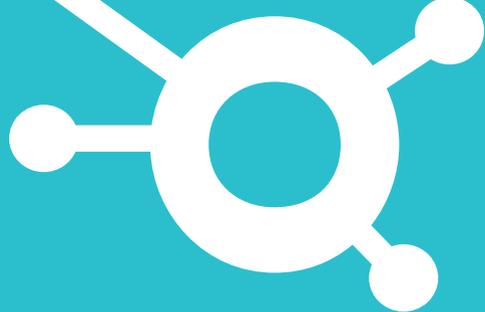


CULTURE NUMÉRIQUE

LE PROGRAMME DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE
DES BRANCHES PROFESSIONNELLES
PORTÉ PAR OPCALIA AVEC LE SOUTIEN FINANCIER
DU MINISTÈRE DU TRAVAIL (DGEFP)

**COMMENT
BOOSTER SA
MARQUE
EMPLOYEUR**



Il ne faut pas attendre que le CV tombe

Le mouton à 5 pattes n'existe plus !

*Faire vivre une expérience client
aux salariés*

*Une personne qui n'est pas candidate au-
jourd'hui peut l'être demain*

EDITO

ATTIREZ, RECRUTEZ, INTÉGREZ, FIDÉLISEZ,

4 enjeux forts auxquels votre entreprise doit faire face. Qu'importe votre secteur d'activité, votre taille ou encore votre périmètre d'actions, une véritable guerre des talents fait rage.

LA MARQUE EMPLOYEUR

La marque employeur est bien plus qu'un concept. Elle est inscrite dans l'ADN de votre structure, dans vos activités et votre collectif de travail.

SOMMAIRE

Une guerre de talents et de timing sévit	p 7
Une arme indéniable : la Marque Employeur	p 10
D’où vient ce recueil de bonnes pratiques	p 16
Les constats des 5 agences de conseil RH	p 18
Travailler l’attractivité de l’entreprise	p 21
Le processus de recrutement	p 25
L’intégration des nouveaux collaborateurs	p 30
La fidélisation des collaborateurs	p 34
Quelques exemples inspirants en France et ailleurs	p 40
Annexe : Les modalités d’accompagnement des TPE-PME	p 45
Annexe : L’exemple des TPE-PME de la filière TMC	p 46
Annexe : Focus sur les différentes méthodologies d’accompagnement	p 48

INTRODUCTION

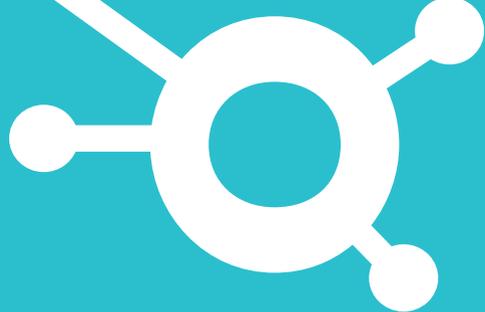
Indépendamment des opportunités qu’elle offre (innovations, invention de nouveaux modèles d’affaires et de partenariats... autant de leviers de compétitivité et de croissance), **la transformation numérique** touche aujourd’hui, de façon plus ou moins prononcée, l’ensemble des secteurs et des entreprises, dans les méthodes de conception, de production, de marketing, de collaboration, d’organisation et de travail.

La première conséquence visible de cette transformation est **une évolution plus rapide des métiers et des compétences** du fait des nouvelles attentes des marchés concernés, des nouvelles technologies, de la diffusion massive de nouveaux outils de travail (applicatifs professionnels, réseaux sociaux...) et des modifications des conditions d’exercice des métiers, donc des compétences nécessaires et de leur apprentissage.

La fonction Ressources Humaines (RH) de l’entreprise est particulièrement impactée du fait de la transformation numérique. Le numérique constitue au demeurant un levier de professionnalisation et de valorisation de la fonction RH, dans le respect des exigences légales imposées, notamment par la réforme de la formation professionnelle continue.

Ses applications permettent au processus RH de se transformer : cela concerne en particulier **le recrutement**, l’appui à la conduite des **entretiens professionnels**, le **processus d’évaluation**, la formation et l’outillage d’une **gestion prévisionnelle des emplois**, la fonction managériale, la diffusion et la gestion d’une **image positive de l’entreprise et de ses métiers**, en interne comme vis-à-vis de l’externe.

C’est dans ce contexte que les représentants des sept branches de la filière Textiles-Mode-Cuirs (Textile, Couture, Habillement, Tannerie/Mégisserie, Chaussure, Maroquinerie, Entretien textile) et le Ministère du travail représenté par la Délégation générale à l’emploi et la formation professionnelle (DGEFP) ont signé un accord-cadre portant Engagement de Développement de l’Emploi et des Compétences (EDEC) pour une période de 2 ans et demi, axé sur la transformation numérique des entreprises.



CONTEXTE

UNE GUERRE DE TALENTS ET DE TIMING SÉVIT

En 1997, le cabinet de conseil McKinsey réunissait sous le terme «Guerre des talents» l'ensemble des difficultés rencontrées par les entreprises pour attirer et recruter les candidats. Cette expression est toujours d'actualité.

Attirer la perle rare, la recruter, l'intégrer et la fidéliser, voici les 4 principaux enjeux auxquels votre entreprise doit faire face pour assurer sa stabilité et/ou sa croissance. Seulement un changement de paradigme bouscule l'ordre établi : les talents osent refuser un poste et ils choisissent l'entreprise pour laquelle ils vont travailler.

95% des candidats se renseignent sur internet à propos de leur future entreprise avant même de postuler*.

Ainsi, dans cette guerre des talents qui fait rage, les entreprises doivent convaincre les talents de les rejoindre, en prenant en compte que le salaire ou le titre du poste ne sont plus des arguments suffisants. La quête de sens, l'alignement des valeurs entreprise-candidat et l'impact de leur travail sur la société sont de nouveaux leviers de motivation, guidant leur choix d'entreprise.

Source : *étude RegionsJob 2015

S'ajoute à cela une nouvelle notion : celle de la «**Guerre de Timing**».

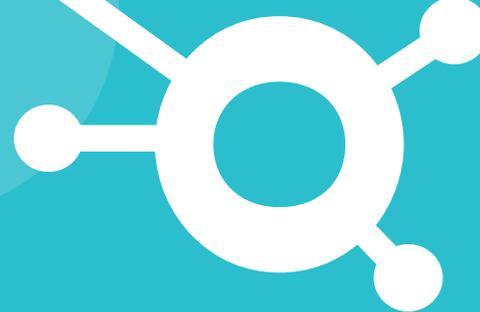
Nous sommes en France, pour une grande majorité de la population, connectés*.

- **88%** des Français ont accès à internet
- **93%** des Français ont un smartphone
- **81%** des Français ont un ordinateur
- **41%** des Français ont une tablette
- **58%** des Français sont des utilisateurs actifs des réseaux sociaux

Cette hyperconnexion affecte notre comportement, nos envies, nos attentes et notre patience. Aujourd'hui, nous voulons commander un article en 1 clic et recevoir notre commande le lendemain.

Il en va de même pour l'emploi. Nous voulons postuler en 1 clic et avoir une proposition d'embauche le jour suivant. Bien que grossit, ce trait est un parfait exemple des attentes des candidats sur le marché de l'emploi. En d'autres termes, ils ne veulent plus attendre plusieurs jours voire semaines pour connaître la décision des recruteurs, ils veulent la réponse immédiatement.

C'est pourquoi, en sus de cette guerre des talents, les entreprises doivent se préparer pour une guerre de timing, en réduisant notamment leur temps de réponse entre les différentes étapes du processus de recrutement.



COMMENT RÉPONDRE À CETTE PROBLÈMATIQUE

*<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet>



UNE ARME INDÉNIABLE : LA MARQUE EMPLOYEUR

Arrivée tardivement en France **dans les années 1990** et remis au goût du jour depuis 2016, **la Marque Employeur est devenue un objectif prioritaire pour les entreprises de toute taille.**

Concept abstrait, principe de communication, buzzword ou tendance éphémère, voici les différentes étiquettes que l'on attribue à la **Marque Employeur**. Pourtant, elle est innée à l'entreprise puisqu'elle constitue son **ADN**. Insufflée en premier lieu par le(s) fondateur(s) de l'entreprise, elle se modifie et se développe en fonction des collaborateurs qui la composent.

A la croisée de la gestion des ressources humaines, du marketing et de la communication RH, elle se décline en actions et leviers.

Les 3 composantes principales de la Marque Employeur

Une Marque Employeur correspond à **l'ensemble des caractéristiques de l'image de marque d'une entreprise auprès de ses employés et futurs candidats pour les attirer, les recruter, les intégrer et les fidéliser**. En d'autres termes, la Marque Employeur est composée des perceptions de l'entreprise par les collaborateurs et de celles des acteurs externes (candidats, partenaires, fournisseurs, ...).



Expérience Candidat

Toute étape que le candidat vivra entre la première communication qu'il aura reçue de l'entreprise jusqu'à son dernier entretien d'embauche.

Expérience Collaborateur

Elle débute au moment de la signature du contrat et se termine lors du départ du salarié de l'entreprise.



Offre RH

Elle regroupe tous les avantages proposés par l'entreprise : sa culture, ses valeurs, les évolutions de carrière, la rémunération, la mobilité, l'environnement de travail, les pratiques managériales ...

Définir sa marque employeur

Une récente étude de Ranstad a mis en exergue qu'**une entreprise avec une mauvaise réputation payent en moyenne 10% de plus que les autres pour le recrutement.**

Lorsque la Marque Employeur est bien pensée, elle permet **de contribuer à l'attrait de nouveaux collaborateurs, leur recrutement, leur intégration et leur fidélisation.**

Cette dernière est intrinsèquement liée à l'entreprise et de ce fait à sa stratégie et ses collaborateurs. Il est alors indispensable qu'**elle soit travaillée et définie par la direction et les collaborateurs.** En sus, ce que la Marque Employeur fait en interne doit se refléter à l'externe pour attirer, recruter, intégrer et fidéliser les collaborateurs en adéquation avec la proposition « employeur » de l'entreprise.



Les caractéristiques de la marque employeur

Une Marque Employeur efficace est une Marque Employeur qui respecte les **6 caractéristiques** suivantes :



LES 10 COMMANDEMENTS DE LA MARQUE EMPLOYEUR

Marque commerciale et Marque Employeur vous distinguerez

La marque commerciale et la Marque Employeur sont intimement liées et s'influencent mutuellement. Par exemple, la médiatisation de licenciements peut affecter négativement la marque commerciale de l'entreprise ; et le dysfonctionnement d'un produit engendrerait automatiquement une baisse du volume reçu de candidatures spontanées.

Dans la stratégie globale, la Marque Employeur vous ancrez

Elle vient en soutien de la stratégie globale de l'entreprise et donne aux collaborateurs non seulement une direction à suivre, mais également un sens à leur mission quotidienne. Elle véhicule ainsi une dynamique d'engagement des collaborateurs.

Vos collaborateurs vous impliquerez

Véritable identité de l'entreprise, la Marque Employeur est portée par tous. Ce sont les collaborateurs qui la vivent au quotidien qui seront capables de la définir. De plus, plus les collaborateurs sont impliqués dans

cette démarche, plus le sentiment d'appartenance se développera. Ils pourront ainsi devenir de véritables ambassadeurs et vous aider à attirer, recruter, intégrer et fidéliser vos talents.

Des ressources vous mobiliserez

La Marque Employeur nécessite une réflexion sur l'investissement que l'entreprise souhaite accorder à son développement et son entretien. Selon la taille de l'entreprise, sa notoriété présente et celle vers laquelle elle veut tendre, ses besoins en recrutement et les éventuelles pénuries de profils auxquelles elle fait face, la Marque Employeur nécessitera différents niveaux d'implication et de moyens.

Dans la durée la démarche Marque Employeur vous vinscrirez

La Marque Employeur ne doit pas seulement être active lors de périodes de recrutement mais être une démarche constante d'ouverture, entretenue par un discours juste, une image positive mais objective de l'entreprise. Ce tout forme un cercle vertueux, au sein duquel la Marque Employeur se développe, s'ancre et joue son rôle de catalyseur dans les

activités de Ressources Humaines de l'entreprise.

Un suivi régulier de votre Marque Employeur vous réaliserez

La Marque Employeur s'inscrivant dans la durée, il est important de la faire vivre et de suivre l'impact de chacune des actions choisies ainsi que des investissements réalisés. Ce suivi régulier permet par la suite d'optimiser son budget et de vérifier l'efficacité de chaque projet mis en œuvre.

Vos cibles et leurs attentes vous travaillerez

Lorsque l'on s'adresse à tout le monde, on s'adresse en réalité à personne. En effet, chaque individu a des attentes, des envies, des motivations différentes. Il est donc primordial de connaître sa cible afin de lui diffuser les bons messages sur les bons canaux.

La cohérence de votre Marque Employeur vous maintiendrez

La Marque Employeur n'est pas une invention de toute pièce. Ses fondements reposent sur la réalité connue et vécue dans l'entreprise. Une Marque Employeur inventée engendrera une déception chez vos candidats et vos collaborateurs, risquant de les faire fuir.

Des actions concrètes à la communication vous couplerez

La Marque Employeur ne se traduit pas que par une belle communication, avec des visuels attractifs et des messages séduisants. Elle se reflète par l'intermédiaire d'actions en interne et à l'externe. Une Marque Employeur s'expérimente et se vit !

A des pratiques de bien-être au travail vous l'adosserez

Votre Marque Employeur se reflète aussi par le bien-être de vos collaborateurs. Un collaborateur épanoui sera plus engagé dans son travail. D'autre part, les nouvelles générations ne veulent plus vivre pour travailler mais bien travailler pour vivre. Elles sont donc prêtes à quitter un emploi si ce dernier ne leur permet pas de s'épanouir.

D'OÙ VIENT CE RECUEIL DE BONNES PRATIQUES ?

Qu'est-ce qu'un Engagement de Développement des Emplois et des Compétences (EDEC) ?

Il s'agit d'une démarche partenariale destinée à promouvoir, dans un cadre contractuel entre le Ministère du travail (DGEFP), les organisations professionnelles et syndicales de branche, une politique de soutien au développement de l'emploi, des compétences et de la qualification des actifs occupés dans des secteurs ou filières stratégiques. Celle-ci est fondée sur un diagnostic partagé, la mobilisation et la complémentarité des dispositifs et outils Emploi – RH ainsi que des moyens financiers de la DGEFP et d'OPCALIA. L'objectif est d'anticiper et d'accompagner les conséquences sur l'emploi et les compétences des mutations économiques, technologiques, sociales et démographiques.

Quelle méthodologie appliquée ?

Le projet "Stratégie Marque Employeur" s'inscrit dans le troisième axe de l'Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences (EDEC) signé le 15 novembre 2016 par les branches professionnelles de la filière Textiles-Mode-Cuirs, l'Ministère du Travail et OPCALIA. Il s'agit de valoriser des outils modernes d'appui digital dans différents domaines et process RH dans les domaines suivants : Marque Employeur, recrutement, gestion des compétences, formation, certification professionnelle, transmission des savoir-faire.

Le projet "Stratégie Marque Employeur" repose sur une prestation d'accompagnement et de structuration de la Marque Employeur de 60 TPE-PME de moins de 250 salariés avec des difficultés de recrutement des branches Textiles-Mode-Cuirs. Les TPE-PME de moins de 50 salariés ont été le cœur de cible de l'opération. Les entreprises bénéficiaires sont localisées dans quatre régions : Auvergne Rhône-Alpes, Grand Est, Hauts-de-France, Pays de la Loire.

Afin de mener à bien ce projet « Stratégie Marque Employeur », 5 agences de conseil en Marque Employeur ont été sélectionnées pour accompagner les entreprises des différentes régions. A l'issue de ce programme d'une durée d'un an, toutes les parties prenantes de ce projet se sont réunies dans l'optique de faire ressortir les bonnes pratiques Marque Employeur. Ce recueil a donc pour objectif de donner aux chefs d'entreprises, territoires et filière des idées d'actions à mettre en place.

Cette intervention se résume ainsi :

- Travail sur l'ensemble des segments de la chaîne du recrutement : attractivité, processus de recrutement, intégration fidélisation ;
- Implication du collectif de travail ;
- Recours à 5 agences de conseil RH ;
- Prestation de 4 jours (2 jours de diagnostic et 2 jours d'accompagnement) ;
- Possibilité d'étaler dans le temps le déroulement de la prestation pour s'adapter aux contraintes des entreprises ;
- Des livrables adaptés pour l'entreprise : un diagnostic, un plan d'action & un compte rendu de l'accompagnement.

La prestation a été prise en charge dans le cadre de l'EDEC Numérique Textiles-Mode-Cuirs qui mobilise un cofinancement du Ministère du Travail et d'OPCALIA.



LE CONSTAT DE 5 AGENCES DE CONSEIL RH

Bien qu'elles soient intervenues pour des PME de taille et localisation différentes, les 5 agences de conseil RH ont décelé des points communs aux 49 entreprises accompagnées.

Pour la majorité des dirigeants, cette démarche a été une **véritable révélation**. Ils ont **pu confronter leur perception à celle de leurs collaborateurs** et ainsi identifier leurs attentes réelles, et non supposées.

Les **salariés** des entreprises ont **beaucoup apprécié la démarche Marque Employeur**. En effet, à tra-

vers le diagnostic, les collaborateurs ont pu **partager** de manière confidentielle **leur ressenti**. D'autre part, le fait de les solliciter leur procurait **un sentiment de considération et d'écoute**.

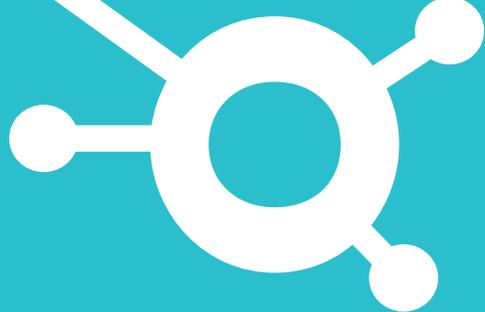
Un **travail de fond sur les valeurs et la culture d'entreprise** a pour la plupart été réalisé et a permis de **formaliser une promesse employeur claire** et adaptée à l'entreprise ainsi que de **retravailler les offres d'emploi pour les rendre plus humaines et moins techniques**.

Être visible d'un point de vue commercial sur internet est une évidence pour toutes les entreprises. En revanche, ce qui l'était moins, c'était d'être présent en tant qu'employeur. C'est pourquoi, une grande partie des entreprises accompagnées **ont créé ou retravaillé un espace carrière sur leur site internet et ont intégré les réseaux sociaux dans leur stratégie d'attraction et recrutement des talents**.

Suite au diagnostic, et bien que leur demande ait été orientée sur des problématiques de recrutement, l'ensemble des entreprises ont compris que **l'attractivité des candidats dépend en partie de la Marque Employeur interne**. Elles ont alors décidé de **travailler sur des actions internes concrètes** : création ou amélioration du livret d'accueil, réaménagement de l'environnement de travail, etc.

Cette démarche initiée dans le cadre de l'EDEC Numérique Textiles-Mode-Cuirs **a déclenché une prise de conscience** des dirigeants

sur l'importance de la Marque Employeur. Les entreprises accompagnées envisagent pour la plupart d'entre elles **de poursuivre des actions Marque Employeur dans le temps** et en fonction de leur budget.



BONNES PRATIQUES EN ENTREPRISE



TRAVAILLER L'ATTRACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Avant de communiquer et d'attirer les talents

L'attractivité de votre entreprise est intrinsèquement liée à votre Marque Employeur. C'est pourquoi, avant toute action pour attirer les talents, vous :

1 - **Définissez** vos valeurs, votre culture, votre ambition, votre vision et vos avantages « employeur » : cette première phase de définition est primordiale. C'est elle qui va donner un sens au travail de votre futur collaborateur et surtout lui permettre de se projeter au sein de votre société.

Donnez du sens au travail de vos salariés pour qu'ils se sentent acteurs dans l'atteinte d'un objectif commun.

2- **Cernez** le candidat ciblé afin de lui communiquer les messages-clés efficaces sur les bons canaux de diffusion.

Créez des messages cohérents entre stratégie et sens, action et communication, valeurs et conditions.

Ne survendez pas votre entreprise en enjolivant la réalité : une fausse promesse décevra le talent une fois intégré et l'incitera à quitter votre structure. Soyez donc sincère dans votre communication.

Une image externe bien travaillée

Une fois les points précédents traités, des actions ciblées pour attirer les talents peuvent être mises en place.

1 - **Créez votre communication ouverte et transparente** : les talents ont envie de connaître l'environnement dans lequel ils vont travailler et ce qu'ils vont y apprendre et découvrir. En étant transparent, vous renvoyez l'image d'une société ouverte au monde, innovante et accueillante. De cette manière, elle rafraîchit l'image désuète, fermée et traditionnelle que peuvent avoir les entreprises de la filière ;

2 - **Partagez votre savoir-faire et votre environnement** : Les futurs candidats ont besoin de se projeter dans votre société. Sans pour autant trahir vos secrets de fabrication, montrez et faites expérimenter votre expertise et votre cadre de travail ;

3 - **Valorisez les métiers de votre filière** : séduire vos candidats débute par les messages que vous lui envoyez. En mettant en exergue votre filière, vos marchés, vos métiers, les formations et les perspectives d'évolution, vous démontrez aux futurs talents que votre filière est encore très active et que de nombreuses opportunités les attendent.

4 - **Diversifiez les canaux de diffusion** : lorsque la cible est définie ainsi que les messages-clés à lui transmettre, les moyens employés pour diffuser l'information doivent être choisis. Ainsi, le site internet de l'entreprise doit comporter un espace dédié à l'emploi. En fonction de la cible, certains réseaux sociaux peuvent être priorités pour partager vos communications « employeur ». D'autre part, bien que la présence virtuelle soit importante, il ne faut pas négliger la proximité humaine. De ce fait, des actions telles que des visites d'entreprise par les familles des collaborateurs, des portes ouvertes ou encore les relations avec les écoles sont à privilégier et à entretenir ;

5 - **Interagissez avec les talents** : la proximité avec les talents est un élément parfois très différenciateur. Leur prêter attention, les écouter et répondre à leurs questions permet de créer un certain lien de sympathie. C'est pourquoi, que ce soit sur les réseaux sociaux ou sur les salons et forums, soignez la relation avec votre interlocuteur.



QUELQUES IDÉES POUR ATTIRER LES TALENTS

Avant de mettre en place une quelconque action pour améliorer le bien-être de vos collaborateurs, interrogez-les sur leurs envies et besoins.

- **Intégrez la question de l'emploi et du recrutement** dans la communication globale de l'entreprise.
- **Faites des collaborateurs des ambassadeurs de l'entreprise** afin qu'ils diffusent voire Marque Employeur en externe et donnent envie aux candidats de rejoindre l'entreprise par des vidéos témoignages par exemple.
- **Mobilisez les médias** sur l'impact positif des actions mises en œuvre par l'entreprise.
- **Améliorez le bien-être de vos salariés** en leur proposant par exemple une salle de détente, un créneau horaire pour aller faire du sport, une place de parking, etc.
- **Mettez en place une organisation** propice à l'écoute, au droit à l'erreur, à l'autonomie et à la responsabilisation qui confèrera à vos collaborateurs un sentiment de reconnaissance dans leur singularité et les valorisera (cf. le modèle des entreprises libérées).
- **Accordez des avantages** financiers ou non financiers à vos collaborateurs pour récompenser leur fidélité.
- **Organisez** des journées « portes ouvertes » et/ou proposer des parcours de découverte et de préapprentissage, des stages, des périodes de mise en situation professionnelle... afin de faire découvrir vos métiers et susciter des vocations.
- **Facilitez l'échange et la proximité** entre futures recrues et salariés.



Les Indispensables pour travailler son attractivité

- Définissez les valeurs de votre entreprise, sa culture, son ambition, sa vision et ses avantages employeurs pour ensuite les **communiquer** en interne et à l'externe
- Maintenez une **image cohérente** entre ce qui est diffusé à l'externe et ce qui se passe en interne
- Surveillez **l'e-réputation de votre entreprise** : que dit-on sur mon entreprise sur les réseaux sociaux et les sites de notation comme Glassdoor ?
- Assurez une **bonne visibilité** de votre entreprise sur internet tant d'un point de vue commercial qu'employeur
- Faites **ressortir le côté humain** de votre entreprise (RSE, environnement, management participatif, pratiques collaboratives, convivialité,...)
- Mettez en place des **actions pouvant améliorer le bien-être de vos salariés**
- **Soyez à l'écoute** de vos salariés et de leurs attentes et impliquez-les dans des projets collectifs tel que le recrutement de leurs futurs collègues
- **Pensez savoir-être et potentiel d'évolution** avant de penser profil et compétences
- Soyez honnête et transparent dans la communication externe **pour ne pas faire de fausse promesse**
- **Valorisez** vos collaborateurs et leur travail et ainsi créez un sentiment de fierté

LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Le processus de recrutement est le sas de l'entreprise. Il permet aux candidats de confirmer ou non leur première impression de la société. C'est également l'opportunité pour eux de ressentir votre Marque Employeur interne. Ce processus peut être divisé en 4 étapes.

1 - Avant de recruter

- **Anticipez** au maximum les besoins de recrutement pour limiter les recherches en urgence.
- **Définissez** quelles compétences (savoirs, savoir-faire, savoir être) sont nécessaires . En allant au-delà des diplômes et en favorisant l'expérience professionnelle et personnelle, vous donnez aux talents la possibilité de s'investir et s'épanouir dans une entreprise qui lui fait confiance.
- **Identifiez** le type de personnalité pouvant s'accorder avec les équipes en place. En effet, il sera plus pertinent, et moins coûteux, d'identifier et recruter une personne alignée avec vos valeurs et votre culture ainsi qu'avec sa future équipe, plutôt qu'un profil très qualifié ne s'acclimatant pas à son environnement de travail.
- **Rédigez** une offre d'emploi claire, compréhensible et réaliste. Une mention des évolutions possibles facilitera la projection sur plusieurs années du candidat dans votre société. Par exemple, un témoignage d'un collaborateur permettrait d'humaniser votre offre.
- **Actualisez** régulièrement les besoins en recrutement et donc

l'offre d'emploi.

- **Adaptez** le processus de recrutement à la cible. Par exemple, votre processus de recrutement prévoit 3 entretiens physiques. Pour un opérationnel, ces 3 entretiens sont-ils réellement nécessaires ? Vous apportent-ils de la valeur ajoutée pour votre prise de décision ?
- **Connaîsez et mobilisez** les ressources à disposition nécessaires (humaines, financières, logistiques, ...) ainsi que les appuis externes (votre organisation professionnelle, votre OPCO, pôle emploi...).

2 - Diffusion des offres d'emploi

Lorsque votre besoin de recrutement est bien déterminée et votre offre bien rédigée, il est temps de s'atteler à sa diffusion. Voici quelques conseils pour transmettre correctement vos offres :

- **Identifiez** les canaux les plus pertinents en fonction des profils.
- **Créez** des partenariats avec les écoles, le service public local de l'emploi (le Pôle Emploi, la mission locale, le cap emploi).
- **Communiquez** les annonces sur les réseaux sociaux et votre site internet.
- **Constituez** un vivier de talents pour le recrutement (veille, relation écoles, partenariat avec les opérateurs CEP).
- **Encouragez** vos collaborateurs

à partager les offres d'emploi, voire même mettez en place un système de cooptation.

- **N'hésitez pas** à élargir le sourcing : les jeunes décrocheurs, les publics d'insertion, les salariés en 2ème partie de carrière en recherche de reconversion, les personnes en situation de handicap, les seniors...
- **Affichez** vos annonces en interne et informez à l'externe que vous recrutez.

3 - Pendant le processus de recrutement

Après diffusion de l'offre, voici quelques conseils pour assurer votre recrutement :

- **Soignez** les RDV de recrutements : cela commence dès l'accueil de vos candidats et se poursuit pendant l'entretien.
- **Entretenez** de bons échanges avec les candidats non-reçus : gardez à l'esprit que même les candidats non-reçus méritent votre attention, car ils peuvent devenir soit à nouveau des candidats soit des ambassadeurs et partager vos offres.
- **Échangez** avec les candidats qu'ils soient retenus ou non : ce que les candidats retiendront de votre entreprise sont les discussions et la sincérité de vos propos ainsi que le temps que vous prendrez pour leur faire des retours sur leur candidature.
- **Répondez** de manière systé-

matique et de façon personnalisée aux candidats non retenus grâce au numérique.

- **Informez** régulièrement vos candidats de la situation de leur candidature et du déroulé du processus de recrutement.
- **Veillez** au délai de réponse entre chaque étape du processus de recrutement.
- **Adaptez** le processus de recrutement en fonction du poste à pourvoir.
- **Favorisez** pendant le processus de recrutement les échanges entre salarié en poste et candidat.
- **Faites visiter** votre entreprise aux candidats passant un entretien d'embauche, ils pourront ainsi découvrir votre environnement de travail et se projeter.
- **Sollicitez** des acteurs locaux pour diffuser vos annonces ou tester vos candidats : Pôle Emploi organise des recrutements par simulation (MRS) et propose des programmes permettant d'intégrer des collaborateurs ne possédant pas forcément les compétences requises comme la **Préparation Opérationnelle à l'Emploi (POEI)** ou encore l'**Action de Formation Pré-alable au Recrutement (AFPR)**.

4 - Post-recrutement

Un recrutement efficace passe aussi par un suivi, les conseils indispensables :

- **Utilisez le plan de développement des compétences et les parcours de formation interne** pour pérenniser les recrutements.
- **Analysez les recrutements** qui n'ont pas fonctionné : pourquoi ? Qu'est-ce qui a péché ? Quel a été le délai de réponse ?
- **Faites corrélérer l'image externe de votre entreprise** avec l'intégration au poste de travail.

Quelques idées pour recruter



- **Diffusez vos offres d'emploi** sur votre site internet, les réseaux sociaux et le tableau d'affichage en interne, ou tout autre canal pouvant toucher votre cible
- **Recrutez autrement vos candidats** : candidature sans CV ni lettre de motivation, proposez un recrutement sous forme de test pour évaluer le potentiel des talents (ex. Méthode de recrutement par simulation de Pôle emploi)
- **Utilisez des outils numériques** pour repérer les bons profils de manière non discriminatoire au sein d'une entreprise
- **Créez un livret de référence** regroupant les types de cibles visées et tous les arguments (filière, métier, région, entreprise) facilitant la rédaction des offres d'emploi ainsi que le discours pour convaincre le candidat pendant le processus de recrutement



Les indispensables pour recruter

- **Changez de posture** vis-à-vis des profils recrutés : rechercher des potentiels
- **Prenez à cœur le recrutement** des futures recrues
- **Rédigez** des offres d'emploi attractives et transparentes
- **Considérez** qu'un salaire plus élevé peut-être une source d'économie
- **Renforcez** dans les missions du manager la dimension RH
- **Restez** cohérent et transparent tout au long du processus

L'INTÉGRATION DES NOUVEAUX COLLABORATEURS

L'intégration des nouveaux collaborateurs est un moment à privilégier et à soigner. Ce sont les premiers instants au sein de votre société qui le convaincront d'y rester et de s'y investir.

