



EY FRANCE

INFORMATION -
COMMUNICATION

Cabinet international d'audit et de conseil, membre du Big Four, EY est spécialisé dans quatre domaines principaux : l'audit financier, les transactions, le conseil juridique et fiscal et le consulting. La branche consulting d'EY couvre un large éventail de domaines : stratégie, management, digital mais aussi lutte contre la fraude, RSE, cyber-sécurité et performance des systèmes d'information. Cette activité compte plus de 1650 consultants en France.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

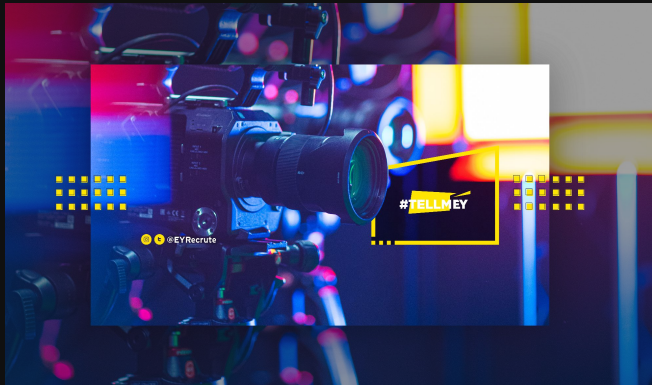


**CHIFFRE
D'AFFAIRES**
26 953 589€


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

EY est un des leaders mondiaux de l'audit, du conseil, de la fiscalité et du droit, des transactions. Partout dans le monde, l'expertise et les services d'EY contribuent à créer les conditions de la confiance, à travers une promesse claire : Building a Better Working World. Sur le marché de l'audit-conseil, et notamment parmi les Big 4, la pression concurrentielle importante oblige les différents cabinets à repenser leur façon de communiquer. Si EY offre une(des) expérience(s) collaborateur riche(s) et bénéficie d'un nom qui rayonne auprès de ses écoles cibles, seul un vrai discours de preuves, porté par les collaborateurs eux-mêmes, peut amener l'authenticité et faire la différence. Surtout dans un secteur où les communications employeur restent souvent formatées et manquent cruellement d'incarnation et de remontées terrain.



FÉVRIER 2023 À MAINTENANT - BUDGET : 125 000 €

Ce budget comprend : Définition du concept et de la stratégie -
Accompagnement Instagram - Création de la brochure
#TELLMEY - Création des stands

EY FRANCE

TellmEY, la marque employeur super collaborative d'EY

POUR QUI ?

Cette stratégie s'adresse à tous les candidats, jeunes et expérimentés, mais vient nourrir en particulier la communication auprès des écoles cibles et des étudiants. Les collaborateurs « ambassadeurs », voire même « influenceurs » sont également au cœur du ciblage de la campagne qui s'appuie sur leur implication et leurs contributions au quotidien.

COMMENT ?

Une « non-campagne » de marque employeur, une approche « collaborateur-centric », basée sur la pluralité d'expériences que chacun.e vit chez EY et publiées avec un # unique : #tellmEY invitant à la discussion. Aujourd'hui, ce sont des ambassadeurs qui partagent librement leur quotidien sur les réseaux et dans les écoles. En 2023, la stratégie prend de l'ampleur pour infuser sa dynamique conversationnelle dans l'ensemble de l'expérience EY, dès le premier contact et durant tout le parcours, puisqu'on retrouve la ligne de communication TellmEY par thématique (TellmEY you care, TellmEY you start ...). En 2024, la marque employeur prend un autre tournant : le double echo. Pour travailler l'image EY à plus grande ampleur, nous travaillons désormais le message porté par la propre voix d'EY. L'aventure continue.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

EY FRANCE

TellmEY, la marque employeur super collaborative d'EY

LES RÉSULTATS

TellmEY en 2024 c'est :

Plus de 500 posts sur les réseaux sociaux, 2500 candidats onboardés, une place dans le top 10 du classement

Potentialpark des meilleures stratégies de marque employeur digitale en France, 20 écoles tribus accompagnées et plus de 200 collaborateurs ambassadeurs qui continuent de porter haut et fort les messages de cette marque employeur.

Plus que des chiffres, TellmEY c'est :

Des échanges sincères et authentiques

Un accès privilégié à une vraie culture d'entreprise

Une expérience humaine unique et enrichissante

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

La stratégie TellmEY s'inscrit dans la dynamique responsable et sociétale d'EY, en s'appuyant sur l'engagement collaborateur, sur le dialogue et en limitant la production d'outils.



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS