



Livres blancs

5 clés pour une expérience collaborateur réussie

Communication interne



1.

Pourquoi est-indispensable d'engager les collaborateurs ?

- Définition de l'employee advocacy
- Principales raisons de l'adopter

2.

Expérience collaborateurs : les clés de la réussite

- Culture d'entreprise : Partager une vision
- Optimiser la diffusion de l'actualité d'entreprise
- Faites de ses collaborateurs ses meilleurs ambassadeurs
- Valoriser et remercier ses équipes
- Mesurer régulièrement l'engagement de ses collaborateurs

Introduction

La communication interne, a souvent été le parent pauvre de la **stratégie de communication**. Avec l'évolution du digital au sein des entreprises, la communication interne apparaît de plus en plus comme un levier de performances.

En effet à l'heure où la transition numérique s'accélère, l'importance du relationnel n'a jamais été aussi forte, que ce soit en interne ou en externe.

De nombreuses études ont démontré la corrélation entre **l'engagement collaborateur** et la **productivité des équipes**.

Aujourd'hui, ces différents facteurs sont au cœur des préoccupations managériales et de nombreuses organisations mettent en place des actions concrètes en faveur du bien-être de leurs salariés.



Pourquoi est-il indispensable d'engager les collaborateurs ?



1. Définition Employee Advocacy

2. Employee advocacy : Les enjeux sur le ROI

1. Définition Employee Advocacy

21 %

De productivité en plus avec des collaborateurs heureux et engagés

L'employee advocacy ou en français **engagement collaborateur** est un concept qui nous vient des Etats-Unis et qui s'est progressivement développé en Europe et en France pour connaître un franc succès ces deux dernières années. L'engagement collaborateur consiste à mettre en place une démarche interne pour que les équipes se sentent impliquées et intégrées dans la **stratégie de leur entreprise**.

Cela fonctionne grâce à une **symétrie des attentions**, c'est-à-dire pour que les collaborateurs s'engagent dans la communication de l'entreprise, il faut que l'entreprise s'implique pour que ces derniers se sentent bien, se sentent compris et écoutés.

L'enjeu de ce concept est de faire de votre entreprise **"the place to be"**.

Des collaborateurs engagés sont les meilleurs ambassadeurs pour attirer de nouveaux talents grâce à une marque employeur solide, ainsi que pour attirer de nouveaux clients grâce à une **communication authentique**.

Une entreprise favorisant l'engagement de ses employés peut ainsi attendre de vrais retours sur investissement, notamment en terme d'amélioration de la satisfaction de leurs clients. Reste cependant à définir les conditions de cet engagement pour générer un véritable cercle vertueux entre l'entreprise, ses employés, et ses clients.

2. Employee advocacy : Les enjeux sur le ROI

Le saviez-vous ? Le coût estimé du désengagement des salariés pour une entreprise de **100 personnes est en moyenne de 1 M d'euros/an** soit 28 % de la masse salariale.

Les coûts liés à ce désengagement ne sont pas toujours bien pris en compte, alors que les leviers pour l'optimiser existent et peuvent avoir un impact significatif sur le plan économique.

Selon une étude interne basée sur les données de Malakoff Médéric, AG2R la mondiale et l'Insee, le coût du désengagement est calculé en fonction des:

- **Coûts liés à l'absentéisme** qui représentent en moyenne 13.8 % du coût du salarié (coût de remplacement, salaires, cotisations, coût de gestion, coût du dysfonctionnement ...).
- **Coûts liés au présentéisme** qui représentent entre 6.4 % et 9.2 % du coût du salarié (improductivité).
- **Coûts liés au turn-over** qui s'élèvent en moyenne à 18 000 euros pour un départ (le turn-over en France est en moyenne de 15 %).

Les enjeux de l'engagement collaborateur ne sont donc pas seulement qualitatifs (image et communication), mais quantitatif avec un réel impact sur le ROI et les performances économiques.



“

*Selon une étude d'Entreprises & Médias pour 94% des directeurs de la communication la **démarche d'employee advocacy** est un projet à moyen terme.*

”

<https://entreprises-medias.org/employee-advocacy/>



1. Culture d'entreprise : Partager une vision
2. Optimiser la diffusion de l'information dans l'entreprise
3. Faire de ses collaborateurs ses meilleurs ambassadeurs
4. Valoriser et remercier ses équipes
5. Mesurer régulièrement l'engagement de ses collaborateurs

1. Culture d'entreprise : Partager une vision

La culture d'entreprise est un facteur de **motivation et de fidélisation des talents**. Elle peut aussi constituer une stratégie de communication payante, permettant de mieux toucher la clientèle cible.

