

# Livre blanc



**Loin du siège**  
**Loin du coeur**  
**(de marque)**

**ORNELLA MELAY**

# Sommaire.

## 01.

**Qui suis-je?..... 3**

## 04.

**Construire une marque employeur interne adaptée à un contexte de mobilité.....17**

## 02.

**Introduction.....5**

La marque employeur  
Contexte de mobilité  
Une tendance

## 05.

**Adapter sa marque employeur externe au contexte de mobilité et la promouvoir.....29**

## 03.

**Comment mettre en place un projet de marque employeur?.....10**

## 06.

**Mesurer l'efficacité..... 37**

## 07.

**Le mot de la fin.....38**

Remerciement

# Qui suis-je ?

## Je me présente... je m'appelle **Ornella** !

Avant de m'orienter vers la communication, j'ai obtenu un baccalauréat Littéraire avec une spécialité approfondie en arts plastiques. J'ai toujours eu cette âme artistique en moi, et depuis mon plus jeune âge, j'aime imaginer et créer toutes sortes de choses. C'est donc tout naturellement, après l'obtention de mon bac, que je me suis orientée vers la communication.

Après cinq années dans le domaine de la communication, comprenant plusieurs stages et une expérience en alternance en communication externe, j'ai décidé de prendre un nouveau virage. J'aimais fédérer, partager, accompagner et organiser...

### Alors pourquoi pas la communication interne ?

Aujourd'hui, je suis chargée de communication interne chez Saybus-Réunir. Ma mission principale est de fédérer un réseau de partenaires et de collaborer avec les équipes en utilisant divers supports.

Je suis ravie de pouvoir mettre mes compétences et mon expérience professionnelle à votre service, à travers ce livre blanc.

Bonne lecture ! 😊

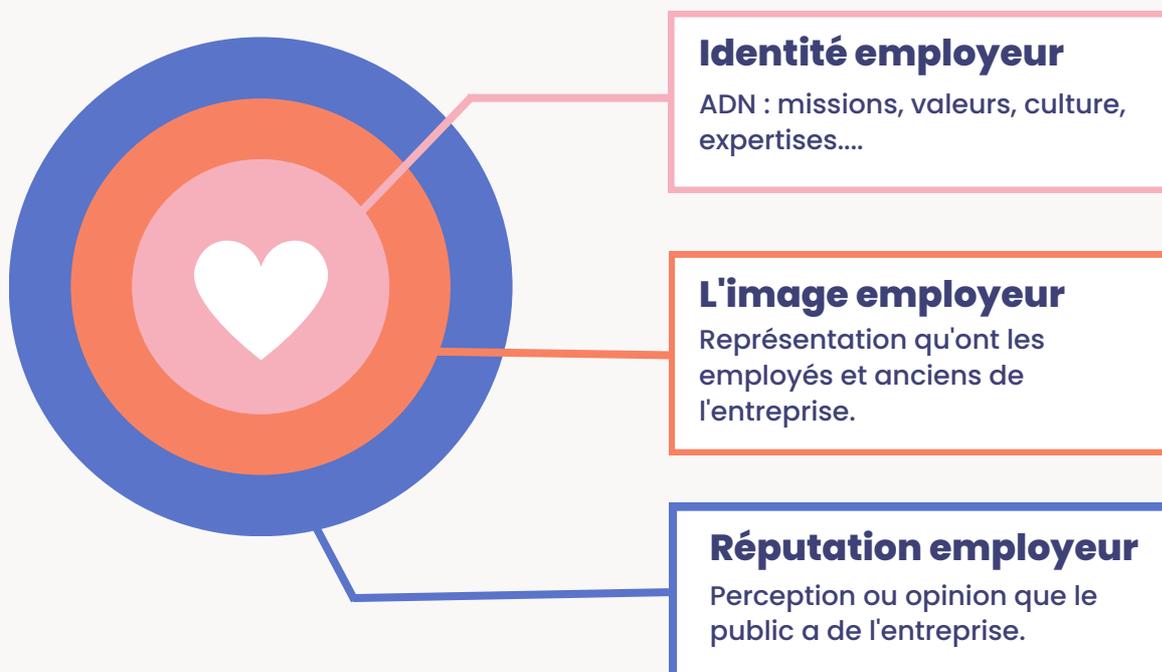


**COMMENT CONSTRUIRE UNE  
MARQUE EMPLOYEUR  
SOLIDE ET PERFORMANTE  
DANS UN CONTEXTE  
DE MOBILITÉ ?**

## La marque employeur **kesako** ?

La marque employeur se réfère à la perception qu'ont les personnes d'une entreprise en tant qu'employeur. Cela comprend l'image de l'entreprise, sa réputation, sa culture d'entreprise, ses valeurs et son environnement de travail. Elle joue un rôle crucial en interne, car elle favorise le bien-être des collaborateurs, améliore la productivité et renforce la réputation et l'image que les collaborateurs ont de l'entreprise.

C'est un facteur essentiel, car les collaborateurs sont finalement les premiers ambassadeurs de l'entreprise à l'extérieur. Elle joue également un rôle crucial en externe, car elle permet d'attirer les meilleurs talents et de rester compétitive sur le marché.



# Le contexte de mobilité, une problématique pour la marque employeur ?

De nos jours, de nombreuses structures et collaborateurs sont dispersés sur des terrains différents pour plusieurs raisons : le télétravail, l'éloignement du siège social ou le mode de vie "digital nomad" par exemple.

“

Le télétravail s'est énormément démocratisé depuis la pandémie du Covid-19 en 2020, car il a permis d'assurer la continuité du travail malgré la situation. Cette organisation est très appréciée, car elle apporte davantage de flexibilité et un meilleur équilibre avec la vie personnelle.



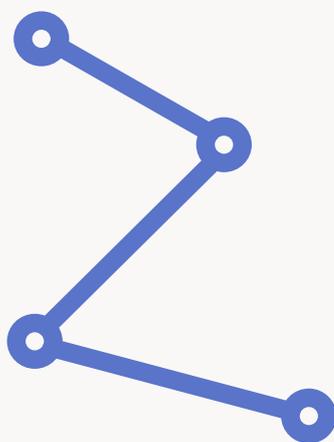
”

Il y a parfois aussi des structures qui sont divisées en plusieurs filiales, réparties aux quatre coins de la France ou du monde.

Ces différents contextes induisent une marque employeur à distance.

On parle notamment de marque employeur virtuelle et cela fait référence à la perception qu'ont les employés malgré l'absence régulière d'interactions avec l'entreprise.

**Le siège**



**Collaborateurs**

Ces différentes organisations isolent et déconnectent les collaborateurs de leur société. En effet, ce contexte de mobilité contraint d'être à distance de la communication de l'entreprise, et le maintien de la marque employeur devient donc un véritable défi.

Les entreprises ont du mal à maintenir le lien avec leurs employés éloignés, et l'entretien de la marque employeur doit être encore plus soigné.

# Pourquoi ce guide

- 1** Pour vous aider à développer votre marque employeur dans un contexte où vos salariés sont loin du siège ou mobiles.
- 2** Pour vous faire comprendre les bénéfices de celle-ci et son importance en vous proposant des actions concrètes pour maintenir le lien avec vos collaborateurs.
- 3** Pour attirer de nouveaux talents malgré ce contexte de distance.



## À qui s'adresse ce guide ?

Je m'adresse à vous, dirigeants d'entreprise, professionnels des ressources humaines ou de la communication, quelles que soient les difficultés que vous rencontrez.



# Pourquoi la marque employeur fait-elle parler d'elle depuis quelques années ?

## Pourquoi est-il essentiel de la développer ?

### Une tendance ? pourquoi ?

1/4

#### Concurrence accrue des talents

Le marché du travail est devenu assez compétitif et attirer et retenir de bons talents est devenu un réel défi pour les entreprises. La marque employeur est un moyen de se distinguer.

2/4

#### Attentes des collaborateurs

Les collaborateurs recherchent davantage des entreprises avec un cadre professionnel, bienveillant où l'équilibre vie personnelle et professionnelle est pris en compte.

3/4

#### Avis et notation

Les candidats se renseignent davantage sur les notations et avis sur l'entreprise avant de postuler sur des sites internet tels que ; Glassdoor ou Welcome to the Jungle.

4/4

#### Salariés volatiles

Le turnover a énormément augmenté ces dernières années. La fidélisation des salariés fait donc partie des enjeux majeurs dorénavant. Une bonne marque employeur contribue à la rétention des employés.



**Vous vous reconnaissez dans l'une des affirmations suivantes ?**



**Vous sentez que le contexte de distance détériore le climat social de l'entreprise et qu'il y a un manque de cohésion ?**



**Vous constatez un manque d'engagement de vos collaborateurs et vous voulez y remédier ?**



**Vous ne parvenez pas à conserver vos talents et vous souhaitez les fidéliser ?**



**Votre contexte d'implantation géographique est problématique et vous sentez qu'il est difficile d'attirer de bons profils ?**

**SI LA RÉPONSE EST OUI,  
ALORS CE GUIDE EST FAIT  
POUR VOUS !**

# Comment mettre en place un projet de marque employeur ?

# 03.

## 1. Faire un audit de la marque



### Pourquoi lancer la démarche d'audit de la marque employeur ?

L'étape de l'audit permet d'analyser la perception qu'ont les employés sur l'entreprise et plus particulièrement sur la marque employeur. Pour qu'ils véhiculent une marque employeur en externe, il faut qu'ils s'y reconnaissent. Il faut donc commencer par les écouter et entendre leurs requêtes et recommandations.



**Pour avoir une vision 360 de la marque employeur, il faut auditer l'interne et l'externe.**

**En externe, cela consiste à faire un bilan de tout ce qui se dit sur l'entreprise : réseaux sociaux, plateformes d'avis, forum, etc.**

## On commence par où ?

### 1 Définir les raisons qui vous poussent à réaliser un audit

Des avis négatifs sur votre site internet ? Vous avez des difficultés à recruter des talents ? Ou bien, vous souhaitez renforcer le sentiment d'appartenance de vos collaborateurs dans un contexte de mobilité, par exemple ?

Ce questionnement est important pour bien cerner ce qui vous pousse à entamer cette démarche mais aussi pour mieux définir vos objectifs.

## 2

### Réaliser un diagnostic interne

Dans cette étape, il faut interroger les principaux concernés : les managers et les collaborateurs. Ils ont tous un avis et un regard unique sur l'entreprise.

Pour en savoir plus sur l'expérience en tant que salarié, il faut organiser de petits ateliers à distance ou en présentiel, si cela est possible, au cours desquels ils peuvent s'exprimer et raconter davantage comment s'est déroulée leur intégration. Et surtout, savoir si le contexte de mobilité est un problème pour leur bien-être au sein de l'entreprise.

Pour être sûr qu'ils participent et osent s'exprimer, vous pouvez également envoyer un questionnaire anonyme.

#### **Idée de questions :**

**Pourquoi cette entreprise vous a-t-elle attiré ?**

**Quels sont les avantages que vous appréciez le plus ?**

**Quelles sont vos suggestions pour l'améliorer ?**

**Sur une échelle de 1 à 10, recommanderiez-vous cette entreprise à un ami ?**

**Vous sentez-vous bien dans cette organisation à distance ?**

**Avez-vous la sensation d'être loin de votre siège ?**

**Parvenez-vous à maintenir des liens malgré la distance ?**

**Avez-vous des suggestions et des idées d'amélioration ?**

Leurs suggestions peuvent aider à mieux comprendre les forces et les faiblesses de votre marque employeur interne.

Il est également important d'analyser les différents canaux internes utilisés par l'entreprise, en les analysant de manière qualitative et quantitative.

C'est ici qu'on va diagnostiquer leur performance et leurs retombées. Il faut vérifier si les collaborateurs utilisent réellement les plateformes et examiner les taux d'ouverture de la newsletter.

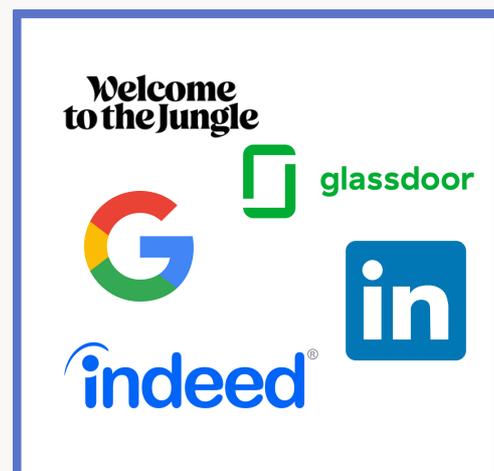


### 3 Réaliser un diagnostic externe

En ce qui concerne le diagnostic externe, il consiste à faire une analyse générale de tout ce qui se dit sur la structure et à mieux connaître la réputation de l'entreprise.

Vous pouvez étudier les avis et évaluations de l'entreprise sur différents sites.

Vous pourrez également analyser les commentaires de vos anciens employés et mieux diagnostiquer ce qu'ils pensent de votre entité.



### 4 Réaliser un bilan des données récoltées

Après avoir recueilli toutes ces informations, il faut analyser les résultats et identifier les forces, les lacunes et les opportunités afin de déterminer des objectifs en accord avec les problématiques.

Ce bilan aura permis d'avoir une idée de l'image actuelle de votre entreprise.

**N'oubliez pas, de faire un compte-rendu à vos employés !**

## 2. Bâtir un discours employeur



**Il y a une grande importance à bâtir une identité de marque employeur et à travailler l'image que l'on souhaite renvoyer en externe.**

### CONSEILS



Pour définir l'identité de l'entreprise, il faut commencer par analyser les éléments qui rendent votre entreprise unique. Ce travail de réflexion permettra de construire une promesse employeur qui vous est propre.

Ce discours doit refléter l'identité de l'entreprise tout en valorisant ses points forts avec authenticité. Étant donné le contexte de distance, il peut être très bénéfique d'organiser un brainstorming d'équipe en visioconférence pour faire participer les équipes dans la définition de ses valeurs.

**C'est un véritable projet d'entreprise qui va entraîner des débats et une réflexion globale constructive.**

Les impliquer dans ce projet d'entreprise est gratifiant et c'est le meilleur moyen de remporter leur adhésion. Cela permettra également d'avoir une vision précise et représentative de l'entreprise.

Pour formaliser votre plateforme de marque, il faut prendre en compte différents axes :

#### DEF



**La plateforme de marque est un outil de référence et de partage qui apporte un fil rouge à la structure de l'entreprise. Elle permet de guider les actions menées dans l'entreprise.**



## Les questions à développer

### Politique

Dans un contexte de mobilité, il faut préciser les politiques managériales adoptées et montrer ce qui vous différencie des autres entreprises.

### Histoire

Racontez votre histoire et comment est née l'entreprise. Le storytelling peut être utilisé, afin de retenir l'attention de votre audience.

### Mission

Définir la raison d'être de l'entreprise, le rôle dans le secteur d'activité.

### Vision

Les ambitions et ses perspectives pour les années à venir. La vision de la direction.

### Valeurs

Les valeurs défendues par votre entreprise et celles que vous incarnez au quotidien.

Encore une fois, c'est le moment d'insister sur le contexte d'éloignement, et d'insister sur la confiance.

### Engagements

Les sujets que vous défendez et les causes que vous soutenez.



### TIPS

Un benchmark de vos concurrents peut vous aider à vous inspirer, mais surtout à bien connaître les pratiques utilisées pour mieux vous démarquer.

Une fois qu'elle est bâtie, il faut qu'elle soit partagée à l'ensemble des collaborateurs, pour qu'ils puissent s'y référer et l'appliquer dans leur quotidien.

# 3. Fixer les objectifs

## CONSEILS



Afin de définir une stratégie de marque employeur adaptée, il convient de fixer des objectifs clairs et définis, en fonction de votre problématique.

**Les principaux objectifs fixés par les entreprises qui souhaitent développer leur marque employeur dans un contexte de mobilité sont :**

### INTERNE

#### BIEN-ÊTRE :

Le bien-être et la qualité de vie au travail sont des facteurs essentiels pour favoriser la productivité et la satisfaction des salariés. D'autant plus pour les salariés qui sont à distance, ils ne doivent pas se sentir délaissés et isolés.

#### ADHÉSION - FIDÉLISATION :

Développer le sentiment d'appartenance et maintenir un maximum de liens avec les collaborateurs en cours. C'est ce qui va réduire le turnover qui a augmenté ces dernières années.

#### EXPERIENCE CANDIDAT :

Soigner l'expérience candidat, qu'il ne ressente pas la distance lors de son intégration et tout au long de son expérience dans l'entreprise.

### EXTERNE

#### IMAGE :

Véhiculer une image employeur rassurante malgré le contexte pour attirer de nouveaux talents.

#### VALORISER :

Valoriser et promouvoir la collaboration à distance.

# 4. Analyser sa cible

## CONSEILS



Lorsque l'identité et l'enjeu de votre marque employeur sont bien définis, il convient de poser les critères de vos cibles potentielles. A savoir :

### | Âge

La moyenne d'âge de vos employés ou l'âge de votre candidat idéal.

### | Expérience

Le parcours scolaire et professionnel de la personne.

### | Compétences

Les compétences, savoir-faire, savoir-être qu'il possède.

### | Spécificités

Qu'est-ce qui fait de lui un collaborateur à fort potentiel.

### | Si il est en poste

Ce qui ne lui convient pas, ce qui l'amènerait à quitter sa structure actuelle?

### | Si il recherche un poste

Ses envies ? Comment il cherche un job ? Ses habitudes. Quelles sont ses valeurs ?

### TIPS

**Vous pouvez définir un persona pour être plus précis.**

# Construire une marque employeur interne adaptée à un contexte de mobilité

## 04.

La marque employeur interne fait référence à l'image qu'ont les employés de l'entreprise. Dans un contexte de distance, il faut être davantage attentif à la culture d'entreprise, à l'expérience et au bien-être des collaborateurs.

### 1. Partager les valeurs, l'histoire et informations fondamentales de l'entreprise avec les collaborateurs

**Une fois les valeurs de votre entreprise définies, il va falloir les mettre en avant et les partager avec l'ensemble de la structure.**



En termes d'outils, il est intéressant de créer un kit d'informations sur l'entreprise. Ce kit constituera un support indispensable regroupant toutes les informations relatives à la société. Ce kit doit être en accord avec vos valeurs, représentatif de votre tonalité. C'est également un document essentiel à avoir lors de l'arrivée d'un nouvel employé pour faciliter son intégration.

### IDÉES DE CONTENUS

**ADN** mission, vision, valeurs...

**BRANDBOOK**

comprenant le vocabulaire de la marque et les fondamentaux à connaître sur l'identité visuelle.

**TROMBINOSCOPE**

La structure et les services de votre entreprise.

**BONNES PRATIQUES**

Les bonnes pratiques à distance : les plages horaires de disponibilités, les personnes à contacter en cas de problème technique...



## CONSEILS



Pour rendre le support plus agréable, vous pouvez également ajouter d'autres types de supports tels que des interviews de collaborateurs, des photos d'événements, ou encore des portraits chinois.

**Le principal enjeu est de faire en sorte que vos salariés connaissent parfaitement l'entreprise dans laquelle ils travaillent et qu'ils transmettent les bonnes informations. Il est également important que les nouvelles recrues puissent s'identifier facilement.**

### TIPS

**Pour avoir un impact plus fort, ce kit peut être envoyé par voie postale, accompagné de goodies à l'effigie de l'entreprise.**

## 2.

### Favoriser la transmission d'information et

### la rendre accessible

“

**52%**

**des employés ne sont pas satisfaits de la façon dont leur entreprise communique en interne.** Link Humans

”

Au vu du contexte de mobilité, il est d'autant plus important de favoriser la transmission d'informations. A distance, il est en effet compliqué de communiquer avec les collaborateurs et les managers.

Une bonne marque employeur favorise la transmission d'informations et améliore donc les échanges entre les parties prenantes et l'ambiance au sein de la structure.

C'est également un vecteur qui va renforcer le sentiment d'appartenance et faire que les employés se sentiront davantage impliqués dans les actualités et les orientations de l'entreprise.



## Conseils d'expert

**Les pratiques de Célia Santer ,  
Ancienne Responsable Communication  
chez Saybus-Réunir.**

### Présentation

J'étais Responsable communication chez Saybus-Réunir et je m'occupais autant de la communication externe pour faire rayonner la marque sur les différents canaux que de la communication interne avec les équipes et les différents partenaires éparpillés dans les quatre coins de la France.

### **Pouvez-vous me raconter votre expérience professionnelle, ou vous avez eu à faire à un contexte de mobilité ?**

Dans mon ancien poste chez Saybus-Réunir, j'ai été confronté à un contexte de mobilité. En effet, les équipes étaient réparties entre Lyon et Paris, tandis que nos adhérents se trouvaient dans diverses régions de la France.

Cette expérience m'a donné l'opportunité de parcourir régulièrement le territoire français.

Mes déplacements étaient fréquents afin de collaborer avec les pôles de l'association. Nous étions souvent sollicités pour des réunions, des projets ou des comités de direction, par exemple.

Ces occasions nous permettaient de rencontrer les équipes, de développer des projets conjointement, de créer du contenu en collaboration avec elles, et de le partager ensuite avec nos adhérents, que ce soit en interne ou en externe.

La répartition géographique de nos adhérents à travers toute la France nous a incités à mettre en place des outils et des processus favorisant la communication et comblant la distance qui nous séparait.

## Quelles solutions adaptées ont été mises en place ?

Au sein de l'association, avec nos adhérents, nous avons mis en place différents outils adaptés au contexte.

Nous avons créé une newsletter hebdomadaire mettant en lumière les actualités de chaque pôle. Mais nous avons également organisé des événements physiques pour renforcer les liens. Nous avons aussi tourné des vidéos promotionnelles avec eux, pour les inclure dans les projets de l'association.

En termes d'outils, nous avons créé une plateforme collaborative pour permettre à nos adhérents d'avoir accès à tous les documents liés à l'association, ainsi qu'aux contacts dédiés.

Pour surmonter la distance et favoriser les liens au sein des équipes, nous avons développé différents outils, tels qu'un trombinoscope d'équipe avec les coordonnées de contact, et des photos pour mieux se connaître, des séminaires communs, ou encore des projets entre pôles.

