

LA MARQUE EMPLOYEUR TERRITORIALE

Aligner la promesse territoire avec celle de l'employeur



RESTITUTION DE L'EXPÉRIMENTATION

Attitude
Manche

S'INSTALLER, TRAVAILLER ET VIVRE DANS LA MANCHE



LE CONTEXTE

Attitude Manche a pour mission de **révéler le territoire** aux côtés des acteurs privés et publics pour le rendre **attractif** aux yeux de nos publics cibles respectifs.



Cette démarche est indissociable des actions que mènent les entreprises pour **attirer des talents** et répondre aux multiples **enjeux sociétaux** qui bouleversent le monde de l'entreprise et le rapport au travail.

L'importance qu'accordent les candidats à leur futur **cadre de vie**, à la **dynamique territoriale** ou encore à la **marque employeur** sont autant de constats qui nourrissent la réflexion sur la mise en œuvre d'une **stratégie partagée** autour d'un binôme **territoire/entreprise** visant à répondre aux enjeux que nous partageons :

COMMENT LA PROMOTION D'UN TERRITOIRE ATTRACTIF ET ACCUEILLANT PEUT-ELLE S'APPUYER SUR DES ENTREPRISES ELLES-AUSSI ATTRACTIVES ?

MAGALY AUBE-DESAUNAY



MAGALY

Magaly a accompagné à la définition et la mise en oeuvre d'une stratégie de marque employeur pour optimiser son attractivité. **Cela avec l'angle différenciant du territoire et de ses atouts.**

PAGE ↓ DIAG RH
CARRIÈRE

PROMESSE EMPLOYEUR PROCESS D'INTÉGRATION
AUDIT DE POSITIONNEMENT
EXPÉRIENCE CANDIDAT ANIMATION FOCUS GROUP



L'EXPÉRIMENTATION

Convaincue de l'**intérêt** pour les entreprises d'œuvrer pour leur **marque employeur**, Attitude Manche accompagne 5 entreprises déjà sensibles à la **dynamique territoriale** dans leur stratégie marque employeur.

QUELS OBJECTIFS ?

- ❖ **démontrer l'importance d'aligner la promesse territoire avec celle de l'employeur ;**
- ❖ **faire d'un changement de vie une expérience cohérente entre les aspirations professionnelles et personnelles.**

EN PRATIQUE ?

3 ateliers de travail menés avec les 5 entreprises pour répondre à des problématiques et partager les grands enseignements à l'ensemble des acteurs du territoire et permettre, à leur tour, d'**enclencher la démarche de marque employeur.**

L'expérimentation est animée par **Magaly AUBE-DESAUNAY** du cabinet **Marque d'Intérêt.**



LES 5 ENTREPRISES PARTICIPANTES



Basée à **Avranches** et présente dans le **Grand Ouest**, STGS accompagne les **collectivités locales** dans la **gestion** de leur **service des eaux** et d'**assainissement**. Les **250 salariés** gèrent l'exploitation de stations de pompage, d'usines de production d'eau, de réservoirs, des réseaux... pour plus de 600 communes et 345 000 abonnés. STGS est un acteur engagé de la protection de l'environnement et dans le développement d'énergies renouvelables sur ses installations.

➤ **L'expérimentation d'Attitude Manche est une opportunité pour STGS de se structurer sur le sujet de la marque employeur. L'un des enjeux de STGS est de mettre en avant la qualité de services et la proximité avec les collectivités.**



Manche Habitat intervient

sur toute la **Manche**, en tant que **baillieur social** et fête cette année ses 100 ans. La structure de près **150 personnes**, propose **17 000 logements à louer** sous conditions de ressources. Environ 35 000 locataires vivent aujourd'hui dans l'un des logements de Manche Habitat.

➤ **Manche Habitat a pour projet de travailler sa marque employeur pour moderniser son image. Il regroupe des métiers très différents et pourtant personne n' imagine cette diversité.**

LESATELIERSGRANDIS Les Ateliers Grandis sont spécialisés dans la **conception** et la **fabrication de vêtements de luxe** depuis 30 ans. Historiquement installée dans la Manche, à **Saint-Pair-sur-Mer**, l'entreprise dispose de **plusieurs ateliers en France**.

➤ **C'est un sujet récent pour les Ateliers Grandis puisqu'un audit sur leur marque employeur s'est tenu au sein de l'entreprise cet été. Participer à l'expérimentation menée par Attitude Manche est dans la continuité de la démarche déjà engagée.**



La Fondation Bon Sauveur regroupe près de **2 000 professionnels** avec une cinquantaine de métiers, répartis dans les **22 établissements du territoire**. Chacun **accueille, soigne et accompagne** les **personnes vulnérables**, souffrant de troubles psychiques, psychiatriques ou en perte d'autonomie.

➤ **La Fondation Bon Sauveur a déjà enclenché une démarche de marque employeur mais souhaite l'enrichir au travers de ce groupe expérimental. Il est essentiel de faire connaître la richesse et la diversité des métiers de la Fondation au travers d'actions afin de répondre aux besoins de recrutement.**



La **DDFIP** est compétente dans les domaines de la **fiscalité** et de la **gestion financière**. Elle assure le calcul et l'encaissement des impôts, tient la comptabilité des collectivités territoriales et de l'État et accompagne les **usagers du territoire** dans leurs démarches fiscales qu'il s'agisse de **particuliers** ou de **professionnels**. La DDFIP est un acteur important du développement économique auprès des entreprises qu'elles soient en difficulté ou en phase de développement. Dans la Manche, **plus de 560 agents** travaillent sur l'ensemble du département.

➤ **L'attractivité est un enjeu important pour faire connaître nos missions et nos métiers et promouvoir notre réseau territorial. L'image de notre administration est trop souvent réduite aux impôts or nous offrons plus de 50 métiers différents en contact avec nos usagers et partenaires.**



CULTURE, VALEUR, PROMESSE... MARQUE EMPLOYEUR : BIEN SE CONNAÎTRE POUR MIEUX COMMUNIQUER

1



OBJECTIFS

- Accompagner les entreprises à se définir ;
- poser les valeurs de l'entreprise, sa culture, son histoire, sa promesse ;
- s'interroger.

*Quels sont mes atouts ?
Qu'est-ce qui me différencie ?
Qu'est-ce qui fait ma singularité,
mon positionnement ?
Et surtout, est-ce mis en récit
sur mes supports de communication ?*

**LA MARQUE EMPLOYEUR
EST L'AFFAIRE DE TOUS
SUR LE TERRITOIRE.
OUI MAIS... COMMENT ?**



NOTRE EXPÉRIMENTATION

Une démarche commune aux entreprises et au territoire pour travailler concomitamment sur sa marque employeur, sur la qualité de vie au travail et la qualité de vie sur le territoire.



OUTIL

LANCEZ-VOUS !

- L'autodiagnostic pour mesurer et évaluer votre marque employeur.

À remplir individuellement par la direction, le service RH et communication. Cet **auto-positionnement** vise à vous attribuer une note sur l'ensemble des critères liés à la marque employeur. Cela vous donnera la possibilité de capitaliser sur

l'ensemble des actions que vous menez à bien.
➤ À retrouver sur le site : pro.attitude-manche.fr

« Ce qui fait rester dans une entreprise, c'est sa culture, ses valeurs et la capacité de reconnaissance du manager »

Magaly Aube-Desaunay

ENTREPRISES ET TERRITOIRE, COMMENT ÊTRE COMPLÉMENTAIRES DANS LE PARCOURS CANDIDAT ?

2



OBJECTIF

➤ Réaliser une infographie commune des moments clés d'un parcours candidat en intégrant les services d'Attitude Manche.

Dans le parcours candidat, que revient à l'entreprise ?

Qu'est-ce qui relève du manager ?

Du service RH ?



COMMENT ATTITUDE MANCHE PEUT-ELLE ÊTRE UN SOUTIEN AVEC UNE OFFRE DE SERVICES ADAPTÉS ET COMPLÉMENTAIRES ?



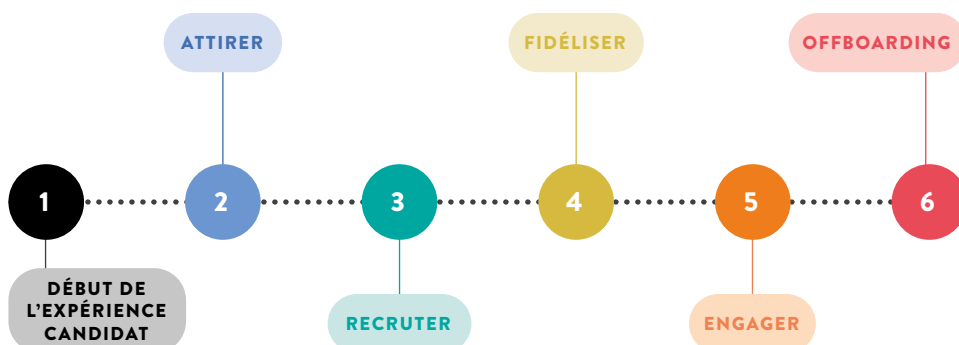
NOTRE EXPÉRIMENTATION

Explication du point de départ et du terme « onboarding ». Définir au sein de cette période, les différents **moments clés** qui la caractérise, ainsi que les contenus, **actions** et/ou **outils mis en œuvre par l'entreprise et le territoire.**

➤ Visualisez ainsi à chaque étape comment solliciter Attitude Manche pour un service à valeur ajoutée !

ENTREPRISE	TERRITOIRE
➤ Séduire	➤ Attirer
➤ Recruter	➤ Accompagner
➤ Fidéliser	➤ Ancrer

Un parallèle où la complémentarité a toute sa place.



LE SAVIEZ-VOUS ?

LE **ONBOARDING** EST UN MOYEN DE DONNER DE LA **HAUTEUR** AU PROCESSUS D'INTÉGRATION DES NOUVEAUX ENTRANTS EN LE TRANSFORMANT EN **LEVIER DE FIDÉLISATION**.



OUTIL

LANCEZ-VOUS !

- Une **infographie territoire/entreprise** pour faire vivre une expérience candidat positive.
- **À retrouver sur le site : pro.attitude-manche.fr et ci-joint au format affiche**



QUELS ÉLÉMENTS POUR UNE PAGE CARRIÈRE RÉUSSIE ?

3

Maintenant que :

- ❖ vous avez travaillé sur votre culture d'entreprise, vos valeurs, votre promesse ;
- ❖ recensé vos atouts, vos savoir-faire en termes d'accueil, d'intégration, de fidélisation...



OBJECTIF

Observer l'écart entre ce que l'entreprise :

- ❖ met en œuvre ;
- ❖ ce qu'elle formalise ;
- ❖ ce qu'elle communique.

*Comment je peux donner plus à voir mes pratiques ?
Sur quoi je peux capitaliser ?
Qu'est-ce qu'il me manque pour être complet ?*



LE SAVIEZ-VOUS ?

90% DES CANDIDATS SE RENSEIGNENT SUR L'ENTREPRISE AVANT DE CANDIDATER !



OUTIL

LANCEZ-VOUS !

- ❖ Une feuille de route pour faire de son site carrière un site complet et attractif.

To Do List

- ... La présentation de l'entreprise
- ... La présentation du territoire
- ... La présentation de l'équipe
- ... La présentation des métiers
- ... Les témoignages des collaborateurs
- ... Les formations
- ... Les actualités
- ... Les offres d'emploi
- ... Le formulaire de candidature
- ... La candidature spontanée
- ... Le processus de recrutement

- ❖ Le tableau, une fois complété, constituera votre feuille de route.
- ❖ **Outil complet à retrouver sur le site : pro.attitude-manche.fr**



MON EXPÉRIMENTATION

Recenser tous les éléments dont vous disposez pour avoir une page carrière riche : ce que vous faites **en interne**, vos bonnes **pratiques**, ce que vous pouvez mettre en avant, ce dont vous avez besoin pour présenter le territoire, etc.



Capitalisez sur l'autodiagnostic fait précédemment !
Favorisez les critères jugés importants par les candidats sur votre page carrière.

3 CONSEILS POUR FAIRE MA PAGE CARRIÈRE

- 1 CO-CONSTRUIRE AVEC LE SERVICE COMMUNICATION ;**
- 2 RESTER COHÉRENT, QUE L'ENSEMBLE SOIT HARMONIEUX ET AUTHENTIQUE ;**
- 3 FAIRE TESTER SA PAGE CARRIÈRE POUR AVOIR UN AUTRE REGARD.**



CONSEILS ET CONVICTIONS

PAR MAGALY AUBE-DESAUNAY



AU TERME DE CETTE EXPÉRIENCE MARQUE EMPLOYEUR, IL CONVIENT DE GARDER À L'ESPRIT CERTAINS **PRINCIPES ET RÈGLES** AUXQUELS DOIT OBÉIR TOUTE DÉMARCHE MARQUE EMPLOYEUR :



» De base, il faut considérer que **toutes les organisations disposent d'une marque employeur**. Il va s'agir dès lors de la **formaliser**, la **structurer** pour la diffuser au plus grand nombre, et ainsi la rendre visible. Se pose d'emblée la question : « **Quelles sont les pratiques RH sur lesquelles nous pouvons nous appuyer ?** » Les réponses constituent le terreau de cette marque employeur sur laquelle vous allez pouvoir communiquer et capitaliser.

