

MARKETING RH

# LE SALARIÉ, UN CLIENT À SÉDUIRE

Si les professionnels des ressources humaines jugent l'expérience collaborateur stratégique et la considèrent comme un sujet 100 % RH, un tiers seulement des entreprises l'ont aujourd'hui mise en pratique ou vont le faire, selon le baromètre *Parlons RH*.

QUELQU'UN POUR  
S'OCCUPER D'UN DOSSIER  
URGENT ?



## LE CONTEXTE



L'agence de marketing éditorial et digital, *Parlons RH*, publie cette semaine les résultats d'un premier baromètre français sur l'expérience collaborateur. 1 016 professionnels des RH ont répondu à cette enquête, conduite en ligne entre le 24 octobre et le 30 novembre 2017, dont 618 travaillant au sein d'une direction des ressources humaines dans des entreprises de tous secteurs et de toutes tailles, 281 indépendants ou en poste chez un prestataire RH et 117 autres répondants (universitaires, salariés, managers, dirigeants). ♦

**C**alquée sur l'expérience client, l'expérience collaborateur que l'on définit comme « l'ensemble des interactions que vit le salarié au sein de l'entreprise dans son quotidien de travail et dans son parcours » est une notion à laquelle la grande majorité des professionnels RH paraissent sensibles. Le concept est « bien » ou « très bien connu » par 67 % d'entre eux, comme l'indique le baromètre réalisé par *Parlons RH*. Seuls 3 % disent n'en avoir jamais entendu parler. Pour 8 professionnels sur 10, l'expérience collaborateur est considérée comme « une tendance de fond », et non un « concept à la mode ». Dans un contexte de reprise de l'emploi et d'un marché du recrutement en forte tension, les entreprises semblent conscientes qu'elles doivent réinventer la relation qu'elles entretiennent avec leurs collaborateurs. Car ce n'est pas

tout d'attirer les talents, encore faut-il les garder ! Et comme elles le font pour leurs clients, elles doivent être capables de répondre à leurs attentes, afin de les fidéliser, tout au long de leur parcours professionnel. Du moment où ils sont recrutés jusqu'à celui où ils quittent la société.

### INTÉGRATION, MANAGEMENT ET RECRUTEMENT

D'ailleurs, 71 % la jugent « stratégique » et 23 % pensent qu'elle est « importante ». « De fait, les objectifs privilégiés par les acteurs RH dans la prise en compte de l'expérience collaborateur relèvent bien de cette façon de voir, précise *Parlons RH*. Les deux tiers identifient prioritairement l'amélioration de la performance globale de l'entreprise. La qualité de vie au travail vient ensuite, suivie de l'attractivité de l'entreprise. L'objectif très immédiatement opérationnel qu'est la réduction du turn-over ne vient qu'en dernier. » Les répondants

ne sont que 1 % à trouver la démarche « inutile ». Nul doute, ce sujet, identifié comme un enjeu de performance, doit pour 91 % des acteurs RH être porté par la direction des ressources humaines. Ils y voient un recentrage sur sa cible prioritaire – le collaborateur – (39 %) et un renforcement de son rôle stratégique (31 %). En revanche, ils perçoivent peu l'intérêt de segmenter et d'apporter un service différent selon le profil des salariés. Lorsqu'on leur demande à quelles catégories de population ils souhaiteraient améliorer l'expérience collaborateur en premier, 69 % disent vouloir s'adresser à « tous les salariés sans distinction ». Une réponse qui met en lumière, « le manque de maturité » de la fonction RH par rapport au sujet, remarque Thomas Chardin, dirigeant fondateur de *Parlons RH*. Les managers (23 % des réponses), suivis des candidats (16 %) et des jeunes générations (14 %)



arriveraient néanmoins en tête. Ce sont ces mêmes publics auxquels les responsables des ressources humaines souhaiteraient surtout s'adresser. En effet, parmi les activités RH considérées comme prioritairement concernées par l'expérience collaborateur, l'intégration (58 %), le management (52 %) et le recrutement (42 %) sont les trois premières citées. Avant les activités relevant du talent management (carrières et mobilité, formation et évaluation de la performance). Les missions administratives, la rémunération et le droit social (respectivement 9 %, 6 % et 5 %) sont en revanche considérés comme « hors sujet », souligne l'étude. Si le propos semble interpellé les DRH, dans les faits, seuls un quart d'entre eux (27 %) ont déployé ou initialisé une politique d'amélioration de l'expérience collaborateur dans leur entreprise. Et, à peine 8 %, ont prévu de le faire en 2018. « Il y a un vrai écart entre le discours

