

Marketing de la marque employeur sur LinkedIn et TikTok pour attirer la Gen Z

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-marque-employeur-sur-linkedin-et-tiktok-pour-attirer-la-gen-z

DURÉE
4 jours (28h)

RÉFÉRENCE
RH158

CATÉGORIE
Marque Employeur, Inbound Recruiting & Talent Marketing

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les attentes et les comportements de la génération Z face aux employeurs et aux opportunités professionnelles.
- Construire une stratégie de marque employeur adaptée aux nouveaux usages des réseaux sociaux.
- Développer une Employee Value Proposition différenciante et crédible.
- Maîtriser les leviers de LinkedIn pour renforcer l’attractivité et la visibilité employeur.
- Exploiter TikTok pour créer une relation authentique avec les jeunes talents.
- Concevoir des contenus RH engageants adaptés aux formats et codes de la Gen Z.
- Mettre en place des campagnes de recrutement social media performantes et mesurables.
- Piloter et optimiser la performance de la marque employeur à partir de KPI pertinents.

👥 POUR QUI ?

- DRH, Directeurs des Ressources Humaines et responsables des talents.
- Responsables Marque Employeur et Talent Acquisition Managers.
- Responsables recrutement et chargés de recrutement.
- Responsables Communication RH et Communication Corporate.
- Responsables Marketing, Digital Marketing et Social Media.
- Community Managers et Content Managers intervenant sur les sujets RH.
- Responsables Formation, développement des talents et expérience collaborateur.
- Dirigeants, managers et responsables souhaitant renforcer l’attractivité de leur entreprise auprès de la Gen Z.

Maroc Performance

MAROC PERFORMANCE
La Référence pour la Formation et le Conseil



Programme détaillé

1 / STRATÉGIE DE MARQUE EMPLOYEUR ET POSITIONNEMENT AUPRÈS DE LA GEN Z

- Comprendre les attentes, comportements et critères de choix professionnels de la génération Z.
- Définir une Employee Value Proposition (EVP) attractive, crédible et différenciante.
- Construire un positionnement employeur cohérent avec les valeurs, la culture et l'expérience collaborateur.

2 / LINKEDIN COMME LEVIER D'ATTRACTIVITÉ EMPLOYEUR

- Optimiser la page entreprise et les profils des collaborateurs comme vitrines de la marque employeur.
- Développer des contenus valorisant les métiers, les collaborateurs, les opportunités et la culture d'entreprise.
- Exploiter LinkedIn pour développer visibilité, engagement et vivier de talents Gen Z.

3 / TIKTOK ET LE RECRUTEMENT DE LA GÉNÉRATION Z

- Comprendre les codes créatifs, narratifs et culturels propres à TikTok.
- Concevoir des vidéos courtes, authentiques et immersives présentant les coulisses de l'entreprise.
- Utiliser les formats TikTok pour humaniser la marque et susciter l'intérêt des jeunes talents.

4 / CONTENT MARKETING RH ET STORYTELLING EMPLOYEUR

- Construire une ligne éditoriale dédiée à l'attractivité et à la réputation employeur.
- Utiliser le storytelling pour raconter les parcours, réussites et expériences des collaborateurs.
- Décliner les contenus RH en formats adaptés à LinkedIn, TikTok et aux usages mobiles de la Gen Z.

Maroc Performance

5 / EMPLOYEE ADVOCACY ET AMBASSADEURS DE MARQUE

- Identifier et accompagner des collaborateurs capables d’incarner authentiquement la marque employeur.
- Mettre en place un programme d’Employee Advocacy adapté aux réseaux sociaux.
- Encourager la création de contenus collaborateurs tout en préservant cohérence, authenticité et conformité.

6 / CAMPAGNES DE RECRUTEMENT SOCIAL MEDIA CIBLÉES GEN Z

- Concevoir des campagnes LinkedIn et TikTok orientées acquisition et conversion de candidats.
- Définir les audiences, messages, formats, budgets et parcours de candidature adaptés aux jeunes talents.
- Utiliser le ciblage et le retargeting pour améliorer la performance des campagnes de recrutement.

7 / AUTHENTICITÉ, INCLUSION ET RÉPUTATION EMPLOYEUR

- Communiquer de manière transparente sur la culture, les conditions de travail et les perspectives d’évolution.
- Valoriser diversité, inclusion, responsabilité sociale et impact comme facteurs d’attractivité.
- Prévenir les écarts entre la promesse employeur diffusée en ligne et l’expérience réelle des collaborateurs.

8 / DATA, KPI ET OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE EMPLOYEUR

- Définir les indicateurs clés : portée, engagement, candidatures, coût par candidature et qualité des talents recrutés.
- Analyser les performances des contenus et campagnes LinkedIn et TikTok.
- Mettre en place une démarche d’amélioration continue fondée sur les données et les retours des candidats.

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

02 au 05 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
30 Mars au 02 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
25 au 28 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
20 au 23 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
21 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés