



☕ Café RH

La fidélisation des collaborateurs : enjeux et leviers d'actions

Sommaire

1 • Les enjeux de fidélisation

2 • Les attentes des collaborateurs

3 • Les problématiques

4 • Les leviers à actionner

- Une bonne philosophie
- Mettre ses collaborateurs en lumière
- Communiquer et collaborer
- Permettre d'évoluer



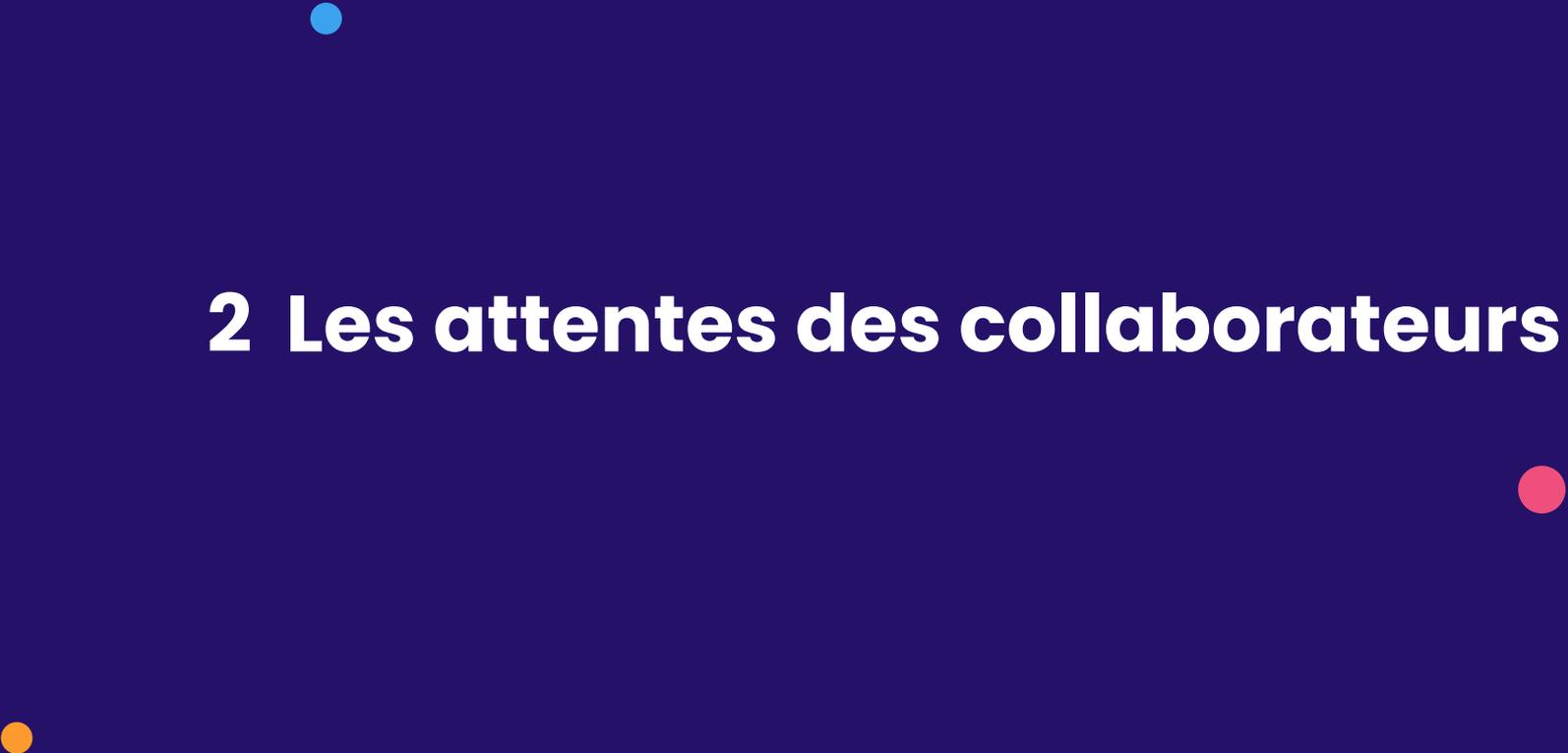
1 Les enjeux de la fidélisation

Les enjeux de la fidélisation

- ✓ Plus de performances, optimisation des ressources internes
- ✓ Marque employeur plus forte,
- ✓ Réduction du turn-over = réduction des coûts de recrutement
- ✓ Satisfaction professionnelle et personnelle des salariés
- ✓ Plus de motivation et d'engagement