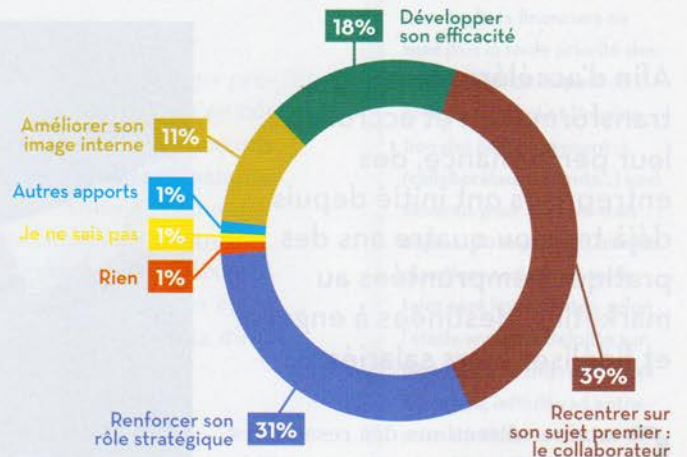
et la réalité. Beaucoup reste à faire pour passer du stade de la prise de conscience à celui de l'action », note Thomas Chardin. Ce sont les IT, la communication et les médias, les plus avancés en la matière. Un tiers des entreprises appartenant à ces secteurs, généralement les plus grandes, ont déjà orienté leur politique RH autour de l'expérience collaborateur.

#### RECUEIL DES RESENTIS

Néanmoins, même s'ils n'ont pas encore engagé de démarche, les professionnels RH s'intéressent aux ressentis des collaborateurs. Dans les entreprises de plus de 5 000 salariés, plus particulièrement : 69 % évaluent les perceptions que les salariés ont de leur travail. Parmi celles qui y recourent, 59 % le font via des enquêtes régulières de climat social. Il ressort de ce premier baromètre que plus l'entreprise est petite, plus le recueil des ressentis passe par des moyens diversifiés. Les grandes

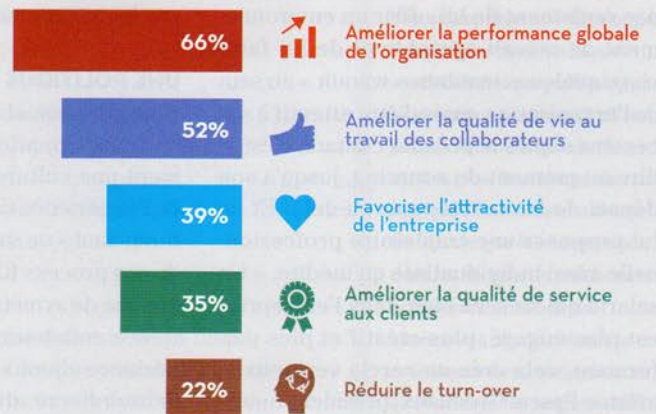
### Que peut apporter l'expérience collaborateur à la fonction RH ?

(Ensemble des répondants)



### Quels sont, pour votre entreprise, les 3 objectifs principaux de l'expérience collaborateur ?

(Ensemble des répondants)



Source : L'expérience collaborateur vue par les acteurs RH - Parlons RH - 2018

entreprises, elles, privilégient une mesure d'ensemble du climat social, qu'elles assimilent à une évaluation de l'expérience collaborateur. « Les pratiques liées à l'évaluation et à la prise en compte de l'expérience collaborateur n'apparaissent pas encore précisément identifiées,

moins encore standardisées. Les acteurs RH cherchent encore leurs marques sur cette démarche et les techniques marketing devraient constituer une source fructueuse et efficace d'inspiration... », conclut *Parlons RH*. ♦  
NATHALIE TRAN