1 - Avant le premier jour

- **Envoyez** des informations utiles préalablement à l'accueil : newsletters, livret d'accueil, planning et horaires, nom de ses futurs manager et coéquipiers, nom de la personne qui l'accueillera.
- **Informez** l'équipe de l'arrivée du nouvel embauché.
- **Préparez** le matériel du nouvel embauché : adresse email, badge, place de parking...
- **Conférez** au nouveau collaborateur le sentiment qu'il est accueilli.
- **Structurez et pilotez** le processus d'intégration adapté à l'entreprise.
- **Définissez** les objectifs de cette intégration et donner du sens au rôle de chaque nouvel intégré au sein de l'entreprise.

2 - Son 1er jour chez vous

- **Réalisez** un accueil personnalisé.
- **Faites visiter** l'entreprise.
- **Présentez** l'entreprise, ses produits, ses marchés, son histoire, son positionnement sociétal (RSE), ses valeurs, ses codes...
- **Associez** à cette journée différents représentants de la direction pour présenter l'entreprise.
- **Donnez** les contacts utiles.
- **Situez** le poste dans le process/flux de l'activité et présentez le produit final.
- **Veillez** à la cohérence entre le discours en entretien et la réalité vécue dans l'entreprise.
- **Considérez** que l'arrivée du collaborateur est un événement à part entière pour dégager du temps au manager direct (y compris pour les intérimaires et les alternants) et le sensibiliser sur l'importance de cette période.
- **Dégagez** du temps à tous les services pour présenter leur rôle et l'étaler sur plusieurs semaines.



Quelques idées pour mieux intégrer

- **Listez les choses à faire, les documents à remettre et impliquez les managers directs.**
- **Affichez un mot de bienvenue** sur le panneau d'affichage ou les écrans de l'entreprise.
- **Organisez un café d'accueil.**
- **Prévoyez le travail en double** (Action de formation en situation de travail [AFEST]) idéalement binôme senior/jeune et tutorat inversé.
- **Mettez en place un système de tutorat**, parrainage ou référent volontaire.
- **Organisez une revue d'étonnement** 1 à 2 mois après l'arrivée puis chaque mois durant la période d'essai. Il est possible d'utiliser la méthodologie AFEST (rapport étonnement, retour d'expérience).
- **Associez le nouveau collaborateur** dans les activités transversales (sport, CE, ...).
- **Fêtez l'intégration réussie** pour en faire une date d'anniversaire.



Les indispensables pour mieux intégrer

- **Soignez le premier jour** d'intégration.
- **Facilitez** l'intégration de la recrue et **fournissez-lui les informations** nécessaires et indispensables.
- **Impliquez dans la démarche les managers** directs afin de prendre le temps de bien intégrer les nouveaux collaborateurs.
- **Planifiez un programme d'intégration** pour chaque collaborateur et adapté à ses besoins.
- **Considérez** que le processus d'intégration ne dure pas que le temps du premier jour mais bien sur le long terme.

LA FIDÉLISATION DES COLLABORATEURS

La fidélisation des collaborateurs est influencée par 8 éléments : le sens donné au travail, le management, les opportunités d'évolution, les compétences, l'ambiance, les responsabilités confiées, les conditions de travail et la rémunération

1 - Le sens donné

Cultivez et partagez les valeurs de l'entreprise, des moments fédérateurs et le sentiment de fierté.

Communiquez sur la stratégie et les objectifs.

Précisez le rôle de chaque collaborateur au sein de l'entreprise, sa mission et son poste.

Valorisez et reconnaissez le travail et les compétences des collaborateurs.

Faites adhérer les collaborateurs au projet d'entreprise.

2 - Le management

Accompagnez les collaborateurs tout au long de leur carrière au sein de l'entreprise en prêtant attention à leurs envies et besoins d'évolution.

Favorisez la transparence, la bienveillance, le droit à l'erreur, la reconnaissance, la valorisation, l'encadrement, l'autonomie, la flexibilité, le management participatif, la disponibilité, l'écoute et le respect de la singularité des personnes (H/F), l'équilibre vie professionnelle – vie familiale.

Démontrez que le manager est un appui et un soutien.

Communiquez sur les bonnes pratiques mises en place et leurs résultats.

3 - Opportunités d'évolution

Clarifiez les opportunités d'évolution de chaque collaborateur.

Personnalisez le parcours de carrière.

Favorisez les missions variées et évolutives.

Permettez la progression en compétences et la mobilité.

4 - Compétences

Suivez la montée en compétence progressive des collaborateurs.

Établissez un plan de développement des compétences et des formations nécessaires.

Réalisez un bilan de compétences.

Facilitez la transmission des savoir-faire entre collaborateurs (temps d'échanges, collectifs, formalisation et partage de repères techniques, mode opératoires, culture métier).

5 - Qualité de vie au Travail

Maintenez la bonne entente au sein de la structure et le bien-être au travail.

Animez des événements internes pour créer du lien et réunir l'entreprise autour de projets collectifs.

Saluez les succès/réussites collectives, les innovations et l'implication personnelle.

Aménagez un espace pour le personnel (salle de restauration, de repos...).

6 - Responsabilités confiées

Encouragez l'autonomie en définissant le cadre et le fonctionnement.

Donnez aux collaborateurs des responsabilités et des moyens pour les exercer.

Entretenez un environnement de confiance et de bienveillance.

7 - Conditions de travail

Assurez la sécurité et la santé de vos collaborateurs (RPS, équipements, produits sains, responsabilité employeur, ...).

Équilibrez la charge de travail et articulez l'équilibre vie professionnelle et vie personnelle.

Soyez dans une démarche d'amélioration continue des conditions de travail (santé, sécurité).

8 - Rémunération

Définissez et faites connaître les règles d'évolution salariale et d'attribution des primes

Apportez de la transparence sur la rémunération.



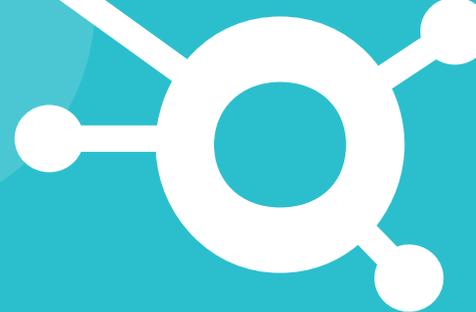
Quelques idées pour mieux fidéliser

- **Donnez la possibilité aux collaborateurs** de participer aux décisions stratégiques de l'entreprise.
- **Permettez aux collaborateurs** d'être force de proposition et de mettre en place leurs idées.
- **Facilitez les échanges** de bonnes pratiques.
- **Développez une prime** ou rémunération collective.



Les indispensables pour mieux fidéliser

- **Soyez transparent** : vos collaborateurs ont besoin de savoir ce qui se passe et de comprendre la situation de l'entreprise. En leur donnant ces informations, vous leur conférez un sentiment de confiance et de responsabilité qui sera apprécié.
- **Formez vos managers** : lorsqu'un collaborateur excelle dans son poste, une promotion peut lui être attribuée, et notamment la gestion d'une équipe. Toutefois, il peut arriver que manager ne lui soit pas naturel. Il est donc important de l'inclure dans son parcours de formation.
- **Créez du lien** : vos salariés vont passer une bonne partie de leur temps au sein de votre entreprise. C'est pourquoi, entretenir un bon environnement de travail et le bien-être de vos collaborateurs encouragera ces derniers à rester.



DES INSPIRATIONS (INTER)NATIONALES



QUELQUES EXEMPLES INSPIRANTS EN FRANCE ET AILLEURS

Face à cette guerre des talents et de timing, et surtout pour valoriser leur Marque Employeur, certaines entreprises n'ont pas hésité à sortir des sentiers battus. En voici quelques exemples pour vous en inspirer.

Triangle Interim

Entre 2013 et 2015, l'agence d'intérim, Triangle Intérim, a sillonné en bus toute la France pour aller à la rencontre des candidats. Son objectif était d'atteindre des talents qui ne les connaissait pas et pouvoir des offres.

Blind Applying

Il est parfois difficile pour un étudiant de jongler entre candidatures et études. C'est avec cette idée en tête que l'entreprise Entrypark a mis en

place la **candidature à l'aveugle**. Cette initiative est la 3ème édition. **Les candidats peuvent ainsi postuler non pas à une, mais 15 entreprises** ! Ils ne savent pas pour qui ou quel poste ils postulent. Pour participer, ils doivent tout simplement enregistrer leur CV sur le site internet de Blind Applying.

Daimler & Whatsapp

Le constructeur automobile allemand Daimler a utilisé l'application whatsapp **pour échanger avec ses candidats**. Whatsapp est une application mobile de messagerie gratuite. Cette dernière connaît un **franc succès auprès des jeunes**. Sachant cela, le constructeur automobile allemand a décidé de se servir de l'application pour échanger avec les étudiants, leur montrer l'ambiance

de l'entreprise et leur donner envie de rejoindre les équipes. C'est le chemin qui est important et cela implique aussi qu'ils puissent s'égarer... ou qu'ils puissent trouver une nouvelle voie. Réunies 3 fois par an lors de rencontres, les régions partagent leurs expériences et leurs **sources d'inspiration (organisation apprenante, management agile et responsabilisant, principes de l'effectuation...)** et mènent des learning expéditions.

Buffer et le calculateur de salaire ouvert

La transparence, c'est une valeur fondamentale chez Buffer, plateforme de gestion des comptes sur les réseaux sociaux et entreprise sans bureaux. Elle encourage chacun à ne pas perdre une occasion de partager ses croyances, ses décisions, mais aussi ses échecs.

Dès 2013, Buffer décide de publier ses revenus, son nombre d'utilisateurs et ses progress reports qui détaillent le fonctionnement et la performance de son service client. Les salaires de chacun sont également publiés, suite à de longues discussions, avec l'accord de l'ensemble des collaborateurs.

L'entreprise a choisi d'aller encore plus loin en mettant au point une formule, rendue elle aussi publique, qui détermine les revenus de chacun. Cela permet d'une part de res-

ter pleinement cohérent avec cette **culture** qui repose tant sur la **transparence et l'équité**. C'est aussi une façon de **mieux gérer les négociations salariales pour les candidats et collaborateurs**.

Colas et le footballe

L'entreprise Colas, leader mondial au niveau de la construction et de l'entretien des infrastructures de transport, a organisé un événement sportif pour **attirer des élèves ingénieurs de première année et pour voir des stages ouvriers** : un match de footballe.

En organisant ce match amical, les étudiants ont pu **échanger avec les collaborateurs de Colas** et en apprendre un peu plus sur les travaux publics et **ses opportunités de carrière**.

AXA Banque et Rock en Seine

Lors du festival de rock annuel dans le domaine national de Saint-Cloud en région Parisienne, Axa Banque a profité de cette occasion pour **procéder au recrutement de ses futurs conseillers clientèle et analystes crédit**, avec une campagne intitulée « Rock'n'Job ». Ainsi, pour **mettre à l'aise les candidats** et leur permettre de se montrer sous leur meilleur jour, ils ont choisi de sortir de leurs bureaux. C'est donc, en tenue d'été, à l'ombre des arbres et sur des

Pour plus d'inspirations managériales ou de recrutement, rendez-vous sur :
<http://www.neo-jobs.fr/blog-marque-employeur-rh/>
<https://humange.fr>

tables en terrasse, que les candidats et recruteurs ont pu **échanger de façon totalement décontractée** et ont terminé la soirée en assistant en tant que VIP et accompagnés d'un proche au concert du festival.

Adecco & 1JOB2BOSS

Adecco offre la possibilité à un étudiant de **devenir bras droit du PDG France pendant 1 mois**, pour un salaire de 7 000 euros. Ce job implique des voyages un peu partout sur le globe, la possibilité de donner son avis et de **participer aux décisions stratégiques. Pour atteindre la finale et obtenir ce job** formateur et riche en observations, 3 étapes sont à franchir sur une durée de 6 semaines : l'analyse de CV par l'une des filiales d'Adecco, les tests d'anglais, de logique et de personnalité, et enfin, la journée « assessment center » consacrée aux échanges et entretiens. Le dernier prend la forme d'un assessment center gamifié pour départager les 5 candidats finalistes.

Enedis et le management responsabilisant

Convaincue que les modes de travail doivent évoluer afin de développer, encourager l'esprit entrepreneurial et d'obtenir l'engagement du plus grand nombre au sein d'Enedis, la société a instauré un climat de confiance dans les équipes, qui savent mieux que quiconque comment y parvenir. Les pionniers, ce sont des unités volontaires qui sou-

haitent **expérimenter de nouvelles manières de travailler au service de la performance globale et durable d'Enedis.**

Chaque unité pionnière avance avec son histoire, son contexte.

Jobpack et le coffret d'accueil

Jobpack.fr répond aux besoins d'attractivité d'entreprises dans des territoires parfois éloignés. Développés en partenariat avec les RH, ses packs offrent une bonne expérience de l'entreprise et de la ville d'accueil. Ils facilitent l'intégration et lèvent les freins à la mobilité avec un accompagnement personnalisé grâce à sa communauté de Welcomers. Après un démarrage réussi à Orléans et ses alentours, la startup cherche à se déployer dans toutes les régions françaises.

Squadshift

En novembre 2017, est lancé le projet d'application « Squadshift ».

Jusqu'alors, les managers des magasins Etam, Undiz et 123 faisaient appel à leur débrouillardise. Confrontés à la difficulté de devoir organiser le temps de travail de leurs équipes, tout en devant trouver des solutions pour gérer les imprévus du quotidien, il était fréquent qu'ils appellent leurs collègues des magasins environnants pour obtenir des renforts temporaires en cas d'absences de dernière minute, de pics de charge en période de ventes promotionnelles... Plus de 60 000 heures par an étaient ainsi « échangées » de manière informelle. Par ailleurs, de nombreuses hôte(sse)s de vente à temps partiel exprimaient le souhait de pouvoir faire quelques heures en plus, à la demande.

Pour tenir compte de ces deux besoins, Squadshift rapproche les salariés du groupe Etam à temps partiel et les magasins à proximité de chez eux.

Comment ?

- 1/ Le collaborateur ETAM s'inscrit sur Squadshift sur son smartphone
- 2/ Il renseigne ses disponibilités et/ou consulte les missions disponibles dans le périmètre géographique, qu'il a lui-même défini
- 3/ Il est notifié des missions à pourvoir et postule via l'application
- 4/ Le collaborateur reçoit une confirmation par SMS, si sa proposition d'intervention est retenue, il peut alors se présenter au magasin au créneau convenu.



ANNEXE

LES MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT DES TPE-PME

Dans le cadre de l'EDEC Numérique Textiles Mode Cuir, 5 agences de conseils RH ont été sélectionnées sur appel d'offre pour délivrer une prestation de 4 jours visant à accompagner 50 PME de la filière à la structuration de leur Marque Employeur : deux jours consacrés au diagnostic de leur Marque Employeur et deux jours à la mise en place d'un plan d'action opérationnel.