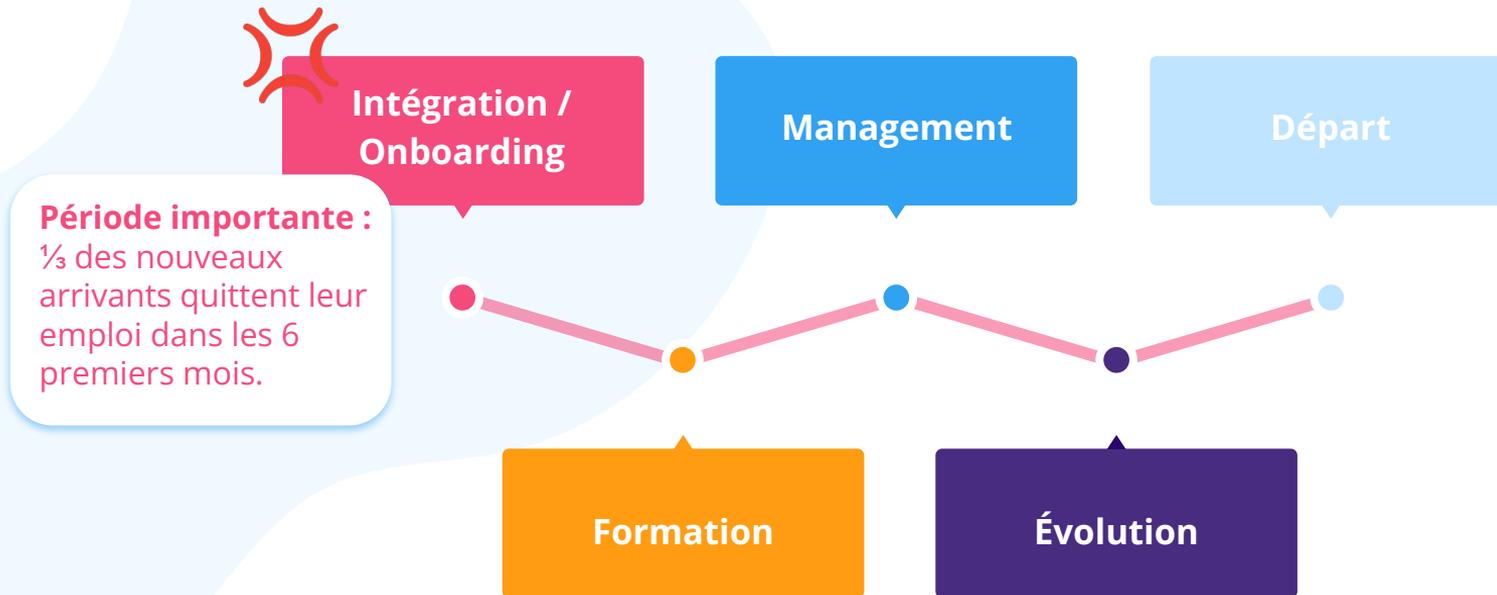


**Le coût de la perte
d'un employé
=
33% de son salaire
annuel en moyenne**



2 Les attentes des collaborateurs

L'expérience collaborateur



Les attentes des candidats et des collaborateurs

Classement des critères susceptibles de les faire choisir une entreprise plutôt qu'une autre* :



La journey map

Objectif : Proposer la meilleure expérience collaborateur possible.

Scénario :

Persona :



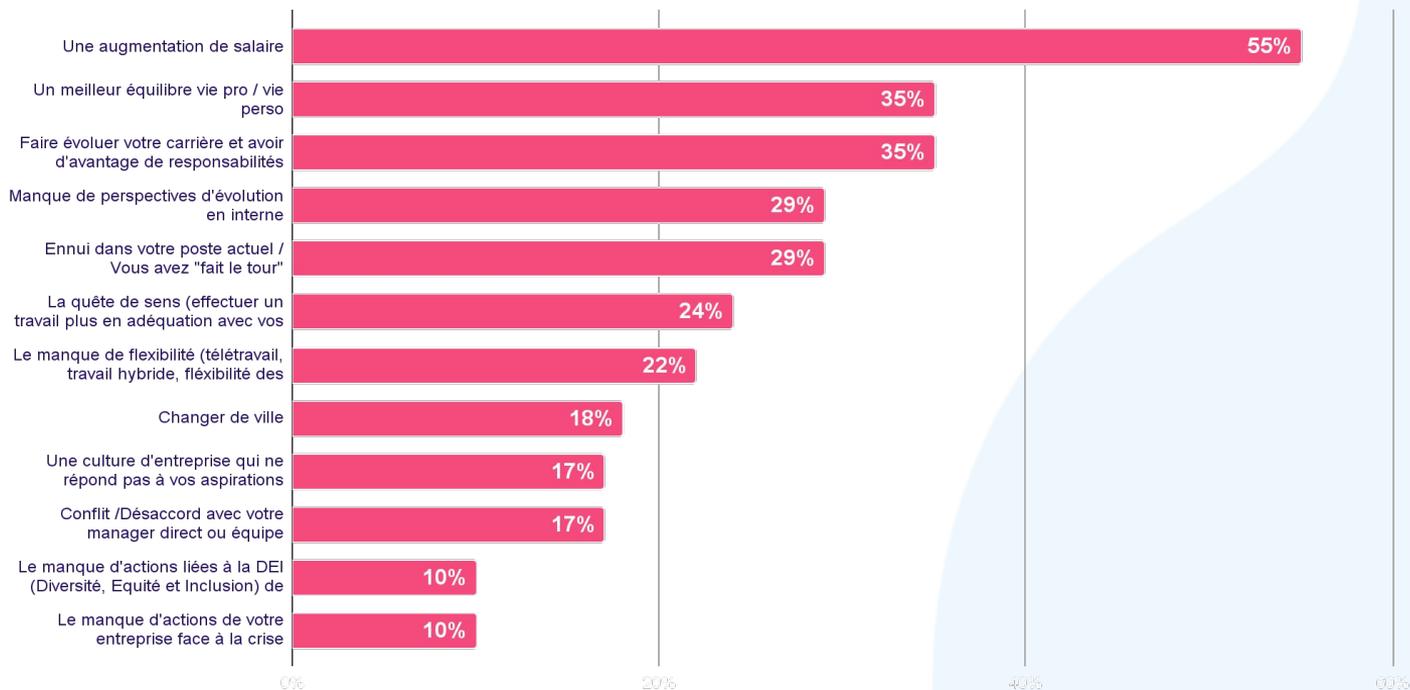
	Recherche d'emploi ou proposition d'emploi		Candidat				Employé	
	Notoriété et connaissance	Intérêt	Envoi de candidature	Pré-sélection	Entretien	Considération de l'offre	Prise de décision	Embauche
Attentes								
Actions								
Points de contact								
Pensées								
Ressenti : courbe de l'émotion								
Faiblesses								
Opportunités								

