



Marque employeur

Groupe 5 - 3COM1 Lorian, Léana, Lylie, Lya

Présentation

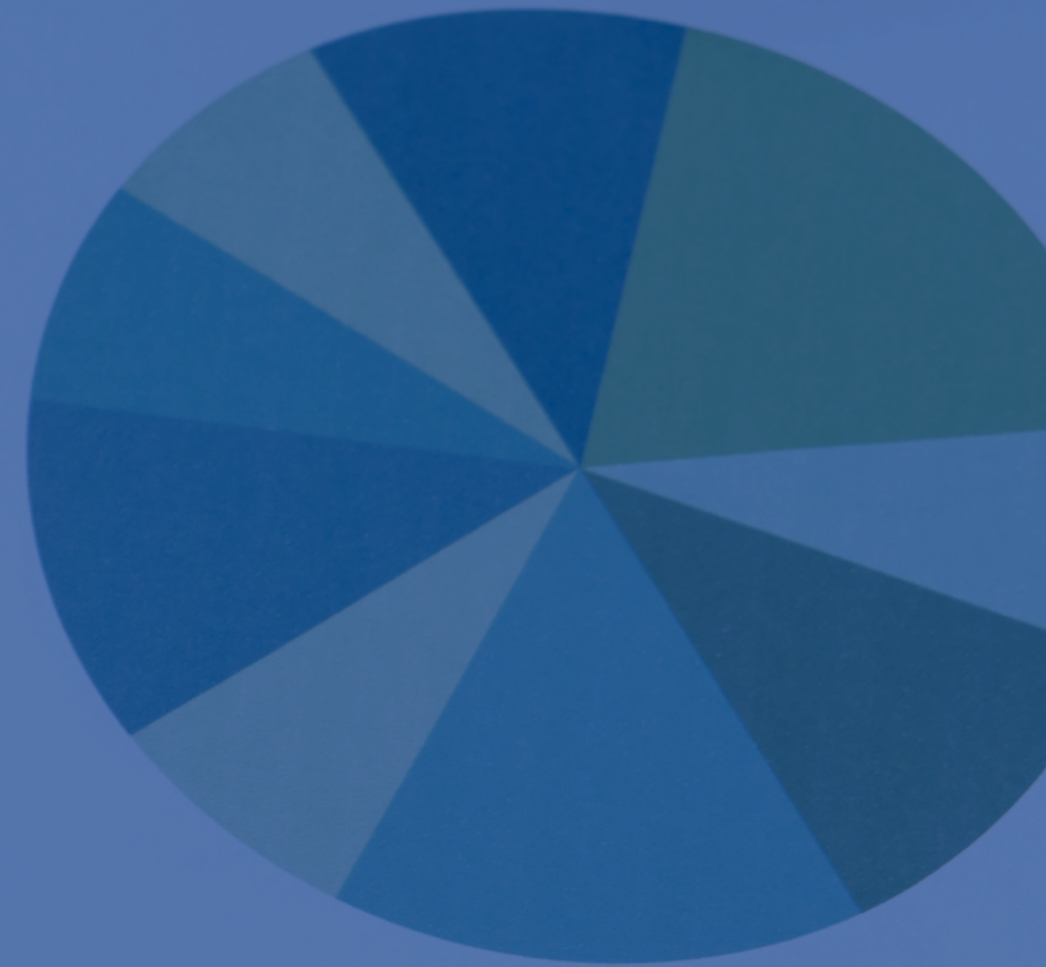
brève de l'entreprise

- IKEA s'est implantée en France en 1981.
- Environ 40 magasins répartis sur tout le territoire français.
- Mobilier et décoration design à prix abordables, basé sur le "fait soi-même" (montage par les clients).
- Philosophie : "Créer un quotidien meilleur pour le plus grand nombre."

ÉTUDE DE MARCHÉ



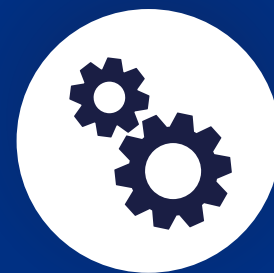
SALE REPORT



Les cibles



Candidats temps
partiel



Jeunes
diplômés/alternance
et stagiaires



Candidats
expérimentés

Personas

Rencontrez les visages qui font de notre entreprise une communauté exceptionnelle.

Alma, 19 ans



Ayant déjà réalisé plusieurs jobs étudiants dans le commerce.

Jules, 24 ans



Jeune diplômé d'un BTS NDRC

Karim, 35 ans



Était chef de projet dans son entreprise depuis plus de 15 ans.