La culture d'entreprise développe le sentiment de solidarité et d'appartenance de la part des équipes. Elle vise à ce que chacun s'approprié les objectifs et l'entreprise et se sente fier de travailler en ce sens. Pour atteindre cette ambition avec une culture commune et partagée, trois aspects sont majeurs :

Tout d'abord, **redonner du sens à vos collaborateurs**. Chacun doit trouver sa place, comprendre son utilité, ses missions et celles de ses collègues. C'est essentiel pour optimiser le travail d'équipe et développer ainsi une vision commune en faveur des orientations stratégiques.

Deuxièmement, il est important de définir l'ensemble **des ambitions à moyen et long terme** de manière SMART (Simple, Mesurable, Ambitieux, Réaliste et délimité dans le Temps).

Enfin, il est primordial d'intégrer les salariés à la réflexion du projet que souhaite construire l'entreprise.



“

*Les gagnants seront ceux qui restructurent la manière dont **l'information** circule dans leur entreprise.*

”

Bill Gates

2. Optimiser la diffusion de l'information dans l'entreprise

74 %

Des collaborateurs ne s'estiment pas suffisamment informés par leur entreprise

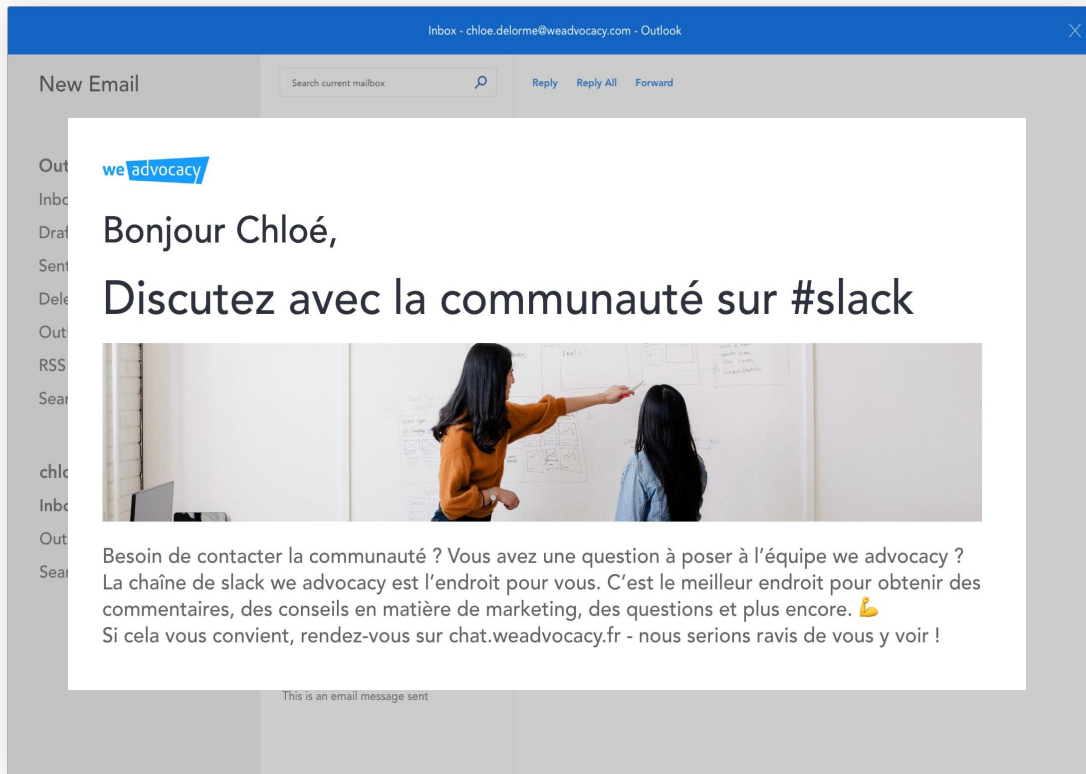
Informé, c'est donner du sens aux collaborateurs pour les aider à remplir au mieux leurs missions et à s'épanouir professionnellement.

Aujourd'hui les principaux canaux de communication tels que les Intranets ou encore les réseaux sociaux d'entreprise ne donnent pas pleinement satisfaction car les collaborateurs ne vont généralement pas chercher l'information qui sont diffusées sur ces supports.

En revanche, l'email reste un canal privilégié par l'ensemble des salariés qui **passent en moyenne plus de 3 h par jour dans leur messagerie**. La messagerie reste donc le meilleur endroit pour partager l'actualité de l'entreprise, et diffuser l'information aux collaborateurs.

