

Un kit complet destiné aux entreprises de proximité pour valoriser leur entreprise en interne, à l'externe avec 2 objectifs :
fidéliser ses salariés et recruter !

MARQUE-EMPLOYEUR : JE M'Y METS !

Le kit



SOMMAIRE

En tant que chef d'entreprise, ce kit est conçu pour vous. Il vous permettra de vous approprier le concept de « Marque Employeur. »

A vous de jouer !



PARTIE 1 : JE COMPRENDS LA DÉMARCHE

Pourquoi s'intéresser à la marque employeur ?

C'est quoi le job idéal pour les salariés ?

La marque employeur : Kesako ?

Les grandes étapes

PARTIE 2 : JE METS EN OEUVRE LA DÉMARCHE

3 Etape 1 : Je prépare le projet **6**

3 Etape 2 : J'anime et je coordonne **10**

4 Etape 3 : Je construis une stratégie de communication pour faciliter l'arrivée de nouveaux talents **15**

5 Etape 4 : J'évalue l'impact des actions et je pérennise la démarche **17**

ANNEXES

Outils mobilisables dans le cadre d'une démarche Marque Employeur

- **Entre<2>PRO : l'outil-jeu pour mener les entretiens professionnels et individuels**
- **Livret d'accueil**
- **Kit recrutement**
- **Document unique et plan de prévention : co-construire avec les salariés**



PARTIE 1 : JE COMPRENDS LA DÉMARCHÉ

1. POURQUOI S'INTÉRESSER À LA MARQUE EMPLOYEUR ?

La marque employeur permet d'attirer de nouveaux talents et de conserver ses salariés. Dans les conditions actuelles du marché du travail, il est souvent difficile de trouver de nouveaux collaborateurs possédant les compétences recherchées.

La concurrence est réelle.

Aujourd'hui, ce n'est plus le salaire qui prédomine dans le choix d'un emploi. Les salariés sont également intéressés par tout ce qui gravite autour de l'entreprise et de son image : la vie d'équipe, les avantages, l'équilibre travail-famille, la responsabilité sociale et environnementale (RSE), la vision ou encore la culture, sont autant d'éléments qu'il faut prendre en compte.

La mise en place d'une stratégie marque employeur a donc pour objectif d'améliorer la qualité de vie au travail, la communication interne/externe et de mieux partager la vision de votre entreprise.

De nombreux éléments positifs en découleront : recrutements facilités et de meilleure qualité, fidéli-

sation des collaborateurs, image plus attractive de votre entreprise, ambiance de travail améliorée

2. C'EST QUOI LE JOB IDÉAL POUR LES SALARIÉS ?

- Avoir de **bonnes relations** avec ses collègues (95%)
- Avoir une **reconnaissance** du travail accompli (91%)
- Bénéficier d'un **équilibre vie pro/vie perso** (81%)
- Travailler dans une **entreprise socialement responsable**, (75%)

Source : Enquête en ligne Mickaël Page (1150 répondants - 2019)

3. LA MARQUE EMPLOYEUR, KESAKO ?

La marque employeur correspond à l'image qu'une entreprise reflète auprès de ses salariés, de ses candidats potentiels, mais aussi auprès d'un public plus large comme les clients, les fournisseurs, les banques, etc.



Il s'agit notamment de valoriser les talents de ses salariés et de son entreprise pour développer la fidélisation et le recrutement et renforcer l'attractivité de l'entreprise.

Quelques facteurs clés de la Marque Employeur :

- Développer les facteurs de fidélisation de ses salariés avant de travailler sur l'image externe.
- S'appuyer sur les salariés pour identifier leurs attentes
- Impliquer les salariés dans la mise en oeuvre des actions valorisant la marque employeur
- Utiliser une communication authentique véhiculant les valeurs de l'entreprise, annoncer la qualité de ce qui est offert aux salariés pour les fidéliser
- Dans les offres d'emploi et lors des entretiens d'embauche, mentionnez des éléments conformes à la réalité. En effet, si vous attirez un candidat avec des éléments factices, il s'en rendra vite compte et quittera l'entreprise. Il y a fort à parier qu'il ne parlera (réseaux sociaux, amis, famille, collègues...) pas de votre entreprise en termes positifs par la suite.