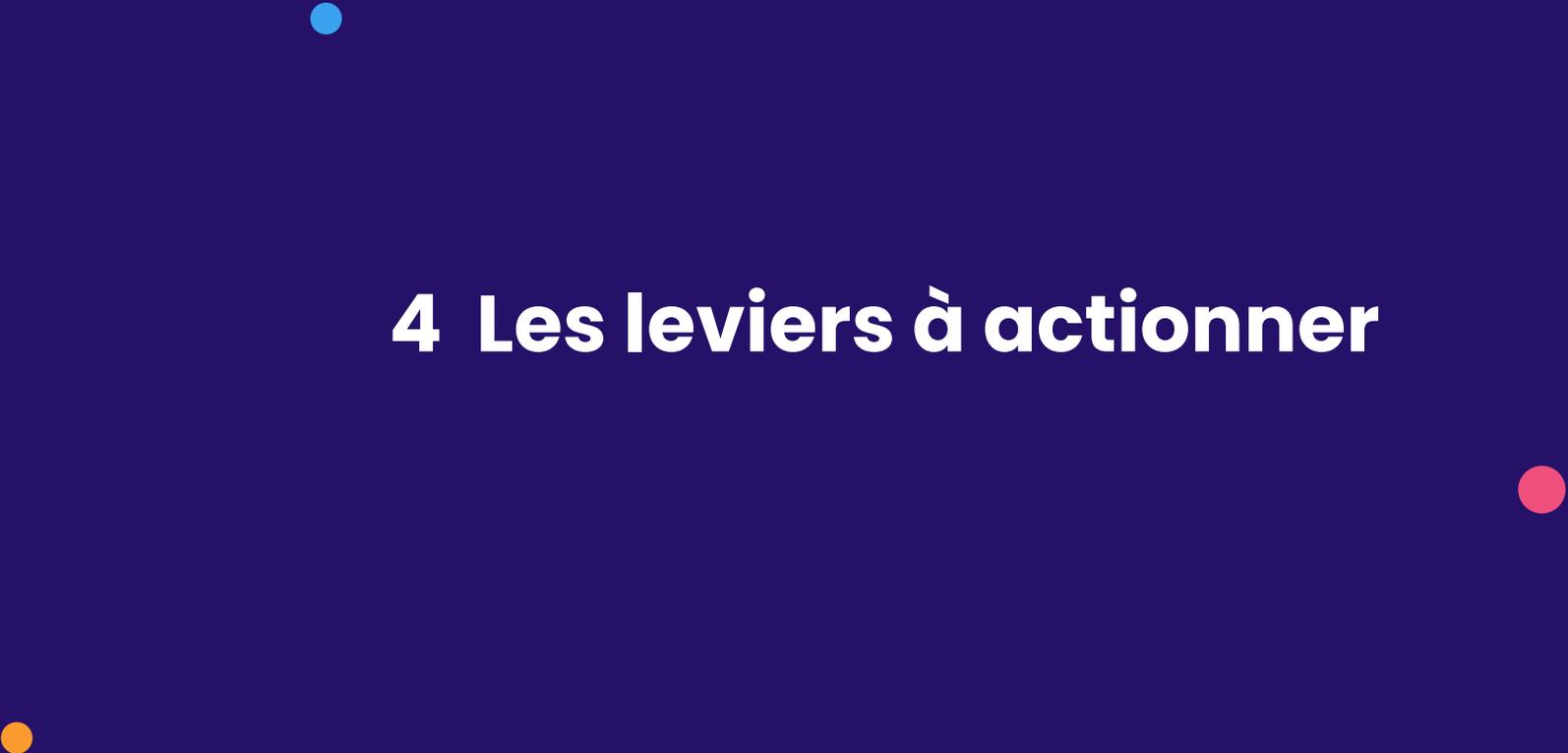
- Quelles sont les attentes du collaborateur ?
- Que fait-il ? Quelles actions mène-t-il ?
- Comment interagit-il avec l'entreprise ? Par quel canal ?
- Que pense-t-il ?
- Que ressent-il ? Quelle émotion lui procure cette nouvelle étape ?
- Quelles sont les faiblesses ?
- Quelles sont les opportunités ?



