

OPEN INNOVATION & MARQUE EMPLOYEUR



DYNAMISER LA MARQUE EMPLOYEUR INTERNE
COMME EXTERNE GRÂCE À L'OPEN INNOVATION

agorize

agorize

À PROPOS D'AGORIZE

Agorize est une **startup de 60 personnes** spécialisée dans l'organisation de **hackathons O2O** (Online to Offline) **challenges d'innovation interne** et des **concours étudiants**.

Depuis 2011, la société a organisé **plus de 250 challenges** impliquant une communauté de **5 millions d'innovateurs** à travers sa plateforme dédiée.

Agorize accompagne **200 clients grands comptes** dont Google, Orange, Publicis, Allianz, Microsoft, Citi Group, Total ou encore Axa.

Startup multi-primée, **Agorize a été élue meilleure plateforme SaaS collaborative 2016 de la French Tech** et figure parmi les 500 entreprises technologiques les plus dynamiques selon le classement Deloitte Technology Fast500.



Yohann MELAMED, Yohan ATTAL, Charles THOU
Co-fondateurs d'Agorize



À QUI S'ADRESSE CET E-BOOK ?

Que vous soyez responsable du développement RH, directeur des ressources humaines, directeur de la communication interne, responsable de la relation écoles et que vous souhaitiez simplement aller au plus simple ;

**CONTINUEZ À LIRE,
VOUS ÊTES AU BON ENDROIT !**

QU'ALLEZ-VOUS Y TROUVER ?

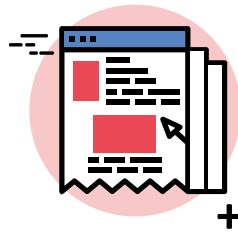
Cet e-book vous livre **nos apprentissages et meilleures pratiques issues de 6 années passées** à organiser des challenges étudiants et des concours d'open innovation pour le compte d'entreprises et d'organisations de tous secteurs.

Nous partageons notre retour d'expérience sur la mobilisation des collaborateurs via les challenges internes, et la communication auprès des talents dans des objectifs de recrutement et d'image via les challenges étudiants.

S'IL FALLAIT N'EN RETENIR QUE DEUX CHOSSES ?

Les challenges d'open innovation sont un des moyens efficaces d'obtenir un **engagement durable en faveur de l'entreprise**, de ses valeurs, de sa marque.

Demander à des équipes pluridisciplinaires de travailler et proposer des solutions pour un des enjeux de l'entreprise permet de communiquer sur ses objectifs en suscitant de l'adhésion et d'identifier les hauts potentiels parmi les jeunes diplômés et les salariés.



SOMMAIRE

INTRODUCTION	p.05
1. Définition de la marque employeur	p.06
2. Pourquoi la marque employeur focalise autant l'attention aujourd'hui ?	p.07
3. L'open innovation comme outil de marque employeur interne et externe	p.08
4. Pourquoi cet ebook ?	p.12
PARTIE 1 : L'OPEN INNOVATION AU SERVICE DE LA MARQUE EMPLOYEUR INTERNE	p.13
1. Les piliers de la marque employeur interne : analyser la perception de vos collaborateurs	p.15
2. Le challenge d'open innovation comme outil de marque employeur interne	p.17
PARTIE 2 : L'OPEN INNOVATION AU SERVICE DE LA MARQUE EMPLOYEUR EXTERNE	p.21
1. Portrait-robot des millenials	p.22
2. Comment l'open innovation permet à l'entreprise de s'adapter aux nouvelles attentes des jeunes talents	p.24
CONCLUSION	p.29
CONTACT	p.31



INTRODUCTION



1

DÉFINITION DE LA MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur, c'est très simplement la perception qu'ont les individus d'une entreprise en tant qu'employeur.

Cette perception dépend d'un certain nombre de critères (ambiance de travail, politique de rémunération, opportunités d'évolution, etc.) qui conditionnent **l'épanouissement professionnel du salarié**. La somme de ces éléments positifs et négatifs permet à un individu de se forger une opinion sur une entreprise pouvant le mener à y déposer ou non sa candidature, à être fidèle à son employeur ou non. Cette opinion, cette perception, c'est la marque employeur. **Par marque employeur, on entend aussi toutes les actions qui visent à modifier cette perception pour la rendre la plus positive possible.**



La marque employeur n'est donc pas le résultat d'un calcul conscient et mathématique, mais plutôt d'une **impression générale que renvoie l'entreprise à la fois à ses employés et aux candidats potentiels.**

Ces avantages et inconvénients peuvent être tangibles (salaire, avantages financiers) ou psychologiques (bien-être, épanouissement). Certains éléments sont réels (le salaire) et d'autres le fruit d'une perception qu'un individu peut en avoir (l'éthique de l'entreprise par exemple).

On opère généralement une **distinction entre marque employeur interne et externe**. Il s'agit en fait des deux faces d'une même médaille, mais qui ont des implications différentes. **La marque employeur interne se focalise sur les collaborateurs en poste dans l'entreprise ; la marque employeur externe cible les candidats et futurs potentiels candidats.**

2

POURQUOI LA MARQUE EMPLOYEUR FOCALISE AUTANT L'ATTENTION AUJOURD'HUI ?

