

CAS CONTRAT RONDE 2



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

PRÉSENTÉ PAR :



RÉDIGÉ PAR :

Jessika Maynard, Rédactrice, Université de Sherbrooke
Laurence Aubé-Comeau, Rédactrice, Université de Sherbrooke
Ana Dragović, VP Académique Happening Marketing
Étienne Moreau, VP Académique Happening Marketing

Présentation du cas

Si vous avez ce document entre vos mains, toutes nos félicitations! Votre agence marketing a su se démarquer. Ne tardez plus, c'est le moment de #passezalaction. Cascades souhaite mettre à l'épreuve votre talent en stratégie créative.

Présentation de l'entreprise

Cascades est une entreprise québécoise qui propose, depuis 1964, des solutions durables, innovantes et créatrices de valeur en matière d'emballage, d'hygiène et de récupération. Pour plus d'informations au sujet de l'entreprise, veuillez-vous référer aux liens suivants :

- <https://www.cascades.com/fr/propos>
- <https://www.cascades.com/en/about-us>

Ce fleuron québécois possède des unités d'exploitation en matière d'emballages carton-caisse, d'emballages spécialisés, de papiers tissu et de récupération. Cascades fait confiance à ses diverses innovations vertes et durables afin d'offrir des produits performants et de qualité qui répondent aux besoins de sa clientèle. Grâce à ses nombreuses années d'expertise et sa culture d'innovation, Cascades est aujourd'hui la première productrice de carton-caisse, de carton ondulé et de papiers tissu au Canada. Elle est également la plus grande récupératrice de fibres recyclables en Amérique du Nord.

La problématique et mandat

Étant bien établie au Canada depuis 1964, Cascades y a acquis un niveau d'appréciation et de notoriété important, particulièrement au Québec, lui permettant d'avoir un meilleur retour sur investissement dans ses campagnes de recrutement. Cependant, comme bien d'autres entreprises, Cascades est touchée par la pénurie chronique de main-d'œuvre qui bouleverse les marchés du travail canadien et américain. Puisque Cascades poursuit sa croissance aux États-Unis, elle doit parvenir à se frayer une place comme employeur de choix dans un marché très compétitif. Pour ce faire, elle souhaite notamment tenir compte des aspects de la culture locale propre à chacun des sites de ses unités d'affaires ; les Cascadeurs et Cascadeuses aiment s'investir dans leur communauté. Le défi de l'entreprise, dans la poursuite de sa croissance américaine, est de s'imposer comme employeur de choix face à de puissants compétiteurs manufacturiers, souvent bien connus de la population. Elle ne peut donc pas compter sur sa notoriété pour obtenir des candidatures qualifiées et en quantité suffisante pour rencontrer ses objectifs d'affaires et combler ses postes.

C'est pour cette raison que Cascades souhaite créer une campagne marketing RH 360° (stratégies web, expérientielle et de marketing RH) dans un objectif de recrutement et de reconnaissance de sa marque aux États-Unis. Afin d'y arriver, vous aurez à sélectionner l'une des trois usines américaines ci-dessous et concevoir cette campagne marketing RH 360° pour permettre à Cascades de bien se positionner, d'accroître sa renommée et finalement, d'attirer davantage de candidatures qualifiées.

Présentations des usines (voir annexe) et postes à promouvoir

- Bear Island (Ashland, Virginie), unité d'affaires de *Cascades Emballage Carton-Caisse*
- Wagram (Wagram, Caroline du Nord), unité d'affaires de *Cascades Groupe Tissu*
- Warrenton (Warrenton, Missouri), unité d'affaires de *Cascades Groupe Produits Spécialisés (Plastiques)*

Dans ces trois usines, les postes à combler sont des postes de journalier(ère)s, d'aide-opérateur(trices), d'opérateurs(trices), d'électromécanicien(ne)s et d'électrotechnicien(ne)s. Votre stratégie aura pour objectif de permettre à Cascades d'attirer une masse de candidatures dans ces catégories d'emplois.

Exigences pour la stratégie marketing RH 360°

Cascades se démarque continuellement par ses valeurs, ses actions innovantes et la place qu'elle accorde aux initiatives favorisant le développement durable. Depuis trois années consécutives, elle se retrouve d'ailleurs parmi les 100 entreprises les plus responsables au monde selon le prestigieux palmarès Global 100 de Corporate Knights. La stratégie développée devra donc faire une place à cette caractéristique chère à Cascades.