3 Les problématiques courantes

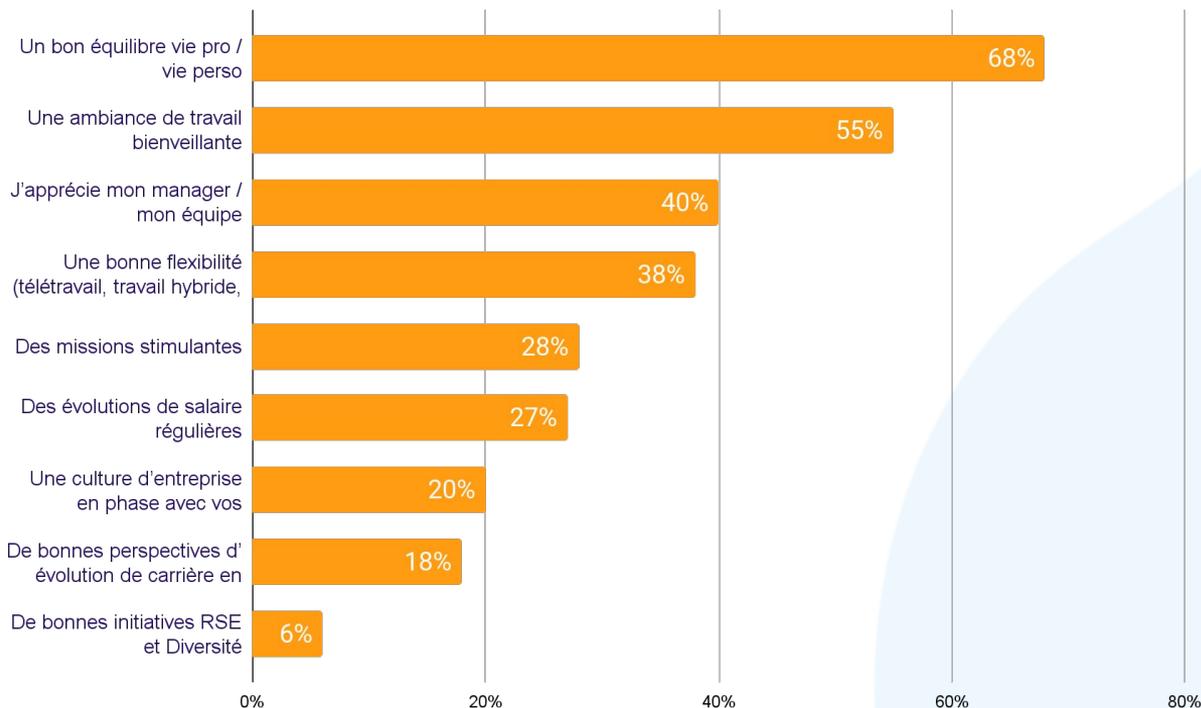
Quelles raisons vous poussent à vouloir changer d'entreprise ?





4 Les leviers à actionner

Pourquoi souhaitez-vous rester dans votre entreprise actuelle ?



Une bonne
philosophie



La symétrie des attentions

“La symétrie des attentions pose comme principe fondamental que la qualité de la relation entre une entreprise et ses clients est symétrique à la qualité de la relation de cette entreprise avec l’ensemble de ses collaborateurs”