4. LES GRANDES ÉTAPES

Etape 1 : Je prépare le projet

- Je complète l'auto-diagnostic
- J'identifie les enjeux, les objectifs et les contraintes pour mon entreprise
- Je construis mon projet en établissant un calendrier
- Je prépare un document synthétique de présentation du projet

Etape 2 : J'anime et je coordonne

- Je présente le projet à mes salariés
- Mes salariés répondent au diagnostic
- Je présente les résultats à mes salariés
- J'analyse les résultats
- Mes salariés et moi construisons le plan d'actions d'amélioration de la Marque Employeur
- Mes salariés intéressés et motivés se positionnent comme porteurs d'actions
- Je pilote le projet pour en assurer la réussite

Etape 3 : Je construis une stratégie de communication pour attirer de nouveaux talents

- Je valorise les points forts de l'entreprise pour capter les talents recherchés (réseaux sociaux, presse locale, salariés, ...)

Etape 4: Nous évaluons l'impact du projet et pérennisons la démarche

- Mes salariés et moi évaluons l'impact du projet sur la marque employeur
- Mes salariés et moi instaurons des pratiques pour pérenniser la démarche



Conseils pour faciliter la mise en oeuvre :

- Prenez le temps de bien découvrir l'ensemble du kit avant de vous engager
- Ne faites pas l'impasse sur l'étape de préparation (Etape 1), elle est déterminante pour la réussite du projet
- Vous devez vous appuyer sur votre fédération professionnelle (ou sur l'U2P) pour conduire un tel projet en interne afin d'en garantir la réussite.

PARTIE 2 : JE METS EN OEUVRE LA DÉMARCHÉ

FICHE ÉTAPE N. 7

JE PRÉPARE LE PROJET

1. Je complète l'auto-diagnostic

Une fois l'ensemble du kit découvert, ce sera votre première action. Elle vous immergera dans le projet. Les questions de cet auto-diagnostic vous permettront de faire émerger les enjeux et les objectifs pour votre entreprise.

L'auto-diagnostic partagé

Objectif ? Renforcer le dialogue entre l'employeur et ses salariés pour mettre en place des actions d'amélioration de la Marque Employeur et contribuer à la fidélisation de son équipe

Comment ? 33 questions identiques (seule la formulation change) posées à l'employeur et à ses salariés pour avoir le regard/ressenti sur ce qu'offre l'entreprise aux salariés de l'équipe actuelle et à des candidats potentiels.

Les sujets traités (6 thématiques) dans le diagnostic :

1. L'image de l'entreprise sur son territoire, sa notoriété

2. L'accueil dans l'entreprise

3. L'équilibre vie professionnelle / vie personnelle

4. La rémunération

5. Le management

6. Les conditions de travail apportées par l'entreprise ?

Démarche : un questionnaire Google Form complété en ligne (10 à 15 mn) dont les réponses sont traitées par la Fédération Professionnelle.

Les résultats qui vous seront remis seront anonymisés et globalisés

Analyse des résultats : votre fédération professionnelle vous remet les résultats du diagnostic partagé et nous vous conseillons de prendre le temps d'échanger avec votre Fédération Professionnelle pour les analyser.



2. J'identifie les enjeux, les objectifs et les contraintes pour mon entreprise

- Quel résultat global est-ce que je recherche en m'engageant dans ce projet ?
- De qui dépend ce résultat ? Moi ? salariés ? marché de l'emploi ?
- En quoi, en tant que dirigeant, je peux influencer/favoriser ce résultat ?
- Quelles sont les personnes qui devront être impliquées ?
- Quel est mon niveau de motivation à m'engager, à engager mon entreprise dans ce projet ?
- Suis-je prêt à consacrer du temps à ce projet ?
- Quels sont les 3 points majeurs que mon entreprise va gagner suite à ce projet ?

