

AVRIL 2019

TRANSFORMATION DIGITALE DES RH

Tuto n°1

Comment améliorer son expérience candidat/collaborateur en 2019 ?



Bonjour et bienvenue dans cette Lettre d'Avril ! Nous vous dévoilons aujourd'hui le premier d'une série d'articles sur le thème de la transformation digitale des RH. Et pour commencer, nous avons choisi de nous intéresser à un sujet incontournable : l'expérience collaborateur. De l'expérience candidat à l'off boarding, nous avons recensé un certain nombre de bonnes pratiques à explorer.

L'expérience candidat

Il est nécessaire de soigner son expérience candidat pour plusieurs raisons. Tout d'abord, pour être en mesure d'attirer les meilleurs talents. Ensuite, pour éviter le risque de détériorer sa marque employeur via des avis négatifs. Enfin, car le digital a généré chez les nouvelles générations un fort besoin de transparence.

Avant la candidature

Pour répondre à ce besoin, nous vous conseillons de créer une vitrine de votre entreprise sur le web. Cela peut se faire sur le site web de votre entreprise ou sur votre site carrière. Mais vous avez également la possibilité de le faire via un ATS (Applicant Tracking System). Les solutions de ce genre sont nombreuses sur le marché. Postez-y des témoignages vidéos de vos salariés, des photos des locaux afin que vos candidats puissent se projeter au maximum. Enfin, profitez de cet espace pour présenter vos valeurs, vos habitudes... Bref, votre identité. Attention à bien garder tous vos supports de présentation à jour (ATS, site carrière, offre d'emploi...) ! Veillez également à soigner votre e-réputation sur les sites d'avis collaborateur du type GlassDoor ou les plateformes de recrutement comme Indeed. Enfin, si vous sentez votre entreprise prête, vous pouvez tenter de remporter le label [Happy-Index®AtWork](#). Pour l'obtenir, il faut qu'au moins 50% des collaborateurs participent à l'enquête et que l'entreprise atteigne un taux de recommandations de 60% et une note globale de 3,82/5.

Vous devez également être facilement contactable par un candidat. Vous seuls pouvez répondre à leurs questions ! Les réseaux sociaux sont un bon moyen pour établir le contact. Certaines entreprises utilisent même un chatbot sur leur site carrière. Le candidat pose ses questions, et le chatbot répond automatiquement

LA LETTRE

NEWS DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

AVRIL 2019

grâce à des réponses préenregistrées. Si le candidat ne trouve pas sa réponse, il est automatiquement redirigé vers une personne du service RH. Le logiciel SAAS Pathmotion pousse encore plus loin cette proximité entre le candidat et l'entreprise. Cette plateforme web donne la possibilité au candidat de joindre directement les collaborateurs afin de leur poser des questions sur leur métier, leur expérience dans l'entreprise...

Pour attirer les talents, vous pouvez également utiliser la technique de l'Inbound Marketing. Cette technique est aujourd'hui largement utilisée par les services Marketing des entreprises. Le principe : rédiger du contenu en rapport avec son produit. Carole Talibart, Head of Talent Acquisition du groupe CEGID, explique dans une interview à ExclusiveRH : "Chez Cegid, nous sommes allés plus loin en misant sur "l'inbound recrutement" pour attirer des candidats commerciaux. Pour ce faire, nous nous sommes adressés directement aux compétences et avons créé des contenus éditoriaux, sous forme d'articles de conseils ou de quizz, diffusés à des contacts ciblés. Objectif : générer de l'intérêt sur des sujets affinitaires, avant de renvoyer subtilement les lecteurs vers des offres pertinentes sur notre site carrière."

Enfin, vous pouvez mettre sur pied une stratégie sociale d'attraction nommée "Employee Advocacy". C'est un mécanisme par lequel l'entreprise mobilise ses salariés pour en faire des ambassadeurs, dans leur vie professionnelle comme personnelle, et notamment via les réseaux sociaux.

Entre la candidature et la réponse finale

Ca y est. Le candidat est convaincu, votre offre de poste est faite pour lui ! Il s'apprête à postuler. Votre processus de candidature doit être simple et fluide. Pas de longs formulaires, pas de lettres de 6 pages... N'oubliez pas qu'aujourd'hui, 3 candidats sur 4 uti-

lisent leur smartphone pour rechercher des offres ! Vous pouvez par exemple considérer l'utilisation d'un bouton "Se connecter avec linkedin" pour importer un CV en toute simplicité. Le combo CV + Lettre de Motivation, même s'il est efficace, est de plus en plus décrié par les candidats. Pourquoi ne pas envisager de demander à vos candidats une courte présentation dans une vidéo de 5 minutes ?