Afin de couvrir les besoins des entreprises sur les 4 territoires expérimentaux, chaque agence a couvert un territoire :

- Auvergne-Rhône-Alpes : @lititud'RH
- Grand Ouest : AKCELL
- Grand Est : Espace RH
- Hauts-de-France : Convictions RH

Une 5e agence de conseil, Neojobs, a été mobilisée afin de proposer aux TPE-PME de la filière une méthode « disruptive » d'accompagnement à la Marque Employeur en Ile-de-France et en Provence Alpes-Côte d'Azur.

Chaque prestataire est intervenu pour le compte des commanditaires de l'EDEC (Etat/branches) qui ont mandaté OPCALIA pour sa mise en œuvre.

L'EXEMPLE DES TPE-PME DE LA FILIÈRE TEXTILES-MODE-CUIRS

Dans ce contexte de guerre des talents et de l'importance de la Marque Employeur, les TPE-PME de la filière TMC doivent se transformer pour parvenir à rester dans la course et attirer les bons talents.

Zoom sur les entreprises de la filière

L'ensemble des branches professionnelles – à savoir Textile, Couture, Habillement, Tannerie/Mégisserie, Chaussure, Maroquinerie, Entretien textile – représente, selon une étude de OPCALIA réalisée en 2017* :

- **9048** entreprises (dont 93% de moins de 50 salariés)
- **175 577** salariés

Les 4 difficultés auxquelles sont confrontées chaque jour les entreprises de la filière

« Des métiers et des secteurs peu attractifs »

« Des difficultés à trouver les candidats souhaités »

« Formations initiales inadaptées »

« Fidélisation des collaborateurs, véritable défi à relever »

2500 besoins en recrutement recensés**

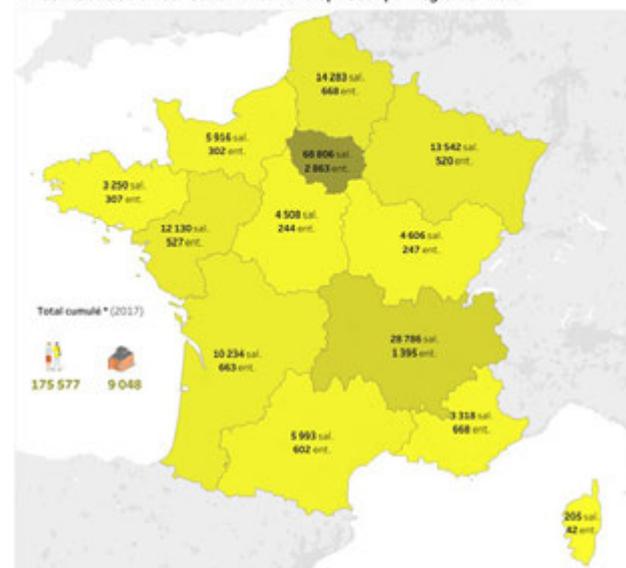
Pour **1/3** des entreprises, les besoins de recrutement se situent entre aujourd'hui et les 3 mois à venir.

Ces besoins concernent principalement les domaines du « commercial » et de la « production ».

Top 4 des régions ayant des besoins en recrutement importants:

- Ile-de-France (29%)
- Auvergne-Rhône-Alpes (26%)
- Grand Est (13%)
- Pays de la Loire (9%)

Effectifs des salariés* et nombre d'entreprises* par région en 2017



Répartition F/H*
175 577 personnes en 2017

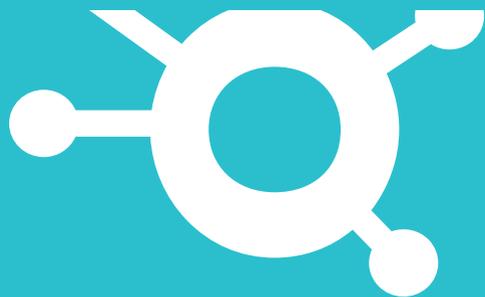


Répartition par CSP*
175 577 personnes en 2017



Abbreviations : sal. : salariés • ent. : entreprises • CSP : Catégories socio-professionnelles • IBC : Ingénieurs & Commerciaux • TSM : Techniciens agents de maîtrise
Source : Générale
* selon les Filères Appliquées

Source : * <https://www.observatoiremodetextilescuirs.com/emploi-et-formation>
** Enquête besoins en recrutement réalisée par OPCALIA en 2018



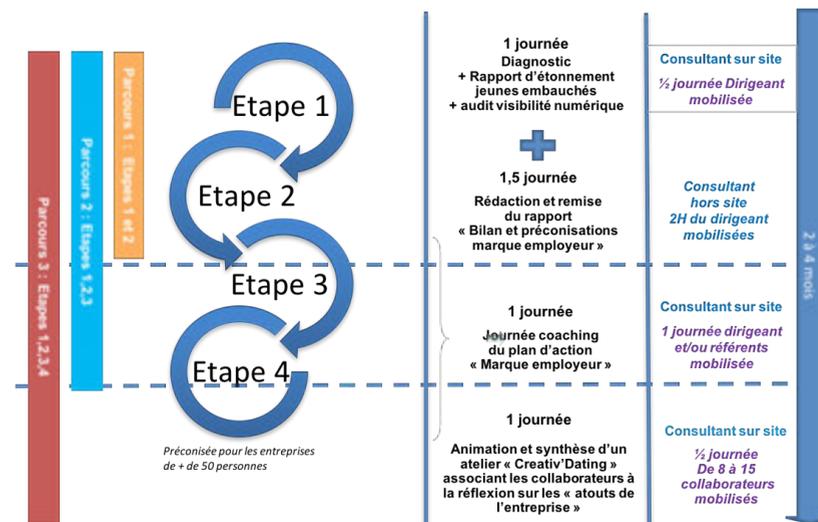
ANNEXE : FOCUS SUR LES DIFFÉRENTES MÉTHODOLOGIES D'ACCOMPAGNEMENT



ALTITUD'RH

ALTITUD RH est un **cabinet de Conseil et Formation** spécialiste de l'accompagnement des organisations dans leur «Transformation Digitale» .

Créé en 2015 et implanté à Lyon, Altitud'RH est intervenu pour OPCALIA en Auvergne-Rhône-Alpes.



Modalités d'intervention d'Altitud'RH

AKCELI

AKCELI est un cabinet de conseil et d'audit, fondé en 2012 et implanté à Angers.

Le cabinet AKCELI est spécialiste de l'**accompagnement de la culture d'entreprise**, de la stratégie et de

l'alignement organisationnel qui en découlent et du **marketing stratégique et de marques**.

Akceli est intervenu pour OPCALIA dans le Grand Ouest.

PHASE 1 : Audit et plan d'actions

Dans cette phase le cabinet produit un audit de la Marque Employeur et des préconisations



PHASE 2 : Pilotage de projets

Dans cette phase le cabinet préconise et suit l'avancée du plan d'action



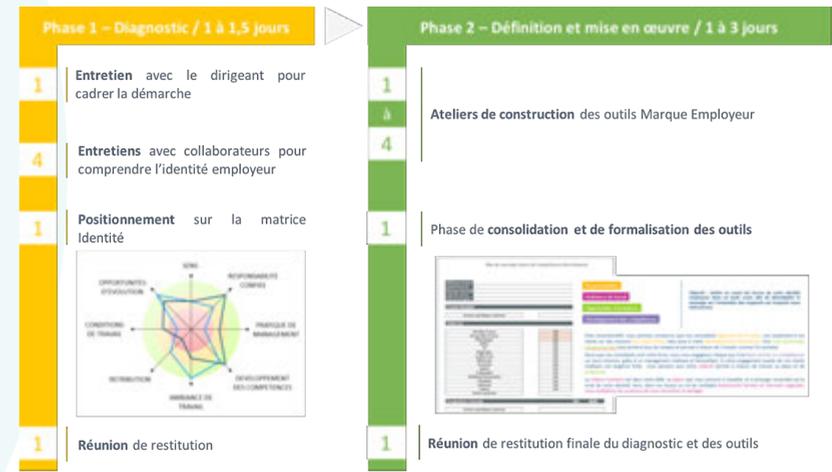
Modalités d'intervention d'Alkceli

CONVITIONS RH

Convictions RH est un cabinet spécialisé dans le conseil en Management et en Organisation, expert en Transformation RH et Digital. Il intervient aux moments-clés de la vie des entreprises et des structures qu'il épaula dans leur mue stratégique, organisationnelle, digitale, culturelle et humaine.