## En quoi une meilleure communication peut contribuer à renforcer la marque employeur ?

Je pense en effet, qu'une meilleure communication peut grandement contribuer à la marque employeur de plusieurs façons :

Une communication efficace permet aux employés de se sentir connectés à l'entreprise, de comprendre sa vision, ses valeurs et ses objectifs ce qui les transforme en véritables ambassadeurs de la marque.

Une communication transparente et ouverte favorise le bien-être des employés et renforce la sympathie envers l'entreprise. Cela contribue à créer une image de marque positive et à établir une relation de proximité avec les employés.

### 3. S'assurer du bien-être des collaborateurs et s'intéresser à leurs aspirations

#### CONSEILS



Pour vous assurer que vos salariés à distance se portent bien, organisez davantage de point pour faire des bilans de travail et leur demander des retours. À distance, il est d'autant plus important de prendre des nouvelles, de rester à l'écoute et surtout de veiller à leur bien-être. Obtenir un retour régulier des équipes permettra de mettre en place des actions correctives et de favoriser une culture de travail positive à distance tout en stimulant vos équipes.

#### TIPS

**Mettez en place des sondages pour recueillir les retours de vos équipes. Cela permettra de prêter une réelle attention à leurs préoccupations et idées.**

Vous pouvez profiter de ces entretiens réguliers pour en savoir plus sur leurs envies et surtout identifier les domaines de compétences dans lesquels les collaborateurs ont besoin de se développer pour atteindre leurs ambitions professionnelles.

Malgré le contexte de mobilité, il faut rester attentif à leurs aspirations et il est important de les faire évoluer régulièrement pour les stimuler. D'autant plus dans un contexte de distance, il faut éviter à tout prix le phénomène de lassitude vis-à-vis de leur travail. Les booster régulièrement est indispensable pour qu'ils se sentent bien et qu'ils n'aient pas envie de partir.

Proposez donc des sessions de formation en ligne et des webinaires pour renforcer leurs compétences et les faire évoluer. Le fait de les faire évoluer va favoriser leur bien-être et leur estime d'eux-mêmes.



# 4. Créer un environnement et un cadre de travail

agréable même à distance

## CONSEILS



Il est primordial de s'intéresser aux conditions de travail des collaborateurs, en particulier lorsqu'ils travaillent à distance, afin de s'assurer que l'organisation et l'environnement leur conviennent.

Pour qu'ils travaillent dans de bonnes conditions, il est important de fournir de bons outils à vos employés, afin que cela n'affecte pas leur productivité et leur bien-être.

Cela passe par la fourniture de matériel de base, tel qu'un ordinateur de qualité et éventuellement une tablette pour les visioconférences. Vous pouvez également mettre en place des formations pour vos collaborateurs, car l'utilisation de ce type de matériel n'est pas innée pour tout le monde.

Il est également important de leur fournir des logiciels efficaces pour collaborer à distance.

## IDÉES D'OUTILS POUR FACILITER LES ÉCHANGES

**SLACK**

### PLATEFORME COLLABORATIVE

Il est possible de créer un groupe privé où les employés peuvent discuter entre eux et interagir à tout moment. Cela permet de fédérer des communautés internes.

**ASANA**

### PLATEFORME D'ORGANISATION

Pour créer des to-do lists et les partager. Tout le monde peut les modifier, ajouter des échéances, des rappels, etc.

## GOOGLE DOCS

### OUTILS EN LIGNE

Pour créer des documents type Excel, word, dossiers collaboratifs.

## DOODLE

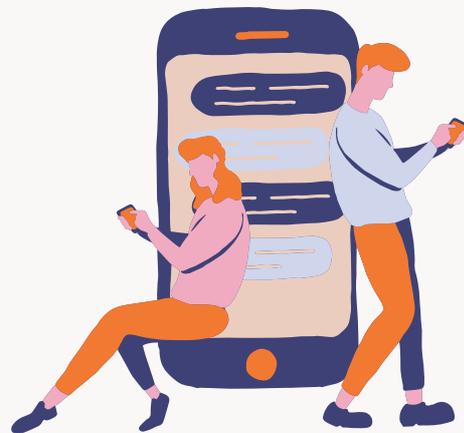
### OUTIL DE PLANIFICATION

Pour planifier des réunions qui accordent à tout le monde grâce à des votes.

## INFOMANIAK MEET

### APPLICATION DE VISIOCONFÉRENCE

L'application permet de créer rapidement des réunions vidéo. Les collaborateurs pourront voir leurs collègues et envoyer des messages.



## 5. Maintenir des liens et créer de l'informel

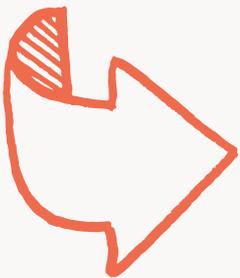
### CONSEILS



Malgré la distance, il faut arriver à créer des liens de qualité entre les équipes, mais aussi entre les managers et les équipes. Il est difficile de se lier à distance et de créer de la cohésion... Pour pallier cette problématique, vous pouvez organiser des petits événements d'équipe régulièrement.

## EXEMPLES D'ÉVÉNEMENTS

- 1. Petit-déjeuner ou apéritif virtuel.**
- 2. Mettez en place des cours de sport ou un blindtest.**
- 3. La gamification pour impliquer vos collaborateurs à distance. En organisant un challenge sportif où le but est de faire le plus grand nombre de pas par semaine, par exemple.**
- 4. Maintenir un rassemblement annuel obligatoire. Il est important d'organiser un team-building pour que les salariés puissent davantage se connaître et favoriser la cohésion.**



Il faut favoriser au maximum les échanges informels, car c'est ce qui va développer les liens entre les parties prenantes. L'idée étant de souder les équipes, pour leur bien-être, mais aussi pour véhiculer votre cohésion en externe.

Il est également primordial de développer et d'adapter certains processus en virtuel, pour une meilleure intégration.



## Conseils d'expert

**Les pratiques de Lauralee Bonnet,  
Consultante en recrutement et  
marque employeur - Espely**

### Présentation

Après quelques années en tant que salariée à des postes communication / marketing et recrutement, j'ai créé espely dans l'objectif d'aider les TPE et PME à recruter et fidéliser ses salariés.

**En quoi le sentiment d'appartenance pour une entreprise est important ? Et encore plus dans un contexte de télé travail/distance/digital nomade ?**

Des salariés engagés sont des salariés investis, qui vont donner le meilleur d'eux même. A l'opposé du quiet-quiting !

Cela permet à l'entreprise de mieux se développer, d'avoir des clients plus satisfaits et des salariés plus fidèles.

En remote, un salarié peut vite se sentir seul, mis de côté. Garder le lien à distance grâce à la visio est indispensable. A contrario des réunions physiques qui peuvent se faire qu'une ou deux fois dans la semaine, les visios doivent être plus fréquentes. Et des rencontres physiques type séminaire doivent être organisées pour créer et renforcer les liens.

**Quel est le rôle des managers et des leaders dans la fidélisation des employés ? Comment peuvent-ils créer un environnement propice à l'engagement et à la fidélité des salariés ?**

Les managers sont les relais de la culture d'entreprise. Ils doivent donc bien la comprendre pour l'incarner et la faire vivre auprès des collaborateurs.

Un management très directif, qui manque d'écoute, de reconnaissance, de confiance n'est plus adapté à la recherche des candidats aujourd'hui.

Et lorsque ce genre de management est utilisé, il peut favoriser le turn-over.

Pour créer un environnement propice en interne, la première action à mener pour moi est la formation. En effet, très souvent, les managers sont des techniciens avec de l'ancienneté qui progressent vers un poste de responsable.

Ils sont forts sur l'aspect technique, mais le management est une découverte pour eux.

Les dirigeants et dirigeantes d'entreprise doivent donc selon moi investir dans la formation pour avoir des managers compétents qui vont insuffler un bon climat et favoriser l'engagement et la fidélisation.

### **Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui cherchent à renforcer le sentiment d'appartenance de leurs salariés à distance, mais qui ont des ressources limitées ?**

Travailler sa culture d'entreprise, sa vision et les diffuser en interne est une des actions qui renforcent l'engagement des salariés. Et tant que chef d'entreprise, il est possible de se questionner sur le sujet de manière autonome, même si un accompagnement externe peut simplifier les choses.

La formation des managers aussi est clé. Et cela peut être pris en charge par les OPCO.

Enfin, des moments conviviaux simples, en équipe et à distance ne coûtent pas grand-chose, mais font la différence : petit-déjeuner, pique-nique...



# 6. Fédérer et impliquer pour renforcer le sentiment d'appartenance

## CONSEILS



Comme vu dans le témoignage ci-dessus pour renforcer l'engagement des salariés, il faut travailler au maximum la culture d'entreprise en créant notamment des moments conviviaux comme vu précédemment ou en créant des projets communs d'entreprise. En termes d'outils pour fédérer davantage vos équipes, vous pouvez créer une plateforme collaborative.

Pour cela, il faut choisir une plateforme adaptée qui correspond bien à votre contexte de mobilité. Il faut qu'il y ait différentes fonctionnalités pour faciliter les interactions et l'engagement des employés.

**Sur cette plateforme collaborative, vous pouvez développer plusieurs fonctionnalités pour fédérer :**

### **PARTIE** PRO

Fil d'actualité : décisions, objectifs, sondages...

Espace "ressources internes" : documents, plaquettes...

Espace messagerie : conversations entre collaborateurs.

Boîte à idées : idées de projet

Espace communautaire : pour chaque pôle.

Blog : conseils à distance...

### **PARTIE** LUDIQUE

Créer des groupes par thématique basés sur des centres d'intérêts, des projets, des régions.  
> facilite la collaboration et le partage de centres d'intérêts communs.

Créer une partie "réseau social interne" où vous publiez du contenu uniquement informel : concours d'équipes à distance, des photos internes, des jeux, des quiz, des anecdotes, des challenges, même de la semaine, etc.

## TIPS

**Choisissez des salariés qui seront ambassadeurs de la plateforme. Ils devront se montrer actifs sur le réseau social pendant les premières semaines, mais aussi promouvoir le réseau auprès des équipes, pour faire adhérer l'outil à tout le monde.**

En mettant en place ce type d'outil, vous allez créer un environnement de travail à distance engageant en favorisant la fédération des équipes, et donc renforcer leur sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise.

## Conclusion

En mettant en place ce plan de communication, vous allez développer une marque employeur interne solide à distance, qui permettra de renforcer les liens et de fidéliser vos collaborateurs. Il faut maintenant développer votre marque employeur externe pour attirer de nouveaux talents, malgré votre particularité : la distance.

# Adapter sa marque employeur externe au contexte de mobilité et la promouvoir

# 05.

## CONSEILS



Au vu du contexte, il paraît essentiel de rassurer vos futurs candidats pour les attirer, en mettant en avant les aspects positifs et les mesures mises en place par l'entreprise pour faire face à la distance qui sépare les équipes de la structure.

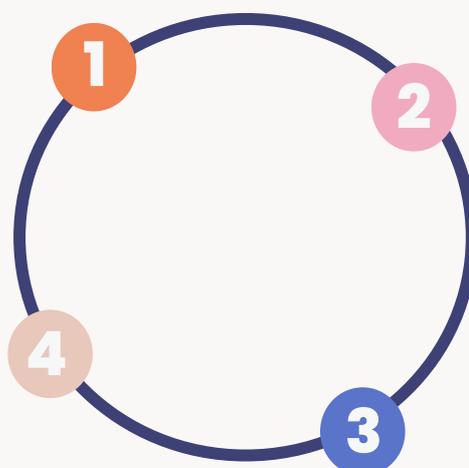
C'est le moment de montrer que vous êtes certes une entreprise éparpillée dans les quatre coins de la France ou en totale distance, mais que vous êtes une **super entreprise quand même** !

Dans un contexte de mobilité, le futur candidat sera en effet d'autant plus vigilant à la réputation de l'entreprise, à ses valeurs et à ses pratiques. Sa confiance sera donc d'autant plus difficile à obtenir, le rassurer au maximum est donc important.

## Le processus de recrutement côté candidat

1 Analyse des valeurs de l'entreprise et savoir si elles sont en adéquation avec les siennes.

4 Puis il observe les réseaux sociaux de l'entreprise et les messages véhiculés pour prendre sa décision.



2 Observer les avantages et les pratiques de l'entreprise.

3 Après l'entretien, analyse de son expérience candidat et du processus de recrutement.

# 1. Raconter et promouvoir l'histoire de l'entreprise en externe

Une fois que votre identité est bien définie en interne et que les valeurs que vous véhiculez correspondent réellement à vos actions, il faut raconter votre histoire.

## POURQUOI RACONTER UNE HISTOIRE ?

- 1 ELLE PERMET DE SAVOIR SI LES VALEURS DE L'ENTREPRISE CONCORDENT AVEC CELLES DU CANDIDAT.
- 2 UNE HISTOIRE PEUT CRÉER UN LIEN ÉMOTIONNEL AVEC LES CANDIDATS.
- 3 UNE HISTOIRE AUTHENTIQUE ET SOLIDE EST UN GAGE DE CONFIANCE ET DE CRÉDIBILITÉ.

Sur votre site internet et vos réseaux sociaux, vous pouvez utiliser le storytelling pour mettre en avant la marque employeur, car elle va permettre de révéler une personnalité unique et une identité forte.



**Il est temps de raconter VOTRE histoire et non DES histoires !  
Il faut que votre démarche soit sincère !**

Gardez un ton simple et direct, et racontez des choses vraies pour renforcer votre sympathie et une certaine proximité avec les futurs candidats.

### TIPS

**Pour promouvoir votre histoire, vous pouvez retracer vos valeurs en réalisant une vidéo corporate, raconter des anecdotes de vos collaborations à distance et utiliser des éléments narratifs pour susciter l'émotion.**

## 2. Créer une page carrière rassurante sur votre site web

**Pour exposer votre culture d'entreprise, vos avantages et opportunités de carrière, vous pouvez créer une page carrière sur votre site web.**

### DEF



**Une page carrière, c'est quoi ? Les pages ou sites de carrière sont une section de votre site consacrée à la mise en valeur de votre image d'employeur et à la présentation d'offres d'emploi.**

Cette page carrière est la vitrine de votre entreprise et l'espace où vous pouvez véhiculer les messages que vous souhaitez transmettre aux futurs candidats.

C'est sur cet espace que vous allez pouvoir partager votre organisation à distance et les techniques que vous mettez en place pour un travail collaboratif à distance réussi.

Cela aidera les candidats à mieux comprendre ce que vous offrez en tant qu'employeur à distance et aussi à mieux se rendre compte de votre culture d'entreprise.

## UNE PAGE CARRIÈRE COMPREND :

**Valeurs**

**Histoire**

**Engagement**

**Des offres d'emploi originales**

**Détails sur l'équipement**

**Chiffres clés : nombre d'employés, de sites...**

**Les avantages à distance**

**Formulaire pour candidater**

**Offres de bien-être (les événements à distance...)**

**Témoignages des candidats actuels pour rassurer**

**Avantages proposés (tickets restaurant, CE...)**

### TIPS

**Vous pouvez ajouter des photos et vidéos des équipes, des bureaux s'il y en a, des séminaires, pour apporter des preuves à votre discours.**

### 3. Soigner l'expérience candidat

Pour que le candidat décide de poursuivre l'aventure avec vous, il faut soigner son expérience en tant que candidat avant l'entretien mais aussi après.

Dans un contexte de mobilité, où les échanges sont faits à distance, il va être d'autant plus vigilant au déroulé. Il faut rendre les entrevues humaines et chaleureuses malgré le contexte.

“

20%

**du turnover a lieu dans les 45 premiers jours de l'arrivée du collaborateur**

O.C. Tanner

”

Il est nécessaire de mettre en place un processus d'intégration où le candidat aura accès à des formations en ligne et un espace avec tous les documents importants pour son intégration : guide de bienvenue, congés, administratifs, etc.

Il peut être également efficace d'organiser des événements de recrutements virtuels où les candidats peuvent en savoir davantage sur l'entreprise et poser des questions aux salariés actuels. Ils pourront également visiter l'entreprise virtuellement et mieux comprendre votre culture d'entreprise et les pratiques de travail à distance.

**Expliquez-leur également que si ils sont recrutés, ils auront un mentor attitré, qui sera en charge de les aider à s'intégrer.**



**Vos collaborateurs actuels seront ainsi eux aussi, partie prenante, à l'intégration des nouveaux venus, pour un meilleur projet d'entreprise et engagement interne.**

## TIPS

**Pour les candidats retenus, n'hésitez pas à demander aux membres de l'équipe actuelle d'adresser un mail de bienvenue et d'organiser une réunion en vidéo pour se présenter et partager leur travail.**

# 4. Développer votre présence en ligne

**Dans votre contexte, le virtuel vous concerne encore plus que les autres structures ! Il faut le développer ! 😊**

**Utilisez les réseaux sociaux et créez du contenu engageant, qui met en avant votre culture d'entreprise très forte, même à distance. Les réseaux sociaux peuvent vous permettre de réaliser des contenus authentiques qui reflètent l'ambiance au sein de votre structure.**

## IDÉES DE PUBLICATION :

- 1** Des captures d'écran de vos appels vidéo ; cela montrera l'engagement de l'entreprise à maintenir un lien fort entre les employés, mais aussi avec la structure.
- 2** Session questions-réponses, où les candidats peuvent interroger les employés sur la culture d'entreprise à distance.
- 3** Partager les moments informels en visio : montrer l'équilibre entre vie personnelle et professionnelle, avec des moments de détente virtuels ; afterwork, petit-déjeuner, cours de sport...

- 4 Mettez en avant les initiatives de soutien pour les employés à distance : formation, intégration ; montrez que même à distance, il y a un environnement de travail favorable.
- 5 Concours à distance : partagez une photo avec un hashtag spécifique ; cela permettra de montrer aux futurs candidats que l'entreprise favorise un esprit d'équipe même dans un contexte comme le vôtre.
- 6 Une journée dans la vie d'un salarié à distance, en vidéo

### TIPS

**Développez votre page "Welcome to the Jungle", c'est un site très apprécié pour analyser la marque employeur d'une structure.**

## 5. Faites de vos employés des ambassadeurs

Faire de ses employés des ambassadeurs consiste à inciter ses collaborateurs à partager du contenu sur la marque, leur expérience dans l'entreprise sur les réseaux sociaux ou auprès de leurs proches.

C'est un moyen d'attirer de nouveaux talents ! Un salarié ambassadeur permet de renforcer l'image positive de l'entreprise en témoignant de sa qualité de vie au travail.

## Quels sont les avantages d'un salarié ambassadeur dans un contexte de mobilité ?

1

Construire une image authentique et crédible : au vu du contexte, vos futurs candidats vont davantage s'intéresser aux aspects humains et au bien-être dans la structure.

2

Avant de se jeter dans le grand bain de cette expérience à distance, ils ont besoin de voir l'envers du décor et surtout d'avoir des retours d'expériences.

En ce sens, une vidéo ou une photo publiée par votre salarié est rassurante, transparente et plus honnête dans le discours que si c'était une campagne réalisée par votre structure. Le public externe pourra davantage s'identifier à vos collaborateurs.



**Le contenu partagé par les collaborateurs récolte 8 fois plus d'engagement que les messages corporate.**

Welcome to Jungle



Ils peuvent notamment réaliser des témoignages de leur expérience positive à distance dans votre entreprise. Pensez à créer un hashtag spécifique pour encourager les collaborateurs à partager leurs expériences.

**L'avantage d'être ambassadeur pour votre employé ? Être impliqué dans un projet d'entreprise, être plus attaché à la marque et véhiculer sa fierté d'appartenance.**

**Pour les encourager à devenir ambassadeur, vous pouvez mettre en place un système de parrainage avec des points et organiser des sessions de découverte des réseaux sociaux, pour leur montrer comment cela fonctionne et leur donner envie de créer du contenu.**

**TIPS**

**Vous pouvez également les encourager à partager leurs expériences sur des plateformes comme Glassdoor ou Welcome to the Jungle.**

## **Mesurer l'efficacité**

# **06.**

**Comment évaluer l'efficacité de cette marque employeur ?**

### **IMPACT INTERNE**

- Taux de turnover
- Taux de rétention
- Taux de maintien en emploi
- Taux d'engagement des collaborateurs et participation dans les actions de l'entreprise
- Evaluation des candidats

### **IMPACT EXTERNE**

- Taux de candidatures
- Taux de conversion des candidats
- Trafic du site carrière
- Pertinence des candidatures
- Interactions avec le contenu marque employeur

**La marque employeur joue un rôle essentiel dans la stratégie d'une entreprise, puisqu'elle vise à soigner l'image interne et externe de la structure.**

**Dans un contexte de mobilité, le maintien de la marque employeur est certes un vrai défi, mais nécessaire, voire plus important que jamais !**

**Elle joue un rôle crucial pour renforcer aussi l'engagement des collaborateurs, maintenir les liens et la cohésion.**

**Et elle aide également à améliorer, le sentiment d'appartenance, pour faire de ses employés de bons ambassadeurs.**

**Loin du siège, mais pas si loin du cœur (de marque) !** 

# Merci.

Nous arrivons à la conclusion de ce livre blanc et je tiens à vous remercier de l'avoir lu. J'espère qu'il vous a permis de mieux appréhender l'importance de la marque employeur et surtout de trouver les outils nécessaires pour la développer dans le contexte spécifique de la mobilité.

Tout d'abord, je tiens à remercier l'équipe pédagogique et les intervenants de l'ESP Lyon pour la qualité de leur enseignement et l'investissement humain dont ils ont fait preuve et que j'ai pu apprécier durant toute cette année.

Je remercie également ma tutrice de mémoire, Virginie Victor, pour son soutien et sa disponibilité qui m'ont grandement aidés à la réalisation de ce livre blanc.

J'adresse aussi mes remerciements à toute l'équipe Saybus et Réunir, mon entreprise d'alternance, pour l'écoute et l'aide que j'y ai trouvées. Et merci particulièrement à Célia et Alissia, qui m'ont suivie et soutenue pendant la majeure partie de mon alternance.

Toute ma gratitude et mon affection vont à ma famille, mes proches, pour leur amour, leur constance, leur soutien moral pendant la réalisation de ce troisième mémoire de fin d'études.

# On reste en contact ?



[ornella.melay](#)



[ornella42110@live.fr](mailto:ornella42110@live.fr)