L'entreprise souhaite explorer diverses avenues dans l'événementiel pour répondre à l'objectif d'activation de sa marque, toujours en tenant compte des produits sortant de l'unité d'affaires sélectionnée.

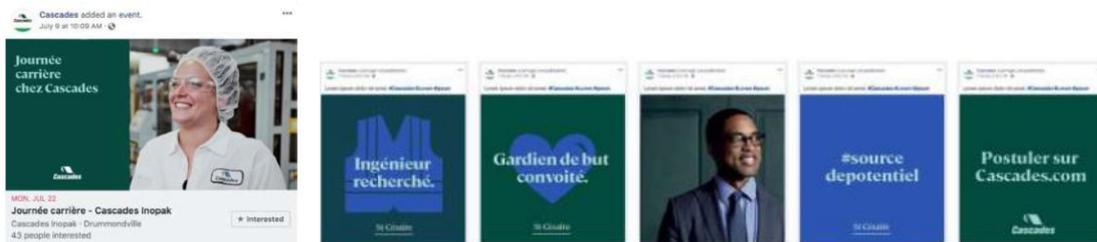
Afin de vous guider dans votre stratégie marketing RH 360°, Cascades fournit des informations sur son utilisation de plateformes médias et des visuels utilisés lors de son repositionnement de marque. L'entreprise est ouverte à l'utilisation des principales plateformes médias web ; elle souhaite toutefois que la stratégie démontre de la variété et surtout, de la créativité. Cascades compte parmi ses activités de marketing RH des foires d'emplois (dans ses unités d'affaires ou dans des activités publiques), des partenariats avec des collèges, des universités et des écoles de métiers. Elle s'implique dans des activités communautaires et des activités auprès d'associations et d'organismes variés (ex. : Centraide, Fondation Charles-Bruneau, les vétérans, etc.). Les activités de recrutement se font notamment avec les médias traditionnels, les médias web, de même que des campagnes sur différentes plateformes (Indeed, Facebook, etc.).

Facebook : <https://www.facebook.com/cascades>

Rôle de la plateforme : Le moteur de l'écosystème où se déroule le cœur de l'action. On parle à la fois aux clients, aux Cascadeurs et Cascadeuses et aux candidat(e)s. Le ciblage média raffiné permet une meilleure cible en fonction des messages à véhiculer.

Fréquence de publication :

- À tous les jours
- Stories lorsque pertinent
- Hashtags utilisés : #sourcedepossibilités, #sourceofpossibilities, #révélezvotrepotentiel, #revealyourpotential, #laviechezCascades, #lifeatCascades (possibilité d'en développer de nouveaux)

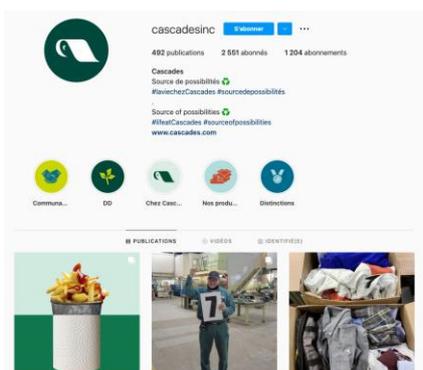


Instagram : <https://www.instagram.com/cascadesinc/?hl=fr>

Rôle de la plateforme : La vitrine de ce qui se passe chez Cascades, et surtout du nouveau positionnement. Le compte Instagram sert principalement à positionner Cascades comme un employeur de choix en montrant tous les bons côtés d'y travailler et en donnant une visibilité aux employé(e)s.

Fréquence de publication : Elle revêt une plus grande importance sur Instagram, alors que l'algorithme favorise les comptes ayant un rythme de publication stable. Le but n'est pas de publier pour publier, mais de planifier la création de contenu de façon à avoir une vue d'ensemble.

- Pour la phase de lancement, environ deux publications par semaine
- Après le lancement, au moins une publication par semaine
- Stories lorsque pertinent
- Hashtags utilisés : #sourcedepossibilités, #sourceofpossibilities, #révélezvotrepotentiel, #revealyourpotential, #laviechezCascades, #lifeatCascades (possibilité d'en développer de nouveaux)



LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/cascades/>

Rôle de la plateforme : Le magazine corporatif qui tient au courant les différents publics cibles de Cascades de tout ce qu'il y a à savoir dans l'entreprise, des nouvelles sur Cascades aux offres d'emploi. Tout le contenu qui s'y trouve met en valeur la marque employeur . Une place de choix est laissée aux postes de salariés.

