

CARRIÈRES

La botte secrète pour gagner la guerre des talents ? S'inspirer du marketing !

Publié le 12 septembre 2022



Par Auteur invité



[Par Julie Asselin, head of marketing, 365Talents] La guerre des talents fait rage... Près de 300 000 emplois restaient vacants en France au 3^{ème} trimestre 2021, et d'ici 2025, ce sont 200 000 postes dans le digital qui risquent de ne pas trouver preneurs. En quelques dizaines de mois à peine, les ressources humaines sont devenues un marché très compétitif. Et cela change la donne du côté des entreprises, qui doivent non seulement recruter les bons profils, mais aussi (et surtout) les fidéliser. Il leur faut désormais capitaliser sur l'expérience qu'elles proposent à leurs employés. Un changement de posture s'impose : pour atteindre leurs objectifs, les RH doivent s'inspirer des marketeurs !

Marché du recrutement : la tension s'accroît

Le phénomène de grande démission n'est pas réservé qu'aux Etats-Unis. 79% des entreprises françaises déclarent en effet avoir rencontré des difficultés de recrutement en 2021. Ce qui représente une menace pour leur survie à moyen terme. Certains secteurs, comme ceux de la restauration, de l'hôtellerie, du bâtiment ou du service à la personne, sont particulièrement concernés. Les expertises – notamment digitales – sont également très prisées sur le marché du travail. A cette réalité viennent s'ajouter les questions d'hypercroissance pour nombre de start-ups. Il faut savoir recruter (et fidéliser) des profils multiples, compétents et complémentaires, en un temps record. Un exercice d'autant plus périlleux dans un contexte de pénurie des talents comme celui que nous traversons.

Pour faire face à cette situation, il n'y a d'autre solution que d'adapter l'offre (à savoir la fiche de poste) à la demande du marché (les attentes des candidats). C'est bien pour cela que la rémunération de certains postes est aujourd'hui revalorisée (+16% dans la restauration en 2022), ou que les employeurs proposent de supprimer les périodes d'essai des candidats qu'ils souhaitent absolument attirer.

Fidéliser ses talents : finalité absolue de toute stratégie RH

Une fois l'étape du recrutement passée, les entreprises doivent concentrer leurs efforts sur la fidélisation de leurs meilleurs collaborateurs. Car les chiffres parlent d'eux-mêmes : si un mauvais recrutement coûte en moyenne 15 000€ à l'entreprise, la perte d'un talent peut s'élever à 30 000€. Au-delà de leurs compétences théoriques et techniques, les collaborateurs en poste participent en effet au bon fonctionnement de l'entreprise : ils sont vecteurs de la culture et des valeurs de l'organisation, ils transmettent leur savoir-faire, ils sont facilitateurs entre les différents services... Ces tâches ne sont pas inscrites dans les fiches de poste mais sont pourtant essentielles.

Attention néanmoins à ne pas vouloir fidéliser à tout prix. Si un collaborateur est déjà sur le départ, il est plus pertinent d'essayer de comprendre ce qui aurait pu être fait en amont pour qu'il ne soit pas tenté de changer d'organisation. Pour éviter le plus possible ces situations, il peut être intéressant d'identifier en amont les éléments les plus importants pour la culture de l'entreprise et le bien-être du collectif. Etre en mesure d'identifier ces talents particuliers, de comprendre ce qui les motive, et d'ajuster l'offre de l'entreprise à leurs attentes spécifiques (équilibre vie personnelle / vie professionnelle, évolution de carrière, environnement de travail...) permet de renforcer leur engagement et de générer à terme de la fidélité.

Envisager l'expérience collaborateur au même titre que l'expérience client

personnalisés. Si l'entreprise veut être réactive, elle doit dépasser l'entretien annuel et s'inscrire dans un suivi en continu de chacun de ses membres. Il s'agit ici d'encourager le collaborateur à valoriser ses savoir-faire, à monter en compétences, à exprimer ses ambitions, afin de lui faire des propositions (formations, évolutions...) qui correspondent à ses perspectives et aux besoins de l'entreprise. Comme le client dans les démarches marketing, l'employé doit être au cœur de la stratégie RH.

Pour que l'expérience collaborateur trouve sa réalité au sein des entreprises, les services RH peuvent s'appuyer sur des outils et plateformes numériques. Les algorithmes d'intelligence artificielle permettent ainsi de cartographier les compétences d'une entreprise de façon dynamique, et de manager de façon transversale les besoins et les ressources. Automatiser les parcours collaborateurs permet aux RH de se concentrer sur les tâches et points de friction qui nécessitent leur expertise réelle, et ainsi de faire progresser l'expérience des salariés au sein de l'entreprise.

Last but not least, comme toute stratégie qui se respecte, il est indispensable d'en mesurer l'impact. *Pour mesurer l'impact, rien de mieux que des indicateurs de succès (les fameux KPIs). Ce sont bien souvent des indicateurs quantitatifs à choisir soigneusement. C'est un élément de culture très business à intégrer en RH*, car loin de déshumaniser les relations, plusieurs indicateurs permettent d'évaluer les actions mises en place, et de donner une bonne image du mouvement global au sein de l'entreprise. Nous parlerons ici de nombre de mobilités internes initiées, de nombre de compétences détectées, de volume de suggestions de formations acceptées par les employés, ou encore de ROI de recrutement interne vs externe.

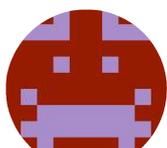
Face à un marché du recrutement de plus en plus compétitif, il est temps pour les responsables RH d'adopter un état d'esprit marketing. C'est ainsi seulement qu'ils pourront attirer et fidéliser les meilleurs talents. Les RH ne sont pas une simple fonction support, ils ont en charge le centre névralgique de l'entreprise : leur capacité à s'adapter aux nouvelles exigences du marché est primordiale !

NEWSLETTER WIDOOBIZ

Toute l'actualité business dans votre boîte mail.

Votre adresse e-mail

OK



Par Auteur invité

17 articles

[VOIR TOUS SES ARTICLES](#)

Vous aimerez aussi



• CARRIÈRES

Immobilier : solliciter un négociateur pour éviter l'immobilisme

• CARRIÈRES

• CARRIÈRES

Seulement un quart des salariés français s'attendent à être augmentés d'ici la fin de l'année

0 commentaires

Laisser un commentaire

Commentaire...

Votre nom

Votre email

LAISSER UN COMMENTAIRE



**Droit de revente des licences de logiciels :
évoluer pour prospérer**

Marc Saint-Ouen

Mathieu Soulas

Victor C

NEWSLETTER WIDOOBIZ

Votre adresse e-mail

OK



Agenda Actualités Qui sommes-nous ? Contact CGU Mentions légales

Réalisation Studio Meta