

étude
employer brand
2020



suisse.

contenu.

- 1 introduction
- 2 résultats
- 3 aperçu des secteurs
- 4 meilleurs employeurs
- 5 plongée en profondeur
- 6 méthodologie



introduction.



les raisons de l'importance de la marque employeur.



Les entreprises avec une mauvaise réputation paient 10% en trop en termes de salaires¹.

50%

des candidats affirment qu'ils ne travailleraient pas pour une entreprise ayant une mauvaise réputation, même avec une augmentation de salaire².

96%

pensent que l'adéquation entre les valeurs personnelles et la culture d'une entreprise est un facteur clé de leur satisfaction au travail³.

80%

des leaders du secteur de la main-d'œuvre conviennent qu'une marque employeur solide a une influence notable sur leur capacité à engager de la bonne main-d'œuvre⁴. Étant donné que les personnes travaillent pour une culture et non pour une entreprise, leur perception de vous en tant qu'employeur est d'une importance primordiale. Tant les recruteurs que les candidats citent la culture d'entreprise comme l'un des éléments les plus déterminants dans le choix d'un employeur. En outre, si votre culture d'entreprise est transparente, vous permettez aux candidats, qui donnent activement de l'importance à la culture d'entreprise pratiquée, de comprendre si celle-ci leur convient. Si les candidats voient des appréciations positives d'employés et de candidats sur des sites d'évaluation, ils se sentent plus confiants pour soumettre leur CV et effectuer un changement de carrière.

19 %

Seuls 19% des employés dans le monde constatent une forte concordance entre ce que leur employeur dit de lui-même et leur expérience de travail⁵.

52 %

52% des candidats effectuent d'abord des recherches sur des entreprises sur leur site internet et les réseaux sociaux⁶.

#1

L'obstacle n°1 pour les candidats dans le processus de postulation est de ne pas savoir quelle est l'expérience de travailler pour une organisation⁷.

1-2x

Les entreprises avec une forte marque employeur embauchent entre 1 et 2 fois plus rapidement⁸.

76%

Les employés qui font l'expérience d'une forte concordance entre ce que leur employeur dit de lui-même et leur expérience de travail sont davantage susceptibles de recommander leur employeur à d'autres personnes⁹.

la feuille de route de la marque employeur.



qu'est-ce que l'étude randstad employer brand?

- une étude représentative sur la marque employeur basée sur la perception du grand public. L'occasion de tirer profit de plus de 20 années fructueuses de connaissances sur les marques employeurs.
- une étude indépendante avec près de 185 000 participants dans 33 marchés à travers le monde.
- le reflet de l'attractivité des 150 plus importants employeurs nationaux connus par au moins 10% de la population.
- fournit des connaissances précieuses pour aider les employeurs à définir leur marque employeur.



33 marchés examinés qui représentent plus de 75% de l'économie mondiale.

Autriche
Australie
Argentine
Belgique
Brésil
Canada
Chine
République tchèque
France
Allemagne
Grèce
Hong Kong RAS
Hongrie
Italie
Inde
Japon
Kazakhstan
Luxembourg
Malaisie
Nouvelle-Zélande
Pays-Bas
Norvège
Pologne
Portugal
Roumanie
Russie
Singapour
Espagne
Suède
Suisse
Grande-Bretagne
Ukraine
États-Unis



● marchés analysés

dans le monde entier

- près de 185 000 participants
- 6 136 entreprises examinées

échantillon

- entre 18 et 64 ans
- représentatif des sexes
- surreprésentation des 25 – 44 ans
- composé d'étudiants, d'employés et de main-d'œuvre au chômage

pays

- 4 911 participants

travail sur le terrain

- entretiens en ligne
- entre le 3 et le 21 janvier 2020

durée de l'entretien

- 16 minutes

structure de l'étude de la marque employeur.

30 entreprises par participant

«connaissiez-vous cette entreprise?»:
détermine la notoriété.

pour chaque entreprise connue

«aimeriez-vous travailler pour cette entreprise?»:
détermine l'attractivité.

chaque entreprise connue

évaluation sur un ensemble de critères:
détermine la raison de l'attractivité.

échantillonnage intelligent

Chaque participant interrogé se voit présenter 30 entreprises. Chaque entreprise n'est évaluée que par les participants qui connaissent la marque en question.

Afin de nous assurer que les marques les moins connues soient évaluées par un nombre suffisant de répondants, nous utilisons une méthode d'échantillonnage intelligente.

Cette méthode permet de s'assurer que les entreprises moins connues sont présentées à un plus grand nombre de répondants afin d'obtenir un échantillon suffisamment solide. De cette façon, l'étude Randstad Employer Brand Research assure un aperçu fiable des marques d'employeurs bien connues et moins connues.

critères

chaque entreprise est évaluée sur les critères suivants:

- 01 bonne santé financière
- 02 utilisation des dernières technologies
- 03 très bonne réputation
- 04 sécurité de l'emploi
- 05 progression de carrière
- 06 responsabilité sociale
- 07 emploi intéressant
- 08 ambiance de travail agréable
- 09 équilibre entre le travail et la vie privée
- 10 salaire et avantages attractifs



KANTAR

Pour cette étude, Randstad s'associe à Kantar, l'un des plus grands réseaux d'information et de conseil du monde.

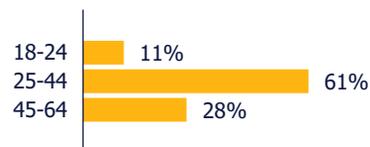


composition de l'échantillon en suisse caractéristiques sociodémographiques, situation professionnelle, géographie.

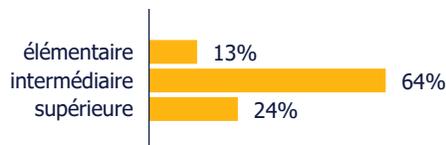
sexe



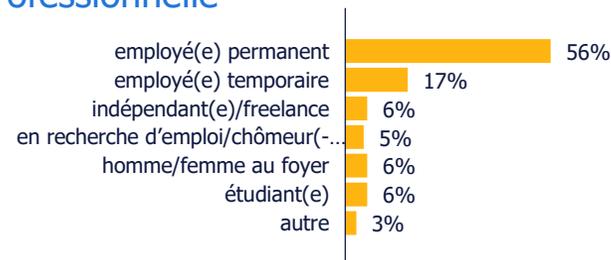
âge



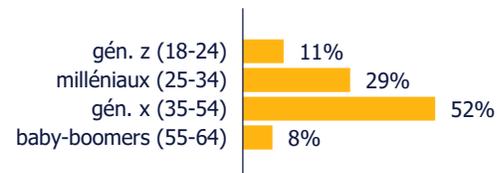
formation



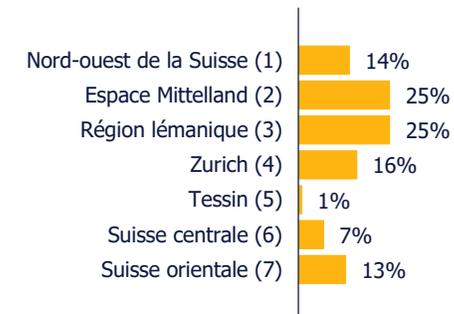
situation professionnelle



génération



région



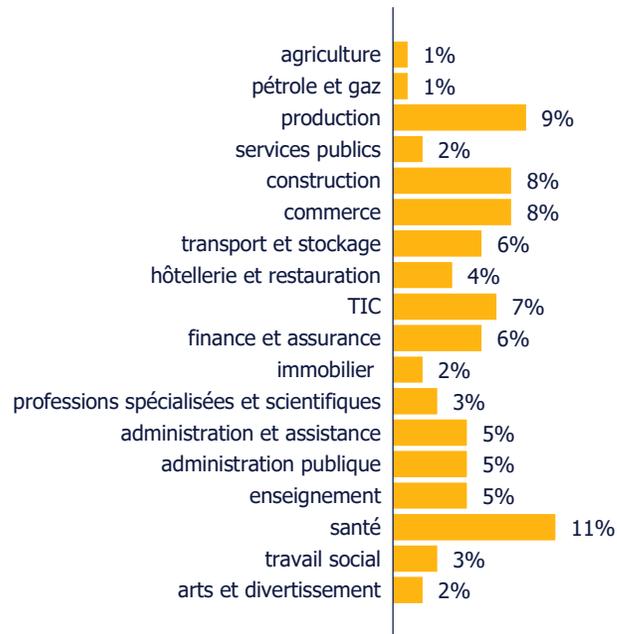
1. Argovie, Bâle-Campagne, Bâle-Ville
2. Berne, Fribourg, Jura, Neuchâtel, Soleure
3. Genève, Valais, Vaud
4. Zurich
5. Tessin
6. Lucerne, Nidwald, Obwald, Schwytz, Uri, Zoug
7. Appenzell Rhodes-Extérieures, Appenzell Rhodes-Intérieures, Glaris, Grisons, Saint-Gall, Schaffhouse, Thurgovie

total de l'échantillon: 4 911
travail sur le terrain: entre le 3 et le 21 janvier 2020

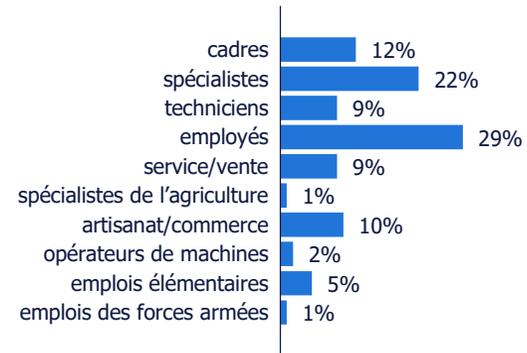


composition de l'échantillon en suisse.

secteur



fonction

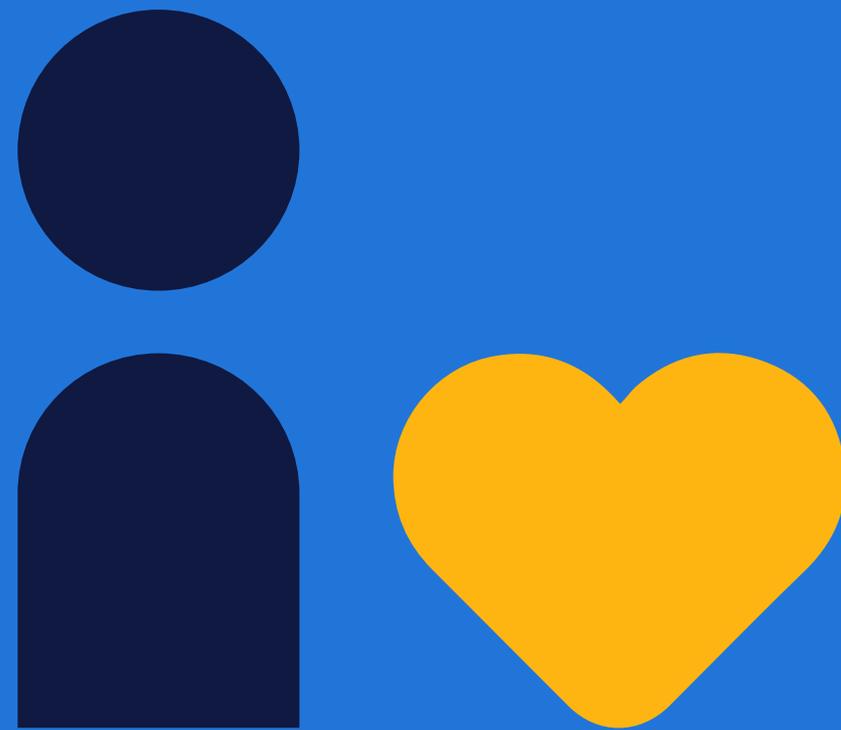


base: actuellement sous emploi (n=3 887)



suisse

critères de PVE.