Exemples d'enjeu :

- ✓ Attirer de nouveaux talents
- ✓ Améliorer l'ambiance de travail
- ✓ Limiter le turn-over
- ✓ Développer la qualité de vie au travail

Exemples d'objectifs :

- ✓ Professionnaliser le recrutement
- ✓ Gagner en cohésion d'équipe
- ✓ Gagner en organisation dans le travail

3. Je construis mon projet en établissant un calendrier prévisionnel

PHASE	Quand	Commentaires
1. <i>Employeur</i> : Compléter le questionnaire		
2. <i>Employeur</i> : Présenter le projet aux salariés		Idéalement, cette présentation se fait à l'ensemble des salariés au même moment
3. <i>Salariés</i> : Répondre au diagnostic		Rappeler aux salariés que les résultats sont confidentiels et anonymes
4. <i>Employeur</i> : Préparation de la restitution des questionnaires		A faire avec votre fédération professionnelle pour l'analyse des résultats et la restitution aux salariés
5. <i>Employeur</i> : Présenter les résultats		Prendre le temps de bien échanger avec les salariés sur les résultats (leurs avis, les perceptions...) Bien compléter l'outil fourni (tableau) au fur et à mesure des échanges pour bien garder l'ensemble des idées
6. <i>Employeur + Salariés</i> : Co-construction du plan d'actions d'amélioration dirigeant/salariés		Utilisez le tableau proposé en exemple pour vous faciliter la formalisation Ecoutez et prenez en compte les suggestions et idées des salariés, ne pas imposer vos idées, incitez les moins bavards à s'exprimer sans les mettre mal à l'aise
7. <i>Salariés</i> : Positionnement du/des porteurs d'actions		Repérez les plus motivés pour chaque sujet évoqué Veillez à « une action/un porteur d'action » pour partager les responsabilités Délégez, faites confiance, rassurez-les sur leurs capacités...



4. Préparer un document synthétique de présentation du projet

A cette étape, vous avez terminé la préparation du projet.
Nous vous proposons de construire un document où les salariés auront les informations concernant le déroulement de la démarche
A afficher ou à remettre aux salariés suite à la présentation !

Exemples :

- Enjeux et objectifs du projet
- Durée prévisible
- Ce que vous attendez d'eux
- Les 6 thèmes abordés dans le questionnaire
- Démarche pour compléter le questionnaire
- Les grandes étapes du projet avec le calendrier

1. Je présente le projet à mes salariés (Phase 2 du calendrier)



- Prendre 25 à 30 mn avec l'ensemble des salariés dans un lieu commun (atelier, salle de repos, laboratoire...)
- Présenter le but du projet et la démarche en précisant ce que vous attendez d'eux .
- Leur donner les modalités et l'organisation pour compléter le questionnaire
- Créer un temps d'échange pour qu'ils puissent poser des questions
- Leur laisser la possibilité de revenir vers vous pour avoir des précisions
- Leur remettre le document de synthèse du projet que vous avez préparé

2. Mes salariés répondent au diagnostic (Phase 3 du calendrier)

- La durée moyenne est de 10 à 15 mn en général pour compléter le questionnaire
- Veuillez à ce que ce moment garantisse la confidentialité des réponses de vos salariés
- Vous laisserez le choix à vos salariés de le compléter à l'entreprise (mettre à disposition un ordinateur) ou chez eux.
- Assurez-vous qu'ils aient bien compris la consigne

3. J'analyse les résultats (Phase 4 du calendrier)



Cette étape est à réaliser avec votre fédération professionnelle !

Les résultats se présentent sous forme de graphiques.