De manière générale, les entreprises éprouvent **de plus en plus de difficultés à recruter de jeunes talents**. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette situation :



Certains profils sont très recherchés par les entreprises, mais l'offre ne permet pas de satisfaire la demande ;



Cette situation de pénurie de talents engendre des tensions et une concurrence accrue entre les entreprises ;



L'arrivée de la génération Y sur le marché du travail, et la génération Z qui ne va pas tarder à lui emboîter le pas, a changé la donne : les exigences et les aspirations des candidats changent et les départements RH doivent s'adapter.

Ce changement de paradigme entraîne un constat : **il est urgent pour les entreprises de travailler et d'améliorer leur marque employeur afin de rester compétitives sur le marché du travail.**

3

L'OPEN INNOVATION COMME OUTIL DE MARQUE EMPLOYEUR INTERNE ET EXTERNE

Pour répondre à ces enjeux pressants de marque employeur, des **démarches d'open innovation ont été mises au point et ont fait leurs preuves.**

Le concours d'innovation est un moyen éprouvé de créer de l'engagement en faveur de l'entreprise et d'accélérer la transformation. Faire travailler en volontariat plusieurs centaines de talents permet à la fois d'afficher la marque comme innovante, ouverte, responsable et garante d'une valorisation et d'un support des profils enthousiastes en interne enclin à porter de nouvelles idées et de nouveaux projets pour l'entreprise.

Le concours comprend un plan de communication auprès d'un public choisi (cursus, profils, territoires, ...) et un déroulé permettant de passer simplement d'un grand nombre de concepts à une sélection de projets aboutis.



DÉFINITION DE L'OPEN INNOVATION

L'open innovation est un concept développé au début des années 2000 par Henry Chesbrough, professeur à l'Université de Berkeley en Californie. L'idée est simple : **pour innover, une entreprise ne peut plus compter uniquement sur son service R&D.** Pour cela, elle s'ouvre et **fait appel à de nouveaux profils en externe** (étudiants, développeurs, startups, grand public) et en **interne** (collaborateurs, tous services confondus). C'est de ce mix de profils, parcours, points de vue différents, voir divergents, que naît l'innovation.

On entend innovation au sens large. Il peut s'agir d'innovations technologiques (nouveaux produits, procédés voire brevets) comme des innovations de services, d'usage, et même des innovations RH (nouvelles façons d'attirer et de recruter des talents) par exemple.

3 A

EN INTERNE

Les démarches d'open innovations permettent de **remettre les collaborateurs au coeur de l'entreprise et de sa stratégie**. Elles ont pour objectif de pérenniser l'activité de l'entreprise, l'idée étant de :



METTRE EN PLACE UNE CULTURE D'ENTREPRISE CENTRÉE SUR LES COLLABORATEURS



AUGMENTER LE TAUX DE RÉTENTION DES EMPLOYÉS (ÉVITER QUE LES MEILLEURS TALENTS S'EN AILLENT CHEZ LE CONCURRENT)



FAIRE ÉMERGER DES INNOVATIONS

(produits & services, usages, performance opérationnelle, fonctionnement interne, bien-être au travail, etc.)

Ces démarches d'innovation collaborative permettent ainsi d'impliquer les collaborateurs, de les motiver et donc d'instaurer un climat de travail plus épanouissant tout en favorisant l'innovation.



CHALLENGE OPEN INNOVATION





EN EXTERNE

Les challenges d'open innovation sont l'occasion de **faire découvrir les métiers, les enjeux, les défis, les valeurs et les équipes d'une entreprise**. Comme on l'expliquait, la marque employeur externe n'est autre que la perception que les candidats ont de l'entreprise. Les opérations d'**open innovation permettent d'influencer cette perception en montrant l'entreprise telle qu'elle souhaite être vue. Il s'agit de contrôler son image en rendant visibles les aspects les plus positifs de l'entreprise.**

Ce doit être un effort continu pour être efficace : ne lancer des opérations que lorsqu'on a un fort besoin de recruter revient à éteindre un incendie. La marque employeur, c'est s'assurer que le feu ne démarre pas, désamorcer la crise avant qu'elle n'ait lieu en somme.



QU'EST-CE QU'UN CHALLENGE D'OPEN INNOVATION

Un challenge d'open innovation est une compétition qui invite les participants à **apporter la réponse la plus pertinente et innovante à une problématique d'entreprise ou sociétale**. À l'initiative d'une organisation publique ou privée, ce grand appel à projets dure généralement plusieurs semaines, voire plusieurs mois. **Il commence en ligne, sur une plateforme SaaS, pour se terminer en présentiel par une grande finale.**

Les participants peuvent être des startups ou des individus qui forment des équipes pluridisciplinaires pour imaginer leurs solutions, les challenges se déroulent généralement en **3 étapes : IDÉATION, APPROFONDISSEMENT, FINALE**

ÉTAPES D'UN CHALLENGE

ÉTAPE 1 IDÉATION

Les participants forment des équipes et soumettent une ébauche de solution. L'entreprise organisatrice sélectionne les meilleurs afin qu'ils développent leurs idées.



**SÉLECTION
DES 20 PROJETS**
SÉLECTION DU JURY

ÉTAPE 2 APPROFONDISSEMENT

Accompagnés par des collaborateurs de l'entreprise, les participants affinent leurs concepts et l'exposent plus en détails. L'entreprise sélectionne les équipes finalistes.



**SÉLECTION
DES 5 PROJETS FINALISTES**
SÉLECTION DU JURY (4 équipes)
+ VOTE LIKES PUBLIC (1 équipe)

ÉTAPE 3 PITCH ET FINALE

Lors d'un grand événement physique, les équipes finalistes pitchent leurs projets devant un jury, lequel désigne les gagnants à l'issue de la finale.



**CLASSEMENT
DES 5 MEILLEURS PROJETS**
VOTE DIRECTION

4

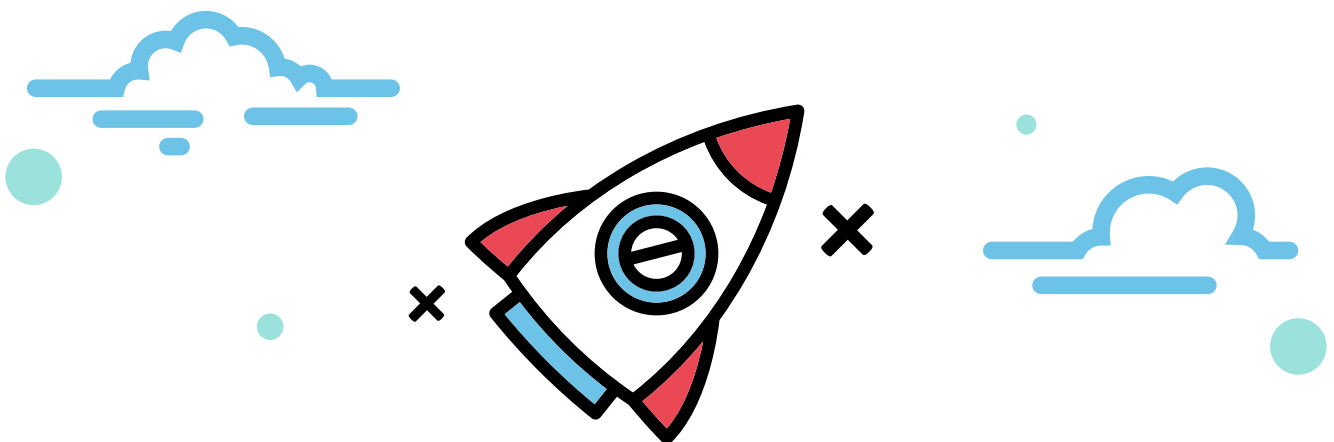
POURQUOI CET EBOOK ?

Tout simplement pour **partager les bonnes pratiques et les enseignements que nous avons tirés de nos années d'expérience**. Depuis 2011, nous accompagnons et conseillons les entreprises pour leur permettre de construire et **de gérer leur marque employeur de façon innovante grâce à l'open innovation**.

Nous sommes convaincus que cette démarche participative et collaborative est un **puissant levier pour faire (re)découvrir et apprécier une marque, en interne comme en externe**. Que vous jouissiez déjà d'une grande notoriété ou que vous soyez encore peu connu du grand public d'ailleurs.

Enfin, l'open innovation est une philosophie davantage en adéquation avec les **attentes des nouvelles générations de candidats** : transparence, collaboration, formation. Les démarches d'innovation ouverte, tant sur le fond que sur la forme, démontrent que vous comprenez les aspirations des générations Y et Z et que vous en tenez compte.

VOICI DONC NOS CONSEILS POUR BOOSTER VOTRE MARQUE EMPLOYEUR INTERNE COMME EXTERNE GRÂCE À L'OPEN INNOVATION !





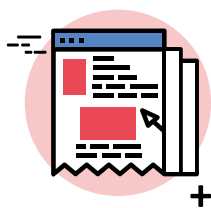
PARTIE 1



L'OPEN INNOVATION AU SERVICE DE LA MARQUE EMPLOYEUR INTERNE



1. Les piliers de la marque employeur interne :
analyser la perception de vos collaborateurs p.15
2. Le challenge d'open innovations
comme outil de marque employeur interne p.17
3. Les 5 bénéfices d'un challenge pour votre
marque employeur p.18



POURQUOI CET EBOOK ?

La marque employeur interne, c'est la façon dont vos employés vous perçoivent en tant qu'employeur. Concrètement, c'est l'opinion qu'ils ont de l'entreprise pour laquelle ils travaillent.

Cette image qu'ils ont de vous est donc déterminante pour au moins deux raisons :



Retenir les talents déjà en poste dans votre entreprise.

Si vos collaborateurs ne sont pas satisfaits de leurs conditions de travail ou qu'ils ne sont pas épanouis, ils risquent tôt ou tard de vous quitter pour rejoindre une entreprise où l'herbe semble plus verte.



Faire de vos employés

des ambassadeurs de votre entreprise.

Il n'y a pas meilleur argument pour attirer et embaucher des talents qu'un employé heureux et épanoui. C'est une formidable vitrine pour votre entreprise, surtout si, de sa propre initiative, il fait votre promotion auprès des talents (et candidats potentiels donc) qu'il croise.



Car **la guerre des talents fait rage**. Vos concurrents ne se contentent plus d'aller chercher les talents en recherche active, **ils démarchent également ceux à l'écoute de nouvelles opportunités et ceux qui n'avaient rien demandé à personne**. Donc potentiellement les talents en poste chez vous. Ils leur offrent de meilleures conditions de travail et des perspectives d'évolutions plus intéressantes. **D'où l'importance d'agir, et vite.**

Pour cela, **il faut commencer par s'intéresser au pilier de la marque employeur interne et comprendre la perception que vos employés ont de votre entreprise.**

1

LES PILIERS DE LA MARQUE EMPLOYEUR INTERNE : ANALYSER LA PERCEPTION DE VOS COLLABORATEURS

Le point de départ de toute démarche d'open innovation est l'analyse. Vous devez en effet être capable de connaître les attentes et les aspirations de vos collaborateurs. Plus l'analyse sera fine, **plus vous récolterez d'informations et plus aurez une image précise de l'état de votre marque employeur interne.**

LES 3 PILIERS DE LA MARQUE EMPLOYEUR



BIEN-ÊTRE & ÉPANOUISSEMENT

Engagement, motivation, reconnaissance, valorisation, environnement de travail, etc. Tous les éléments qui font que vos collaborateurs sont heureux de venir travailler le matin. Ce sont des éléments clés de la rétention de vos employés !



AVANTAGES FINANCIERS & SOCIAUX

Salaires, primes, augmentations, RTT, intéressement & participation, télétravail, etc. Tous les avantages que vos offrez à vos collaborateurs qui leur donnent une bonne image de votre marque et l'envie de continuer à travailler pour vous.



PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION & FORMATION

Les collaborateurs doivent sentir qu'ils ont des perspectives d'évolution au sein de leur entreprise. Cela passe notamment par la possibilité de se former et d'acquérir de nouvelles compétences. Il est crucial d'offrir des plans de carrière stimulants à vos employés.

De cette analyse émergera la thématique de votre challenge d'open innovation.

S'il ressort que vos collaborateurs se sentent peu impliqués dans la stratégie de votre organisation par exemple, demandez-leur de contribuer au développement et à la transformation de votre entreprise.

La thématique de votre challenge pourrait ainsi être : proposer des idées de nouvelle activité, de nouveau produit ou service pour l'entreprise.

Dans l'idéal, **vous élaborerez donc un questionnaire interne pour interroger vos employés sur leur ressenti et leur perception de votre marque en amont du challenge.** S'il est trop complexe de solliciter l'ensemble de vos collaborateurs, choisissez un échantillon représentatif qui couvre toutes les directions et niveaux hiérarchiques de votre organisation. Cette enquête doit bien sûr rester anonyme, autrement personne n'y prendra part.



Voici quelques pistes à explorer pour déterminer l'état de votre marque employeur interne et les aspects à améliorer :



BIEN-ÊTRE & ÉPANOUISSEMENT

- Les salariés sentent-ils que leur travail a un impact sur le développement de l'entreprise et de son activité ? Se sentent-ils importants pour l'entreprise ?
- Considèrent-ils que leur travail est suffisamment valorisé ?
- Se sentent-ils écoutés ? Considèrent-ils que leurs opinions et idées sont suffisamment prises en compte ?
- Le travail d'équipe est-il encouragé, voire facilité ?
- Les collaborateurs se sentent-ils motivés par leur travail ? Considèrent-ils avoir suffisamment de responsabilités ?
- Et tout simplement : sont-ils heureux de venir travailler le matin ?



CONTREPARTIES FINANCIÈRES & AUTRES :

- Les collaborateurs considèrent-ils que leur niveau de salaire correspond au travail qu'ils fournissent et à leurs compétences ?
- Primes et augmentations sont-elles satisfaisantes ?
- Qu'en est-il des avantages comme l'intéressement et la participation, les RTT, le CE, le télétravail, etc. ?



PERSPECTIVE D'ÉVOLUTION & FORMATION :

- Les collaborateurs sont-ils satisfaits des évolutions de carrière et promotions auxquelles ils peuvent prétendre ?
- Les employés ont-ils la possibilité de se former, d'acquérir de nouvelles compétences ? Sont-ils encouragés à le faire ?
- Existe-t-il des possibilités de mobilité géographique au sein de l'organisation ? Quant est-il de la mobilité inter-service ?

Évidemment, certaines entreprises ont déjà conscience des problèmes qui existent en interne. Dans ce cas-là, pas besoin de questionnaire pour faire émerger la thématique de votre challenge d'open innovation.

2

LE CHALLENGE D'OPEN INNOVATION COMME OUTIL DE MARQUE EMPLOYEUR INTERNE

Le challenge d'open innovation est donc un outil de gestion du changement. Une fois identifiés les problèmes de marque employeur interne, cette démarche permettra de faire émerger des solutions en collaboration avec vos collaborateurs.