**CHEZ TOI,
CHEZ NOUS,
CHAQUE TALENT
TROUVE SA PLACE**

HEJ ! REJOINS-NOUS ET
EXPRIME TON TALENT



SIGNATURE : Chez toi, chez nous, chaque talent trouve sa place.

STORYTELLING : Le magasin Ikea est connu pour ses différents décors immersifs dans lesquels chacun se sent très facilement chez soi, et dans lesquels chacun peut se projeter. L'idée serait de partir de ce principe avec les salariés, en expliquant que tout comme avec les décors immersifs variés, chacun pourra trouver sa place, et se sentir "comme chez lui".

PROMESSE EMPLOYEUR : IKEA, une entreprise dans laquelle vous trouverez votre place et votre chemin, quelque soit votre talent.

Site Carrière

- Navigation intuitive
- Engagement interactif : simulateur d'emploi / FAQ
- Accessibilité pour tous : inclusif/ taille du texte / contrastes ...
- Transparence : explication claire des étapes de candidature : confiance
- IA : chat/assistant virtuel répond aux questions fréquentes des candidats en temps réel.

Il traduit les valeurs d'IKEA en actions concrètes et donne vie à sa signature :

**"Chez toi, chez nous,
chaque talent
trouve sa place."**



Jobboard

- **SITE INTERNET** : l'ensemble des offres de recrutement y sont disposés.
- **WELCOME TO THE JUNGLE** : mise en avant de sa culture d'entreprise et ses opportunités de carrière.
- **RÉSEAUX SOCIAUX** : Promotion de leur marque employeur, partage de leurs valeurs afin d'attirer des candidats alignés avec sa culture.
- **COLLABORATIONS ACADÉMIQUES** : afin d'attirer des jeunes diplômés à lancer leur carrière au sein de leur enseigne : Ikea figure parmi les employeurs préférés des jeunes en France.

**Welcome
to the Jungle**





Vers le chemin de la victoire...

La course d'orientation

- Une course d'orientation pour les candidats
- Découverte des différents métiers
- Mise en avant des avantages
- Goodies offerts



De la virtualité à la réalité...

Une journée en tant qu'employé IKEA

- Immersion dans la peau d'un employé IKEA grâce à la réalité virtuelle
- Comprendre et apprendre le métier
- Le candidat va lui même se découvrir



**On prend le p'tit Dej...
fait comme chez toi**

Atelier de cuisine: Cinnamon roll



Fait ton chez toi, chez nous

Atelier de conception des
nouveaux bureaux, des nouvelles
dispositions du magasin