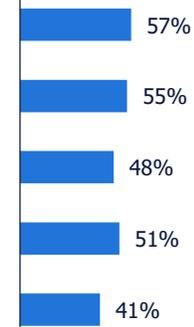
ce que veulent les employés potentiels au moment de choisir un employeur.

critères les plus importants

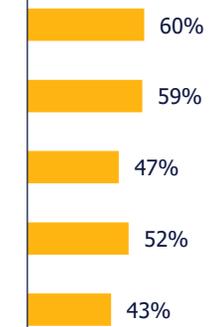
Suisse 2020



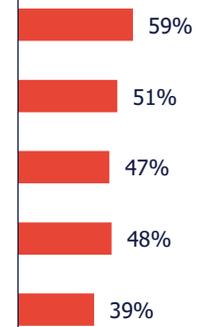
Suisse
2019



Suisse
2018



Europe
2020



[cliquez ici](#) pour obtenir une ventilation de tous les résultats par facteurs sociodémographiques profils sociodémographiques pour les 5 dernières années.



perception de l'offre de l'employeur en suisse.

Comprendre l'écart entre ce que les employés veulent et ce qu'ils pensent que les employeurs offrent permet de tirer de précieuses conclusions pour la construction d'une marque employeur. Par ailleurs, établir une comparaison avec ce que les employés pensent que leur employeur actuel leur offre nous donne plus de contexte sur l'écart devant être comblé.

évaluation de l'employeur actuel.	perception générale des employeurs en Suisse.	profil de l'employeur idéal.
1 bonne santé financière	1 bonne santé financière	1 salaire et avantages attractifs
2 sécurité de l'emploi	2 utilisation des dernières technologies	2 ambiance de travail agréable
3 très bonne réputation	3 sécurité de l'emploi	3 équilibre entre le travail et la vie privée
4 emploi intéressant	4 très bonne réputation	4 sécurité de l'emploi
5 ambiance de travail agréable	5 progression de carrière	5 bonne santé financière
6 équilibre entre le travail et la vie privée	6 salaire et avantages attractifs	6 progression de carrière
7 responsabilité sociale	7 emploi intéressant	7 emploi intéressant
8 utilisation des dernières technologies	8 ambiance de travail agréable	8 responsabilité sociale
9 salaire et avantages attractifs	9 équilibre entre le travail et la vie privée	9 très bonne réputation
10 progression de carrière	10 responsabilité sociale	10 utilisation des dernières technologies



écart entre ce que les employés (potentiels) recherchent et ce qu'ils pensent que les employeurs offrent en suisse.

Les employeurs d'un marché ne sont pas toujours perçus comme offrant ce que les employés (potentiels) recherchent. Vous trouverez ci-dessous les trois éléments principaux que les employés recherchent, mais qu'ils estiment que les employeurs n'offrent pas suffisamment.

top 3 des écarts

salaire et avantages attractifs

ambiance de travail agréable

équilibre entre le travail et la vie privée



ce que veulent les employés potentiels par profil générationnel.

gén. z (18-24)

29%

de la gén. z recherchent une bonne formation dans leur emploi. Ce chiffre est significativement plus élevé que pour les autres générations (24% des milléniaux, 18% de la gén. x et 19 % des baby-boomers).

gén. x (35-54)

61%

de la gén. x trouvent qu'un salaire et des avantages attractifs sont un facteur d'attraction important pour un employeur. La gén. z et les baby-boomers estiment que ce facteur est moins important (52% et 54%).

milléniaux (25-34)

55%

des milléniaux recherchent un bon équilibre entre le travail et la vie privée. Les générations z, x et les baby-boomers sont moins intéressés par cet aspect de leur employeur (46%, 51% et 42%).

baby-boomers (55-64)

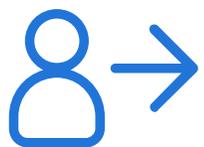
46%

des baby-boomers trouvent importante la bonne santé financière de leur employeur. C'est moins le cas parmi la gén. z (28%), les milléniaux (26%) et la gén. x (35%).

[cliquez ici](#) pour obtenir une ventilation de tous les résultats par facteurs sociodémographiques profils sociodémographiques pour les 5 dernières années.



caractéristiques importantes par type de contrat.

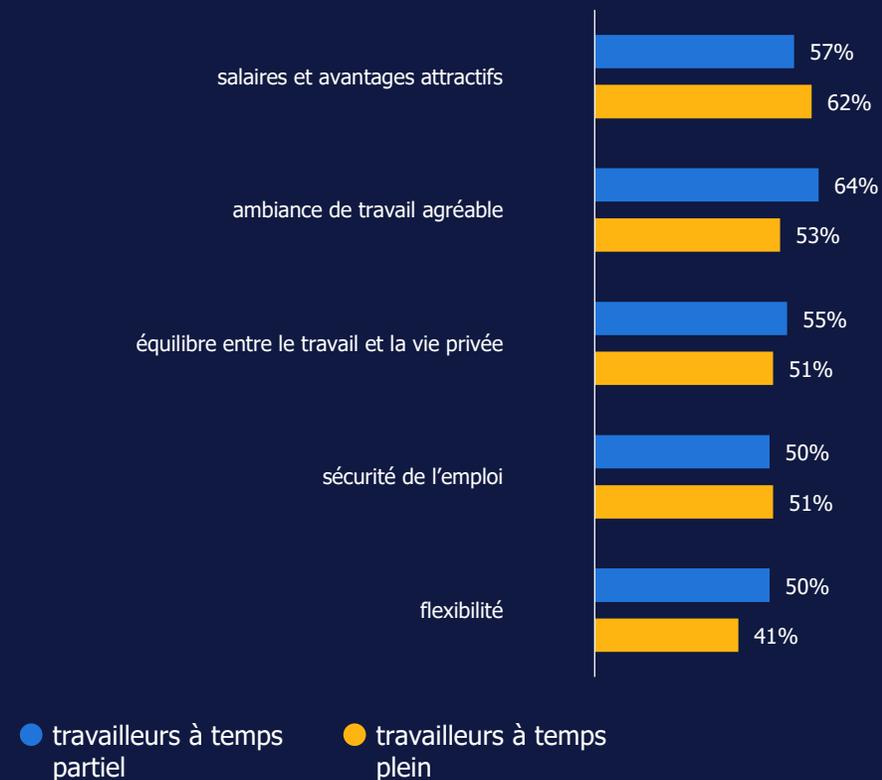


22%

de la main-d'œuvre
d'aujourd'hui travaille
à temps partiel.
(moins de 30 heures par
semaine)



caractéristiques les plus importantes



les constants
et les inconstants



en perspective.

changer d'employeur en suisse et en europe.

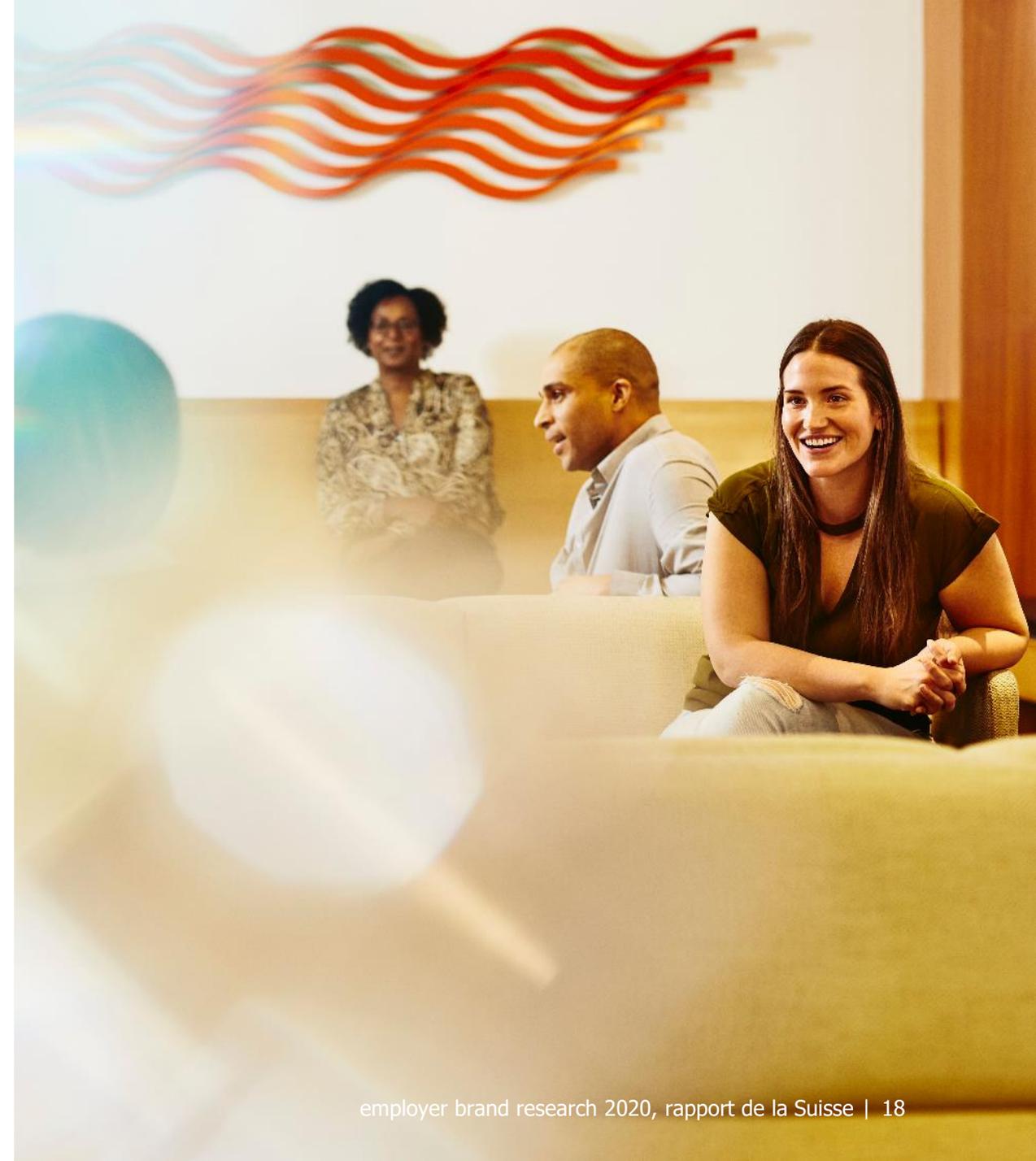
inconstants: ont changé d'employeur l'année dernière.



constants: sont restés chez leur employeur l'année dernière.



intentionnels: prévoient de changer d'employeur au cours de l'année prochaine.



caractéristiques les plus importantes constants vs. inconstants.

inconstants

2019

22%

→

2020

19 %

ont changé d'employeur
l'année dernière.