Au lieu de leur imposer un changement sans les solliciter, l'open innovation place l'employé au coeur de cette transformation. Et la mise en place de ces projets en interne sera d'autant plus simple que vous aurez d'ores et déjà le soutien de vos collaborateurs. Ces derniers sont à l'origine des projets, il leur tient donc à coeur de les lancer, voire de participer à leur lancement. **Vous minimisez donc le risque d'échec.**

3

LES 5 BÉNÉFICES D'UN CHALLENGE POUR VOTRE MARQUE EMPLOYEUR

Il existe 5 raisons principales qui font du challenge d'open innovation **un outil puissant pour améliorer votre marque employeur interne.**

AMÉLIORER LA SATISFACTION, LE BIEN-ÊTRE ET L'ENGAGEMENT DE VOS COLLABORATEURS

Le challenge est une façon de **remettre vos collaborateurs au coeur de l'entreprise, de leur montrer que vous êtes à l'écoute.** Le manque d'engagement résulte le plus souvent du sentiment d'être négligé au sein de l'entreprise, de ne pas être important ou suffisamment valorisé, et entraîne inévitablement de la démotivation.

Pour prévenir ce risque ou remédier au problème, l'open innovation est une démarche qui a fait ses preuves. La raison est double :

- D'une part, vous donnez la parole à vos employés et vous valorisez leurs idées.
- D'autre part, vous leur montrez qu'ils peuvent être acteurs du changement, que vous ne leur imposez pas les solutions aux problèmes qu'ils rencontrent en interne.

Ces deux points sont primordiaux car si votre démarche d'open innovation s'inscrit dans la durée, c'est un levier solide pour améliorer la satisfaction, le bien-être et l'engagement de vos collaborateurs.

Plus la ou les thématiques seront ouvertes, plus le nombre de participants sera élevé et plus les idées récoltées seront variées.

- Repensez l'environnement de travail,
- identifiez un nouveau levier de croissance,
- imaginez le produit ou service de demain,
- améliorez le bien-être des équipes,
- etc.



PERMETTRE À VOS EMPLOYÉS DE DEVENIR DES ENTREPRENEURS INTERNES

Quoi de mieux pour améliorer la satisfaction de vos collaborateurs que de leur permettre de se lancer dans un projet entrepreneurial en interne. Or, le challenge d'open innovation est la première étape d'une démarche d'intrapreneuriat réussie. Cela permet en effet d'identifier les projets et les talents internes à plus fort potentiel pour l'entreprise.

L'idée est simple : vous dormez peut-être sur un trésor enfoui qui ne demande qu'à émerger. Quelle que soit l'équipe ou la direction pour laquelle il travaille, l'un de vos collaborateurs a peut-être déjà imaginé le prochain grand levier de croissance pour votre organisation. Il a les idées et la motivation nécessaires pour mener à bien le projet, **c'est à vous de lui donner la parole car il se peut autrement que vous passiez à côté de l'atout qui fera trembler vos concurrents.**

Le challenge d'open innovation est l'outil parfait pour faire remonter les pépites qui se cachent sous la surface. Vos collaborateurs forment des équipes autour de projets innovants et en ébauchent les grandes lignes pendant quelques semaines. Ils expliquent comment leur idée peut bénéficier à l'entreprise et comment ils comptent s'y prendre pour la mener à bien. **Reste à sélectionner le ou les meilleurs et à donner aux porteurs de projets le feu vert pour le mener jusqu'au bout.**



QU'EST-CE QUE L'INTRAPRENEURIAT ?

L'intrapreneuriat est une démarche qui consiste pour une entreprise à permettre à ses collaborateurs de construire et de mener des projets en interne de bout en bout, qu'ils soient en lien ou non avec leur poste. Cela revient en quelque sorte à lancer une startup au sein de l'entreprise. L'intrapreneur reste en effet salarié de l'entreprise mais il est déchargé des responsabilités de son poste pour pouvoir se concentrer sur son projet.

L'objectif ?

Explorer de nouvelles pistes de développement, trouver de nouveaux leviers de croissance ou encore accélérer la transformation digitale de l'entreprise. Il s'agit de gagner en efficacité et d'aller vite : pour cela, il n'y a rien de mieux que de fonctionner en mode projet.



RETENIR VOS TALENTS INTERNES

Le bien-être et l'implication de vos collaborateurs dans la vie de l'entreprise sont deux facteurs déterminants pour retenir les meilleurs talents.

Il est en effet de plus en plus difficile, chronophage et onéreux de recruter. Dans ce contexte de pénurie / guerre des talents, **fidéliser vos collaborateurs est une absolue priorité.** C'est là que la marque employeur interne revêt toute son importance.

Si l'environnement de travail est apaisé et bienveillant et que vos talents se sentent écoutés et valorisés, il n'y a en effet pas de raison qu'ils aillent voir ailleurs.

C'est pourquoi vos démarches d'innovation participative et collaborative doivent s'inscrire dans la durée. Lancer une opération ponctuelle, c'est déjà un signal positif que vous envoyez à vos employés. Mais en faire un processus interne pour les décisions qui concernent l'ensemble des collaborateurs et la stratégie de l'entreprise, **c'est une façon de fidéliser vos talents.**



FAIRE DE VOS EMPLOYÉS DES AMBASSADEURS DE VOTRE MARQUE

Un collaborateur fidèle et heureux au travail aura tendance à parler en bien de son entreprise à son entourage. On voit se dessiner la passerelle entre marque employeur interne et externe.