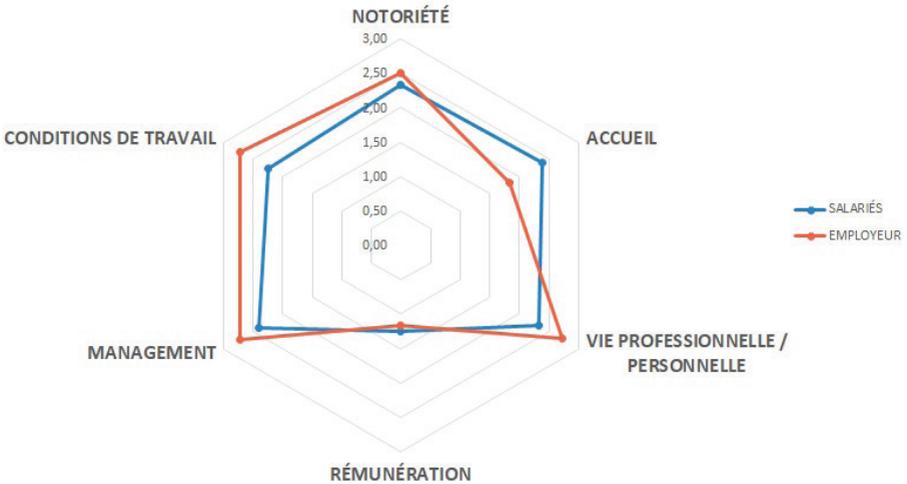
Chaque graphique présente votre vision/ressenti, ainsi que celle de l'équipe salariée.

- L'un des graphiques présente une lecture globalisée par thématique (Accueil, Management, Conditions de Travail...)
- Les graphiques suivants reprennent chacun l'une des 6 thématiques avec une lecture détaillée par question



4. Je présente les résultats à mes salariés (Phase 5 du calendrier)

Démarche :



En collectif avec l'ensemble des salariés et idéalement une projection des résultats si vous êtes équipé.

Remettre à chaque salarié un exemplaire papier des résultats

Déroulement :

- Présentation générale des graphiques et échange sur les éléments clés (décalage important entre vision salariés et employeur,...) afin de confirmer que chaque graphique reflète bien la réalité perçue, alimenter les échanges avec des exemples.
- Identifier les 4/5 items (questions du diagnostic) favorables à la satisfaction des salariés et les 4/5 items les moins favorables et dégager 3-4 actions à mettre en oeuvre pour améliorer la marque employeur
- Compléter le tableau ci-après au fur et à mesure des échanges :

	Items les plus favorables	Items les moins favorables	Actions à conduire
Notoriété	4 : La présence sur les réseaux sociaux est valorisante		Inclure le fil Facebook sur le site internet de l'entreprise
Accueil	10 : L'entreprise a un processus d'accueil adapté		
Vie pro / Vie perso		15 : Les formations proposées sont un vrai facteur d'épanouissement professionnel	
Rémunération	24	25	
Management	28, 36		
Conditions de travail		47: Ils y a des temps conviviaux organisés 39 : Les règles de fonctionnement (nettoyage, rangement...sont respectées)	Organiser au moins un temps convivial par an Etablir ensemble des consignes claires, les afficher et les transmettre à tout nouvel entrant

5. Mes salariés et moi construisons le « Plan d'actions » (Phase 6 du calendrier)

Ce temps de construction est une opportunité d'échanger ensemble sur la façon de réaliser le travail, d'avoir l'ensemble des avis sur l'organisation... et ainsi de pouvoir prendre en compte toutes les bonnes idées émises pour trouver les solutions les plus adéquates.

Objectif de cette étape : Structurer le déroulement des actions pour qu'elles soient les plus efficaces possible.

Contenu : Reprendre les actions à conduire identifiées ensemble à la phase précédente et définir le plan d'actions pour chacune d'entre elles à l'aide du tableau ci-dessous.



Exemple pour vous guider :

N°	Action à conduire	Résultat attendu	Pilote / Porteur	Moyens	Calendrier
1	Rangement panneaux de bois	Moins de chutes Gain de temps	Gérard	- Prendre une matinée (Jean note sur le planning) - Acheter des racks (Fabien les commande) - Tous les cartons à la déchèterie (Arthur le fait) - Classer les panneaux à la livraison (Damien y veille)	- 12 avril - fin mars - 7 avril - dès ce jour
2					
3					



Recommandations

Restez simple, visez des actions facilement réalisables, proportionnées à vos moyens (humains, temps, financiers...)
Si c'est une nouvelle pratique dans l'entreprise, commencez par une action facile à réaliser et valorisante pour encourager d'autres initiatives.