constants

2019

78%

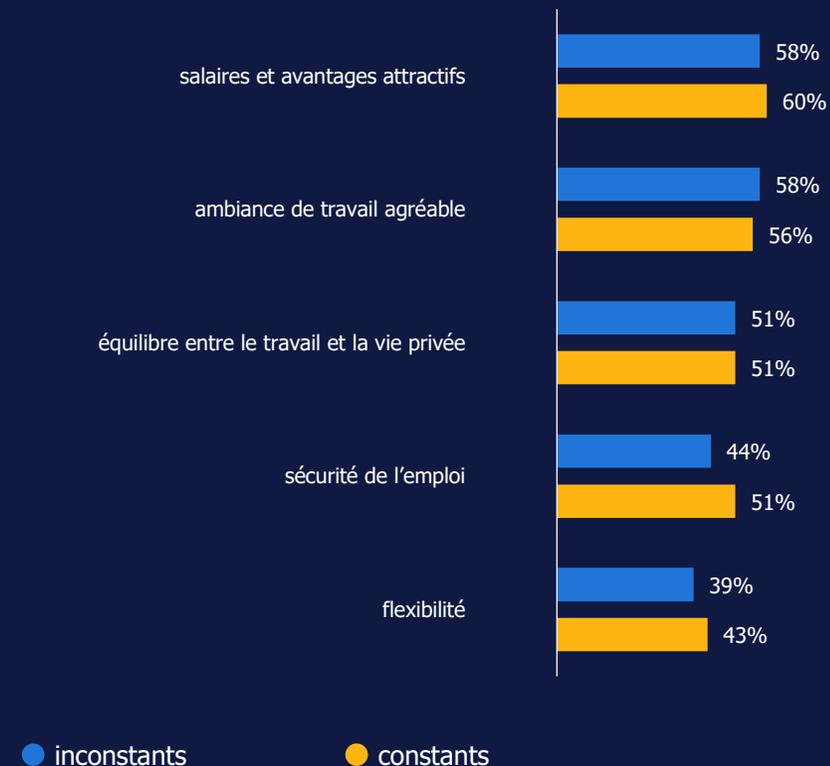
→

2020

81%

sont restés chez leur
employeur l'année dernière.

caractéristiques les plus importantes



caractéristiques les plus importantes intentionnels.

intentionnels

2019

29%

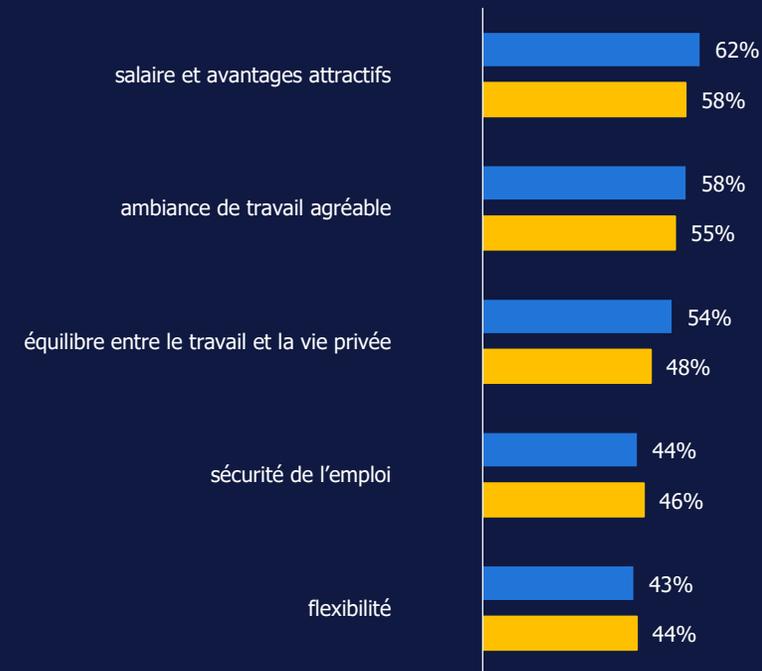
→

2020

26%

prévoient de changer d'employeur au cours de l'année suivante.

caractéristiques les plus importantes parmi les intentionnels



● 2020

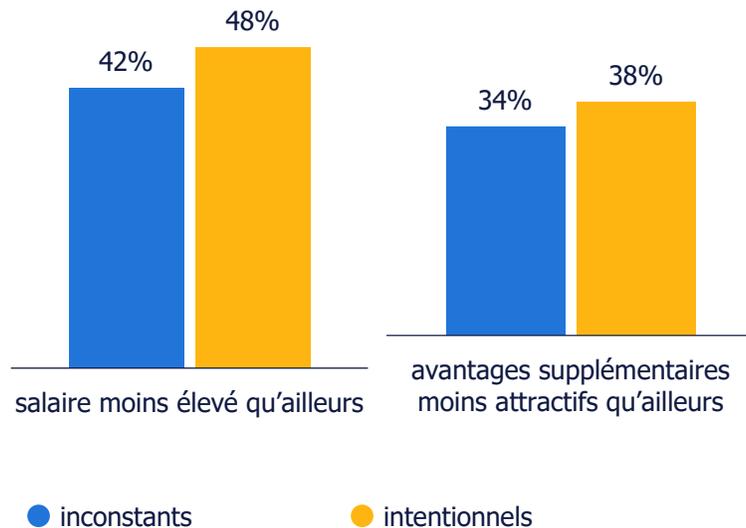
● 2019



inconstants vs. intentionnels

raisons financières.

% sont (totalement) d'accord avec l'affirmation
«J'ai changé d'emploi ou je prévois de le faire» en raison de:



Suisse

46%

quittent ou prévoient de quitter leur employeur à cause d'un salaire plus faible qu'ailleurs.

Europe

52 %

quittent ou prévoient de quitter leur employeur à cause d'un salaire plus faible qu'ailleurs.

37%

quittent ou prévoient de quitter leur employeur à cause d'avantages supplémentaires moins attractifs qu'ailleurs.

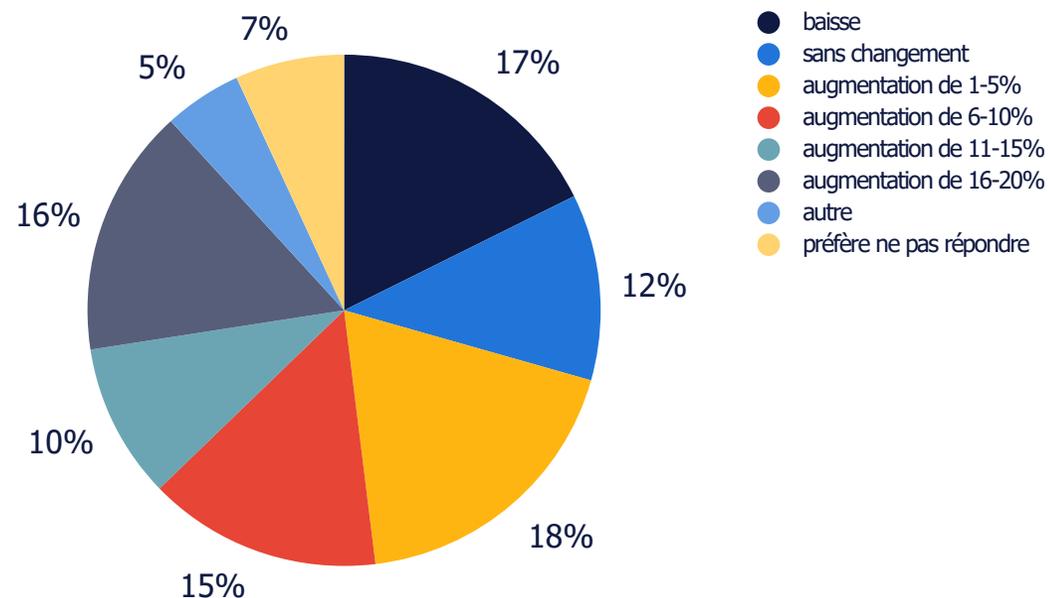
45%

quittent ou prévoient de quitter leur employeur à cause d'avantages supplémentaires moins attractifs qu'ailleurs.



changer d'emploi pour un meilleur salaire environ 1 inconstant sur 3 reçoit une augmentation salariale de 1 à 10%.

modification du salaire après le changement



Suisse

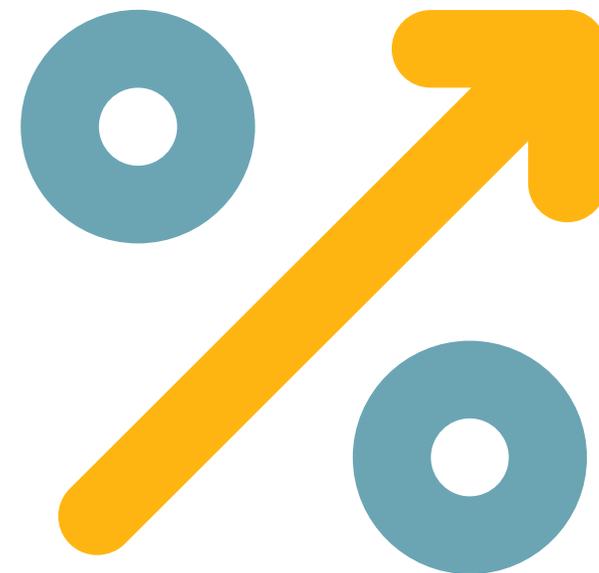
33%

des employés ayant quitté leur précédent employeur pour un salaire plus élevé ailleurs ont obtenu une augmentation de salaire entre 1% et 10%.

Europe

39%

des employés ayant quitté leur précédent employeur pour un salaire plus élevé ailleurs ont obtenu une augmentation de salaire entre 1% et 10%.



inconstants vs. intentionnels

raisons émotionnelles.

% sont (totalement) d'accord avec l'affirmation
«J'ai changé d'emploi ou je prévois de le faire» en raison de:

Suisse

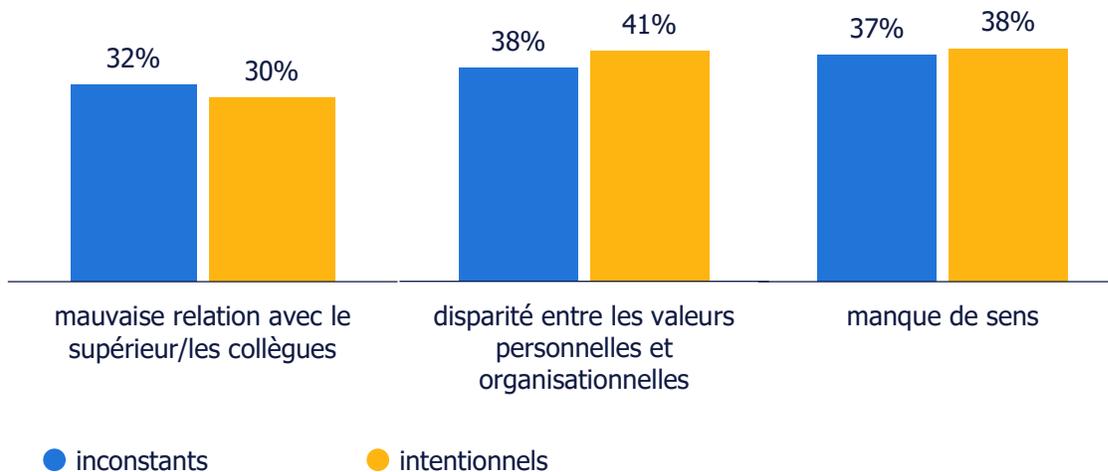
61%

trouvent les avantages non
monétaires importants.