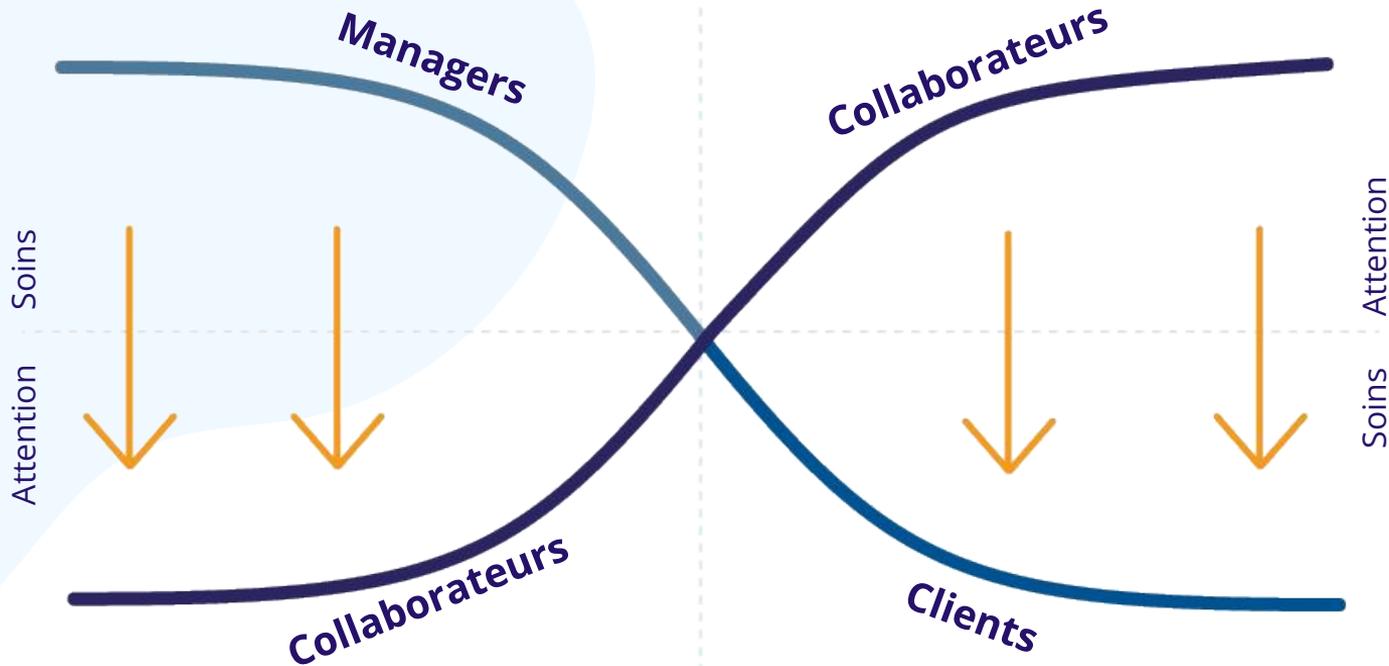
–

L’Académie du Service

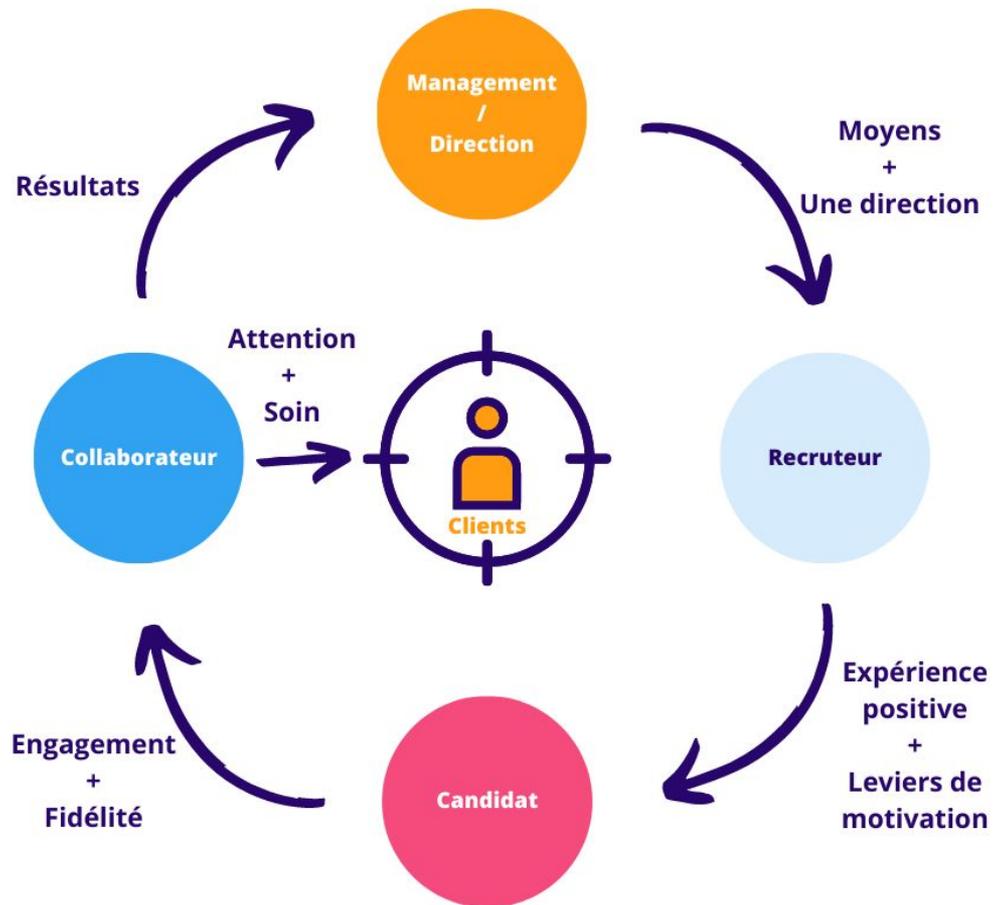
La symétrie des attentions

Interne

Externe



Un cercle vertueux





Mettre les
collaborateurs en
lumière

Les salariés ambassadeurs

Salarié ambassadeur (naturel) :

“Une personne qui parle positivement, promeut les avantages et la culture de votre entreprise”

Un salarié qui parle de vous, vous recommande auprès de son entourage. Ils peuvent être identifiés ou non.