Créé il y a 11 ans, convictions RH compte 150 collaborateurs et est présent en France et à l'international.

Convictions RH est intervenu pour OPCALIA en Hauts-de-France.



Modalités d'intervention de Convictions RH



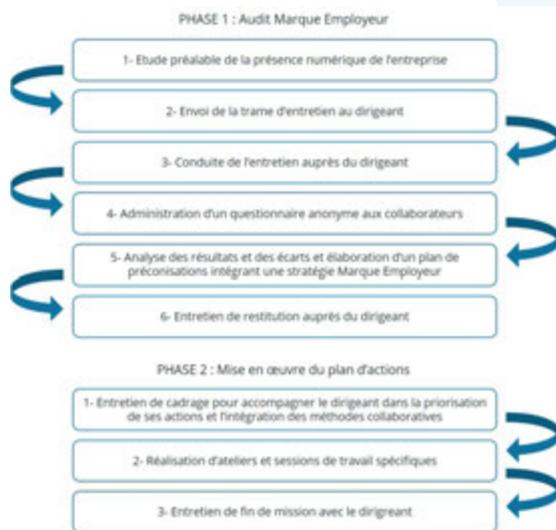
ESPACE RH

ESPACE RH est un cabinet de conseil créé en 2007 avec l'ambition d'apporter aux TPE et PME des départements de l'Aube, la Marne et la Haute Marne, une expertise opérationnelle en gestion des ressources humaines et management.

Le cabinet les accompagne pour mettre

en place la fonction RH, construire et déployer des boîtes à outils RH justement calibrées et professionnaliser les pratiques RH et managériales dans les entreprises.

Espace RH est intervenu pour OPCALIA dans le Grand Est.



Modalités d'intervention d'Espace RH



neojobs
ATTIRER
RECRUTER
IMPLIQUER

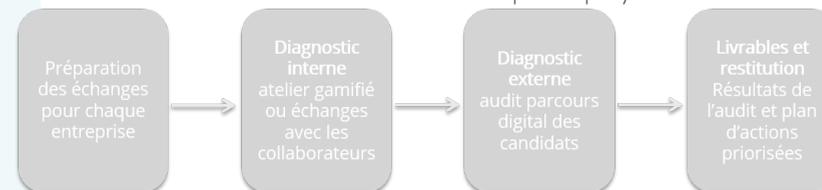
NEOJOBS

Neojobs est une agence de conseil en Marque Employeur et recrutement décalé spécialisée en gamification. Elle accompagne ses clients sur les enjeux d'attraction, recrutement et implication des collaborateurs.

Créée en 2014, Neojobs est localisé à Grenoble, Paris et Luxembourg et intervient auprès des TPE-PME et grandes entreprises.

Neojobs est intervenu en Ile-de-France et Provence Alpes-Côte d'Azur.

PHASE 1 : Audit interne et externe de la Marque Employeur



PHASE 2 : Audit interne et externe de la Marque Employeur

Les résultats du diagnostic Marque Employeur sont le fondement de la création d'un plan d'actions, co-construit avec le dirigeant de chaque entreprise. A l'issue de ce diagnostic, Neojobs propose les actions adaptées telles que :

- Définition des candidats ciblés sur les court et long termes
- Choix des canaux de diffusion
- Rédaction des pitch employeur et promesse employeur adaptés aux cibles visées
- Détermination des actions pouvant être mises en place pour attirer les candidats, les recruter et impliquer les collaborateurs

Modalités d'intervention de Neojobs

Octopulse,

Programme de transformation numérique des branches professionnelles

Le numérique a impacté tous les secteurs d'activité. Il est facilitateur, tant au niveau du recrutement, de l'attractivité qu'au niveau de l'amélioration des conditions de travail. Mais son intégration ne peut pas se faire sans accompagnement. Toute transformation numérique engendre de forts impacts sur les ressources humaines et nécessite une montée en compétences dans l'entreprise.

C'est pour cela que, dès 2018, Opcalia a initié ce programme d'accompagnement destiné aux branches professionnelles. Le but étant de les aider à tirer profit des nouvelles technologies afin de propulser leur activité. 23 branches se sont inscrites dans cette démarche partenariale, baptisée « Octopulse ». 15 actions sont déjà menées en 2019 et d'autres sont en cours d'élaboration.

Ces actions s'articulent autour de 3 axes majeurs : Culture numérique (sensibilisation, formation, études prospectives, diagnostic, conseil), Outils numériques (création de plateformes collaboratives, applications mobiles) et Certification numérique (appropriation des outils de la transformation digitale).

23 BRANCHES PRO PULSENT LEUR TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

- Branche 3D (désinfection, désinsectisation, dératisation)
- Branche des entreprises du transport et travail aérien
- Branche du travail mécanique du bois, des scieries, du négoce et de l'importation des bois
- Branche des métiers du caoutchouc
- Branche des activités du déchet
- Branche des entreprises de gestion d'équipements thermiques et de climatisation
- Branche de l'enseignement privé non lucratif
- Branche des services funéraires
- Branche des industries avicoles
- L'interprofession
- Branche des industries des jeux, jouets, articles de fêtes et ornements de Noël, articles de puériculture et voitures d'enfants, modélisme et industries connexes
- Branche de la manutention ferroviaire
- Branche des prothésistes dentaires
- Branche des industries et commerces de la récupération et du recyclage
- Branche des télécommunications
- Les 8 branches représentées par le département TMC (Textile, Mode, Cuir) : Textile, Habillement, Couture, Entretien textile, Cuir et Peaux, Maroquinerie, Chaussure, Cordonnerie



Qu'est-ce que l'EDEC Numérique ?

L'engagement de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) est un accord annuel ou pluriannuel conclu entre l'État et une ou plusieurs branches professionnelles pour la mise en oeuvre d'un plan d'action négocié, sur la base d'un diagnostic partagé d'analyse des besoins qui a pour objectifs d'anticiper les conséquences des mutations économiques, sociales et démographiques sur les emplois et les compétences et de réaliser des actions concertées dans les territoires.

(source : Ministère du Travail)

L'EDEC Numérique est la déclinaison de cet accord dédiée à l'accompagnement de la transition numérique des branches professionnelles. C'est l'appellation initiale du projet d'Opcalia avant de le baptiser Octopulse.

Pour en savoir plus

www.octopulse.community



2019 © Octopulse

Cette action bénéficie de l'expertise et du soutien financier du Ministère du Travail (DGEFP) et d'Opcalia dans le cadre de l'Edec pour l'accompagnement de la transition numérique des branches professionnelles et pour la réalisation de cette campagne de communication



**Pour quelques entreprises textiles, le partage
des connaissances est difficile**

**Les entreprises ne peuvent plus être at-
tentistes, elles doivent être proactives**

On est dans une guerre de timing

**On passe d'une culture de licenciement à une
culture de recrutement**

www.octopulse.community

2019 © Octopulse by opcalia
Le programme de transformation numérique des branches professionnelles
Une action pilotée par opcalia avec le soutien du ministère du travail