Exemples d'actions qui peuvent être menées :

- Mise en place d'une réunion hebdomadaire pour échanger sur le travail et faciliter l'organisation
- Mise en place d'un temps de réflexion concernant l'ensemble de l'équipe pour identifier ce qui est à améliorer pour faciliter le confort du travail
- Ecriture « des étapes de fabrication » pour faciliter la transmission des consignes, des savoirs-faire
- Mise en place d'une boîte à idée pour une écoute améliorée des salariés
- Création d'un livret d'accueil et d'un processus d'accueil facilitant l'intégration des nouveaux salariés

6 - Mes salariés intéressés et motivés se positionnent comme porteurs d'actions (Phase 7 du calendrier)

En général, ce n'est pas le chef d'entreprise le porteur d'action. C'est donc l'opportunité de déléguer, de responsabiliser. C'est un signe de confiance qu'il accorde à ses salariés. Ils sont souvent les mieux placés pour suivre le déroulement de l'action.

Rôle du porteur d'action :

Son rôle n'est pas toujours de faire, il peut être amené à faire avancer l'action avec des collègues, dans ce cas, il assure le suivi de sa mise en œuvre en :

- S'assurant que chacun réalise bien ce sur quoi il s'est engagé
- Apportant de l'aide si besoin
- Mobilisant ses collègues pour suivre le calendrier

7 - Je pilote le projet (Etape transversale)

Le pilote reste le dirigeant. C'est vous qui impulsez, pilotez, suivez et évaluez le projet. Votre rôle est transversal tout au long du projet.

Vous serez plus au moins présent dans la mise en œuvre selon la capacité de vos salariés à mener les actions.

Ne cherchez pas à tout maîtriser, faites confiance à vos équipes !



Conseils :



- Dérouler le projet dans un délai de 3 à 6 mois
- S'entourer et s'assurer du soutien de quelques salariés lors du démarrage du projet
- Donner les moyens de réussir aux équipes : temps, matériel, ... etc
- Faire régulièrement des points avec les porteurs d'actions afin de dynamiser le projet, les encourager, les accompagner si besoin, voire les relancer
- Viser un résultat concret
- Se positionner comme un coordinateur, facilitateur

JE CONSTRUIS UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR FACILITER L'ARRIVÉE DE NOUVEAUX TALENTS



Valoriser les points forts de l'entreprise pour capter les talents recherchés (réseaux sociaux, presse, local, salariés, ...)

Une fois que vous avez réalisé le diagnostic auprès de vos salariés, il est temps d'établir une stratégie de communication pour fidéliser vos collaborateurs et capter de nouveaux talents.

1. Je définis mes valeurs, la raison d'être de l'entreprise et ses engagements

Comme pour commercialiser vos produits, à vous de capitaliser sur ce qui rend votre entreprise attractive !

Quelles sont vos valeurs ? L'écoute ? La réactivité ? L'audace ? Le professionnalisme ? L'éthique ?

La raison d'être de l'entreprise est l'ADN, ce pourquoi votre entreprise existe.

Elle relève de la vision, du sens, au-delà de la dimension économique.

2. Je réfléchis à mes cibles et à mes objectifs

Qui sont mes cibles ? Auprès de qui dois-je communiquer pour pouvoir recruter ?

Dois-je passer par des cibles relais (prescripteurs tels que Pôle Emploi, fédérations professionnelles,

écoles...)?

3. Je mets en place des outils et des actions de communication

Plusieurs outils peuvent vous aider à gagner en visibilité et accroître votre communication marque employeur.

Pour l'externe, dans une démarche de recrutement :

Pensez à la **vidéo** pour vos offres d'emploi !



Utilisez les **réseaux sociaux** : Facebook, Twitter, LinkedIn, relayez vos offres d'emploi, partagez la vie de votre entreprise en utilisant ces réseaux.