S'assurer que l'information a bien été reçue et lue par le salarié reste un enjeu primordial pour une entreprise qui souhaite engager ses collaborateurs.

C'est ce que propose la solution we advocacy qui offre différents formats d'affichage dans la messagerie du collaborateur pour lui permettre de s'approprier facilement l'information.



Affichage sous la forme
d'une pop-up la
newsletter d'entreprise

Redonnez du sens à votre
newsletter interne.

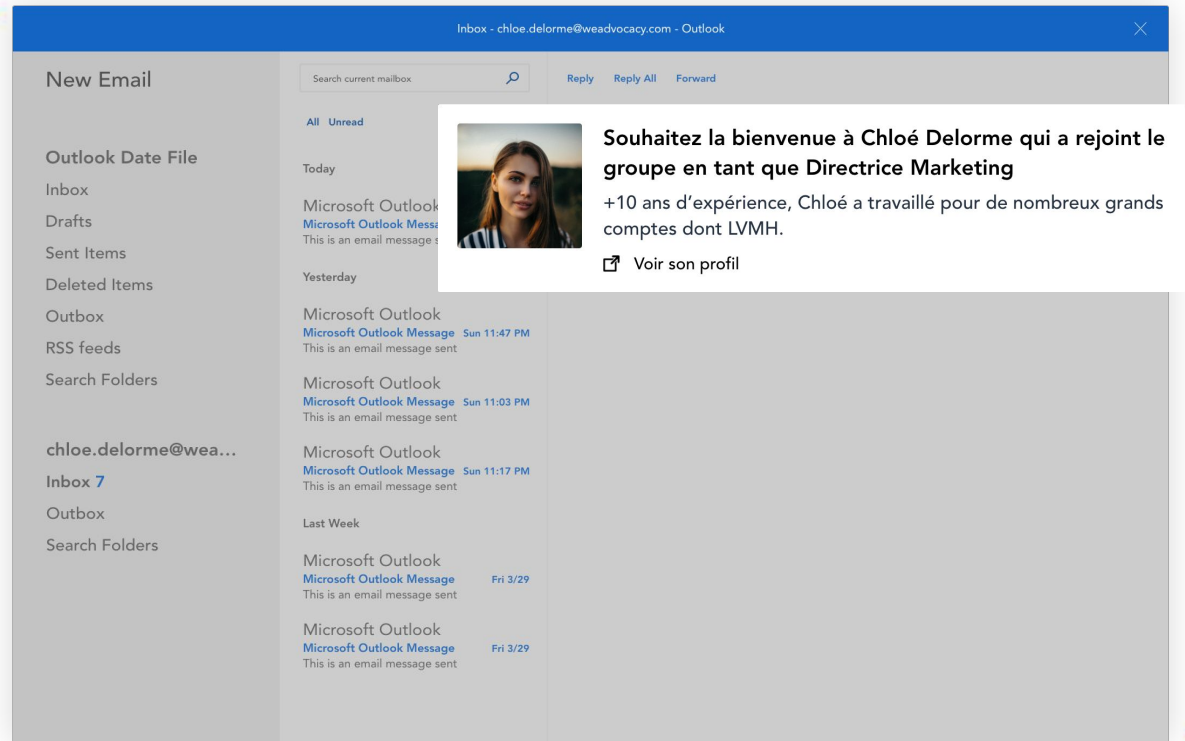


Powered by we advocacy



Affichage sous la forme
d'une notification de
l'arrivée d'un nouveau
collaborateur

Accueillez correctement vos
nouveaux salariés



Powered by we advocacy



3. Faire de ses collaborateurs ses meilleurs ambassadeurs

De plus en plus d'entreprises ont compris l'importance d'inclure une communication digitale via les réseaux sociaux dans leur stratégie de communication institutionnelle.

Cependant certains écueils persistent :

- D'une part, les entreprises ont parfois peur que leurs collaborateurs s'expriment et prennent le pas sur la communication officielle d'entreprise
- D'autre part, les collaborateurs n'osent pas prendre la parole de peur d'avoir une communication qui va à l'encontre des souhaits de l'entreprise

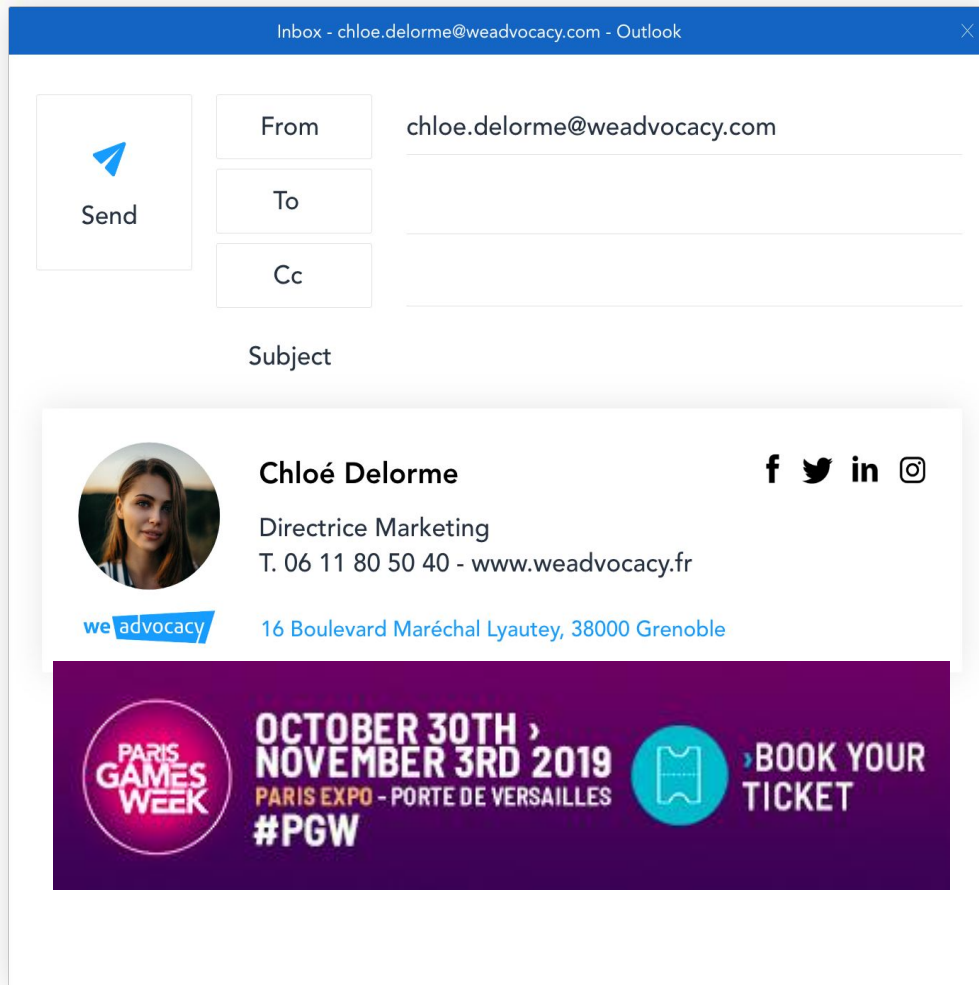
Et pourtant les clients sont aujourd'hui très sensibles à l'authenticité de la communication et à l'implication des salariés.

Libérer la parole des collaborateurs permet de valoriser la marque employeur et de démultiplier l'impact d'une communication. De plus cela contribue à l'engagement des collaborateurs qui se sentent valorisés et fiers d'être au coeur de la communication de leur entreprise..



92 %

**des consommateurs font
confiance aux
recommandations faites par
leur réseau de proximité**



Powered by we advocacy



Exemple avec un cas d'usage

Vos collaborateurs sont les ambassadeurs de vos événements grâce une bannière sous leur signature mail.

4. Valoriser et remercier ses équipes

Une communication interne réussie se traduit par une **stratégie gagnant-gagnant** pour l'entreprise et le collaborateur. Si l'entreprise réussit à engager ses collaborateurs, c'est qu'en amont elle a su faire preuve de **reconnaissance** vis à vis de ses derniers.

La **reconnaissance et la valorisation** sont deux outils du manager pour motiver, soutenir les collaborateurs. Il ne faut jamais manquer une occasion de féliciter et remercier ses équipes pour l'acquisition d'un nouveau client, la réussite d'un projet,... . Si l'entreprise prend soin de ses salariés et **reconnait leur valeur**, ils lui rendront par un engagement et une implication décuplée.

Ce sont des actions simples, mais qui vont grandement contribuer à créer une ambiance de travail saine. La reconnaissance est un levier majeur du bien-être des collaborateurs., Il est donc essentiel de communiquer et de fêter régulièrement les succès d'une entreprise.