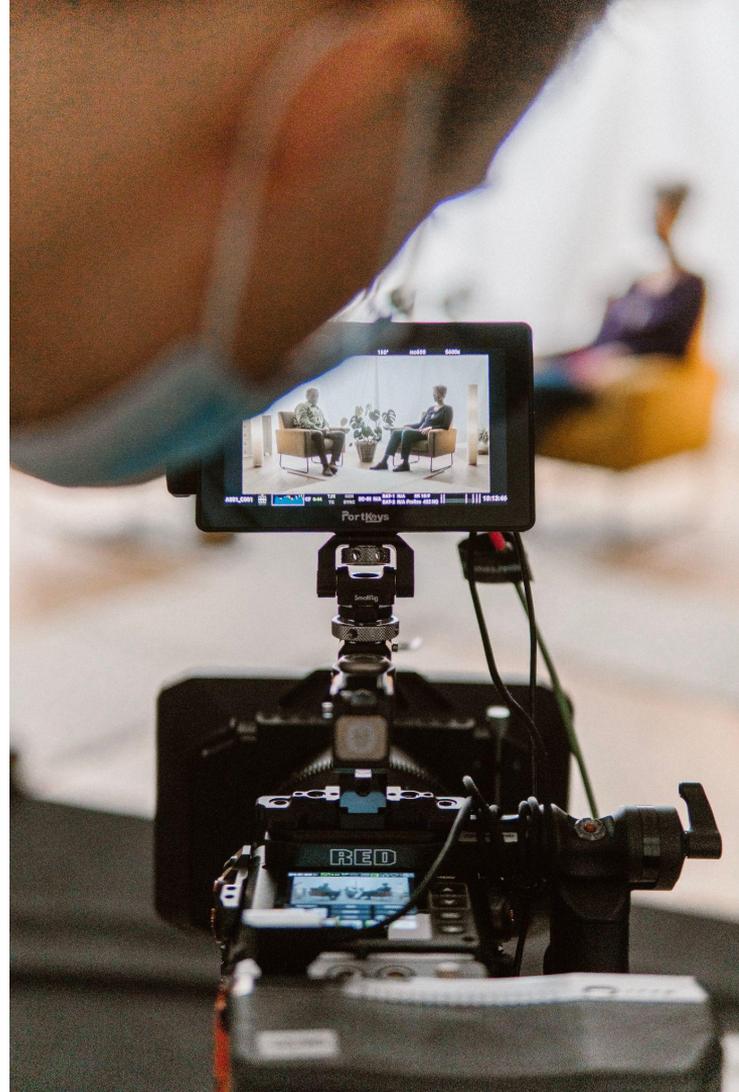


Salarié ambassadeur (à travers un programme) :

“Cette pratique consiste principalement à faire de vos collaborateurs, de véritables ambassadeurs de la marque sur les réseaux sociaux. À travers leurs profils privés et/ou professionnels, ils vont partager des informations relatives à leur entreprise, et ainsi augmenter sa visibilité.”

Choisir les bons porte-parole

- 👉 **Sur la base du volontariat**
- 👍 **Des personnes profondément convaincues**
- 👩‍🔬 **Pas de casseroles (vérifier leur image en ligne)**



Mettre en place un programme de salariés ambassadeurs

- Inclure le top management pour montrer l'exemple
- S'appuyer sur des ambassadeurs volontaires et naturels, ils deviendront les ambassadeurs du dispositif lui-même.
- Proposer du contenu créateur de valeur, intéressant, de qualité qui donne envie de partager.
- Partagez-leur les outils nécessaires : un document informatif sur les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- Veillez de près au bien-être de vos collaborateurs. Ils se désengageront très vite si leurs attentes ne sont pas comblées.
- Offrez-leur de la matière. Organisez des événements qui reflètent parfaitement votre esprit d'entreprise (team building, sports entre collègues, célébrations...), ils partageront spontanément leurs expériences. (point bonus pour l'engagement et l'esprit d'équipe en interne)
- Récompensez-les pour leur implication. Proposez des challenges.

Communiquer
–
Collaborer



La communication interne

Une bonne communication interne

=

Confiance, sentiment d'appartenance et meilleure ambiance

Attention au discours :

- Évitez à tout prix les contradictions, elles sont source de défiance.
- Il faut garantir une cohérence entre la communication interne et la communication externe.

Le rôle des managers



Les 5 axes du manager :

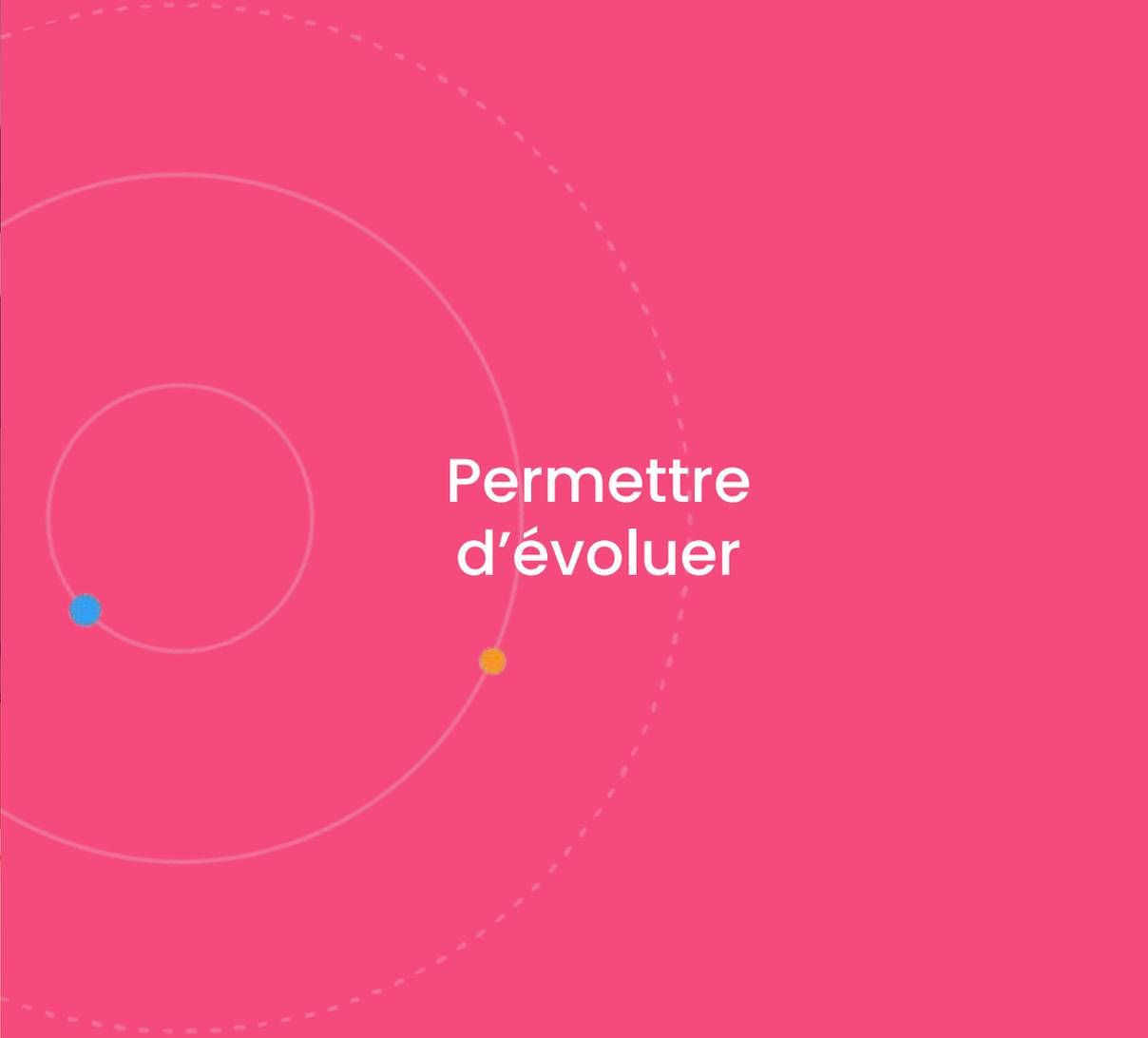
- **La vision** : Quelle est la direction de l'équipe ?
- **L'exécution** : Comment les tâches doivent-elles être exécutées pour atteindre nos objectifs ?
- **L'énergie** : Comment maximiser les temps forts et minimiser les temps faibles ?
- **Le développement** : Comment l'équipe doit-elle se développer en termes de compétences ? Les formations, les nouvelles recrues ?
- **Les fondamentaux** : Quel est le comportement attendu ?

