

## PRIX DE LA MARQUE EMPLOYEUR

### COM-ENT DE BRONZE

# ESPACE CONSEILS IMMERSIF 360° AU SEIN DU SITE RECRUTEMENT D'AXA EN FRANCE



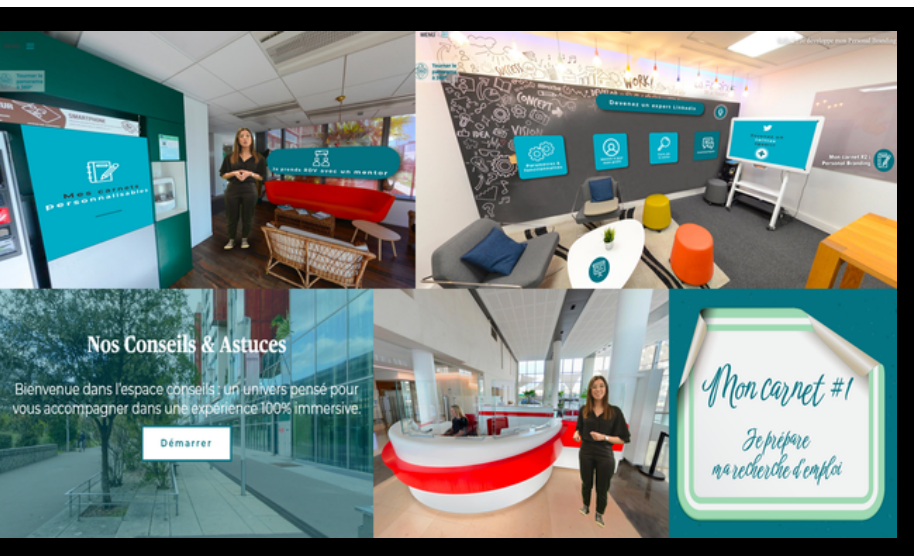
Entreprise : AXA France

Date : 04-2022 à aujourd'hui

### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

L'ambition de notre équipe Marque Employeur est de proposer une expérience remarquable et une posture de service à chaque point de contact. Point de contact incontournable ? Notre site de recrutement ! Dès sa création, nous voulions qu'il soit plus qu'un simple jobboard car de nombreux jeunes ne sont pas accompagnés dans la recherche d'emploi.

La vocation servicielle du site s'est précisée avec la création d'un Espace Conseils offrant des ressources à forte valeur ajoutée (tips, outils) autour de la recherche d'emploi. Il est gratuit pour tous et sans contrepartie. Depuis sa création, il y a 6 ans, il s'est enrichi de nombreux contenus mais la navigation a commencé à devenir difficile. En 2021, nous avons donc décidé de faire évoluer son format vers une expérience immersive à 360°.



## POUR QUI ?

> Tout candidat dans sa démarche de recherche d'emploi, indépendamment de son intérêt immédiat pour un poste chez nous.

> Tous les profils – jeunes diplômés comme expérimentés, en recherche active ou en exploration.

## COMMENT ?

L'Espace Conseils 360° accueille l'internaute dans différentes salles de nos locaux, en immersion ! L'accueil (et l'au revoir) met en scène un membre de l'équipe.

Chaque salle porte sur une étape de la recherche d'emploi et alimente le visiteur en contenus et formats variés, y compris une feuille de route à personnaliser. Nos cibles peuvent contacter des collaborateurs pour partager sur leur métier, voire solliciter une session de « speed mentoring ».

Ce concept et ces contenus ont été intégralement produits par l'équipe puis présentés en immersion par un expert du 360°.

La suite ? Etoffer le vivier de mentors, communiquer davantage auprès de l'écosystème concerné par l'accompagnement à la recherche d'emploi, et nous inscrire dans une démarche de progrès continu !

## QUELS RÉSULTATS ?

Notre démarche n'est pas assortie de KPI de « transformation recrutement » : c'est une approche servicielle axée sur l'humain et l'accompagnement à la recherche d'emploi.

Pour nos cibles candidats, c'est l'accès simple, moderne, humain et ludique à du contenu de valeur, sans contrepartie.

De notre côté, nous développons encore notre image employeur au service de la collectivité et de l'inclusion de publics peu favorisés dans leur démarche de recherche d'emploi. Il s'agit aussi de générer du trafic sur notre site recrutement (1,2 M de visiteurs annuels) via une stratégie de contenu : nos cibles y sont à un clic de nos offres d'emploi !

À plus long terme, nous espérons que l'Espace Conseils contribuera à initier une affection entre nos cibles et notre marque.