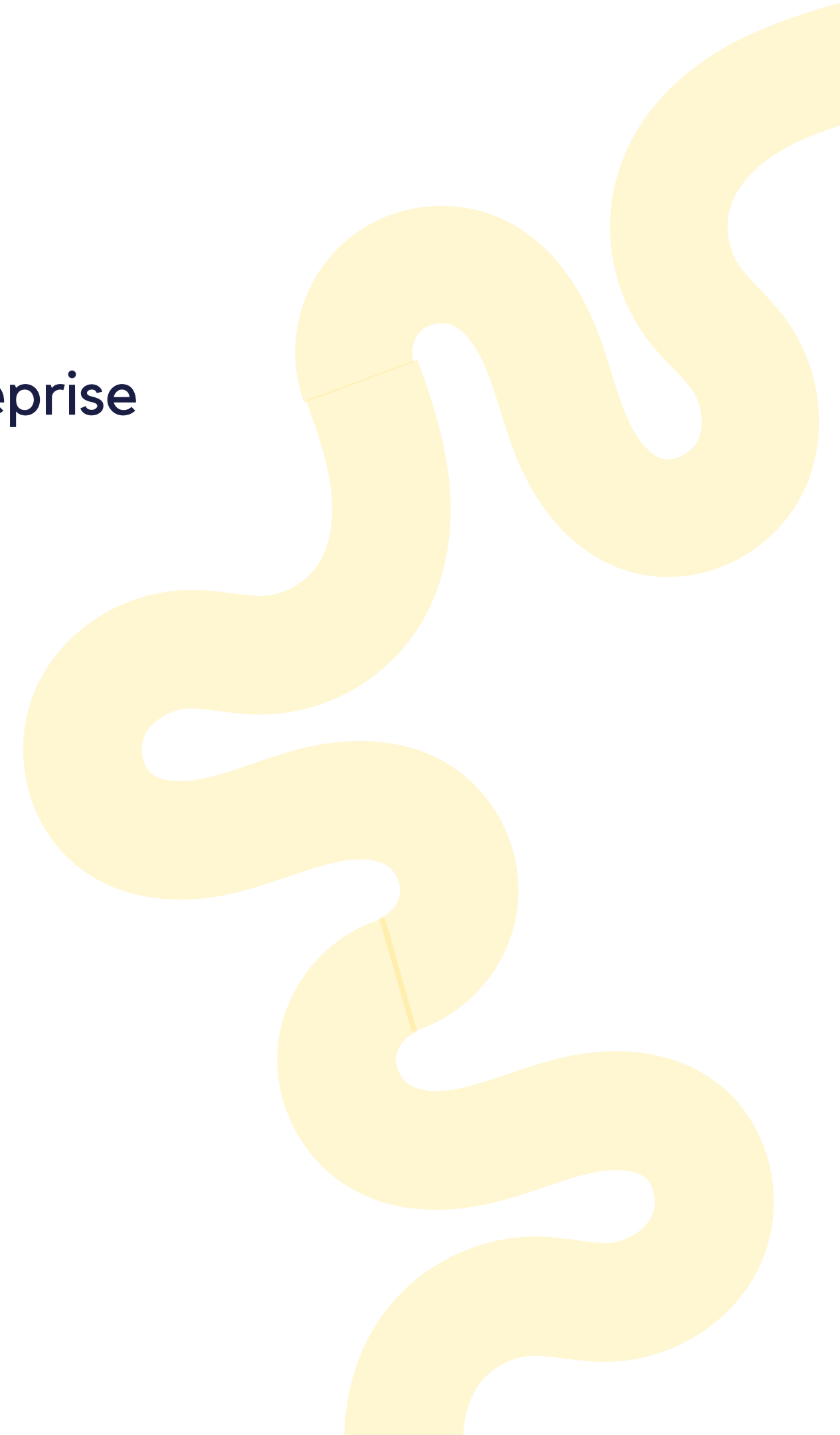
Communication interne

sentiment d'appartenance

- Sentiment d'appartenance / Fierté d'appartenir à l'entreprise
- Booster la motivation
- Renforcer l'engagement des salariés
- Les employés sont au travail, comme chez eux !

Bienvenue chez toi !

- Offrir un kit
- Objets symboliques d'IKEA
- "Bienvenue chez toi"