Fréquence de publication :

- Idéalement environ deux ou trois publications par semaine
- Offres d'emploi dès qu'elles sortent + une publication récapitulative par semaine
- Hashtags utilisés : #sourcedepossibilités, #sourceofpossibilities, #révélezvotrepotentiel, #revealyourpotential, #laviechezCascades, #lifeatCascades (possibilités d'en développer des nouveaux)



Objectifs de la stratégies, budget et échéanciers

L'objectif communicationnel est d'augmenter la notoriété de la marque employeur de Cascades aux États-Unis dans le but d'acquérir de nouveaux talents. Pour cette stratégie vous disposez d'un montant de 250 000 \$. À noter que ce montant est accordé pour l'usine de votre choix et non pour l'ensemble des usines proposées.

Votre stratégie marketing RH 360° devra avoir une vision à court, moyen et long terme. Vous aimez les défis ? Cascades aimerait être en mesure de mettre en place la stratégie dans un délai de trois mois.

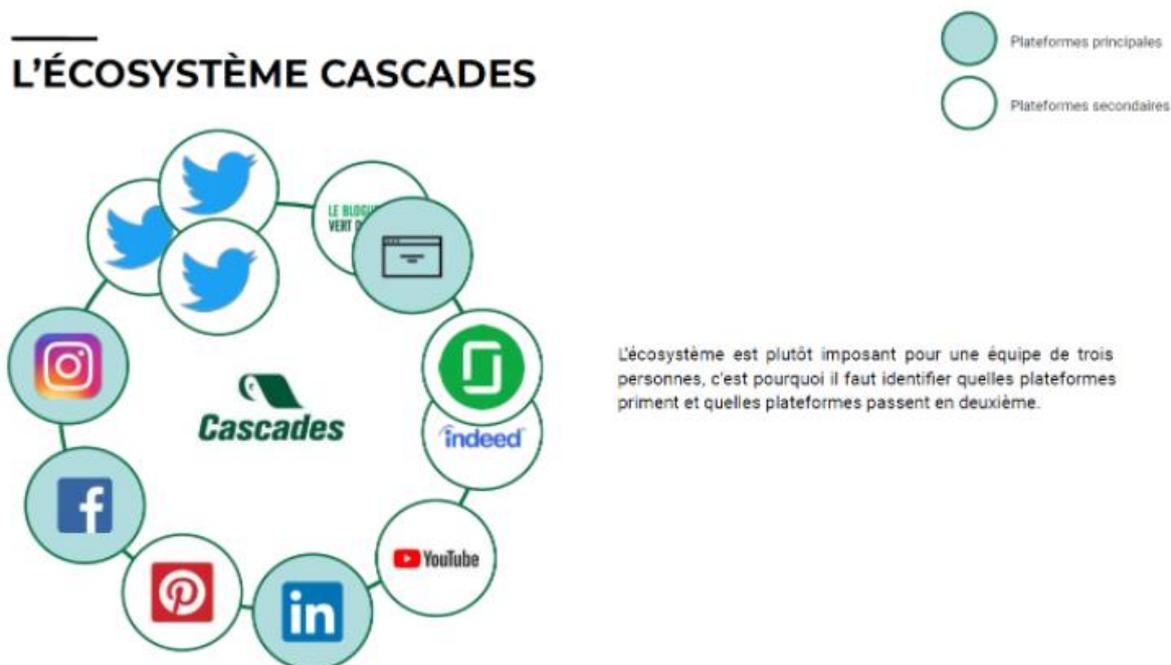
Bonne résolution !

ANNEXE Round 2 :

Les postes :

Intégrer le PDF "Exemple de description de poste" (5 pages)

Écosystème des plateformes



Liens pertinents

- <https://www.cascades.com/fr/propos/entreprise/leader-carton-caisse>
- <https://www.cascades.com/fr/propos/entreprise/leader-emballage>
- <https://www.cascades.com/fr/propos/entreprise/leader-hygiene-papiers-tissu>
- <https://www.cascades.com/fr/propos/entreprise/leader-recuperation>

Présentation des usines

- Warrenton - Missouri : <https://www.cascades.com/fr/unites/cascades-plastics>
- Wagram - North-Carolina : <https://www.cascades.com/fr/unites/cascades-groupe-tissu-wagram>
- Bear Island - Virginia : Non disponible

PIÈCE-JOINTES :

- Identité visuel (PDF)
- Le guide de marque (dans le deux langues)
- La stratégie de recrutement de Cascades (en français seulement)