La communication ascendante

*“Il s’agit d’un type de communication qui consiste à **laisser les salariés s’exprimer et s’adresser à leur manager, voire à la direction de l’entreprise**. Les salariés sont sur le terrain et ont beaucoup à apporter à une entreprise. ”*

La communication horizontale

“Il s’agit ici d’une communication à niveau égal. Les employés doivent disposer de solutions pour mieux communiquer entre eux. L’objectif est de créer un véritable lien entre les équipes.”



Permettre
d'évoluer

La mobilité interne

Définition :

le changement de poste d'un salarié au sein d'une entreprise ou d'un groupe.

Mais... plusieurs réalités :

Géographique

**Horizontale
vs
Verticale**

**Volontaire
vs
Pilotée**

Les avantages

Dans l'entreprise :

- ✓ Onboarding facilité
 - ✓ Une meilleure rétention : offre la possibilité de répondre aux aspirations des collaborateurs
 - ✓ Une motivation plus importante : apporte une dynamique plus forte dans la relation avec l'entreprise.
-
- ✓ Bon pour votre marque employeur
 - ✓ Transfert intra-organisationnel de connaissance au sein de l'organisation
 - ✓ Valorisation de la fonction RH et des actions mises en place sur le moyen/long terme : on sort du "simple " rôle de recruteur, on aide à "construire la carrière"

Quand ne pas y avoir recours !

- Face à l'absence d'une compétence difficile à obtenir en interne par la formation.
- Quand de nouvelles têtes peuvent apporter un nouvel élan au sein d'une équipe.
- Quand le poste d'origine sera, lui aussi, difficile à remplacer.
- Aspect politique des recrutements internes. Il peut arriver qu'un départ déstabilise toute une équipe ou que l'avancement de certains salariés génère des tensions.



Les étapes de la mise en place d'un programme de mobilité interne :

1. Analyse des besoins

Identifiez les besoins en compétences et en talents au sein de l'entreprise pour définir les opportunités de mobilité.

2. Planification et communication

Développez un plan détaillé pour le programme de mobilité interne et communiquez-le clairement aux employés.

3. Formation et développement

Offrez des programmes de formation adaptés aux besoins des employés pour les préparer à de nouvelles opportunités.

4. Évaluation et suivi

Évaluez régulièrement l'efficacité du programme de mobilité interne et effectuez les ajustements nécessaires.



Définir un programme de mobilité interne

Définir les règles :

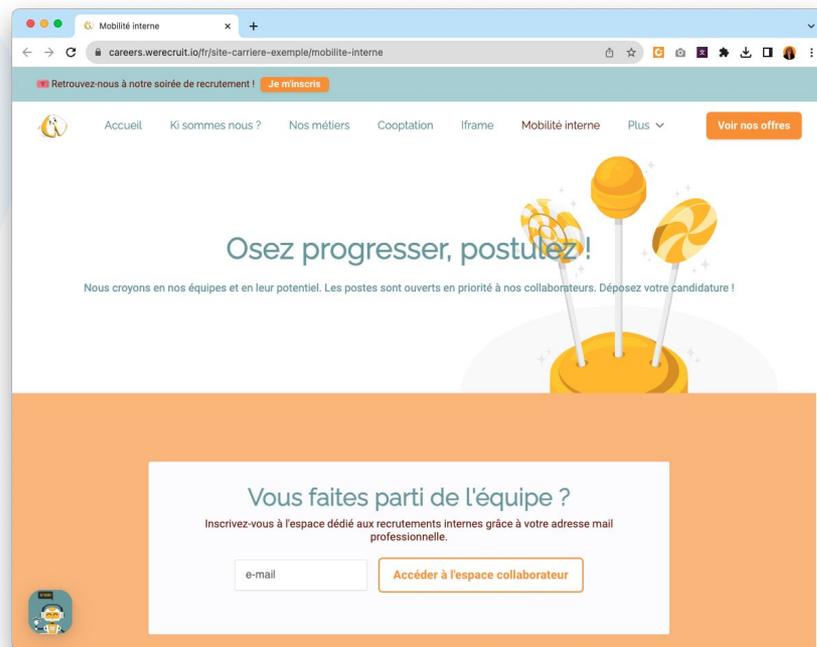
- Comment garanteez-vous votre impartialité ?
- Comment allez-vous récolter les candidatures ?
- Quelle sera votre approche en cas de refus d'un candidat ?

