

formaplace pro

#1 Compte-rendu n° 7 « Marque employeur »

Table des matières

SECTION 1 – COMPTE-RENDU n° 7 (RÉFÉRENTIEL)

- 1.1 La problématique visée par ce compte-rendu individuel 1
- 1.2 Attendu pédagogique du compte-rendu 1

SECTION 2 – PROPOSITION DE PLAN

SECTION 3 – LES OUTILS LOGICIELS ET CONCEPTUELS

On part du besoin en stratégie *marque employeur* - besoin explicite ou implicite - pour mener un diagnostic qui aboutira à la formulation de préconisations et à une planification des actions préconisées.

L'étudiant mesure l'impact de la *marque employeur* sur les relations sociales, comment cette marque employeur influence la manière dont les employés interagissent entre eux, avec leur employeur et avec les candidats potentiels.

Voici quelques méthodes pour déterminer l'impact de la marque employeur sur les relations sociales :

- **Évaluation de la perception des employés** : elle donne une indication sur la qualité de la marque employeur ressentie en interne, par le biais d'enquêtes internes, notamment.
- Suivi de l'**engagement des employés** : indicateur clé de l'impact de la marque employeur sur les relations sociales externes, grâce à l'analyse des commentaires sur les réseaux sociaux.
- Évaluation de la **satisfaction des clients, fournisseurs, etc.** : indication sur l'impact de la marque employeur sur les interactions avec les partenaires externes, notamment les clients, grâce aux enquêtes externes.

1.2 ATTENDU PÉDAGOGIQUE DU COMPTE-RENDU

Travail à faire Un compte-rendu est un document écrit qui résume en cinq pages et quelques annexes, la problématique de l'entreprise en matière de marque employeur, le diagnostic et les préconisations.

Le contenu et la structure de ce rapport comportent une

1 COMPTE-RENDU n° 7 (RÉFÉRENTIEL)

Usage du cours : Commençons par la finalité du cours de Communication : le compte-rendu individuel sur la *Marque employeur* selon le référentiel de *FORMATIVES* retenu par *ALESIA FORMATION*. Ce chapitre rappelle les conseils de présentation et de mise en page. Il expose une proposition de trame, des exemples d'annexes nécessaires pour donner de la profondeur à votre compte-rendu. Il préconise enfin, une liste d'outils informatiques et de modèles théoriques à même d'optimiser les compétences des étudiants.

1.1 LA PROBLÉMATIQUE VISÉE PAR CE COMPTE-RENDU INDIVIDUEL

introduction qui présente le contexte de la problématique, une analyse diagnostic, une synthèse des options, des préconisations, un plan d'action, et une conclusion qui résume les résultats potentiels et peut inclure des suggestions pour l'avenir. ■

Le **caractère de police** est laissé à votre libre appréciation, même si *Time New Roman*, *Calibri*, *Arial* ou *Segoe UI* sont fréquemment choisis.

Quel que soit votre choix, votre travail **comptera entre 2 500 et 3 000 mots sur cinq pages, dix annexes maximum** et comportera une **bibliographie**.

2 PROPOSITION DE PLAN

Il sera présenté sur une trame : CONTEXTE – ANALYSE – DIAGNOSTIC – RECOMMANDATIONS.

MON ENTREPRISE – MASER 1 MRH – ALESIA FORMATION 2024

1. CONTEXTE DE LA MARQUE EMPLOYEUR

■ **Partie 1** - Cette première partie présente mon entreprise « LYS ECO » dans son secteur d'activité et les objectifs de mon compte-rendu sur la marque employeur dans notre entreprise.
Pour la rédiger j'ai utilisé Notion et ai opté pour plusieurs techniques : entretiens libres avec mes collègues, observations personnelles et veille informationnelle active.

1.1 PRÉSENTATION DE LYS ECO

1.1.1 Lys Eco : entreprise et secteur d'activité

Le Groupe Lys Eco SAS est spécialisé dans le secteur de l'énergie solaire thermodynamique et thermique 2 en tant qu'installateur de solutions photovoltaïques des Flandres Françaises à la métropole Lilloise, depuis sa création en 2010. Ses 32 salariés sont basés au 112 rue d'Armentières – 59236 Frelinghien. La société dispose de plusieurs labels de qualité.

Groupe Lys Eco SAS s'est développé rapidement depuis la mise en place de mesures fiscales incitatives. Groupe Lyseco comprend les sociétés SOLEIL FLANDRES, LYS COMBLES ET ISOLATION et LYS GÉOTHERMIE. En 2022 Groupe Lys Eco SAS élargit son offre et crée une filiale Lys Eco service après-vente. Le chiffre d'affaires est de 5,4 millions d'euros sur l'exercice comptable 2021-2022.

ANNEXE 1 - Fiche d'identité et historique.

1.1.2 Perspectives du secteur d'activité

Le photovoltaïque en France et dans le Nord :

- 11 468 centrales photovoltaïques ont été installées dans le département du Nord en 2021, selon l'INSEE.
- Notre secteur commercial concerne 25 % du potentiel départemental. Ainsi, avec nos 238 centrales vendues en 2021/2022, notre emprise commerciale est d'environ 8,3 % des installations.
- Le Nord avec un ensoleillement moindre 3 est logiquement 12 fois moins équipé que l'Occitanie, par exemple.
- La construction d'une centrale photovoltaïque d'une puissance inférieure à 100 kWc 4 peut bénéficier d'un tarif d'achat par « simple demande » auprès d'Enedis, c'est ce qu'on appelle le guichet ouvert.
- Au-delà, la centrale doit être éligible à un appel d'offres géré par la Commission de Régulation de l'Énergie pour bénéficier d'un tarif d'achat de l'électricité.

1.2 CONTEXTE DE L'ÉTUDE SUR LA MARQUE EMPLOYEUR ET PROBLÉMATIQUE

Les perspectives semblent donc favorables - à court terme - à notre développement commercial, sur notre marché actuel. Notre groupe envisage en outre, une diversification vers une autre technologie, la géothermie. Toutefois :

- Le secteur d'activité photovoltaïque est confronté à de nombreuses innovations, comme les tuiles photovoltaïques, et son développement, y compris dans les Hauts de France, engendre de nouveaux métiers dits "en tension"
- Ces métiers nécessitent une prévention des risques potentiels pour la santé, la sécurité des salariés et un dispositif de protection de l'environnement (HSE 7) associés à l'installation et à l'entretien de ces systèmes photovoltaïques.

Prénom NDM – COMPTE RENDU N° 7 « MARQUE EMPLOYEUR » – Page 1



3 LES OUTILS LOGICIELS ET CONCEPTUELS

Quelques outils utiles, que vous connaissez sans doute déjà.