Exemple avec un cas d'usage

Partager les success stories des équipes

The screenshot shows an Outlook email window with a blue header bar containing the text "Inbox - chloe.delorme@weadvocacy.com - Outlook". Below the header, the email content is displayed in a white box. On the left side of the email content, the "we advocacy" logo is visible. On the right side, the text "Success Story" is displayed. The main heading of the email reads "Bonjour Gabriel, Nouveau client Carrefour". Below the heading is a photograph of three people (two women and one man) smiling and holding a red smartphone. Underneath the photo, the text says "Bravo à Sylvain Vialler et à toute son équipe qui ont convaincu Carrefour d'utiliser notre solution pour révolutionner l'analyse de leur processus client." At the bottom of the email content, there is a blue button with the text "Lire la success story". At the very bottom of the Outlook window, a small grey bar contains the text "This is an email message sent".

Powered by we advocacy

5. Mesurer l'engagement régulièrement des collaborateurs

La dernière clé, consiste à mesurer **l'engagement et la satisfaction interne** de manière régulière. La plupart des entreprises aujourd'hui réalisent des enquêtes annuelles pour sonder leurs salariés. Hélas, l'engagement ne se travaille pas qu'une fois par an ! C'est un processus continu.

Une bonne pratique est de **sonder régulièrement ses salariés**, de détecter les points de vigilance en interne et d'entrer dans une démarche d'amélioration continue.

Le création de mini-enquêtes salariés(1 question / 10 secondes) permet de rester à l'écoute des équipes et de prendre le pouls de l'entreprise..

L'attention portée aux salariés contribue largement aux performances économiques de l'entreprise. (en réduisant notamment les risques psycho-sociaux, le turnover...etc).



“

*Le **plaisir** dans le métier met la perfection dans le travail*

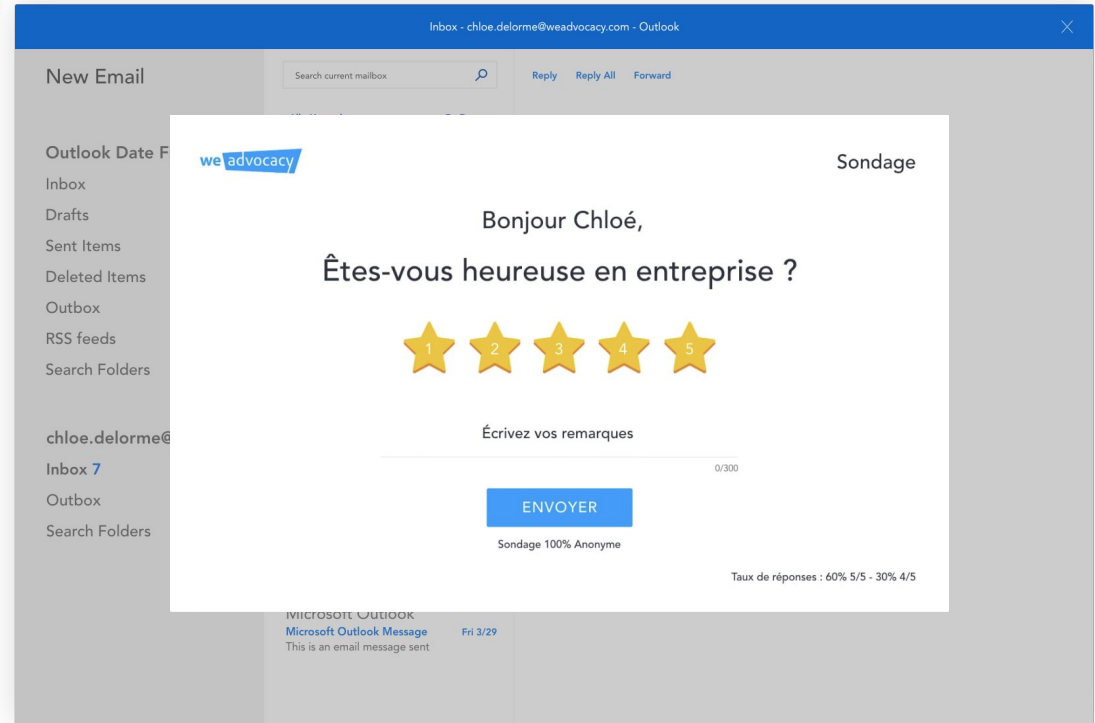
”

Aristote



Exemple avec un cas d'usage

Suivre régulièrement la satisfaction des équipes grâce à des mini-enquêtes salariés



Powered by we advocacy

Prenez contact avec l'équipe :
contact@weadvocacy.com
07 81 52 35 98



Merci et à bientôt 😊