Communication interne

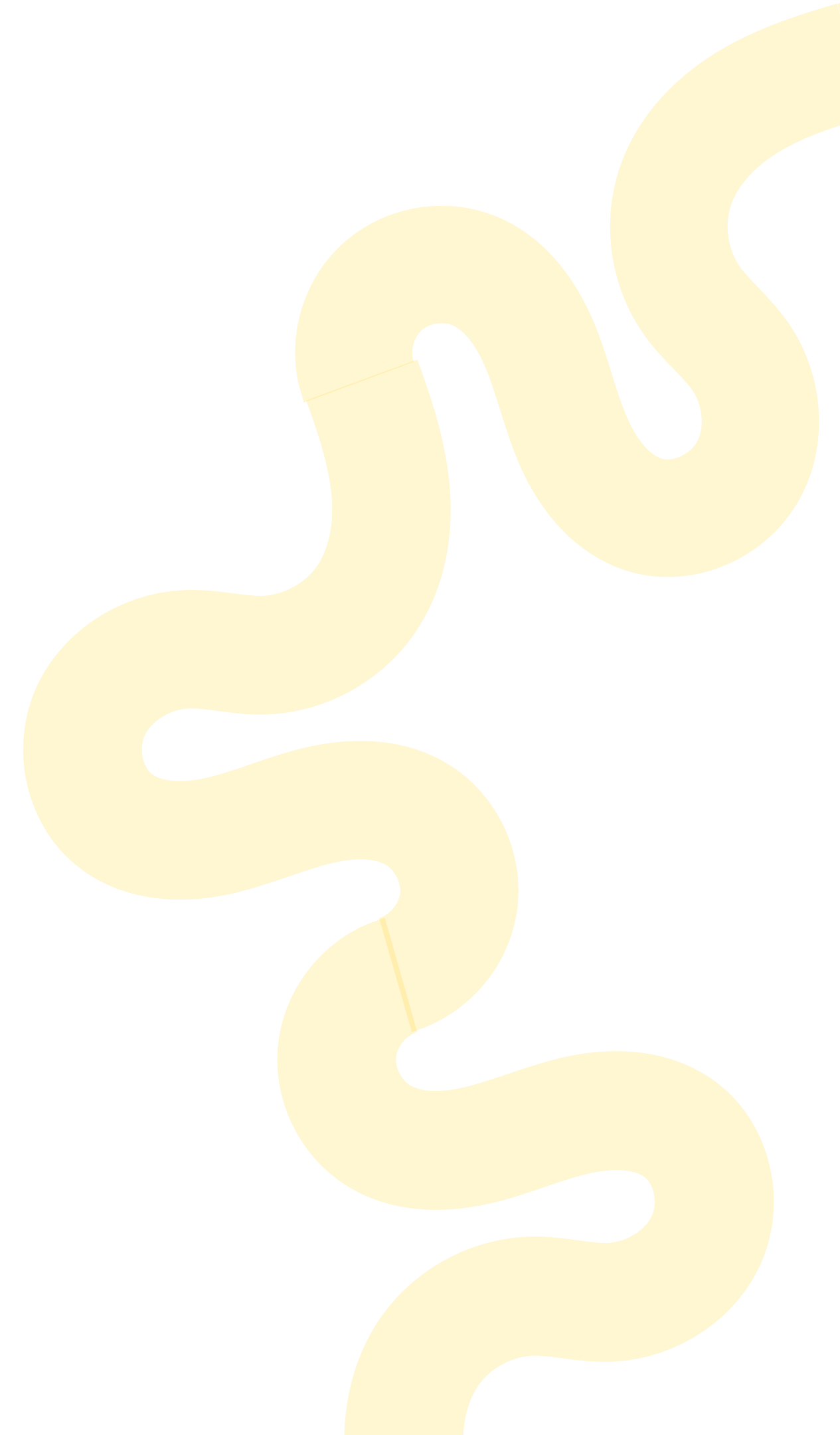
sentiment d'appartenance

Journées d'intégration !

- 10-15 personnes
- Clé symbolique
- Appartenance à la "Grande maison IKEA"
- badge noms représentatifs

Habitudes de langage

- Tutoiement
- Lien direct entre salariés
- Clients : vouvoiement



Communication interne

sentiment d'appartenance

"Chez IKEA, c'est chez moi" !

- Visuels espace commun
- Slogan : "Chez IKEA c'est chez moi !"
- Diffusion réseaux social interne
- Shooting photo événement "Fais ton chez toi, chez nous".
- Décors qui leur ressemble et qu'ils ont eux-même arrangés

Vidéos

- Courtes vidéos où les employés partagent ce qu'ils aiment chez IKEA, en expliquant comment il se sente "comme chez eux".
- Diffusion : écrans internes et newsletter interne



Communication interne

uniformiser la diffusion

Coffret fin d'année

- coffret cadeau
- carte avec "Merci d'être chez toi comme chez nous !"

Diffusion

- Ecrans dynamiques : salle de pause / salle conviviale
- Réseaux social interne
- Intranet : promouvoir les formations - les mobilités internes - les parcours d'évolution -> carrière à long terme (long chemin) -> Evolution
- mobiles perso/pro



Valeurs

principales de IKEA



Inclusivité



Égalité



Développement
Durable

Communication interne

uniformiser la vision



"Jean incarne la simplicité en optimisant nos processus au quotidien."



"Sophie incarne la collaboration en réunissant différentes équipes pour développer un projet commun, en surmontant les obstacles ensemble pour atteindre nos objectifs."



"Amira incarne le respect en créant un environnement de travail inclusif, où chaque voix est entendue, favorisant ainsi une culture de confiance et d'écoute."