Ils sont de formidables outils pour créer de la viralité. Avez-vous un **site internet** ? Au-delà d'un site vitrine pour vos objectifs commerciaux, c'est aussi un bon moyen pour présenter votre équipe, partager vos valeurs, en bref, l'ADN de votre entreprise !

Pour l'interne, dans une démarche de fidélisation :

- Organisez des **temps conviviaux** : repas de fin d'année, sortie annuelle...
- **Café d'accueil** pour l'arrivée d'un nouveau salarié(e)



- Temps d'échanges / **Points réguliers** avec vos salariés

Vous l'avez compris, une ambiance de travail sereine et dynamique est essentielle pour que votre entreprise soit attractive auprès de vos salariés.



Pensez-y ! Le temps c'est de l'argent !

Si vous n'avez pas de budget pour externaliser votre communication, essayez d'y consacrer 2 heures par semaine !

Fixez vous un créneau régulier pour faire le point sur votre communication marque employeur.



Au cours d'une réunion collective avec tous les salariés :

1. Nous évaluons la réalisation du plan d'actions

Repartir de l'objectif défini à l'origine du projet -
Pour chaque action, repérer :

1. Le résultat obtenu / au résultat attendu
2. La démarche mise en place
3. Ce qui a favorisé la réussite et qui est à renouveler

2. Nous instaurons des pratiques pour pérenniser la démarche

1. Listez les éléments qui facilitent la mise en oeuvre des actions (voir l'exemple ci dessous) afin de les intégrer dans les pratiques de l'entreprise

2. Définissez de nouvelles actions pour garder la dynamique d'amélioration

3. Instaurez des pratiques / des habitudes qui vont aider à pérenniser la démarche : temps de quelques minutes toutes les semaines pour l'expression des idées, faire un point sur ce qui a bien fonctionné sur tel chantier, tel produit, tel dossier, ..., afficher le plan d'actions et en avoir tout le temps un en « chantier », faire s'exprimer les personnes recrutées

4. Relancez la démarche tant qu'elle n'est pas inscrite dans le fonctionnement de l'entreprise comme automatique.

3. Nous mettons en place un outil pour mesurer l'évolution de la marque employeur

A 1 an,

- Mettez en lien les actions réalisées durant une année avec les points de diagnostic qui étaient à faire évoluer.
- Mesurez l'impact sur les 6 thèmes de la marque employeur à l'aide d'une pondération ++, +, - et --.

	Réalisation d'un livret d'accueil	Informations sur les possibilités de formation (CPF...)	Réunion mensuelle avec l'équipe	Mettre en place un temps convivial avant les vacances d'été
Notoriété				
Accueil	++			
Vie Pro/ Vie perso		-		
Rémunération				
Management				
Conditions de travail			++	Pas fait

Pour vous guider, un exemple d'évaluation et de pérennisation :

- **Durée du projet** : de février à juin 2021
- **Personnes concernées** : toute l'entreprise
- **Porteurs d'actions** : Olivier (dirigeant), Aurélie et Adrien
- **Date de la réunion d'évaluation** : 09 septembre 2021 (2 h animé par Olivier)
- **Objectif initial** : Exploiter toutes les idées des salariés pour améliorer le quotidien de tous et limiter les départs.
- **En introduction de la réunion** : Chaque salarié exprime son ressenti sur ce qui a évolué sur les 5 mois grâce à cette démarche

1. EVALUER

Actions	Résultat attendu	Résultat atteint	Raison de ce résultat	A renouveler Bonnes pratiques
Réunion mensuelle avec l'équipe	Identifier des améliorations à apporter et organiser leur mise en oeuvre	2 fois en 6 mois (1/2h) atelier rangé organisation de la gestion du fuel	Impulsion par la direction Cela a bien fonctionné (2 réunions) mais il n'a pas été possible de se réunir davantage (surcharge de travail, etc.)	Prendre le temps 1 fois par mois L'inscrire en amont sur le planning de l'entreprise