Cette marque employeur doit se rendre **accessible** à tous : Là réside ce vers quoi les organisations doivent tendre. Le travail va consister à coucher sur le papier ce que vous êtes, votre histoire, votre récit entrepreneurial, vos pratiques, vos spécificités et vos atouts différenciants

» Il est important, pour susciter la confiance et l'engagement, d'être **authentique**. Appuyez-vous sur des faits, des **preuves**. Réalisez des témoignages de collaborateurs, diffusez des retours d'enquête, concevez des portraits métiers pour asseoir vos propos et renforcer la portée de votre discours employeur. Il est indispensable que ce qui est dit soit parfaitement **aligné** avec ce qui est vécu.

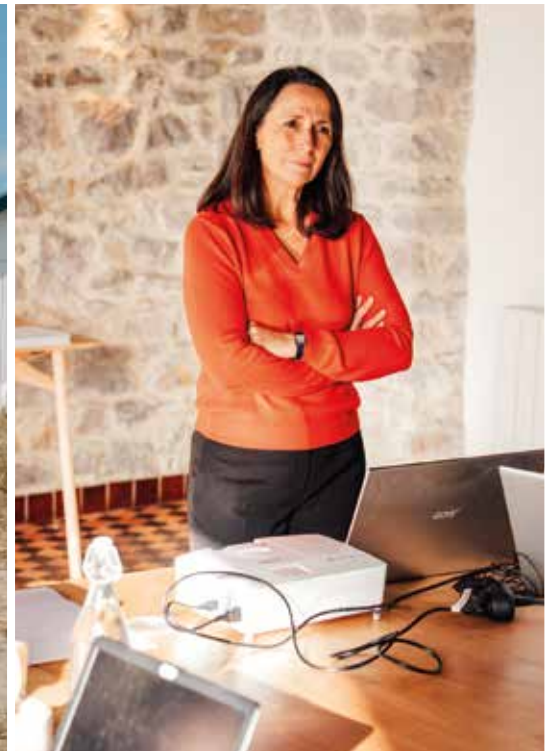
» La démarche de marque employeur doit faire l'objet d'une **co-construction** avec ses parties prenantes externes/internes dont les collaborateurs. Appréhender leurs attentes, leurs besoins, les éléments irritants

autant qu'enthousiasmants, va permettre de nourrir le socle sur lequel votre marque employeur va se bâtir. L'**expérience collaborateur** vise à devenir un élément différenciant. Ce que vous faites vivre à vos collaborateurs doit s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue au cœur de laquelle le **dialogue** et la **considération** sont essentielles.

» Un des facteurs clé de succès repose sur le **triptyque formé par la direction, la DRH, et la communication**. Le dirigeant va impulser. La DRH va mettre en œuvre la stratégie d'attractivité, tandis que la communication/marketing, aux côtés de la DRH, va adapter les messages et diffuser le discours, avec tout le professionnalisme qui est le sien, en cohérence avec les cibles qui sont les vôtres. Au cœur de ce processus, il est indispensable que le dirigeant fasse preuve d'exemplarité, au sens où il doit donner l'exemple. C'est à partir de là que l'on peut embarquer tous les collaborateurs.



Comme disait Albert Einstein, « La folie, c'est de faire toujours la même chose et de s'attendre à un résultat différent ». Alors en avant ! :)



LA PLATEFORME MARKETING

La médiathèque d'Attitude Manche est disponible pour vous faire bénéficier de photos, vidéos, logos, etc. pour illustrer vos propres supports de communication.

➤ un moyen facile pour associer le territoire à la promotion de votre entreprise !

Depuis votre espace adhérents : images.manche.fr

LE SERVICE HOSPITALITÉ

Une équipe d'Attitude Manche est dédiée à l'accueil et à l'accompagnement des nouveaux salariés et professionnels de santé sur le territoire.

➤ un réel service à valeur ajoutée pour votre marque employeur !

attitude-manche.fr/s-installer-dans-la-manche/aide-accompagnement

Des questions sur l'expérimentation ?

Vous vous interrogez sur la marque employeur ?

Contactez Attitude Manche au 02 33 05 99 51 ou via attractivite@manche.fr



Retrouvez l'ensemble des travaux de l'expérimentation et les outils correspondants sur : pro.attitude-manche.fr/les-adherents/experience-marque-employeur