Europe

62%

trouvent les avantages non
monétaires importants.



raisons de partir, par profil.

salaires moins élevés qu'ailleurs

51%

des **milléniaux** sont susceptibles de quitter un employeur s'ils reçoivent un salaire plus élevé ailleurs. Ce chiffre est significativement plus élevé par rapport à la gén. x (43%)

avantages supplémentaires moins attractifs qu'ailleurs

39%

des **milléniaux** sont susceptibles de quitter leur employeur si les avantages supplémentaires offerts par d'autres employeurs sont plus attractifs.

mauvaise relation avec le supérieur

34%

de la **gén. x** considèrent qu'une mauvaise relation avec leur supérieur est une raison sérieuse pour envisager de travailler ailleurs. Ce chiffre est significativement plus élevé par rapport à la gén. z et aux milléniaux (26%).

disparité entre les valeurs personnelles et organisationnelles

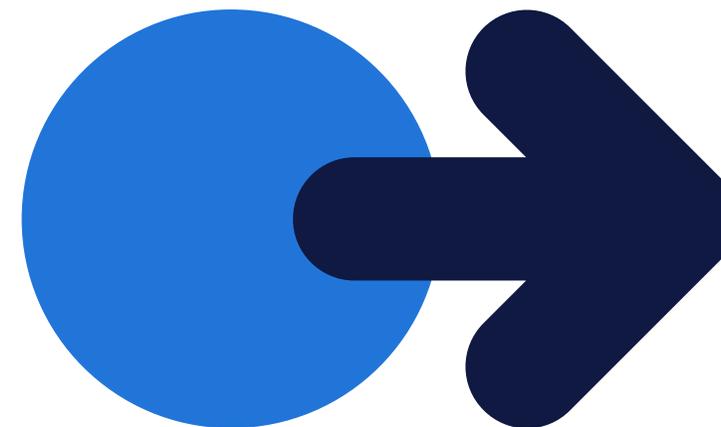
41%

de la **gén. x** quitteraient leur employeur si les valeurs de l'organisation ne correspondent pas à leurs valeurs personnelles.

manque de sens

38%

de la **gén. x** pourraient quitter ou ont quitté leur employeur si leur emploi n'avait pas de sens.



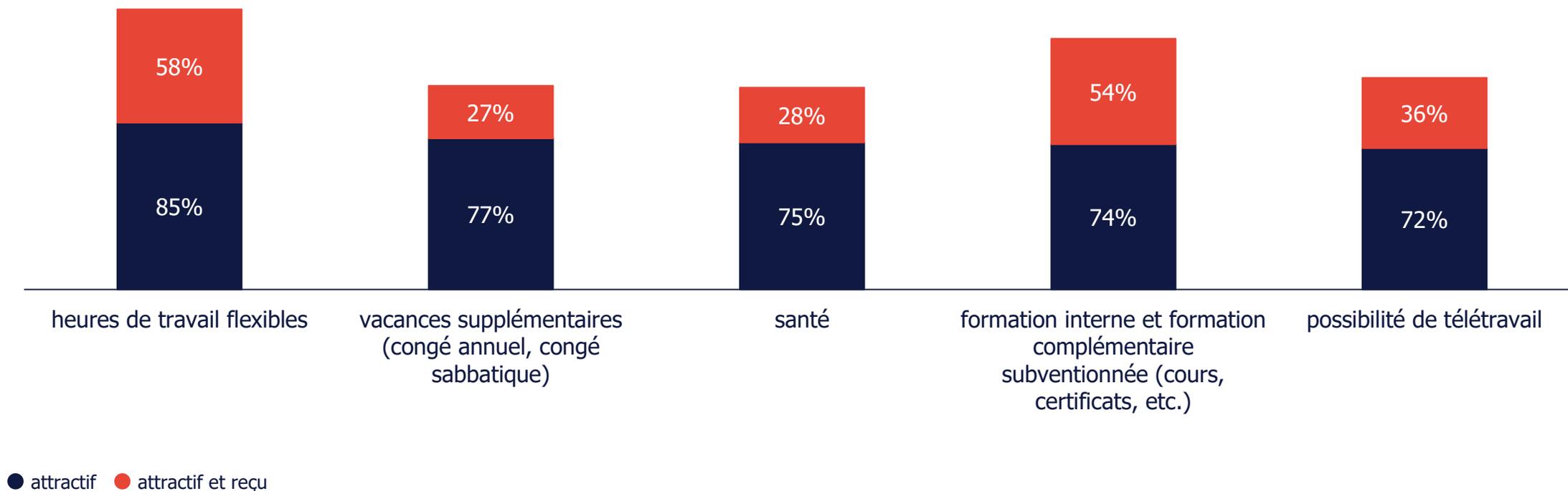
avantages
supplémentaires

en perspective.



avantages d'employés que la main-d'œuvre en suisse trouve attractive et qui est reçue.

top 5 des avantages les plus attractifs et reçus



avantages les plus attractifs par profil.

gén. z (18-24)

48%

de la gén. z trouvent qu'un paquet de sports et loisirs est attractif en tant qu'avantage d'employé. Ce chiffre est significativement plus élevé par rapport aux baby-boomers (35%).

gén. x (35-54)

38%

de la gén. x trouvent que la possibilité d'acheter des parts de l'entreprise est attractive en tant qu'avantage d'employé. Ce chiffre est plus élevé par rapport aux milléniaux (33%).

milléniaux (25-34)

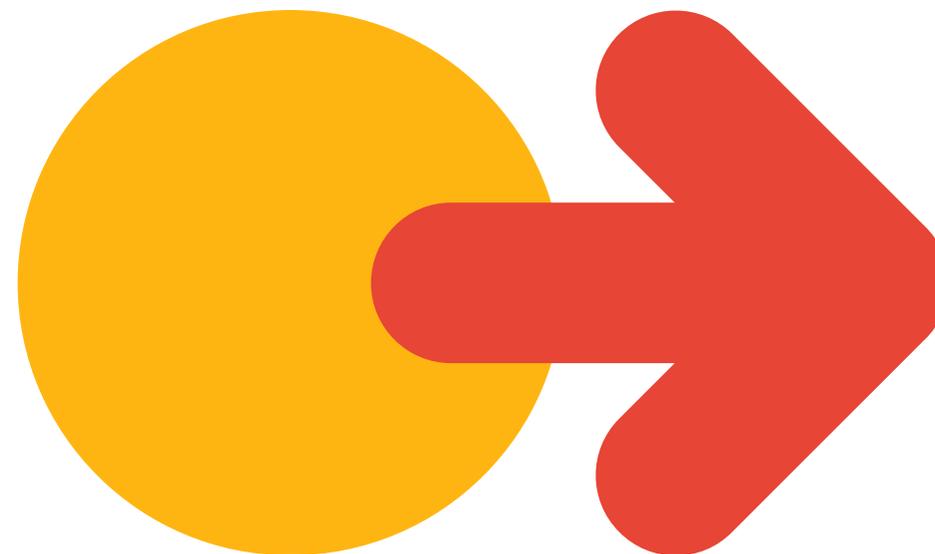
52%

des milléniaux trouvent que les services d'aide et de soutien à l'enfance sont attractifs en tant qu'avantage d'employé. Ce chiffre est significativement plus élevé par rapport à la gén. z, la gén. x et aux baby-boomers (29%, 42% et 20%, respectivement).

baby-boomers (55-64)

90%

des baby-boomers trouvent les heures de travail flexibles attractives en tant qu'avantage d'employé. Ce chiffre est plus élevé par rapport aux milléniaux (83%).

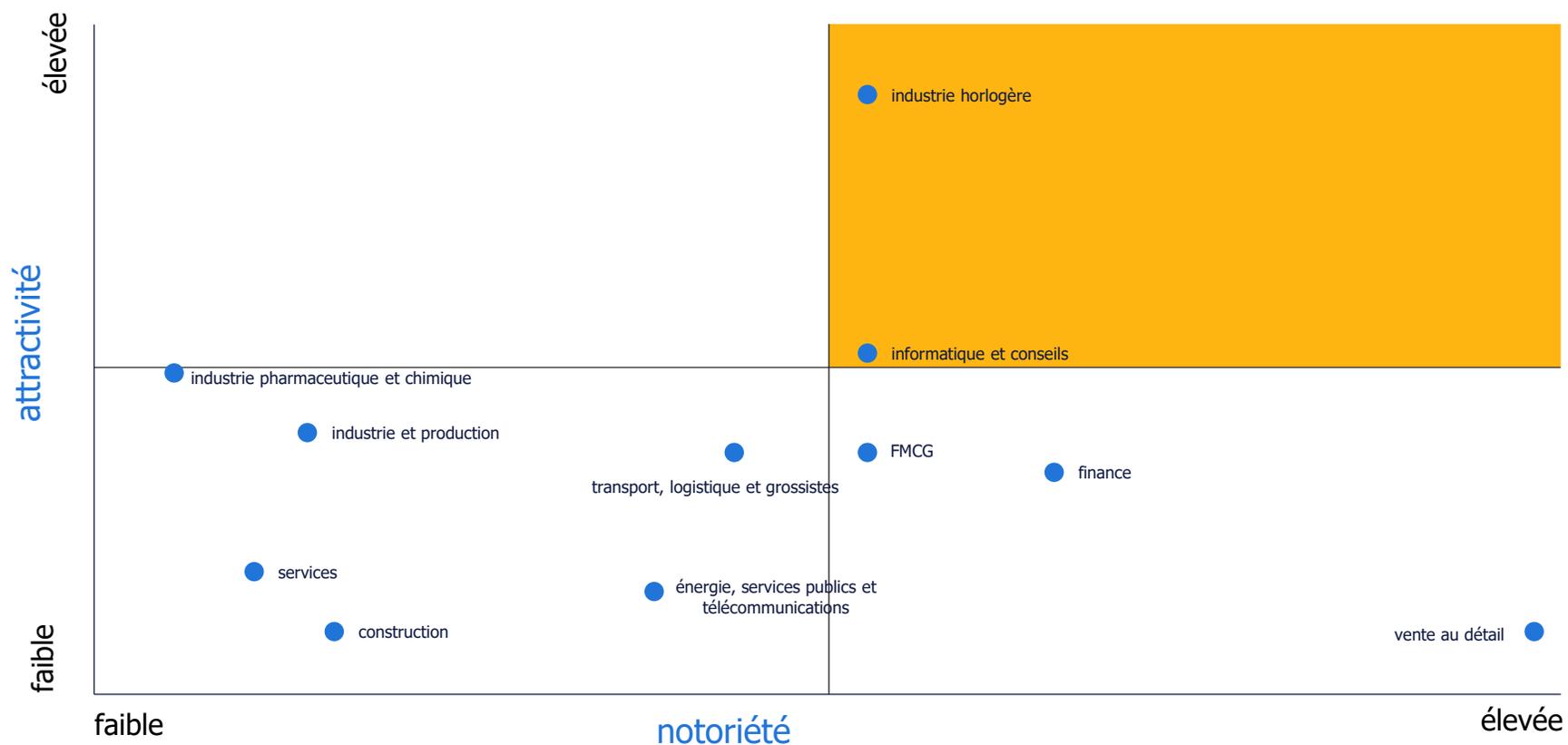


aperçu



des secteurs.

secteurs avec la meilleure performance en suisse en matière de notoriété et d'attractivité.



notoriété élevée

Avoir une notoriété élevée signifie que les employeurs du secteur sont largement connus.