Vos réussites, vos succès internes et l'épanouissement de vos collaborateurs sont donc également une vitrine pour votre marque employeur externe. Les deux sont intimement liées : **avoir des collaborateurs satisfaits et motivés, quoi de mieux pour attirer les meilleurs candidats ?**



PARTIE 2



L'OPEN INNOVATION AU SERVICE DE LA MARQUE EMPLOYEUR EXTERNE



1. Portrait-robot des millenials p.22
2. Comment l'open innovation permet à l'entreprise de s'adapter aux nouvelles attentes des jeunes talents p.24

1

— PORTRAIT-ROBOT DES MILLENNIALS

Chaque génération bouleverse à sa façon le monde du travail. Façonnée par la technologie et la mondialisation, celle des millennials fait son entrée sur le marché du travail, avec ses exigences et sa vision de la vie en entreprise. Génération Z, centennials, digital natives, slashers. Autant de dénominations fantasques qui viennent enrichir une taxonomie RH déjà bien fournie. **La génération Z représente 16 millions de personnes en France, soit tous les jeunes nés au milieu des années 90, arrivés au seuil de l'entreprise et prêts à basculer dans la vie active.** Ils sont de plus en plus nombreux à vouloir travailler pour une startup ou tenter l'aventure entrepreneuriale et se détournent peu à peu des grands groupes.



Cette génération est très différente des précédentes, en ce sens qu'elle valorise des aspects de la vie en entreprise qui passaient autrefois au second plan. Parmi ceux-ci :



LA FLEXIBILITÉ



LA POSSIBILITÉ
D'APPRENDRE ET DE SE
FORMER EN CONTINU



LA MOBILITÉ
*(possibilité de changer
de poste ou de région)*



L'AMBIANCE FUN
ET LUDIQUE

Les millennials ont un faible sentiment d'appartenance envers leur employeur : ils vont s'investir dans un projet avant de s'investir dans une entreprise. D'ailleurs, selon l'enquête A vision for the economy of 2040, réalisée par l'Institut Roosevelt et la Fondation Kauffman, aux États-Unis, les freelances représentent aujourd'hui 34% de la force de travail.

Plus connectés que quiconque, les millennials ont instinctivement recours aux services et appareils numériques pour presque tout, y compris la recherche d'emploi. Pour les recruter, la présence sur mobile semble déjà indispensable : 74% utilisent déjà leur mobile dans leur recherche d'emploi, contre 40% pour les autres générations. Par ailleurs, 69% ont une meilleure opinion des organisations qui utilisent le recrutement mobile, contre 51% pour les autres salariés. Finalement, 40% attendent des recruteurs qu'ils se servent des différents services mobiles (comme les textos par exemple) lors du recrutement, contre seulement 23% pour les autres générations (source : enquête menée en 2015 par l'IBM Smarter Workforce Institute).

Autre élément de différenciation substantiel des Z : le salaire n'est pas leur principale considération en matière d'emploi. Alors que pour 63% des Français, il s'agit de la chose la plus importante (juste derrière on trouve le bien-être au travail à 60%), chez les 18-24 ans, c'est plutôt l'ambiance qui compte prioritairement (source : Employer Brand Research 2017 de Randstad).

1

SOIF DE CONNAISSANCES

Seulement 7,5% des jeunes de 15 à 20 ans estiment que le savoir se transmettra par les études au cours des 10 prochaines années

2

GESTION DE PROJETS

La réussite professionnelle de la génération Z est en fonction de son épanouissement au travail. Les jeunes préféreront des missions et des projets variés à une séquence linéaire de tâches.

3

TRAVAIL D'ÉQUIPE

La génération Z valorise le travail d'équipe et la collaboration. Une organisation statique travaillant en silos risque de lui déplaire.

4

MOBILITÉ GÉOGRAPHIQUE

Plus du deux tiers des jeunes de 15 à 20 ans se voient travailler à l'étranger au cours de leur carrière.

5

AMBIANCE DE TRAVAIL

A poste égal, 25% des membres de la génération Z choisiraient une entreprise «fun», 22% une entreprise innovante et seulement 10% une entreprise prospère.

6

RÉUSSITE POUR SOI

Pour 72% des Z, le plus important est d'être fier de soi. Le regard des autres importe peu. Par ailleurs, 47% d'entre eux désirent fonder leur propre entreprise.

Les jeunes s'informent différemment et n'ont pas les mêmes valeurs que les générations précédentes. Ils désirent travailler pour une entreprise avec une ambiance ludique, travailler sur des projets d'abord, dans un environnement de travail flexible et digital. Ils ont un fort désir d'entrepreneuriat et sont peu fidèles aux entreprises qui les embauchent.



COMMENT L'OPEN INNOVATION PERMET À L'ENTREPRISE DE S'ADAPTER AUX NOUVELLES ATTENTES DES JEUNES TALENTS

Depuis plusieurs années on assiste à un changement de paradigme dans les directions RH : hier, on recrutait de façon passive des candidats actifs ; aujourd'hui, il faut recruter de manière active des candidats passifs. Comprenez, aller chercher les talents où ils se trouvent et utiliser de nouveaux outils de recrutement. C'est là que la marque employeur et le challenge d'open innovation se révèlent être des outils redoutablement efficaces.

En effet, le challenge améliore votre marque employeur externe de 3 façons bien distinctes mais complémentaires.



