

FIDÉLISER SES COLLABORATEURS

MARQUE EMPLOYEUR : BOOSTER VOTRE ATTRACTIVITÉ

Que vous soyez dirigeant, responsable des ressources humaines (RRH) ou directeur des ressources humaines (DRH) dans une TPE, une PME ou un grand groupe, vous êtes désormais confronté à une guerre des talents sans précédent. Les talents d'aujourd'hui et de demain sont de plus en plus exigeants quant à l'expérience collaborateur qu'ils souhaitent vivre.

Pour faire face à ces défis, une stratégie de marque employeur bien pensée est indispensable. Elle doit non seulement fidéliser vos collaborateurs actuels, mais aussi attirer de nouveaux talents tout aussi talentueux.

1 - QU'EST-CE QUE LA MARQUE EMPLOYEUR ?

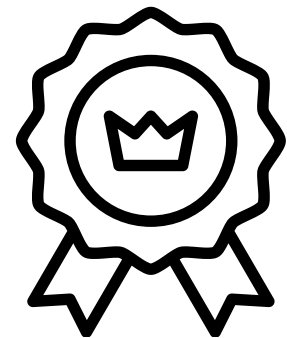
Définition :

Votre marque employeur représente l'image globale que vous projetez en tant qu'employeur. Elle englobe tous les aspects permettant aux individus, à la fois internes et externes à votre entreprise, de percevoir votre organisation du point de vue des ressources humaines (RH) et du recrutement.

En ce sens, vous avez déjà, c'est sûr, une marque employeur. Mais beaucoup d'entreprise ne savent pas valoriser leur potentiel employeur et passent à côté de belles opportunités.

La marque employeur adresse trois problématiques majeures :

- L'attractivité : pourquoi un-e candidat-e vous rejoindrait ?
- La fidélisation : pourquoi un talent resterait au sein de votre organisation ?
- L'engagement : pourquoi un-e collaborateur-riche s'y investit ?



Il s'agit d'une réflexion 360° sur son positionnement RH dans l'optique de se démarquer auprès des candidat-e-s et des salarié-e-s sur un marché du travail toujours tendu.

2 - POURQUOI INVESTIR DANS VOTRE MARQUE EMPLOYEUR ?

Attirer les meilleurs talents : Une marque employeur bien gérée suscite l'intérêt des talents pour votre entreprise et améliore l'expérience candidat, renforçant ainsi l'ensemble de votre processus de recrutement. Cela se traduit par une augmentation des candidatures qualifiées et une meilleure réputation sur le marché du travail.

Fidéliser vos talents actuels : En cultivant une marque employeur forte, vous inspirez la fierté chez vos collaborateurs actuels, les incitant à rester au sein d'une entreprise qui valorise des valeurs fortes et une expérience de travail enrichissante. Cela réduit le turnover et renforce la stabilité de votre équipe.

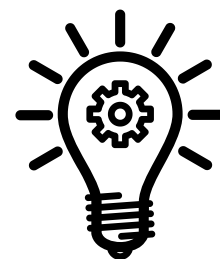
Optimiser vos coûts RH : Une bonne marque employeur augmente les candidatures spontanées, réduisant ainsi le temps passé à diffuser des offres d'emploi. De plus, améliorer l'intégration des nouveaux talents augmente la réussite de vos recrutements et réduit les coûts associés à un turnover élevé.

Améliorer l'image globale de l'entreprise : Les clients d'aujourd'hui préfèrent s'associer à des marques qui se soucient du bien-être de leurs employés. En renforçant votre marque employeur, vous contribuez également à la stratégie marketing globale de votre entreprise en mettant en avant ses points forts et son caractère unique.

3 - LES PILIERS DE VOTRE STRATÉGIE DE MARQUE EMPLOYEUR

Mettre en place une stratégie de marque employeur efficace implique de travailler sur plusieurs aspects fondamentaux de votre entreprise :

Processus RH : Développer des processus optimisés qui améliorent l'expérience candidat et garantissent une gestion efficace des talents et de l'administration quotidienne. Cela inclut des procédures claires pour le recrutement, l'intégration et le développement professionnel.



Avantages Sociaux : Proposer des avantages compétitifs tels que des rémunérations attractives, des avantages en nature (tickets restaurant, bonus), et une mutuelle avantageuse. Cela montre votre engagement envers le bien-être et la satisfaction des employés.

Culture d'Entreprise : Définir une culture d'entreprise forte qui reflète vos valeurs et inspire vos collaborateurs à devenir des ambassadeurs de votre marque. Cela inclut des initiatives pour renforcer l'esprit d'équipe, l'innovation et le développement personnel.

Management : Former vos managers à jouer un rôle clé dans le développement d'un climat social positif et dans l'accompagnement des talents tout au long de leur parcours professionnel. Un management efficace favorise la motivation, la rétention et la productivité des employés.

Communication : Activer une communication interne et externe efficace pour diffuser les valeurs et les réussites de votre marque employeur. Cela comprend l'utilisation de divers canaux comme les réseaux sociaux, le site web de l'entreprise et les événements internes pour promouvoir une image positive.