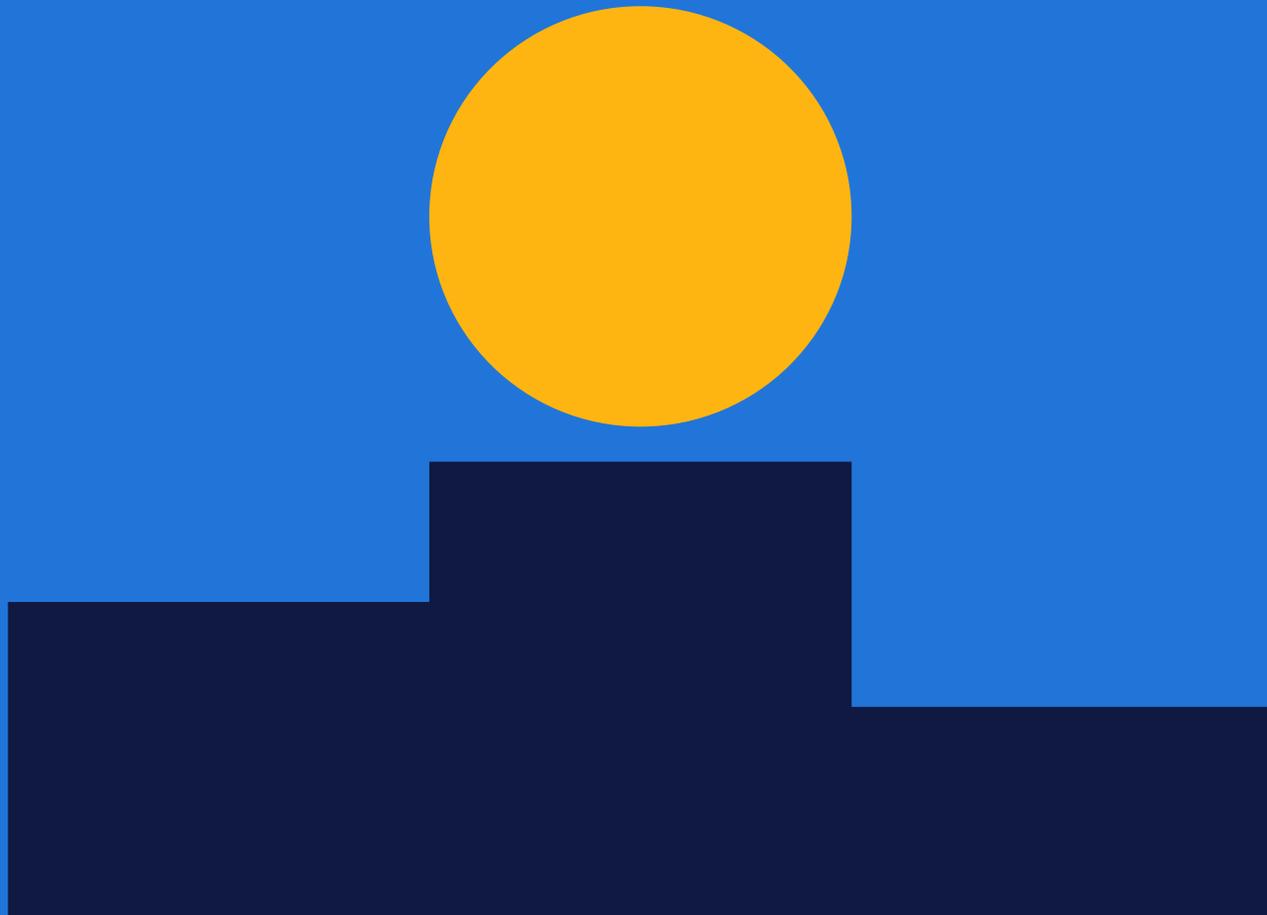
attractivité élevée

Un secteur avec une attractivité élevée inclut plus d'entreprises très attractives que d'autres secteurs.

meilleures entreprises suisses par secteur.

secteur	top 3 des entreprises		
	1	2	3
01 industrie horlogère	PATEK PHILIPPE	Rolex	Swatch Group
02 secteur informatique et conseils	IBM	Suva	Swisscom
03 industrie pharmaceutique et chimique	Roche	Firmenich	Johnson & Johnson
04 industrie et production	Stadler Rail	Pilatus Flugzeugwerke AG	SFS intec
05 FMCG	Lindt & Sprüngli	Chocolat Frey AG	Coca-Cola
06 transport, logistique et grossistes	Swiss International Air Lines	Flughafen Zürich	SBB
07 finance	Swiss Re	Raiffeisen	Banque Pictet et Cie
08 services	Hirslanden AG	CH Medien	TCS
09 énergie, services publics et télécommunications	Services industriels de Genève	BKW FMB	ABB
10 construction	Walo Bertschinger	Sika AG	KIGAB Beton
11 vente au détail	Migros	Coop	Landi Schweiz

top



des
employeurs.

top des employeurs pour qui travailler en suisse.

top 10 des employeurs 2020

- 01 PATEK PHILIPPE
- 02 Swiss International Air Lines
- 03 Rolex
- 04 Flughafen Zürich
- 05 Stadler Rail
- 06 Lindt & Sprüngli
- 07 Pilatus Flugzeugwerke AG
- 08 Swatch Group
- 09 Chocolat Frey AG
- 10 Migros

top 10 des employeurs 2019

- 01 Swiss International Air Lines
- 02 PATEK PHILIPPE
- 03 Rolex
- 04 Flughafen Zürich
- 05 Swissport International
- 06 Swatch Group
- 07 Migros
- 08 Banque Pictet et Cie
- 09 Lindt & Sprüngli
- 10 Siemens

top 3 des critères de PVE en suisse du top 5 des entreprises.

top 5 des entreprises	1	2	3
1 PATEK PHILIPPE	bonne santé financière	très bonne réputation	utilisation des dernières technologies
2 Swiss International Air Lines	emploi intéressant	utilisation des dernières technologies	très bonne réputation
3 Rolex	bonne santé financière	très bonne réputation	salaire et avantages attractifs
4 Flughafen Zürich	bonne santé financière	emploi intéressant	utilisation des dernières technologies
5 Stadler Rail	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	très bonne réputation

meilleurs employeurs de suisse

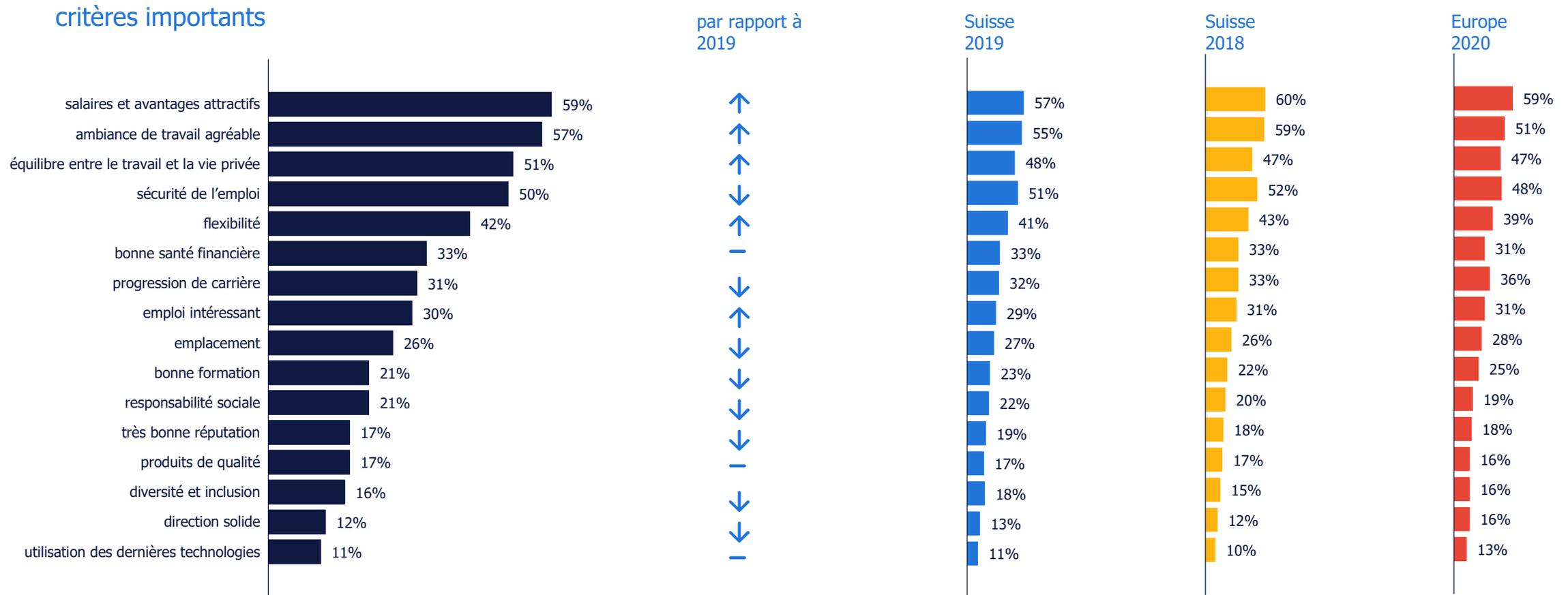
par critère de PVE.

critère de PVE	1	2	3
salaire et avantages attractifs	Banque Lombard Odier & Cie SA	Banque Pictet et Cie	Rolex
progression de carrière	PricewaterhouseCoopers (PWC)	Roche	Zürcher Kantonalbank
bonne santé financière	Rolex	Nestlé	Coca-Cola
responsabilité sociale	Rhätische Bahn	Migros	SBB
emploi intéressant	Flughafen Zürich	PATEK PHILIPPE	Swiss International Air Lines
sécurité de l'emploi	SBB	Migros	Services industriels de Genève
ambiance de travail agréable	PATEK PHILIPPE	BLS	Rolex
utilisation des dernières technologies	IBM	HP	Swisscom
très bonne réputation	PATEK PHILIPPE	Rolex	Lindt & Sprüngli
équilibre entre le travail et la vie privée	Swatch Group	PATEK PHILIPPE	Rolex

plongée en
profondeur
critères de PVE.



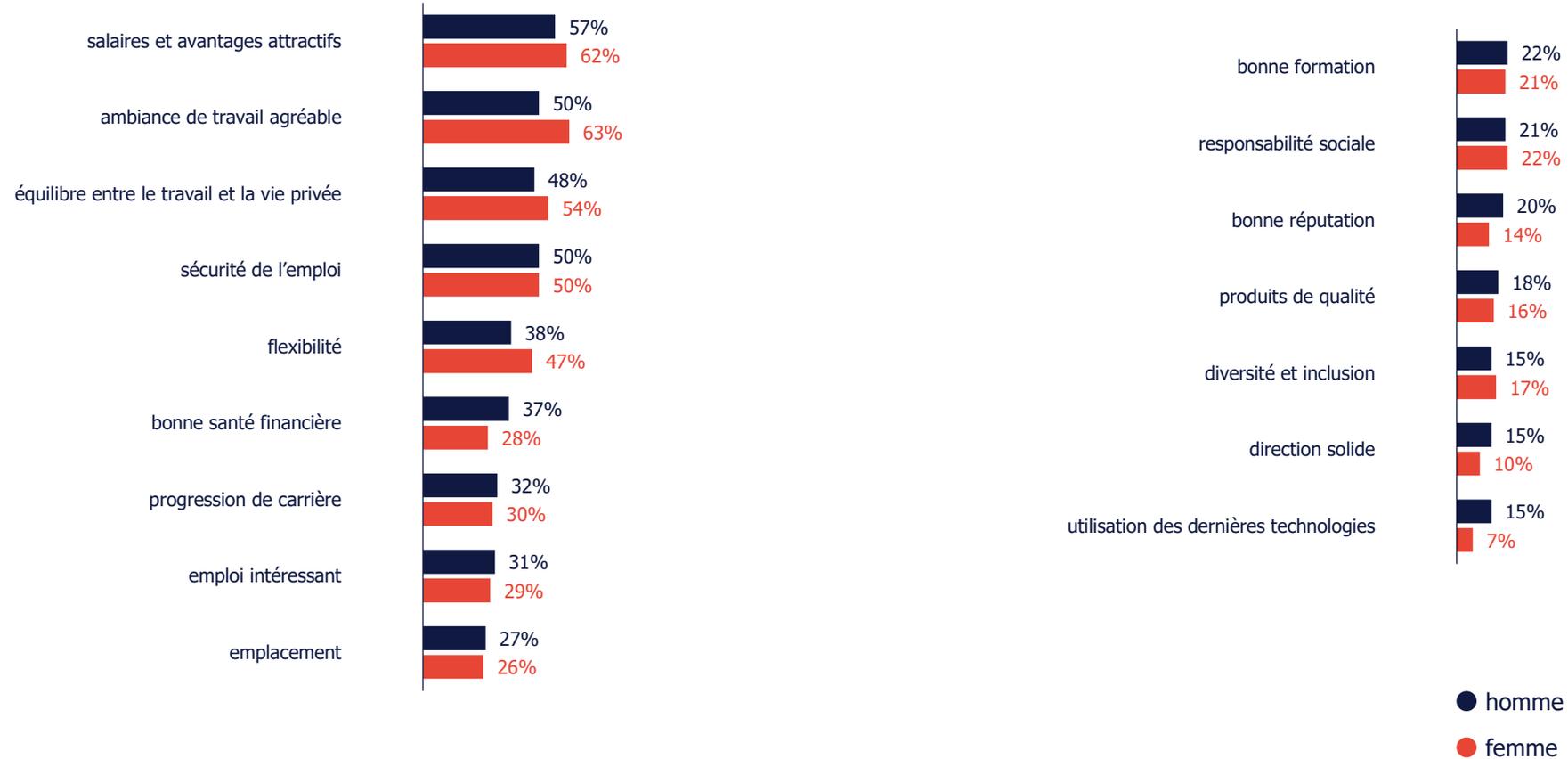
ce que veulent les employés potentiels les critères les plus importants au moment de choisir un employeur.



