

Découvrez **les 5 clés** pour une expérience collaborateur réussie



Introduction

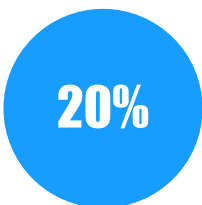
La communication interne, est souvent le **parent pauvre de la stratégie de communication**.

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.

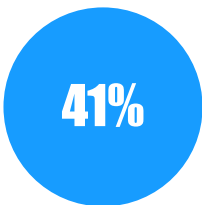
De nombreuses études ont démontré la corrélation entre l'engagement collaborateur et la productivité des équipes.

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.



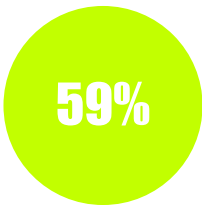
20%

PRODUCTIVITÉ ACCRUE : les entreprises investissant dans une communication interne efficace constatent une augmentation moyenne de 20 % de la productivité de leurs employés.



41%

ENGAGEMENT RENFORCÉ : Les entreprises où la communication interne est forte ont un taux d'engagement des employés supérieur de 41 % par rapport à celles ayant une communication faible.



59%

RÉDUCTION DU TURNOVER : Les organisations dotées d'une bonne communication interne enregistrent un taux de rotation du personnel inférieur de 59 %, ce qui se traduit par des économies significatives liées au recrutement et à la formation de nouveaux employés.

L'engagement collaborateur : un levier clé pour une entreprise performante

L'engagement collaborateur (employee advocacy) 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 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 que 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, compris et écoutés.

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**.

20 %

De productivité en plus avec
des collaborateurs heureux et
engagés

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.

Le désengagement des salariés : un coût invisible mais impactant

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 € 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 **quantitatifs** 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/>

Expérience collaborateurs : les 5 clés de la réussite

1

CULTURE D'ENTREPRISE

Partagez une vision

2

COMMUNICATION

Optimisez la diffusion de l'information dans l'entreprise

3

ENGAGEMENT

Faites de vos collaborateurs ses meilleurs ambassadeurs

4

VALORISATION

Valorisez et remerciez régulièrement vos équipes

5

MESURE

Mesurez régulièrement l'engagement de vos collaborateurs





CULTURE D'ENTREPRISE

Partagez 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'approprie les objectifs de 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, il est fondamental de redonner du sens à vos collaborateurs. Chacun doit en effet 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

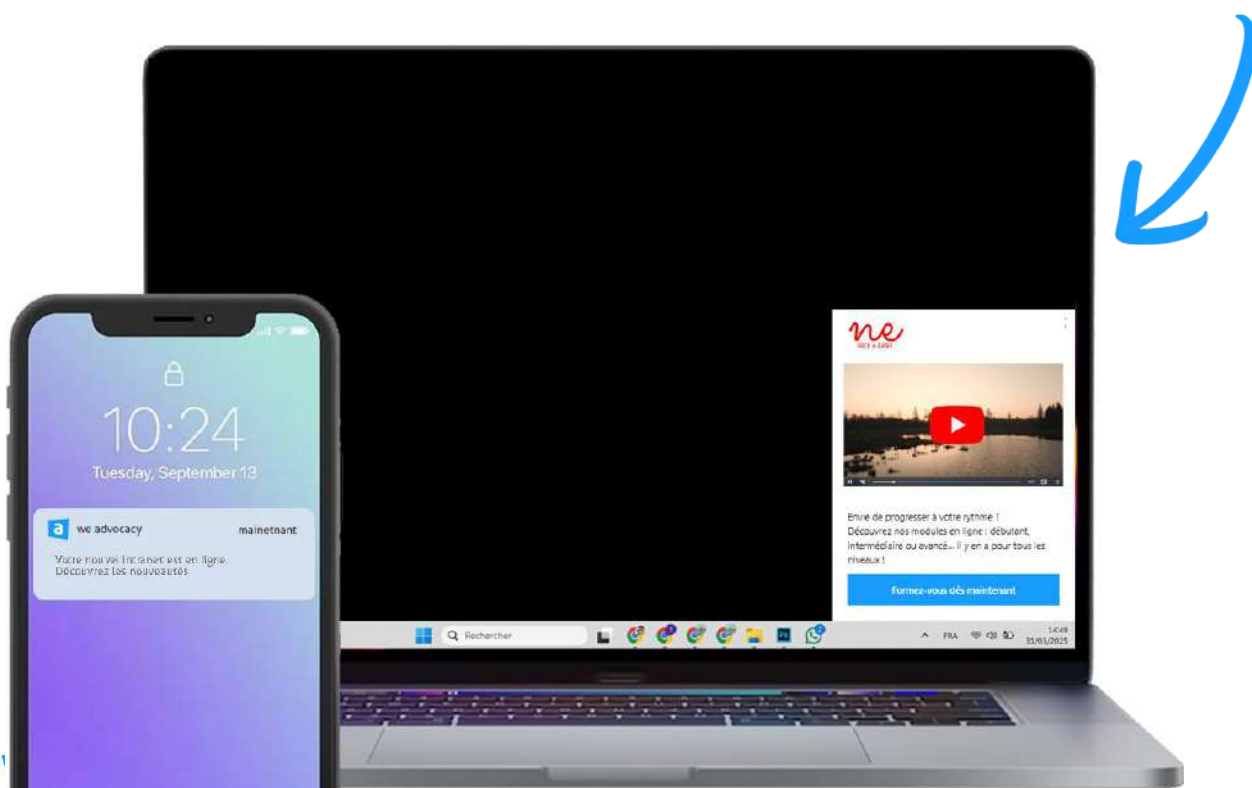
Informier, c'est donner du sens aux collaborateurs pour les aider à remplir aux mieux leurs missions et à s'épanouir professionnellement.

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 est diffusée sur ces supports.

L'email reste donc un canal complémentaire pour partager les informations importantes de l'entreprise même si les taux de lectures restent pour **beaucoup d'entreprises trop faibles (30% en moyenne)**.

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 une **approche multicanal** avec des formats uniques comme la popup pour s'assurer que les messages importants sont vus et lus par les collaborateurs





ENGAGEMENT

Faites de vos collaborateurs vos 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



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 reconnaît leur valeur, ils lui rendront par un engagement et une implication décuplée.

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.

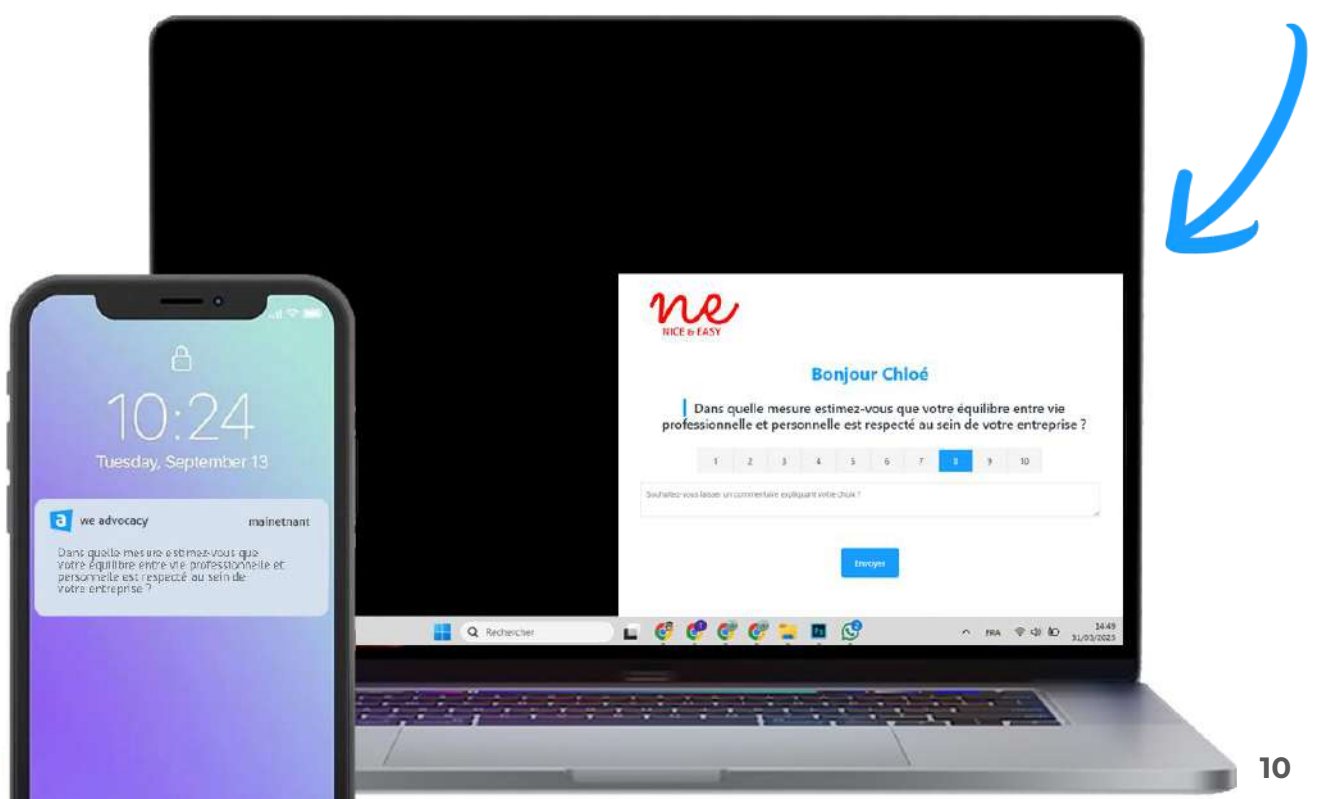
La dernière clé, consiste à mesurer l'engagement et la satisfaction interne de manière régulière.

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-sondages 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).

Avec **we advocacy**, créez en quelques clics des mini-sondages pour prendre régulièrement le pouls des collaborateurs





Ce livre blanc vous a plu ?

Prenez contact avec notre équipe :
contact@weadvocacy.com



A bientôt, nous avons hâte de vous rencontrer !