



Marque employeur et crise sanitaire : Quel rôle l'entreprise veut-elle jouer demain pour ses collaborateurs ?

Alors que le Monde et les entreprises entrevoient une sortie de crise sanitaire du Covid-19, ralentissant l'économie depuis près d'un an et demi, et reprennent un rythme quasiment "normal", se pose la question du rôle que l'entreprise souhaite jouer demain et comment la marque employeur peut accompagner sa démarche. Tout d'abord, il s'agit de démystifier la terminologie de marque employeur. Il ne s'agit pas de créer une marque mais bel et bien de développer celle existante en y ajoutant l'angle employeur vu de l'expérience collaborateurs. Il y a une véritable notion de continuité dans ce qui existe déjà et de visibilité sur ce qui se passe dans l'entreprise et ses pratiques.

Une traversée sereine de la crise grâce à une stratégie marque employeur déjà engagée et un management de proximité au rendez-vous...

Réel enjeu stratégique, les nouvelles pratiques RH sont désormais indispensables pour vaincre n'importe quelle crise. Preuve en est aujourd'hui, en constatant que les entreprises qui ont traversé le plus facilement cette crise sont celles ayant déjà amorcée une prise de conscience autour de la marque employeur et plus particulièrement de l'expérience collaborateur. En effet, les entreprises conscientes des véritables besoins de leurs salariés, travaillant à créer les conditions de la motivation, de bien-être, de développement et de performance, sont celles qui sortent gagnantes de cette crise de par les relations et les pratiques instaurant un climat de confiance.

La mise en place, extrêmement rapide, du travail à domicile et des règles sanitaires fut une réussite pour les entreprises bénéficiant de la confiance de leurs collaborateurs, pour celles ayant communiqué régulièrement de façon transparente et dont le management de proximité s'est adapté aux changements, aux outils et aux relations à distance en un temps record.

Le business oui, mais pas à tout prix !

La crise sanitaire pousse l'entreprise à grandir plus rapidement que prévue sur des sujets sociétaux, la questionnant davantage sur sa capacité à prendre en considération son environnement et l'évolution des attentes de ses collaborateurs. L'individu s'interroge, plus aujourd'hui qu'hier, sur le sens de son rôle au sein de l'entreprise et de la société, il recentre ses préoccupations autour de son équilibre et de sa famille. Sans oublier qu'il porte une attention plus forte envers son organisation, la jugeant sur ses pratiques (rh, managériales, commerciales ...) et la façon dont elle considère son environnement et son capital humain. A l'heure d'internet, difficile de cacher le moindre dysfonctionnement ou mécontentement.

Pour attirer et fidéliser, d'autres critères sont à prendre en compte, au-delà du facteur de rémunération. Flexibilité de l'organisation (horaires modulables, télétravail ou des espaces de co-working ...), localisation (temps de trajet travail / domicile plus court, transport en commun ...), sens de la mission proposée, développement des compétences ... sans oublier les moyens matériels et financiers afin d'apporter du confort aux collaborateurs (ordinateurs portables, prise en charge des dépendances occasionnées par le télétravail ...)

La crise a recentré nos priorités humaines et matérielles au cœur de nos préoccupations. Nous améliorons nos habitats, à défaut de pouvoir voyager. Nous aménageons des espaces de travail afin de concilier vie personnelle et professionnelle en un même lieu L'entreprise doit donc s'adapter collectivement mais aussi individuellement, car nous ne sommes pas tous égaux en termes d'environnement personnel de travail (espace, enfants ...). Les entreprises ayant compris et s'étant adaptée à cet aspect hybride au cas par cas, ont vu la confiance de leurs collaborateurs croître et la performance humaine être au rendez-vous.

Désormais, l'employeur se doit d'apporter des réponses concrètes sur le sens du projet de l'entreprise, sur l'organisation, la qualité de vie au travail, la gestion de ses ressources humaines ... en apportant des preuves tangibles. Gare à la communication mensongère, plus destructrice que constructive.

Le triptyque gagnant de l'entreprise de demain : collaborateurs, direction/ RH et managers !

Cet espace-temps a été complexe à gérer de par ses changements constants, parfois brutaux, auxquels directions et ressources humaines ont dû faire face. Extrêmement sollicitées, elles ont dû mettre en place des protocoles sanitaires strictes, jamais vu auparavant, tout en ayant comme principales préoccupations l'accompagnement des

collaborateurs (confort, organisation, charge ...) et la performance de l'entreprise.

Ceux qui ont été relais et garants de ses nouvelles règles, sont les managers. Saluons avec fierté les managers qui ont dû s'adapter en un temps record à de nouvelles pratiques managériales, nouveaux outils et qui ont fait face aux peurs, à la maladie, aux doutes, aux stress... Le travail est arrivé dans notre environnement personnel et le personnel est arrivé dans notre environnement de travail, il y a de quoi être troublé. Mais ils ont tenu, supporté, aidé et accompagné leurs collaborateurs dans cette étape, resserrant très souvent les liens. Ils l'ont fait en synergie avec leur direction et les ressources humaines donnant le cap pour assurer la cohérence de l'organisation. Cet espace-temps a permis de renforcer les liens de ce triptyque. Cet équilibre est un fondement pour toutes les organisations souhaitant croître, attirer et fidéliser ses talents d'aujourd'hui et de demain.

En somme, les entreprises prenant en considération et plaçant l'humain au cœur de ses enjeux, sont celles qui performeront. En ce dernier trimestre 2021, après dix-sept mois de contexte sanitaire, les collaborateurs ne veulent plus être anonymes dans l'entreprise, et ce, peu importe la génération. L'entreprise doit adresser l'individu pour constituer le collectif. La simple surenchère financière sur les salaires pour combler les problèmes de recrutement ne suffiront plus. Il va falloir montrer et démontrer dans ses pratiques, ainsi que dans les moyens mis en œuvre, l'importance et la place de l'humain au sein de son organisation. Et si on listait les bénéfices, les opportunités et les bonnes pratiques qui émergent de cette crise sanitaire ? Et si on en profitait pour repenser notre stratégie et nos pratiques ? Et si on repensait l'entreprise autrement ? ...

L'entreprise est un écosystème vivant avec ses spécificités, ses forces et ses axes de progrès. Nul n'est parfait, nos entreprises n'y font pas exceptions. La marque employeur n'est pas qu'une question de communication employeur, c'est l'entreprise dans tous ces aspects employeur. Mettez en valeur le VRAI et l'imparfait, c'est ici que se cache votre singularité. La marque employeur s'emploie à révéler cette facette de votre organisation, trop souvent cachée. Accordez autant d'attention à vos collaborateurs qu'à vos clients, vous serez surpris du résultat !

Clara Epiphane

Chargée d'attractivité et de fidélisation chez Linkt