Mettre en place un temps convivial avant les vacances d'été	Favoriser le partage autre que le travail	Rien n'a été fait	Personne n'a pris en charge l'action Surcharge de travail, pas la priorité	Décider collectivement si l'action est reportée ou annulée
Réalisation d'un livret d'accueil	Faciliter l'accueil des nouveaux salariés	Fait par une personne de l'administratif	Motivation de la salariée Projet accompagné par la fédération professionnelle	Bonne pratique : Nommer une personne motivée et lui donner le temps nécessaire
Donner à tous de l'information sur les possibilités de formation (CPF...)	Développer la formation au sein de l'entreprise	Information transmise à tous via le tableau d'affichage	Adrien a pris contact avec l'OPCO et a donné les infos rapidement	Bonne pratique : Choisir la personne qui connaît le mieux le sujet S'assurer qu'elle dispose des ressources nécessaires

2. PÉRENNISER

Éléments facilitant la mise en oeuvre des actions :

- Les salariés expriment ce dont ils ont besoin pour améliorer leur quotidien au travail
- La direction impulse l'organisation
- Juger ensemble des priorités et décaler la mise en oeuvre si nécessaire
- Nommer un porteur d'action motivé par le sujet
- Profiter de l'aide de la fédération quand l'action est trop lourde pour l'entreprise

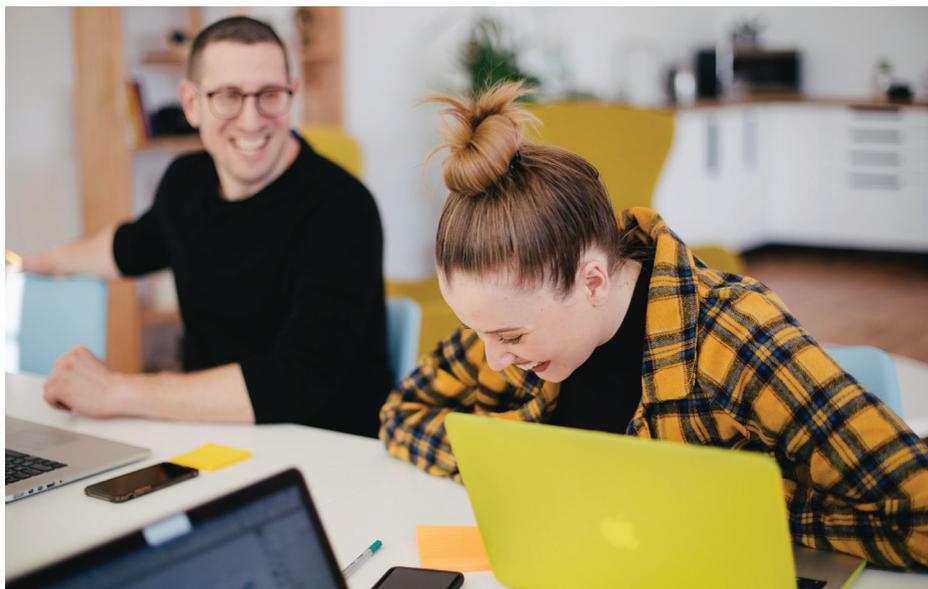
Les actions pour poursuivre la démarche :

- Organiser l'entretien des véhicules et matériels
- Organiser le moment convivial avant Noël
- Faire la réunion le dernier lundi du mois à 16 h même si tout le monde n'est pas là, ne pas y déroger

- Rédiger le processus recrutement avec les outils associés
- Veiller à ce que chaque salarié demande une formation par an

Faire vivre la marque employeur pour votre entreprise :

- Reprendre le diagnostic une fois par an ou tous les 2 ans
- Capitaliser les actions menées et valoriser en interne les réussites
- Mettre en place l'entretien individuel et professionnel (fin 2021)
- Faire une vidéo sur les savoirs faire de l'entreprise (2ème semestre 2022) et la diffuser largement sur les réseaux sociaux pour faciliter les recrutements.



Contact :

Sonia CHAPRON
Chargée de mission
U2P Pays de la Loire
06 88 05 31 01
s.chapronPDL@U2P-france.fr