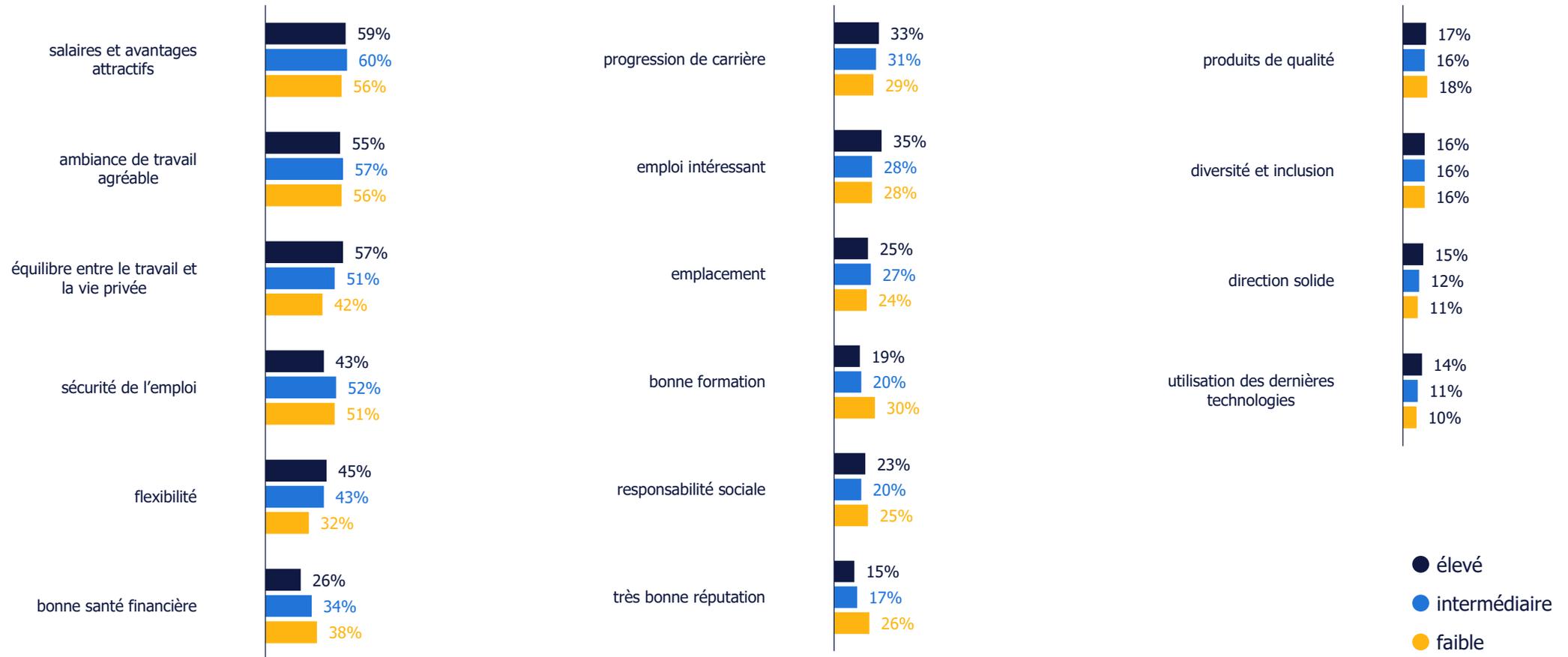
Caractéristiques les mieux notées par la population active. Mettre l'accent sur ces éléments ou les améliorer est fondamental pour votre PVE, car ce sont ceux qui contribuent le plus à la force de votre marque employeur.



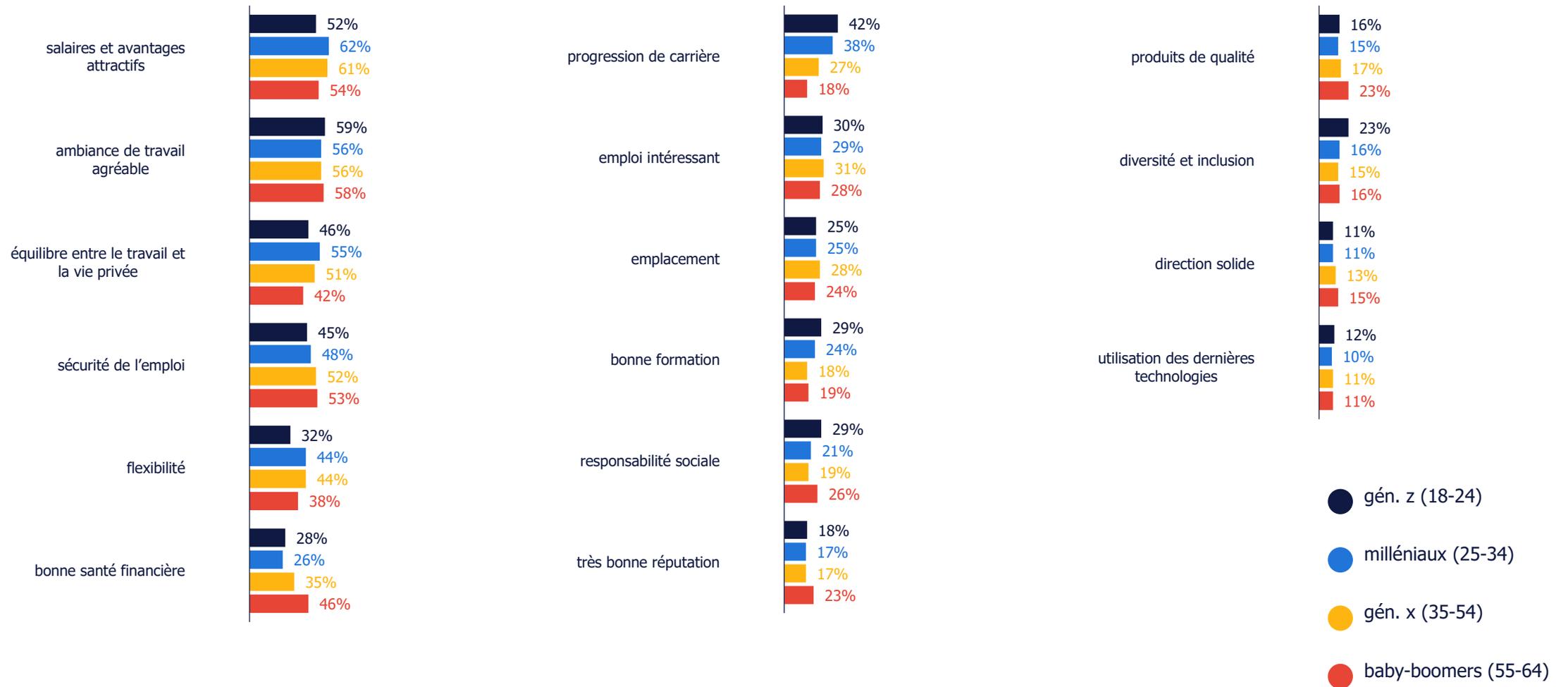
importance du critère de PVE selon le sexe.



importance du critère de PVE selon l'éducation.



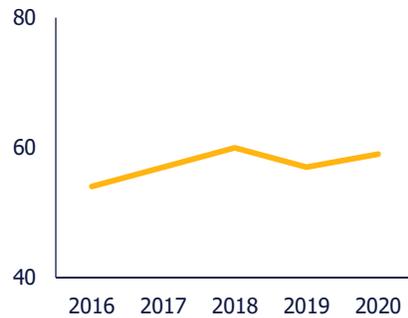
importance du critère de PVE selon l'âge.



importance des critères de PVE tendances, total.

1/2

salaires et avantages
attractifs



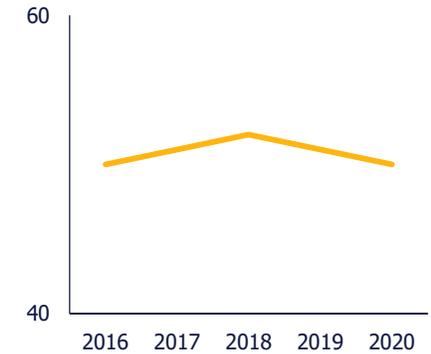
ambiance de travail
agréable



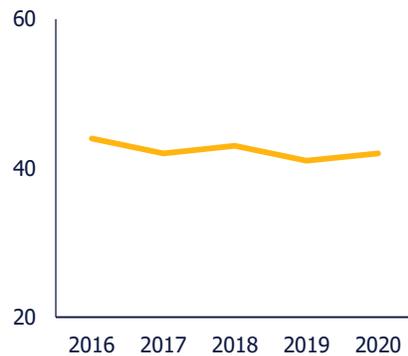
équilibre entre le travail
et la vie privée