Définir les modalités :

- Qui peut être candidat ?
- Y a-t-il des interdictions ?

Les outils We Recruit pour la “mobilité interne”

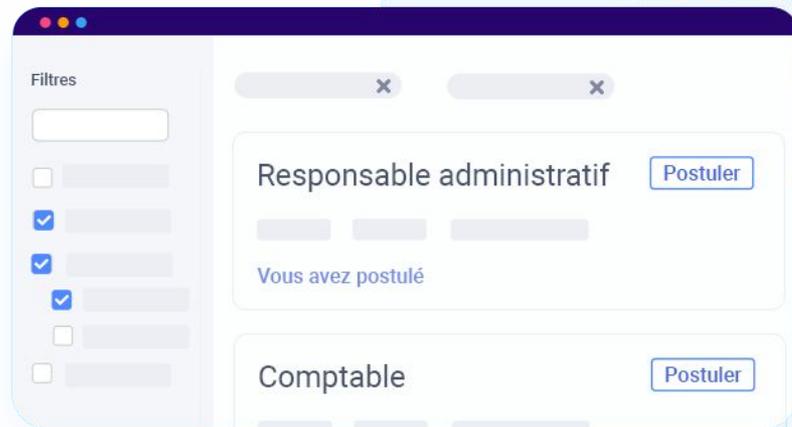
Le site carrière :



Les outils We Recruit pour la “mobilité interne”

Le module Coopmi : Cooptation et Mobilité interne

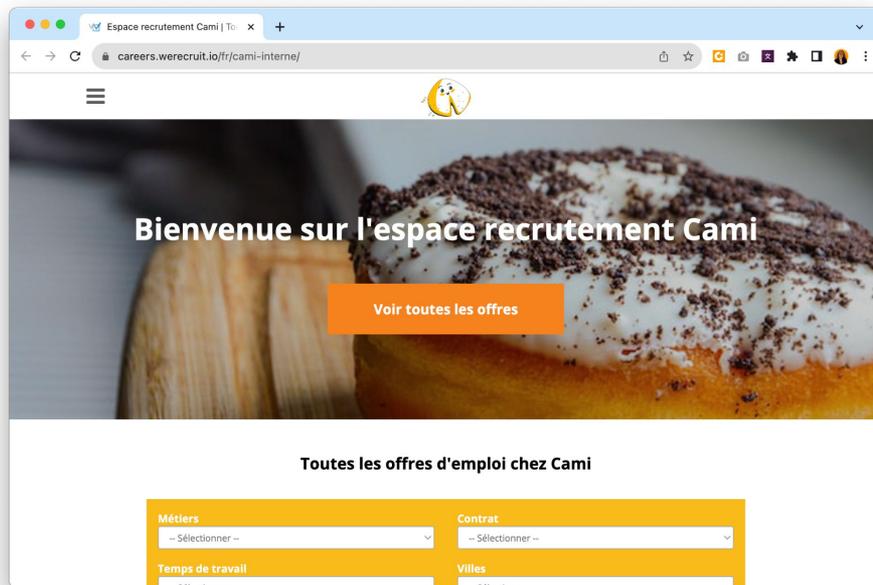
- Espace sécurisé
- Déposer les offres
- Postuler
- Suivre l'avancée de sa candidature



Les outils We Recruit pour la “mobilité interne”

La bourse à l'emploi :

- Une page non référencée
- Personnalisable
- Sans besoin d'identification
- Regroupe vos offres d'emploi ouvertes à la mobilité interne



La matrice des compétences

Visualiser les forces en place :

- Vue détaillée des compétences des collaborateurs.
- Aperçu de leur intérêt pour chaque compétence.
- Visualisation de la répartition des forces dans une équipe.
- Aligner les compétences avec les besoins de l'entreprise.

La matrice



Offboarding : Accompagner le départ - Préparer l'effet boomerang ?

- ✓ Une bonne communication et de la transparence
- ✓ Questionnaire de satisfaction / Feedbacks : récolter les impressions (points forts + points de frictions)
- ✓ Entretiens de départ : avec le manager, penser à valoriser le travail effectué pendant le contrat
- ✓ Clôture administrative bien orchestrée
- ✓ Proposer un accompagnement (lettre de recommandation, aiguillage dans les démarches administrative, conseils en fonction des projets...)
- ✓ Rester en contact (réseaux sociaux, viviers de candidats...)





A vos questions !