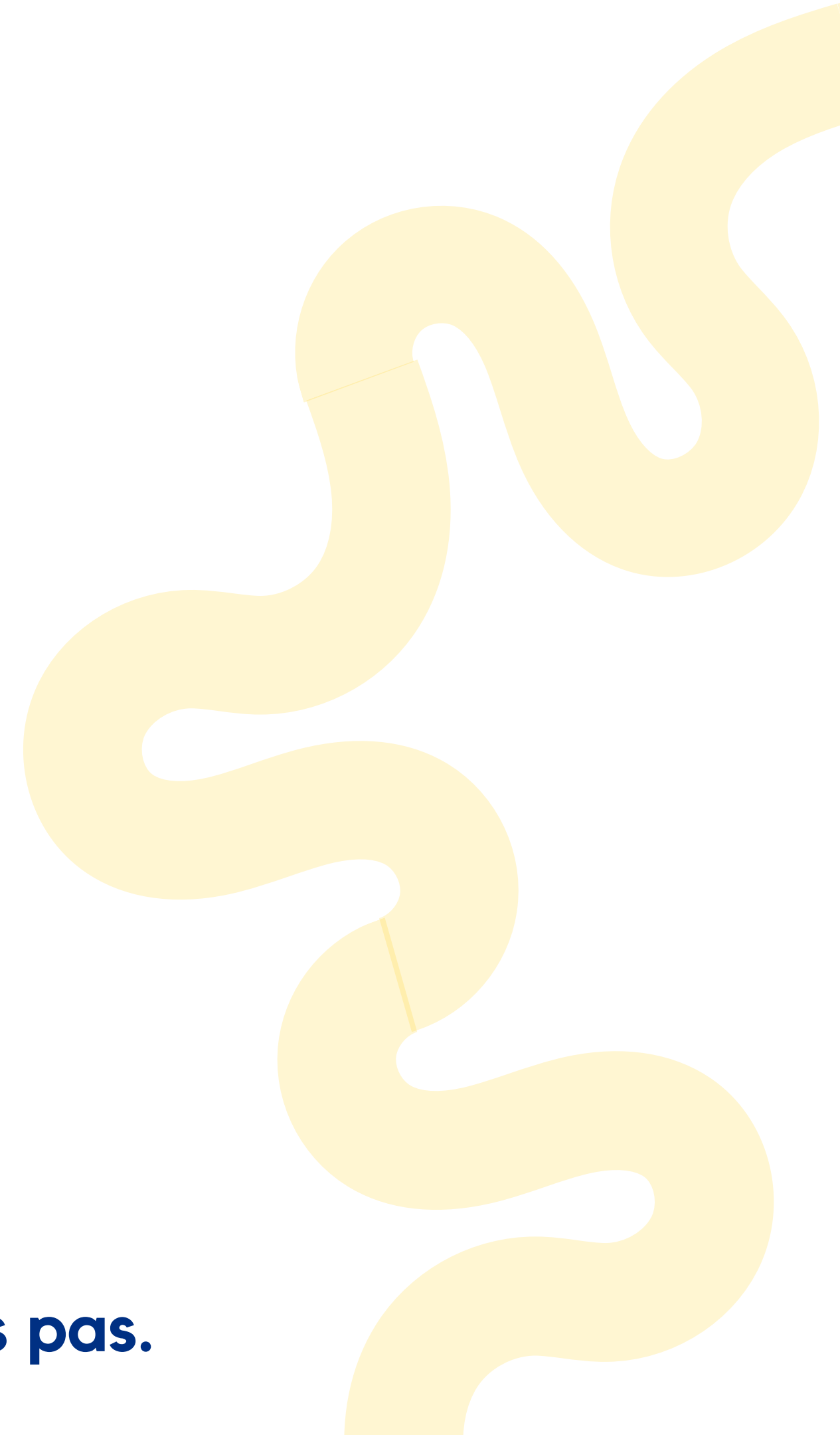
Réseau social interne

Communication interne

uniformiser la vision

Les employés diffusent

- Diffuser les recrutements à l'interne
 - Bouche à oreille
 - Réseaux sociaux = employee advocacy
 - Diffuser les recrutements à l'interne = bien informé = moins susceptible de chercher ailleurs
 - Fidélisation = limiter le turn-over
 - Mobilités internes et parcours d'évolution
 - Carrières longues
 - Long chemin
 - Evolution
- Avec IKEA tu ne stagneras pas.**





Affichages



**CHEZ TOI,
CHEZ NOUS,
CHAQUE TALENT
TROUVE SA PLACE**

HEJ ! REJOINS-NOUS ET
EXPRIME TON TALENT



**TOURNE À DROITE DANS 500M >>>
ET VIENS TROUVER TA PLACE
CHEZ NOUS !**

CHAQUE TALENT TROUVE SA
PLACE, POURQUOI PAS TOI ?





Valorisation de l'espace et de la vie au travail

Type de contenu :

- Stories : Création d'une story à la une
- Publications
- Réels : Interviews employé

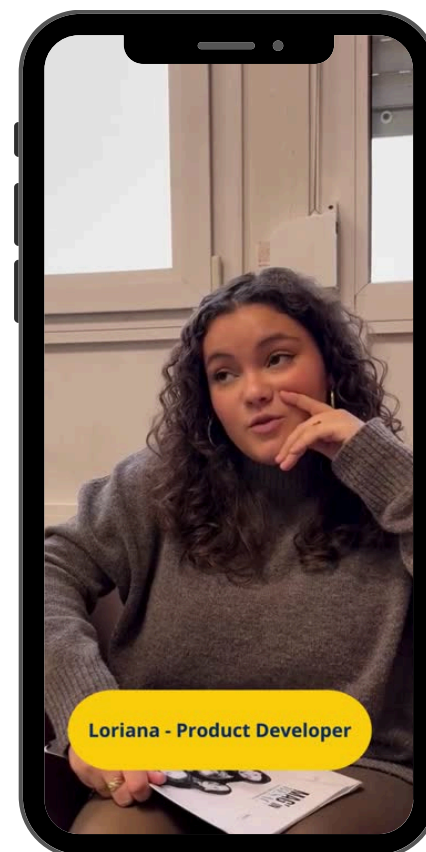
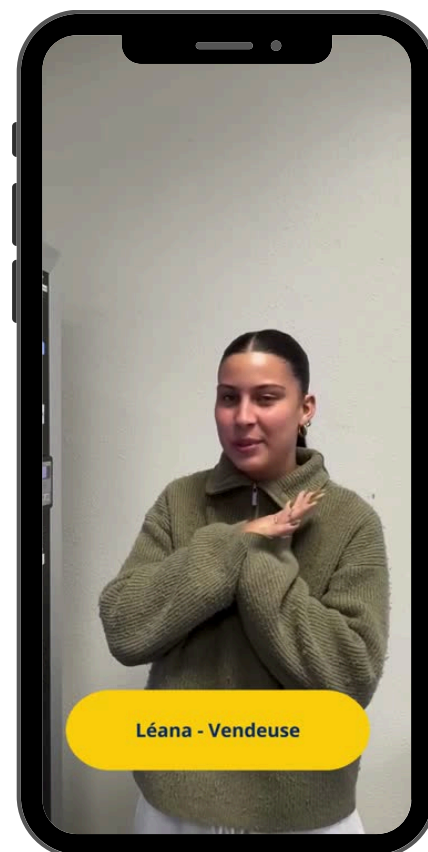