EN OFFRANT UNE EXPÉRIENCE QUI REFLÈTE LES ASPIRATIONS PROFESSIONNELLES DES MILLENNIALS :

Organiser un challenge d'open innovation, c'est la preuve que vous comprenez les Y et les Z et que vous cherchez à vous adapter à leurs attentes. C'est ce qui en fait un redoutable outil de marque employeur externe.

ATTENTES DES Y & Z	EXPLICATION	LA RÉPONSE PAR LE CHALLENGE
 <p>APPRENDRE ET SE FORMER EN CONTINU</p>	<p>Contrairement à leurs parents et grands-parents, les Z et les Y savent qu'ils n'auront pas une mais plusieurs carrières. En effet, la nature du travail change et aujourd'hui plus qu'hier, on doit pouvoir s'adapter facilement et rapidement. Il devient donc vital pour eux de se former et d'acquérir des nouvelles compétences pour bien préparer leur avenir.</p>	<p>C'est justement l'occasion pour eux d'apprendre en travaillant au sein d'équipes pluridisciplinaires. C'est surtout l'occasion de plancher sur des problématiques concrètes et actuelles d'entreprises et donc de gagner en expérience professionnelle.</p>
 <p>TRAVAILLER EN MODE PROJET</p>	<p>Les Z ne veulent pas travailler pour une entreprise mais sur des projets. La carrière n'est pas envisagée comme une évolution linéaire à un poste spécifique mais comme une suite de missions ponctuelles et variées.</p>	<p>C'est la raison pour laquelle le format du challenge d'innovation ouverte parle autant aux Y et Z. Ils ont l'opportunité de travailler sur un projet, une thématique bien précise et de voir leurs idées / solutions mises en place dans l'entreprise.</p>
 <p>ÊTRE VALORISÉ ET SE SENTIR UTILE</p>	<p>Les générations qui viennent d'entrer ou qui vont bientôt entrer sur le marché du travail attendent d'être stimulées et de jouer un rôle important dans le développement de l'entreprise. Ils enfoncent les portes du placard et sont prêts à montrer de quoi ils sont capables si on leur en donne l'opportunité.</p>	<p>Vous leur donnez la parole et leur offrez la possibilité de faire valoir leurs compétences et leur créativité. L'idée est en effet de mettre en place les projets gagnants à l'issue du challenge.</p>

ATTENTES DES Y & Z	EXPLICATION	LA RÉPONSE PAR LE CHALLENGE
 <p>TRAVAILLER EN ÉQUIPE</p>	<p>Qui dit projet, dit travail d'équipe. Les Y et Z ne veulent plus se retrouver enfermés, seuls, entre les quatre murs d'un bureau. Aujourd'hui, même les freelances se retrouvent dans des espaces de co-working pour profiter de l'émulation créative de collègues éphémères.</p>	<p>En organisant un challenge d'innovation participative, vous leur montrez que le travail d'équipe est également une valeur au coeur de votre organisation. Lors d'un challenge, les talents forment des équipes et chacun apporte sa pierre à l'édifice.</p>
 <p>TRAVAILLER DANS UNE BONNE AMBIANCE</p>	<p>À poste égal, 25% des membres de la génération Z choisiraient une entreprise « fun », 22% une entreprise innovante et seulement 10% une entreprise prospère. C'est dire à quel point les priorités des jeunes actifs ont changé au cours des dernières années. Ce n'est plus seulement la rémunération ou les possibilités d'évolution qui intéressent les Z, mais également le bien-être au travail. Plus qu'avant encore, l'atmosphère est un aspect fondamental de leur épanouissement.</p>	<p>L'ambiance ne se décrète pas. Mais vous pouvez favoriser l'émergence de cette alchimie en réunissant des étudiants et jeunes diplômés de formations et d'horizons différents afin qu'ensemble ils laissent libre cours à leur imagination.</p>
 <p>UTILISER LA TECHNOLOGIE POUR FACILITER LE TRAVAIL</p>	<p>Quel que soit le problème que vous rencontrez, il existe une app qui le résout. C'est, en caricaturant, l'état d'esprit des Y et Z. Ils sont friands de technologie, ils sont à l'aise avec les innovations, surtout quand elles leur facilitent le quotidien.</p>	<p>Un challenge d'open innovation se déroule à 90% en ligne, sur des plateformes SaaS pour la plupart. Ces dernières permettent aux participants de collaborer en ligne et de travailler à distance, en utilisant des outils digitaux intuitifs.</p>



EN FAISANT DÉCOUVRIR VOS MÉTIERS, VOS VALEURS, VOS COLLABORATEURS :

De nouveaux métiers voient le jour à mesure que les avancées technologiques s'accélèrent. Ils n'existaient pas il y a 15, 10 voire 5 ans et sont pourtant incontournables aujourd'hui. Prenez les très courtisés data scientists et chief data officers par exemple, **ce sont des profils tellement demandés qu'on se trouve en situation de pénurie !**

Et malheureusement pour les grands groupes, il leur est encore plus difficile de pourvoir ces nouveaux postes. Les étudiants et jeunes diplômés ne se doutent en effet souvent pas que ces postes existent dans les plus grandes (et plus anciennes) entreprises. Ils se tournent donc instinctivement vers les startups et PME.

Le challenge d'open innovation est un levier pour améliorer cet aspect-là de leur marque employeur. En effet, il permet de faire découvrir leurs métiers les plus techniques, spécifiques ou peu connus du grand public afin de projeter pleinement l'image d'entreprise innovante.

En plus des métiers, c'est également l'occasion de faire découvrir et de véhiculer vos valeurs. Le choix de la thématique est un bon indicateur des problématiques importantes pour vous, qu'elles soient techniques, sociales, environnementales, etc.

Enfin, lors d'un challenge, vos collaborateurs sont amenés à coacher les équipes participantes. Ce premier contact informel entre vos employés et les candidats est une façon pour vous de faire découvrir leurs futurs collègues à vos futurs employés. Ce qui n'est pas négligeable tant l'ambiance et la bonne entente des collaborateurs est fondamentale pour la réussite d'un projet et d'une entreprise.



EN MINIMISANT LES ERREURS DE RECRUTEMENT :

Le recrutement coûte cher, les erreurs de recrutement encore plus. **Le challenge d'open innovation permet de gagner du temps et de minimiser ce risque en faisant la part belle au relationnel.**

En effet, il serait dommage d'oublier l'aspect humain des RH. Car au-delà des hard skills (les compétences techniques mesurables et démontrables), les soft skills (les qualités humaines et la personnalité) sont primordiales au moment de pourvoir un poste. Prenez l'ingénieur le plus qualifié que vous puissiez trouver, passé par toutes les plus grandes écoles et techniquement irréprochable ; s'il n'est pas capable d'interagir avec ses collègues et de travailler en équipe, le résultat sera désastreux.

Et l'algorithme le plus puissant du monde ne vous sera d'aucune utilité pour éviter cette erreur de recrutement. Il ne sera pas en mesure de vous dire si un candidat sait faire preuve d'empathie et de créativité ou travailler en équipe. Tandis qu'en apprenant à connaître et en mettant à l'épreuve des candidats, un recruteur sera capable d'identifier ces soft skills.

C'est une bonne nouvelle pour le recruteur moderne, car cela signifie que son métier deviendra de plus en plus enrichissant. Les challenges d'open innovation sont des occasions parfaites de tester ces soft skills. Les participants planchent en équipes sur des problématiques clés d'une entreprise ; le recruteur a ainsi tout le loisir d'observer le niveau d'implication, la motivation et les capacités d'adaptation de candidats potentiels. Et pour ne pas perdre de vue les hard skills, les projets soumis par les équipes permettent d'en juger. C'est également l'occasion pour les participants de se faire une idée de la personnalité de l'employeur.



Pour résumer, ces nouveaux outils de recrutement présentent au moins deux avantages majeurs :

La part belle faite au relationnel n'est pas pour déplaire au RH moderne. Ce dernier a une vision à long-terme pour l'entreprise. Il est conscient qu'un recrutement réussi, ce n'est pas seulement s'assurer que le bureau au fond du couloir ne prenne pas la poussière trop longtemps. C'est avant tout un levier de réussite et de croissance pour l'entreprise et un enjeu majeur pour sa pérennité.



CONCLUSION



CONCLUSION

Dans un contexte de marque employeur, le challenge d'open innovation peut devenir un outil de communication et de promotion très puissant. Contrairement aux nombreux services web qui ont émergé depuis le début des années 90 (Career Builder, Régions Job, LinkedIn), il permet d'aller au-delà du dépôt de CV et d'offres d'emploi. Le hackathon est basé sur le concept d'open innovation, popularisé dès 2010 lors des balbutiements de la transformation digitale des entreprises. À l'époque, les nouvelles technologies avaient mené à la création d'une panoplie de nouveaux métiers (tech, IT, développement web). Or, les candidats devant pourvoir ces postes naissants connaissaient peu ou pas les entreprises désirant les recruter.

Depuis, pour recruter, des entreprises organisent donc des challenges d'open innovation afin d'attirer des jeunes talents, les séduire et puis les recruter au sein de leurs équipes. L'entreprise organisatrice d'un challenge donne un aperçu de sa culture interne et de ses valeurs. **De plus, elle obtient une occasion de voir de potentiels candidats en pleine action** : leurs compétences techniques, leur intelligence interpersonnelle et leurs talents en communication. **Enfin, elle peut cibler quels participants sont complémentaires à ses équipes de travail.** Les participants, eux, ont l'occasion de participer à une compétition stimulante, de se faire repérer et de recevoir une récompense s'ils se rendent en finale.

Suivant la logique de l'inbound recrutement, le challenge d'open innovation constitue un événement qui agit à titre de vitrine de la marque employeur de l'entreprise. Brandé à l'image de l'employeur et soutenu par un bon plan de communication, le challenge peut toucher des centaines de milliers de candidats potentiels.

**VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS
AVEC DES CAS CONCRETS DANS VOTRE
SECTEUR D'ACTIVITÉ ?**

Agorize a organisé plus de 250 hackathons pour 200 organisations à travers sa plateforme de hackathons online-to-offline.

CONTACTEZ NOUS

FRANCE

34, rue du faubourg Saint-Antoine
75012 Paris
+33 (0)1 55 43 79 47

CANADA

Montréal
+1 438 921 1681

HONG KONG

Wanchai
+852 5420 9249

ALLEMAGNE

Stuttgart
+49 711 21954837

contact@agorize.com
www.business.agorize.com



agorize