

TRACK « La marque employeur et le marketing RH face aux enjeux de société »

Proposé par Groupe de Recherche Thématique AGRH « Marque employeur et marketing RH »

Animation : Chloé GUILLOT-SOULEZ (iaelyon Université Jean Moulin Lyon 3) & Eric PEZET (Université Paris Nanterre)

Les entreprises sont aujourd’hui confrontées à des évolutions sociétales qui amènent à réinterroger les modèles de gestion des ressources humaines (GRH), d’organisation du travail et de management. La fonction RH doit réussir à attirer des ressources humaines et à susciter l’engagement et la fidélité de ces dernières en tenant compte de ces évolutions. Dans cette perspective, le management de la marque employeur (*employer branding*) est devenue une activité centrale pour la fonction RH. Les évolutions sociétales à l’œuvre nécessitent donc d’être pensées par les chercheurs en gestion des ressources humaines et, plus globalement, en Sciences de Gestion, de manière à éclairer la manière dont elles peuvent être prises en considération au niveau du management de la marque employeur afin de disposer de leviers d’action et d’anticiper et de relever les défis actuels et futurs.

Les communications de ce track pourront porter sur des questions variées par rapport aux mutations actuellement à l’œuvre :

- ***Enjeux sociaux et sociétaux :***

- Comment valoriser les engagements de l’entreprise en matière de diversité (diversité en termes de genres, d’origines, de générations…) ?
- La mise en valeur des engagements de l’employeur en matière de RSE peut-elle renforcer l’attractivité employeur et améliorer l’image de marque employeur ?
- Comment mobiliser les salariés de l’entreprise pour valoriser la marque employeur ?
- Comment intégrer les attentes en matière de qualité de vie au travail dans le management de la marque employeur ?
- L’évolution de la relation d’emploi vers plus d’individualisation et de flexibilité remet-elle en cause le travail sur la marque employeur ?
- Quelles innovations numériques pour améliorer l’expérience candidat et l’expérience collaborateur ?
- Face au développement des médias sociaux et à un risque accru de crise de réputation, comment les entreprises peuvent-elles valoriser et préserver leur image de marque employeur ?

- ***Enjeux environnementaux :***

- Comment intégrer le rapport à l’espace (espaces de travail, localisation, télétravail, territoire…) dans le management de la marque employeur ?
- Face aux défis environnementaux, comment les entreprises peuvent-elles valoriser leur engagement en matière environnementale au sein de leur marque employeur ?
- Dans quelle mesure les innovations technologiques et numériques peuvent-elles permettre de répondre aux défis environnementaux et de valoriser la marque employeur des entreprises ?
- Comment les managers peuvent-ils favoriser les initiatives environnementales des salariés au sein des entreprises affichant leur engagement environnemental ?

Bibliographie indicative

- Behrends, T., Baur, M., & Zierke, L. (2020). Much Ado About Little: A Critical Review of the Employer Branding Concept. *Management Revue*, 31(1), 1-30.
- Charbonnier-Voirin A., Laget A. et Vignolles A. (2014), L'influence des écarts de perception de la marque employeur avant et après le recrutement sur l'implication affective des salariés et leur intention de quitter l'organisation, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 93, 3-17.
- Charbonnier-Voirin A., Marret L. et Paulo C. (2017), Les perceptions de la marque employeur au cours du processus de candidature, *Management & Avenir*, 94(4), 33-55.
- Guillot-Soulez C. et Pezet E. (2020), *Marque employeur et travail expérientiel : la GRH dans l'économie des marques*, Collection Vuibert AGRH.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. & Soulez S. (2019), Exploration des liens entre la communication de labels employeurs dans les annonces de recrutement, le mode de gouvernance et l'attractivité des organisations aux yeux des candidats, *Recherche et Applications en Marketing*, 34(3), 6-32.
- Guillot-Soulez C., St-Onge S. et Soulez S. (2022), "Green certification and organizational attractiveness: the moderating role of firm ownership", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22, 189-199.
- Kraak J., Lunardo R., Herrbach O. et Durrieu F. (2017), Promises to employees matter, self-identity too: effects of psychological contract breach and older worker identity on violation and turnover intentions, *Journal of Business Research*, 70(1), 108-117.
- Leconte M. (2017), L'image de marque employeur perçue par les salariés : récits de l'expérience de travail, *Management & Avenir*, 94(4), 177-195.
- Rivard, M., Gerard, J., Bataoui, S. & Martin-Lacroux, C. (2021). Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. *@GRH*, 40, 61-88.
- Osburg, V.-S., Yoganathan, V., Bartikowski, B., Liu, H., & Strack, M. (2020). Effects of Ethical Certification and Ethical eWoM on Talent Attraction. *Journal of Business Ethics*, 164(3), 535-548.
- Pezet E., Poujol F. & Pignault A. (2013), « Management de la marque employeur », in Michel G. (dir.), *Management transversal de la marque - Une exploration au cœur des marques*, Paris, Dunod, 89-100.
- Stockman S., Van Hoyer G. & Da Motta Veiga (2020), Negative word-of-mouth and applicant attraction: The role of employer brand equity. *Journal of Vocational Behavior*, 118, <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103368>
- Theurer C.P., Schäpers P., Tumasjan A., Welpe I. & Lievens F. (2021), What you see is what you get? Measuring companies' projected employer image attributes via companies' employment webpages. *Human Resource Management*, <https://doi.org/10.1002/hrm.22085>
- Tumasjan, A., Kunze, F., Bruch, H., & Welpe, I. M. (2020). Linking employer branding orientation and firm performance: Testing a dual mediation route of recruitment efficiency and positive affective climate. *Human Resource Management*, 59(1), 83-99.
- Valéau, P. & Paillé, P. (2021). United for and by the environment: toward a reassessment of the role of co-workers as part of an integrated multisource model of perceived support for environmental initiatives. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 122, 3-17.
- Viot C. et Benraiss-Noailles L. (2014), Employeurs démarquez-vous ! La marque employeur, un gisement de valeur inexploité ?, *Management International*, 18(3), 60-81.

Calendrier des soumissions

- Les communications respecteront les normes de présentation détaillées sur le site du congrès.
- Les soumissions se feront via la plateforme Sciencesconf.org (www.sciencesconf.org)
- Date limite de dépôt des communications : 1^{er} avril 2022 sur la plateforme <https://agrh2022.sciencesconf.org/> en sélectionnant le track.
- Retour des évaluations aux auteurs : 16 juin 2022
- Date limite de dépôt des communications définitives avec les modifications demandées : 1^{er} septembre 2022.