Réseaux sociaux

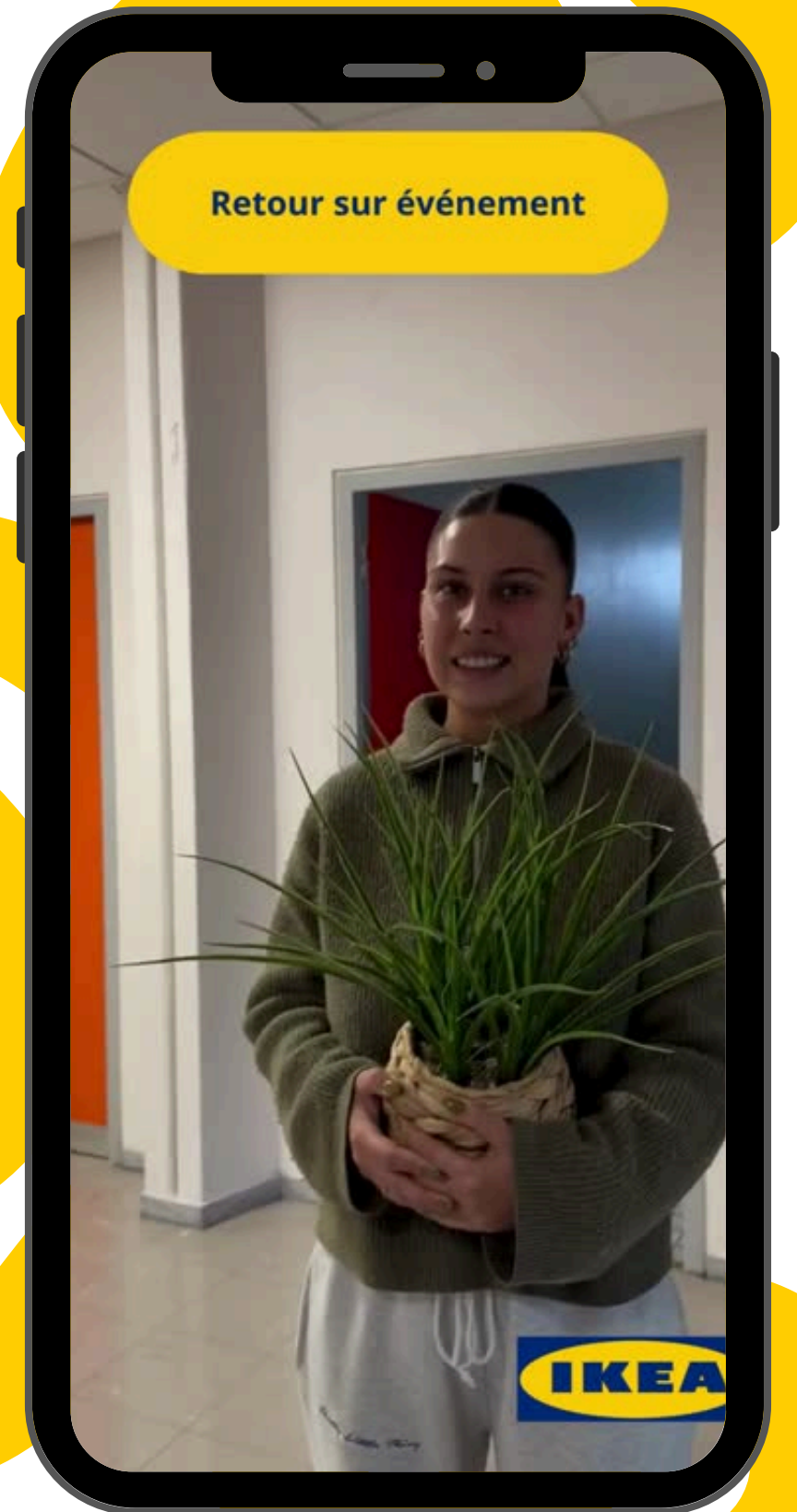
Valorisation de l'espace et de la vie au travail

Type de contenu :

- Interviews salariés
- Trends réalisés par les CM avec les salariés
- Retour salariés sur les événements



TIKTOK WAIT



Réseaux sociaux

Type de contenu :

- Contenu assez similaire à Instagram (Meta)

Réseaux sociaux

Type de contenu :

- Contenu professionnel avec notre signature



Télévision

publicités

Médias



Publicité pendant les journaux télévisés ou les émissions à grande audience pour cibler un public familial et général.



Afin de toucher une audience active et diversifiée.



Radio
Médias



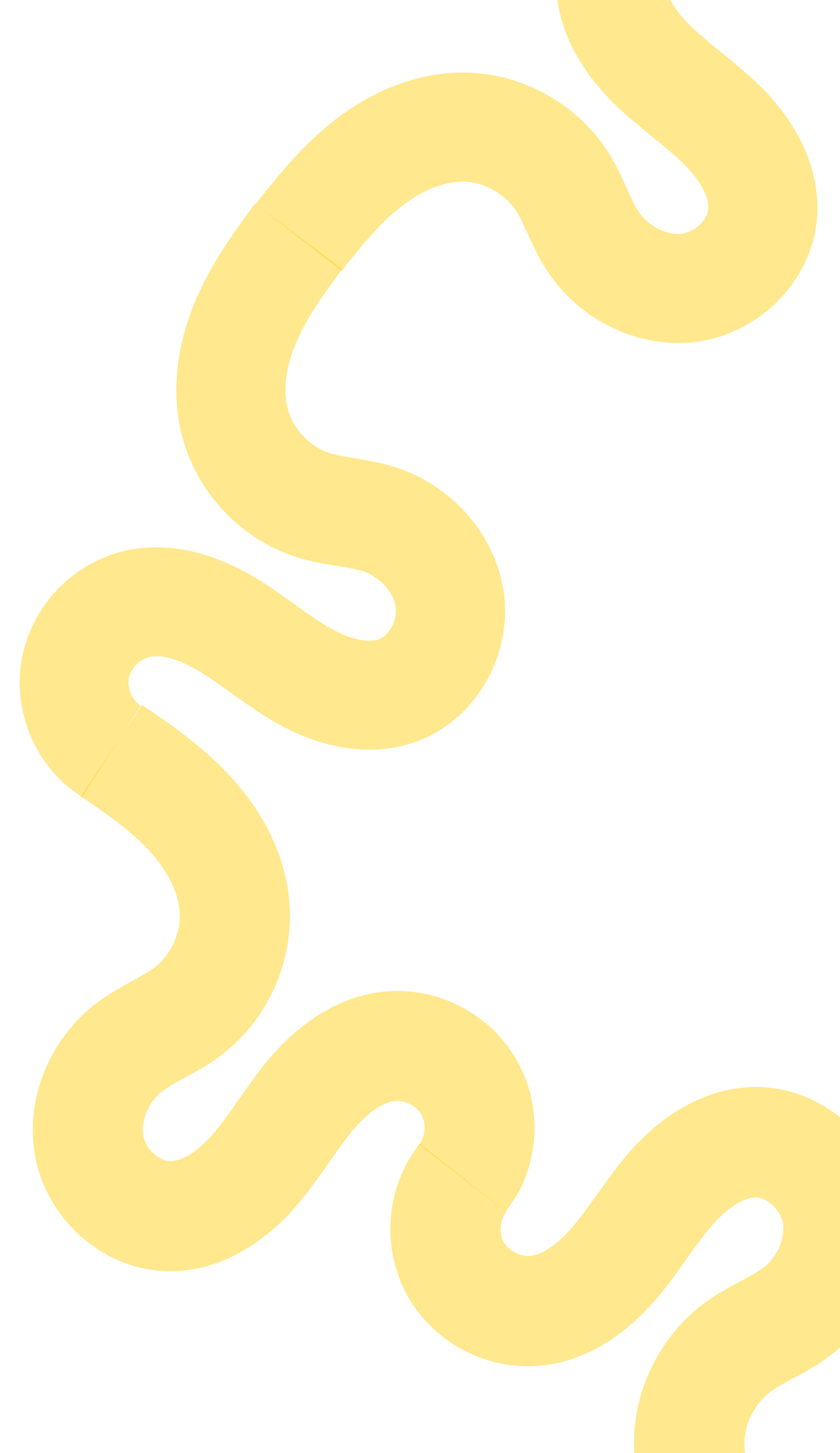
Cibler les jeunes actifs et étudiants pour des postes en alternance ou des emplois flexibles.