Tout au long du parcours avant la réponse finale, restez bien en communication avec votre candidat. Même si les mails sont automatiques ! Communiquer régulièrement avec le candidat permet de lui montrer que même s'il n'est pas sélectionné, l'entreprise le considère assez pour lui exprimer de l'intérêt.

Pour convenir facilement d'un rendez-vous, vous pouvez utiliser [Calendly](#). Ce logiciel gratuit permet de donner accès à votre agenda. Le candidat n'a ensuite plus qu'à choisir son créneau.

La réponse finale

En cas de réponse négative, privilégiez la transparence et donnez une réponse le plus rapidement possible. Dans la mesure du possible, donnez au candidat des pistes d'amélioration. Peu de services RH effectuent cette démarche, pourtant très appréciée des candidats. Vous pouvez même aller plus loin en suggérant au candidat de donner son avis sur son expérience candidat sur votre page [Glassdoor](#). Ce retour d'expérience embellira votre marque employeur et vous permettra de vous ajuster constamment aux besoins de vos candidats. La filiale Immobilier de BNP Paribas a mis en place cette stratégie et 40% des candidats jouent le jeu aujourd'hui !

En cas de réponse positive, n'exigez pas une réponse sur le champ. Donnez par exemple 24h à votre candidat pour donner sa réponse. Cela lui laissera le temps

LA LETTRE

NEWS DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

AVRIL 2019

de réfléchir, de consulter ses proches, et lui ôtera une pression des épaules. Vous pouvez ensuite activer le processus de Preboarding.

Le preboarding

Il arrive qu'après la sélection d'un candidat, celui-ci se ravise et oblige le processus à repartir de zéro. Le preboarding permet de sécuriser le recrutement, même après la signature du contrat. 22% des nouvelles recrues quittent leur emploi dans les 45 premiers jours, et 4% dès le premier jour (Bersin by Deloitte).

Le preboarding consiste à intégrer le candidat sélectionné avant même sa prise de poste. On pourrait imaginer une première prise de contact par le manager, une invitation à un événement professionnel ou à un déjeuner avec sa future équipe... Vous pouvez également commencer l'aider à se projeter en lui envoyant le programme de sa première journée par exemple.

L'expérience collaborateur

Félicitations. Votre candidat est devenu collaborateur ! Mais comme vous le savez, votre mission ne s'arrête pas là. L'expérience collaborateur prend le relais, et mérite un intérêt tout aussi important ! Une étude LinkedIn nous en fait prendre conscience : la France est le pays d'Europe où le taux de turnover est le plus élevé. 21% des Français ont quitté leur entreprise en 2017, contre 15% en moyenne chez nos voisins...

L'onboarding

58% des RH considèrent l'onboarding comme le levier à traiter en priorité pour rehausser son expérience collaborateur (Source : Baromètre sur l'expérience collaborateur vue par les acteurs RH). L'automatisation du processus d'intégration permet de largement réduire

les tâches administratives, mais également de créer une expérience connectée favorisant d'entrée la collaboration entre l'ensemble des acteurs de l'entreprise. La plupart de ces solutions permettent également de paramétrer le preboarding. Petit conseil : attardez-vous autant sur les valeurs et la culture de l'entreprise que sur les contenus techniques du poste.

Les feedbacks

Ecouter vos collaborateurs est le meilleur moyen pour améliorer leur expérience. Quelques semaines après son arrivée, demandez un rapport d'étonnement à votre collaborateur. Ainsi, le collaborateur se sent tout de suite écouté et apporte un regard neuf sur les forces et les faiblesses de l'entreprise. Cultiver la culture du feedback permet de booster l'engagement collaborateur. Prenons encore l'exemple de la filiale immobilier de BNP Paribas, qui met un point d'honneur à récolter en continu les feedbacks de ses salariés, dans tous les contextes. Aujourd'hui, elle peut se targuer d'avoir un taux d'engagement de 76% ! Pour vos feedbacks, vous pouvez utiliser des solutions de sondage comme Google Forms ou Typeform, ou bien aller plus loin en souscrivant à une solution logicielle dédiée à l'engagement collaborateur.

Le management moderne

La relation entre le manager et le collaborateur ne doit plus se résumer à un entretien ayant lieu tous les ans pour faire le point sur les objectifs. Les échanges entre eux doivent être beaucoup plus réguliers pour une meilleure expérience collaborateur. Pour cela, des solutions comme [SkillAPP](#) existent et permettent au manager d'avoir un feedback continu de la part de son collaborateur. Envisagez également la mise en place du reverse mentoring. Cette pratique vise à ce que les dirigeants et managers soient coachés par les nouveaux arrivants. Le reverse mentoring permet au

LA LETTRE

NEWS DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

AVRIL 2019

collaborateur de se sentir valorisé, et aux managers et dirigeants d'en apprendre plus sur des sujets "tendance" comme l'inbound marketing, les attentes des collaborateurs, les usages des nouvelles générations...

La formation

La formation a un rôle essentiel à jouer dans l'expérience collaborateur, mais aussi dans l'expérience candidat. Le fait d'être une entreprise apprenante attire énormément les nouvelles générations en quête de nouvelles expériences et d'évolutions rapides ! Pour se faire, les Learning Management Systems (LMS) laissent progressivement la place aux Learning Experience Platform (LEP). Celles-ci permettent de réunir l'ensemble des sources internes et externes de formation, mais également de proposer au collaborateur la bonne formation au bon moment. Ainsi, les LEP sont capables de reconnaître les sujets traités par le collaborateur et de lui pousser des suggestions de formation à n'importe quel moment de la journée. La plupart de ces formations digitales ont des formats très concis (5-15 minutes) afin que le collaborateur puisse se former instantanément, sans même avoir à organiser son emploi du temps ! Certains outils sont reliés aux matrices de compétences de l'organisation et permettent de mettre en relation les collaborateurs afin de valoriser l'échange de compétences.

L'offboarding

L'offboarding représente la période de départ d'un collaborateur. Il est nécessaire d'y prêter une grande attention, surtout dans notre société actuelle où le turnover ne cesse de croître. La manière dont vos anciens collaborateurs parleront de vous (en direct, sur les réseaux sociaux, sur les sites d'avis...) aura un impact direct sur votre marque employeur. D'après une étude de [CareerArc](#) en 2015, 70% des collaborateurs dont

le départ a eu un impact négatif sur sa perception de l'entreprise exprimera un avis négatif en public. L'offboarding permet au collaborateur de rester en bons termes avec l'entreprise, et d'envisager un retour dans le futur. 15% des collaborateurs qui partent d'une entreprise y reviennent ensuite (Source : [WelcomeToTheJungle](#)). C'est ce qu'on appelle le "Boomerang rehire". Ces retours de collaborateurs sont précieux pour une entreprise car ils connaissent déjà parfaitement leur dynamique et leur fonctionnement.

Comment organiser un offboarding pour améliorer l'expérience collaborateur ? Voici quelques bonnes pratiques :

- communiquer de manière transparente la date de départ aux collaborateurs afin d'éviter les rumeurs
- demander un feedback constructif au collaborateur sur le départ lors d'une exit interview
- rédiger une lettre de recommandation ou publier un avis sur LinkedIn
- garder le contact avec le collaborateur en le faisant intégrer un réseau des anciens
- utiliser un outil digital qui prend en compte l'offboarding dans ses fonctionnalités

Nous espérons que ce premier guide pratique lié à la transformation digitale vous aidera à réhausser votre expérience collaborateur. Si vous êtes abonné à notre newsletter, vous recevrez les prochains articles directement dans votre boîte mail, ainsi qu'un dossier final réunissant tous nos articles sur le thème de la transition digitale. Vous n'êtes pas encore abonné ? [Rendez-vous sur notre blog !](#)

AVRIL 2019

L'actu RH du mois d'avril

Les 11 OPCO enfin connus

Début avril, la liste des OPCO remplaçant les OPCA a été publiée. Voici les 11 Opérateurs de Compétences ayant reçu l'agrément du ministère du travail, ainsi que leur périmètre.

AFDAS (presse, cinéma, édition, musique, sport, radio, tourisme, audiovisuel, casino, télécommunication, spectacle vivant...)

Atlas (assurances, finances, banques)

Cohésion sociale (animation, insertion, Pôle emploi, régie de quartier, HLM, centre socio-culturel...)

Construction (travaux publics, bâtiment)

Entreprises de proximité (artisanat, professions libérales...)

Entreprises et salariés des services à forte intensité de main d'oeuvre (chaînes de restaurants, enseignement privé, portage salarial, restauration rapide, travail temporaire, activité du déchet...)

Mobilité (ferroviaire, maritime, automobile, tourisme, transport de voyageurs...)

OCAPIAT (entreprises et exploitations agricoles, acteurs du territoire, entreprises du secteur alimentaire...)

OPCO Commerce (vente, négoce, commerce de gros, commerce de détail...)

OPCO 2i (industrie, textile, métallurgie...)

Santé (hospitalisation, établissements médico-sociaux...)

Un Lab dédié à l'innovation RH

[Orange Business Services](#) a ouvert le "HR Innovation Lab", un lieu de réflexion dédié à l'innovation RH. Ce lab diffusera régulièrement ses résultats. A suivre de près donc !

[Unow](#) lance le printemps de la formation

Au programme, 5 webinars du 20 au 24 mai sur 5 thèmes : le digital, la réforme, l'évaluation de la formation, le CPF et l'engagement des apprenants.