Bien-être au Travail : Assurer une qualité de vie au travail optimale pour que vos collaborateurs soient engagés et motivés à contribuer au succès de l'entreprise. Cela implique des initiatives telles que des programmes de santé mentale, des espaces de travail flexibles et des politiques de conciliation travail-vie personnelle.

4 - 6 ÉTAPES POUR METTRE EN PLACE VOTRE MARQUE EMPLOYEUR

Prêt à construire votre stratégie de marque employeur ? Des objectifs à poser à la mesure de la performance de votre attractivité, en passant par le plan d'action concret à déployer, voici les 6 étapes par lesquelles passer.



1. Faire un diagnostic de votre marque employeur actuelle : Évaluer votre marque employeur actuelle en recueillant les avis des collaborateurs, des candidats et des partenaires pour identifier vos points forts et vos axes d'amélioration. Utiliser des questionnaires et des entretiens pour obtenir des données précieuses sur la perception externe et interne de votre entreprise.

2. Poser les objectifs de votre stratégie de marque employeur : Définir des objectifs clairs en fonction des résultats que vous souhaitez obtenir, que ce soit en termes de recrutement, de fidélisation ou d'engagement des collaborateurs. Cela peut inclure des métriques telles que le taux de candidatures spontanées, le taux de turnover et l'engagement des employés.

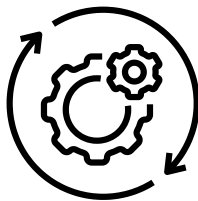
3. Obtenir l'adhésion de votre direction : Impliquer la direction et les cadres dans la stratégie pour assurer leur soutien et leur engagement en tant qu'ambassadeurs de la marque employeur. Organiser des présentations et des sessions de discussion pour partager la vision et les objectifs de la marque employeur.

4. Revoir les process internes nécessaires à une bonne marque employeur : Réviser et améliorer vos processus internes pour garantir une expérience collaborateur optimale dès le premier contact jusqu'à l'intégration et au-delà.

- Votre process de recrutement. Vos offres d'emploi sont-elles assez claires, assez détaillées, assez attractives ? Vos entretiens d'embauche sont-ils attractifs, menés avec assez de précision ? Les process de mise en place et de signature des contrats d'embauche sont-ils bien huilés ?
- Votre process d'onboarding. Vos nouveaux talents sont-ils bien accompagnés dans leurs premiers jours dans votre structure ? Ont-ils besoin d'être plus formés à leur poste, à la culture de l'entreprise, à ses valeurs ? Se sentent-ils assez bien outillés pour prendre leur poste ?
- Vos process RH courants. Vos talents rencontrent-ils des soucis pour demander leurs congés ? Pour télétravailler ? Pour déclarer leurs temps de travail ou leurs plannings ? Pour transmettre leurs notes de frais ?
- Vos techniques de management. Vos talents se sentent-ils accompagnés au quotidien par leur manager ? Et dans leur plan de carrière ? Leur donne-t-on une visibilité sur leur futur dans l'entreprise ?

Mettez donc en place des actions concrètes qui permettent d'améliorer chacun de ces process.

Ce faisant, vous améliorerez notablement le fonctionnement de votre entreprise, et œuvrerez pour une marque employeur vraiment attractive.



5. Définir les messages de votre marque employeur : Identifier les messages clés à communiquer qui reflètent la mission et la culture de votre entreprise. Assurez-vous que ces messages sont authentiques et alignés avec l'expérience réelle des collaborateurs pour renforcer la crédibilité de votre marque employeur.

Pour ce faire, appuyez-vous sur...

La mission de votre entreprise. L'idée est de définir les axes qui expliquent comment votre structure s'inscrit dans le monde d'aujourd'hui, et comment elle compte le rendre meilleur. Quels sont les enjeux sociétaux forts sur lesquels votre marque employeur peut se positionner ? Vous pouvez notamment réfléchir à votre rapport à la RSE, à l'environnement, ou encore à l'égalité des chances : autant de sujets qui peuvent vous aider à prouver que votre entreprise a une mission forte qu'elle poursuit au quotidien.

La culture de votre entreprise. Le but est de repérer les valeurs que votre direction et vos collaborateurs portent au quotidien. Vos équipes sont-elles organisées autour du travail collaboratif, de l'entraide ? La formation tient-elle une place privilégiée dans votre structure ? Valorisez-vous l'autonomie de vos collaborateurs ? Tous ces axes peuvent constituer des messages forts à faire rayonner dans votre marque employeur.

6. Définir votre plan de communication : Élaborer un plan de communication détaillé pour diffuser efficacement vos messages à travers divers canaux internes et externes. Utiliser une combinaison de blogs d'entreprise, de vidéos, de médias sociaux et de communications directes pour atteindre votre public cible et renforcer la visibilité de votre marque employeur.

En suivant ces étapes, vous serez en mesure de construire une marque employeur forte et attractive, essentielle pour attirer, retenir et motiver les talents qui contribueront au succès durable de votre entreprise.