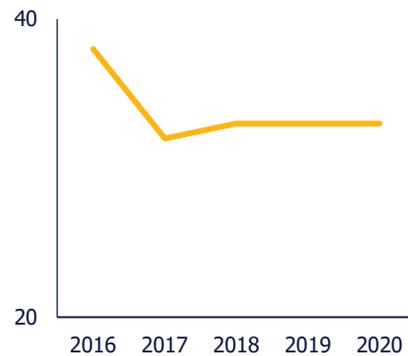
sécurité de l'emploi



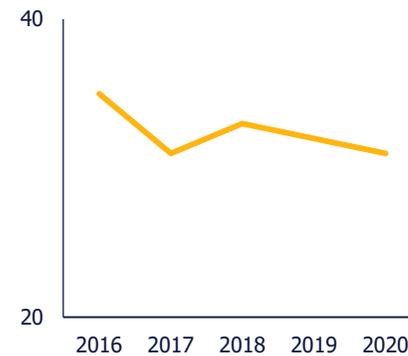
flexibilité



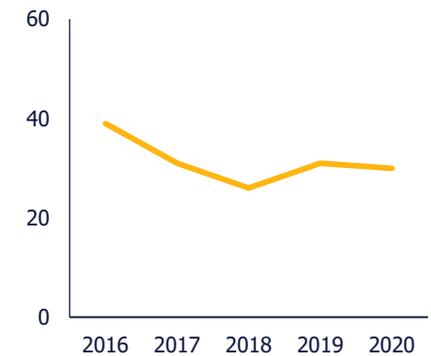
bonne santé financière



progression de carrière



emploi intéressant*



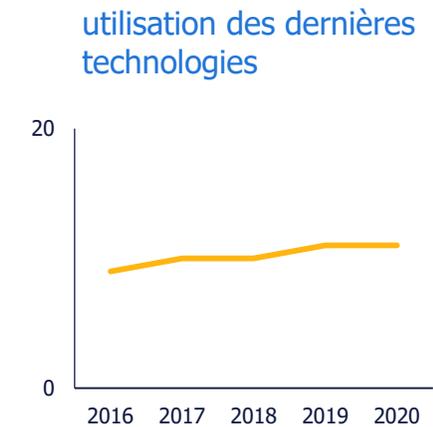
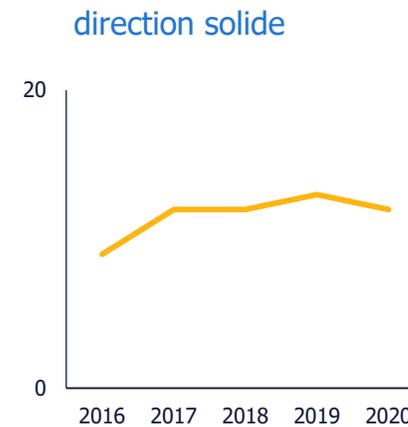
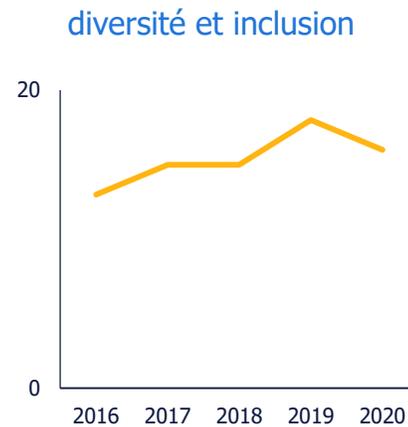
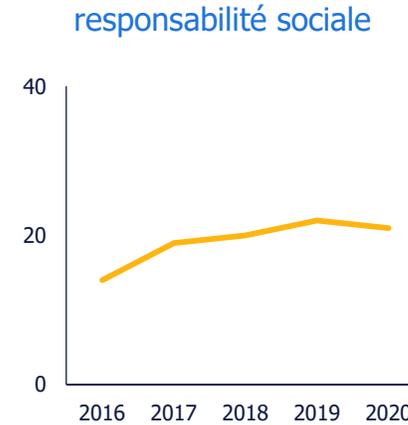
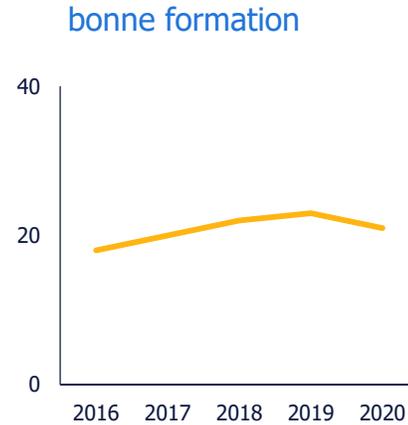
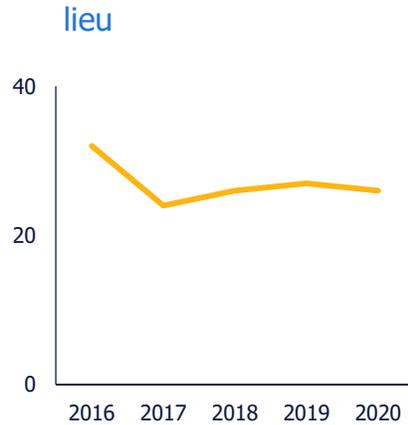
*2017: travail stimulant et exigeant



importance des critères de PVE

tendances, total.

2/2



*avant 2017 : image forte/valeurs fortes

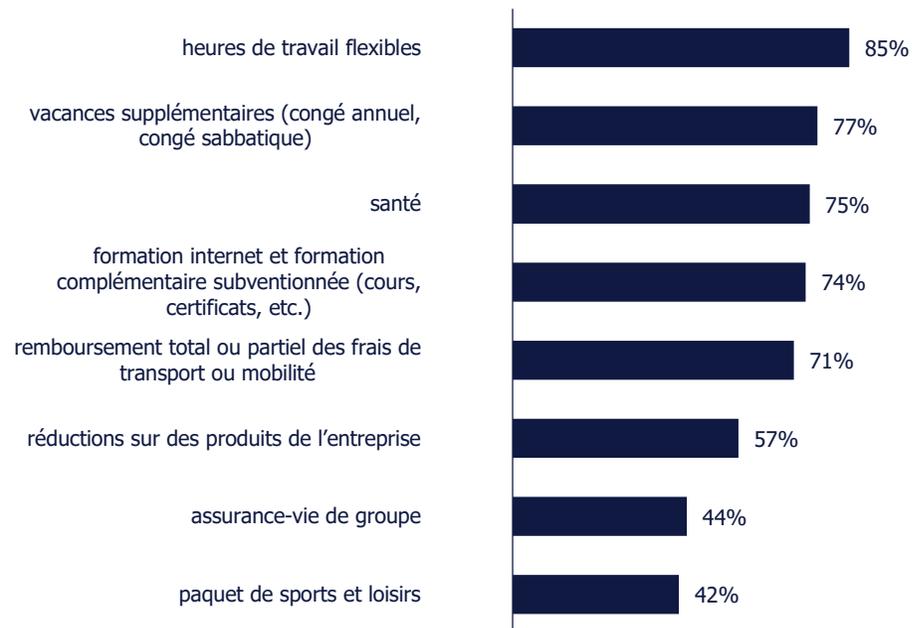


plongée en
profondeur
employeurs.

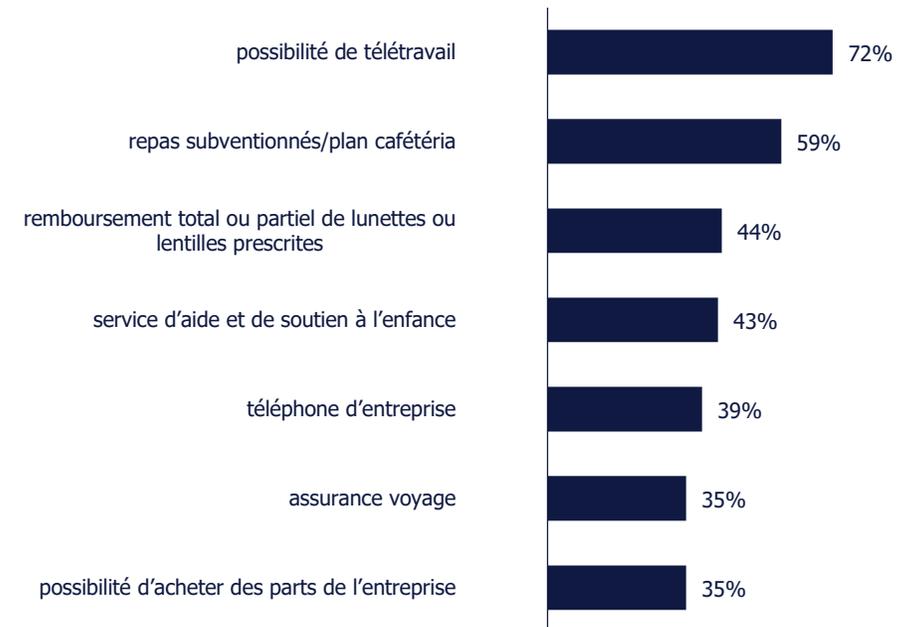


avantages d'employés que les suisses trouvent attractifs.

avantages attractifs



● attractif (n= 1 771)



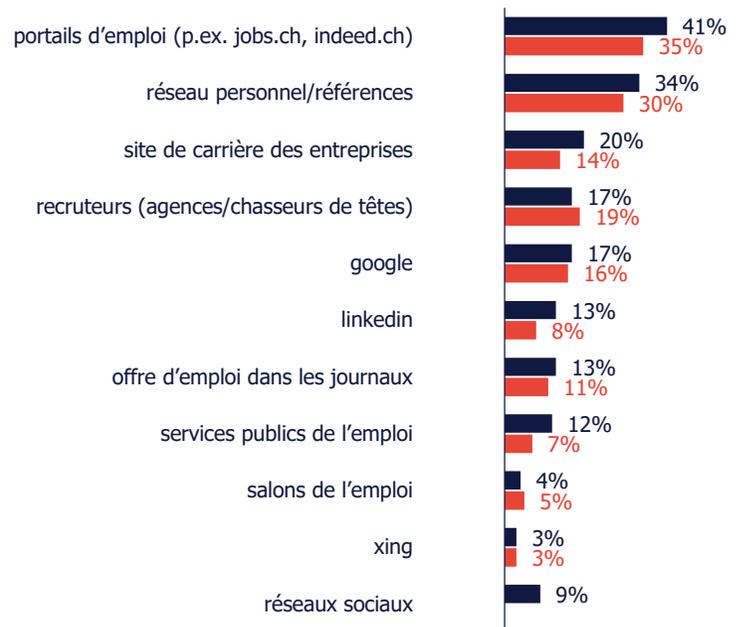
● attractif (n= 1 799)

*les 15 avantages étaient affichés au hasard dans deux groupes de 8 et 7 avantages, chaque ensemble étant montré à 50% de l'échantillon. Pour chaque barre du graphique, la base est constituée des participants qui sont employés et qui ont reçu ce groupe particulier sur l'écran.



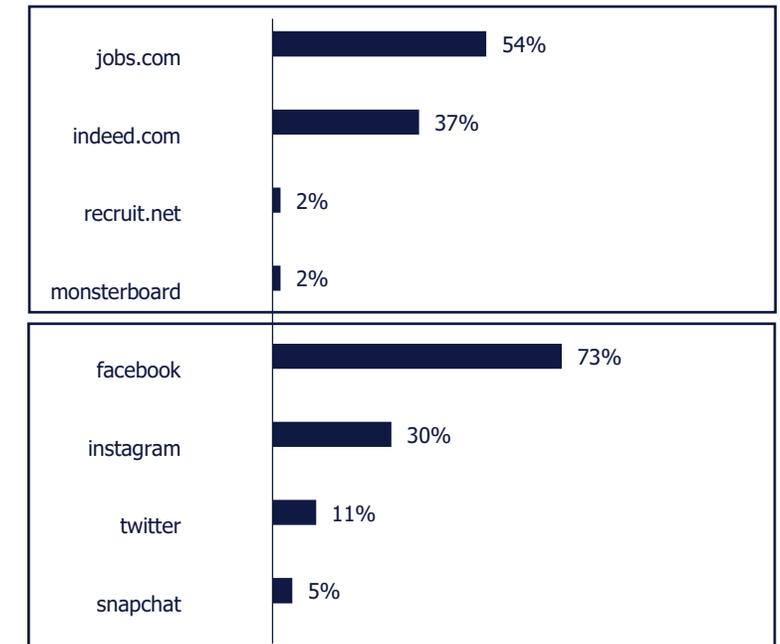
comment les travailleurs en suisse trouvent de nouvelles possibilités d'emploi.

canaux utilisés pour trouver de nouvelles possibilités d'emploi



canaux utilisés pour trouver de nouvelles possibilités d'emploi

plongée en profondeur réseaux sociaux et portails d'emploi

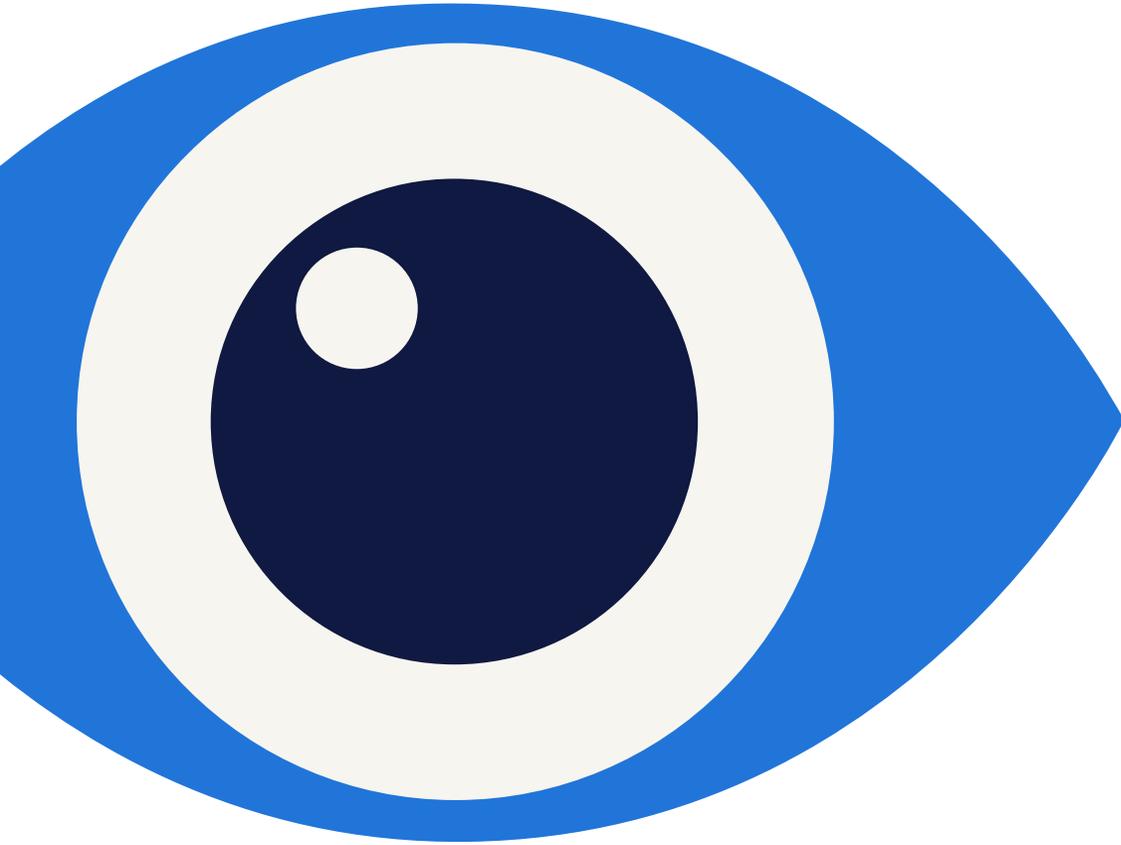


● 2020

● 2019



perception de l'offre de l'employeur en suisse et dans la région.



Comprendre l'écart entre ce que les employés veulent et ce qu'ils pensent que les employeurs offrent en Suisse et dans la région permet de tirer de précieuses conclusions pour la construction d'une marque employeur.

les employeurs en Suisse
sont perçus comme
offrant.

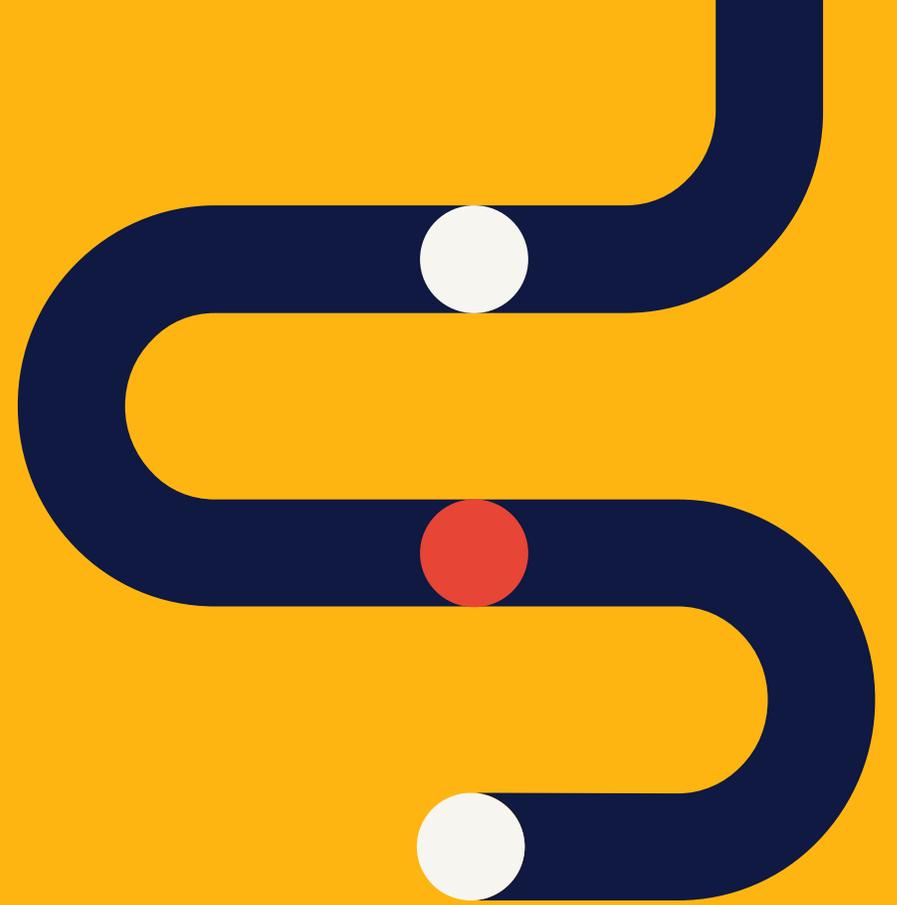
les employeurs en Europe
sont perçus comme offrant.

1 bonne santé financière	1 bonne santé financière
2 utilisation des dernières technologies	2 utilisation des dernières technologies
3 sécurité de l'emploi	3 sécurité de l'emploi
4 très bonne réputation	4 très bonne réputation
5 progression de carrière	5 progression de carrière
6 salaire et avantages attractifs	6 salaire et avantages attractifs
7 emploi intéressant	7 ambiance de travail agréable
8 ambiance de travail agréable	8 emploi intéressant
9 équilibre entre le travail et la vie privée	9 équilibre entre le travail et la vie privée
10 responsabilité sociale	10 responsabilité sociale

les secteurs suisses ont le meilleur score dans ces 3 critères de PVE.

	top 3 des critères de PVE		
secteur	1	2	3
01 industrie horlogère	bonne santé financière	très bonne réputation	utilisation des dernières technologies
02 secteur informatique et conseils	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	progression de carrière
03 industrie pharmaceutique et chimique	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	salaire et avantages attractifs
04 industrie et production	utilisation des dernières technologies	bonne santé financière	très bonne réputation
05 FMCG	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	sécurité de l'emploi
06 transport, logistique et grossistes	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	sécurité de l'emploi
07 finance	bonne santé financière	salaire et avantages attractifs	utilisation des dernières technologies
08 services	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	sécurité de l'emploi
09 énergie, services publics et télécommunications	utilisation des dernières technologies	bonne santé financière	sécurité de l'emploi
10 construction	bonne santé financière	utilisation des dernières technologies	sécurité de l'emploi
11 vente au détail	bonne santé financière	très bonne réputation	sécurité de l'emploi

méthodologie.



méthodologie

pourquoi un échantillonnage intelligent?

Depuis la REBR 2017, les entreprises sont évaluées par 140 à 400 participants. Le nombre réel d'évaluations par entreprise dépend de sa notoriété.

La marge d'erreur est déterminée par le pourcentage de participants ayant donné une certaine réponse et la taille de l'échantillon auquel la question a été posée. La plus haute marge d'erreur se produit lorsque 50% des participants donnent une certaine réponse. La marge d'erreur est plus basse lorsque 30% (ou 70%) des participants donnent une certaine réponse.

exemple

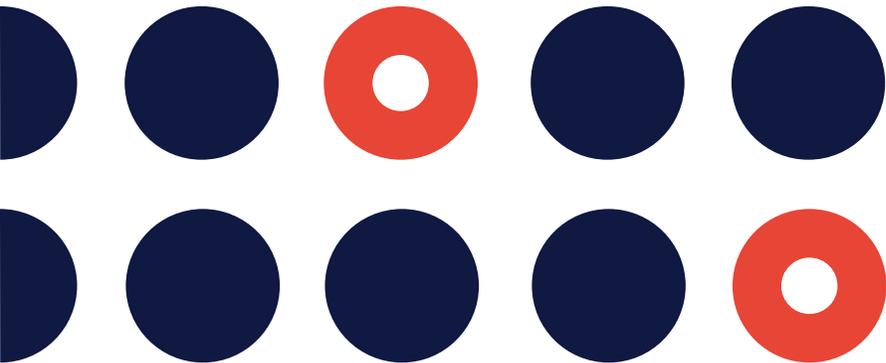
140 participants ont évalué l'entreprise X. De ces 140 participants, 50% trouvent que travailler pour l'entreprise doit être agréable. En prenant en compte la marge d'erreur de $n=140/50\%$, la véritable réponse se trouve entre 42% et 58%.

400 participants ont évalué l'entreprise Y et de ces 400 participants, 50% pensent qu'il est agréable de travailler pour l'entreprise. En prenant en compte la marge d'erreur de $n=400/50\%$, la véritable réponse se trouve entre 45% et 55%.

1 200 participants ont évalué l'entreprise Z. De ces 1 200 participants, 50% pensent que travailler pour l'entreprise doit être agréable. En prenant en compte la marge d'erreur de $n=1\ 200/50\%$, la véritable réponse se trouve entre 47% et 53%.

Par conséquent, la différence de marge d'erreur est très faible entre $n=1\ 200$ et $n=400$ évaluations par entreprise (5% contre 3% de marge au plus). C'est pourquoi il peut être conclu que 400 évaluations maximum par entreprise est suffisant pour déterminer une attractivité fiable par entreprise.

Dans la pratique, cela signifie que chaque entreprise avec une notoriété de plus de 35% aura au maximum 400 participants évaluant l'entreprise. Les entreprises disposant d'une notoriété au-dessous de 35% seront évaluées par 140 à 400 personnes (en fonction de la notoriété).



sources bibliographiques.

1

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

2

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

3

<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

4

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

5

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

6

https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf

7

https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf

8

<https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>

9

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

parlons-en.

Notre étude apporte de nombreux renseignements éclairants mais complexes. C'est pourquoi nous serions donc ravis de vous guider à travers ce document, de partager notre avis et de répondre à toute question que vous pourriez avoir.



Anou de Busschere

District Manager

 +41 78 776 45 76

 anou.de.busschere@randstad.ch

randstad

human forward.

