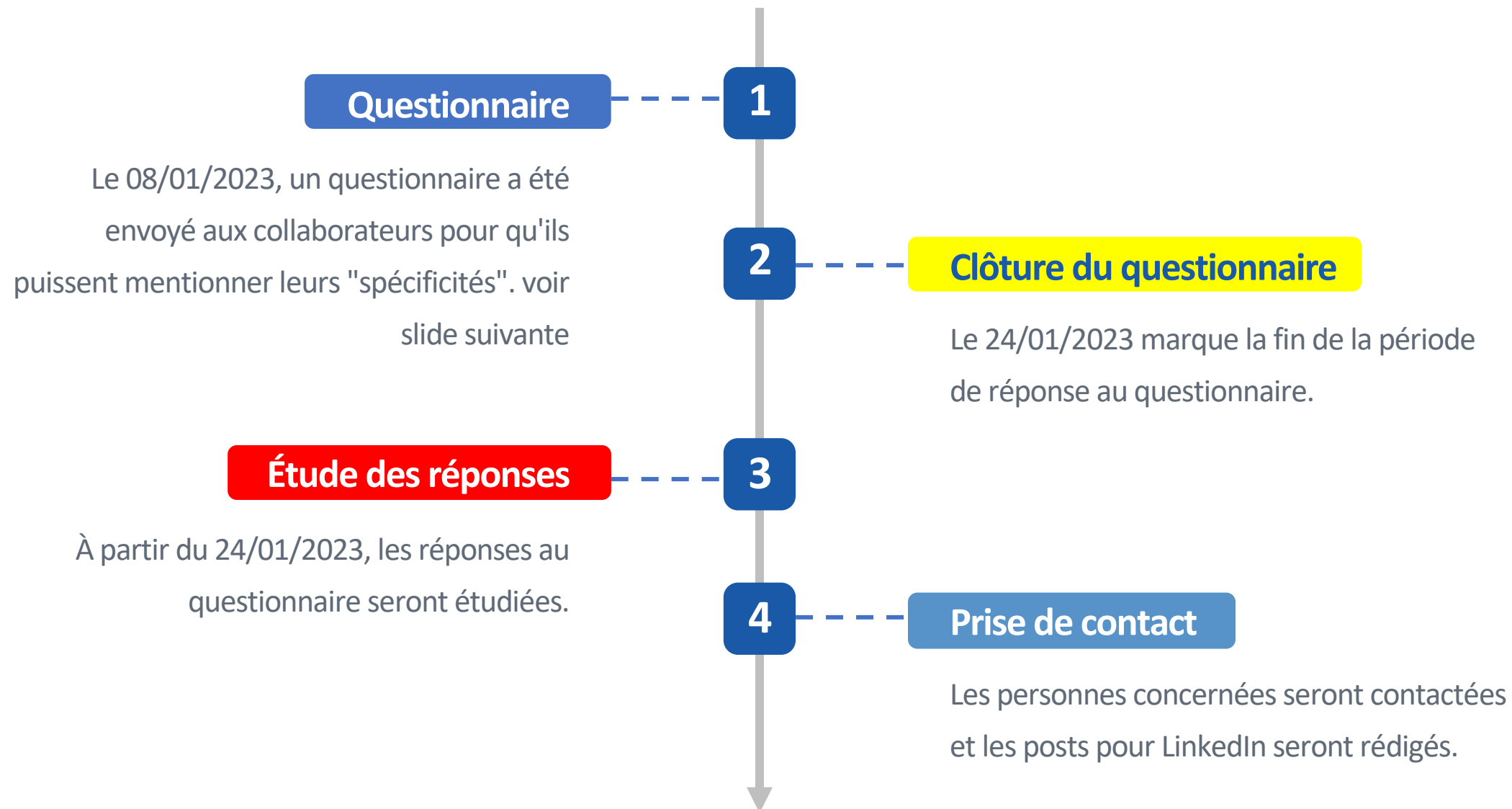
 **Artiste**

 **Engagé(e)**

 **Sportif(ve)**

 **Pluriactif(ve)**






PROCESSUS DE PARTICIPATION AVEC INDICATION DES DÉLAIS



Questionnaire : Nos employés, nos talents

Afin de mettre en place la campagne “ Nos employés, nos talents ” nous recherchons des collaborateurs avec des “spécificités” .

Dans le cadre de ce projet une personne avec une spécificité est :

-  une personne qui joue d'un instrument (guitare, piano, accordéon...),
-  un(e) sportif/ve régulier(e) ou qui réalise des exploits (courses de grande envergure, résultats honorables, classements...),
-  un(e) artiste (participation à des spectacles, concerts, démonstrations, peinture...),
-  une personne qui a plusieurs vies professionnelles.
-  une personne engagée (dans une association, pour une cause et qui mène des actions concrètes ,pour la société civile (pompiers...)),



Je me reconnais dans la description du mot “ spécificité ” précisé plus haut ?

Profil : Prénom, nom

DEMANDE DE PHOTOS



Le 31/01, un courriel a été envoyé aux participants pour leur demander une photo d'eux en train d'exercer leur "spécificité".

Les critères pour la photo sont :



Bonne qualité



Seul(e) sur la photo



En action

(Des exemples de photos appropriées ont été fournis.)



OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE



1

Mettre en avant les talents

Cette campagne vise à mettre en avant les talents et spécificités des collaborateurs de l'entreprise.

2

Promouvoir la marque employeur

En mettant l'accent sur les collaborateurs, cette campagne s'inscrit dans la stratégie de promotion de la marque employeur.

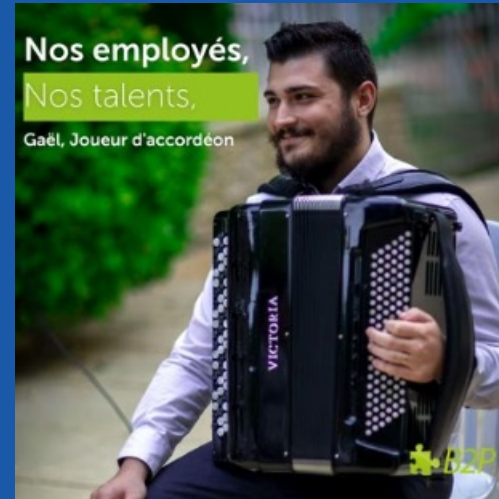
3

Deployer sur les réseaux sociaux

Les contenus créés seront déployés sur Instagram, Facebook et LinkedIn.



Post LinkedIn



Les posts LinkedIn ont mis en avant un collaborateur, sa "spécificité" et une photo de lui en action.



Une fois les photos reçues et les contenus créés, le déploiement de la campagne sur les réseaux sociaux a pu commencer. Un suivi a été effectué pour mesurer l'engagement et l'impact de la campagne au travers 3 questions :

VALORISATION :


Vous sentez-vous valorisé(e) par le fait d'être mis(e) en lumière sur les réseaux sociaux (Campagne des Filtres, Campagne en cours Nos employés, Nos talents) ? Si vous n'avez participé à aucune de ces campagnes, pensez-vous que ces projets permettent de valoriser les employés qui y participent ?

APPARTENANCE :

Est-ce que ces campagnes renforcent votre sentiment d'appartenance à la société ?

FUTUR :

Pensez-vous que d'autres actions de ce type doivent être conduites ?



Nous vous souhaitons
beaucoup de succès dans vos recrutements et
que les talents vont se bousculer à votre porte !

Pour toute question
contactez **Karine Fraszczak**, Responsable commerciale B2Pweb :
kfraszczak@b2pweb.com