Recrutements spécifiques à certaines zones géographiques.



Portée nationale pour des campagnes visant un public plus large et varié.



Presse

Écrite et digitale

Le Monde
Les Echos

Valoriser des postes stratégiques ou la culture d'entreprise, pour une cible de cadres ou experts.

l'Etudiant
Studyrama

Attirer les jeunes diplômés et alternants pour des postes en formation ou en début de carrière.



Sites spécialisés

dans le recrutement



**Welcome
to the Jungle**

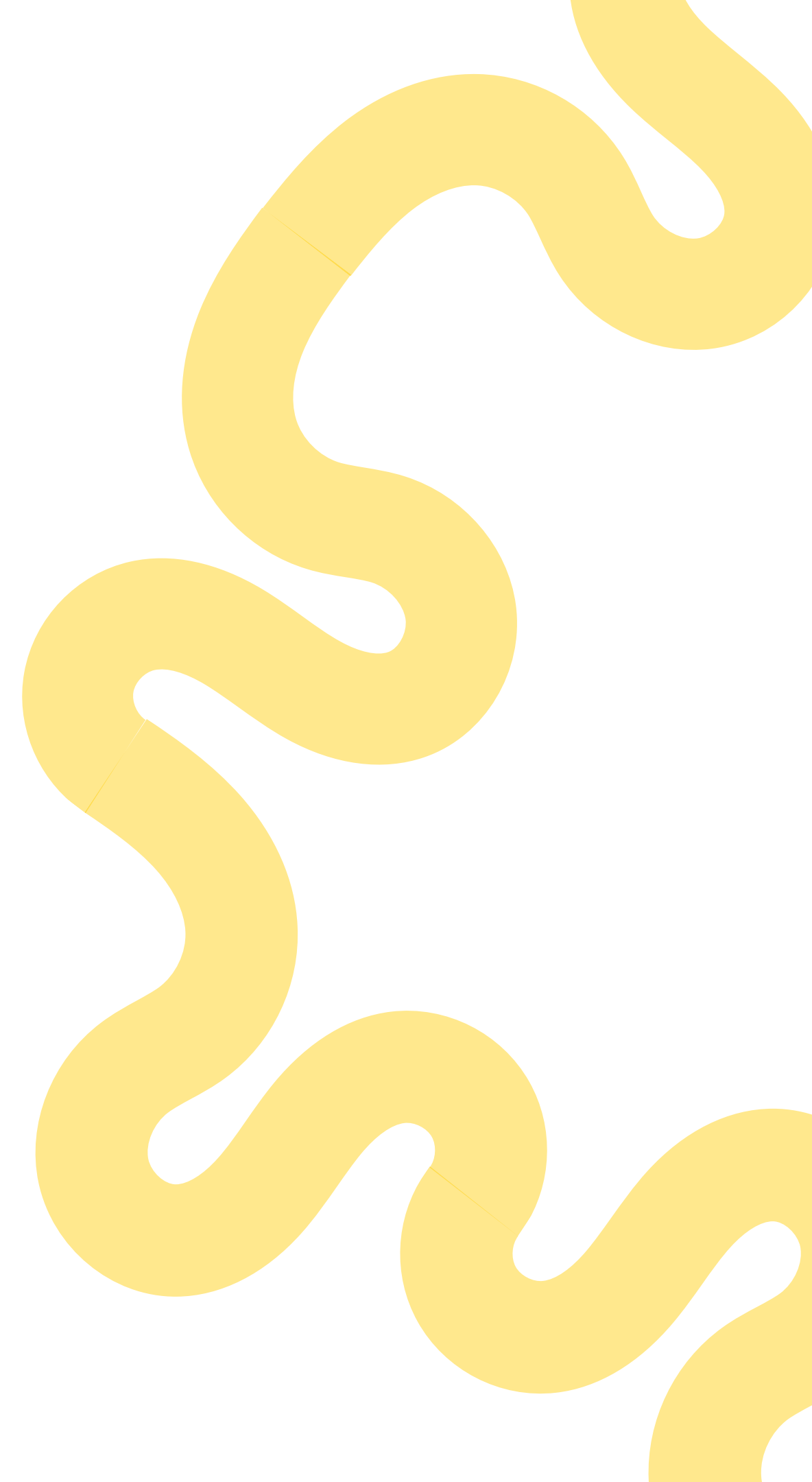
Diffusion d'offres et promotion de la marque employeur auprès de candidats actifs.



JOBTEASER

MONSTER

Attirer des profils spécialisés
ou des jeunes diplômés en quête d'opportunités.





MERCI !