

W

Enjeux et clés de succès de la Marque Employeur

octobre 2023



De quoi parle-t-on ?

WTTJ: "La marque employeur désigne l'ensemble des problématiques d'image de marque liées à la gestion des ressources humaines et au recrutement d'une entreprise. Elle est de plus en plus valorisée par les entreprises, des startups aux grands groupes en passant par les TPE-PME, qui ont pris conscience de la nécessité d'investir pour mettre en œuvre une communication adaptée pour attirer et conserver les talents. "

Afin d'établir un état des lieux mettant en miroir les attentes des candidats et des collaborateurs avec les démarches des entreprises pour attirer et retenir leurs talents, Ipsos et WTTJ ont réalisé une enquête en ligne du 29/09 au 02/10/2023:

Interrogation de 500 décideurs RH: des décisionnaires de la politique RH ou partie prenante des processus de recrutement ou de gestion de la ressource humaine au sein de leurs entreprises/administrations

Interrogation de 1000 actifs: des individus en âge de travailler (18-65 ans)

Echantillons représentatifs de ces populations en termes de genre, âge, région, CSP.

W

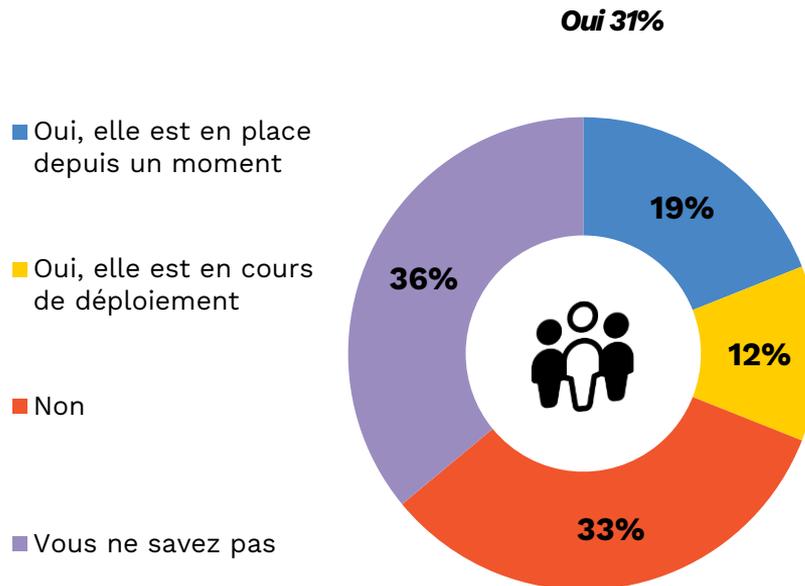
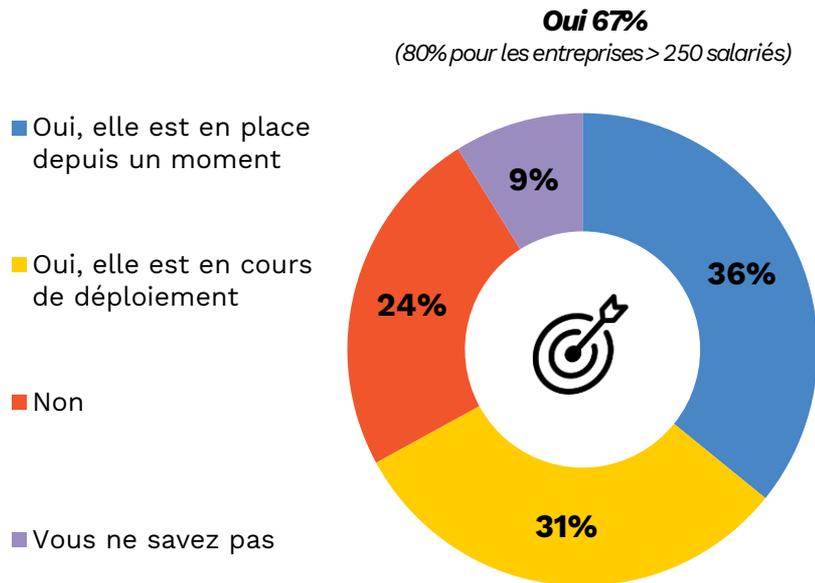
01

La marque employeur : une stratégie à préciser ?



2/3 des entreprises des décideurs RH bénéficient d'une stratégie de marque employeur et seulement 1/3 du point de vue des actifs → un champ sous-exploité ou mal identifié, sur un marché du travail où l'attraction et la rétention des talents sont des enjeux majeurs

Votre entreprise a-t-elle une stratégie de marque employeur ?



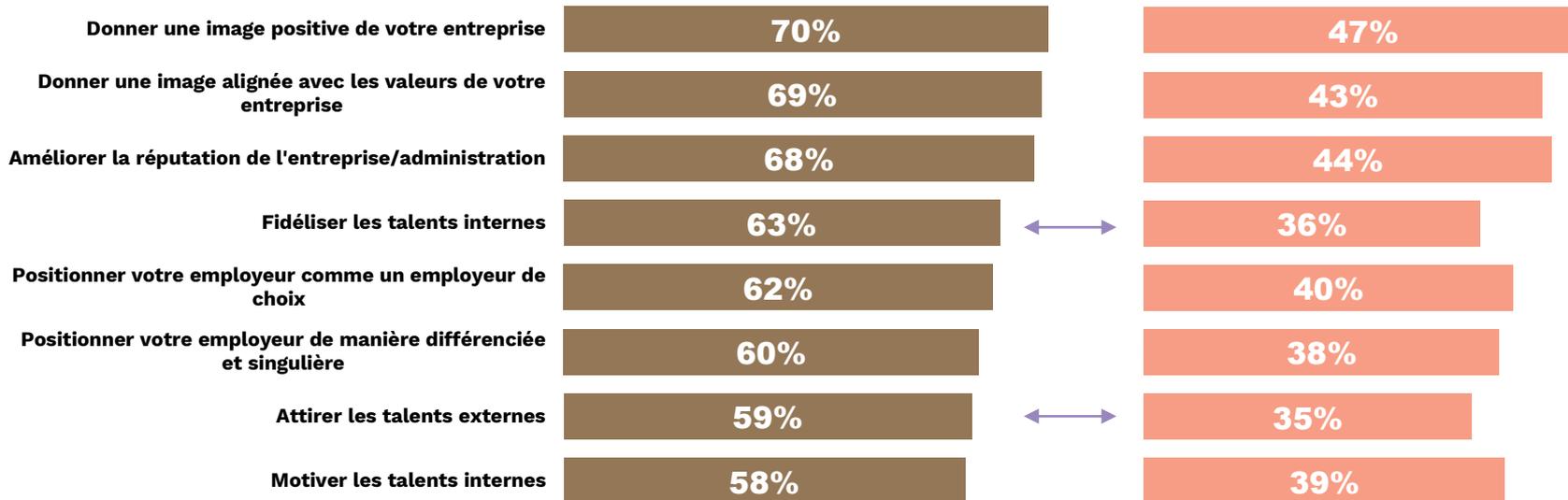
Base=A tous les décideurs (n=500)

Base= A tous les actifs (n=1000)

Les premiers bénéficiaires identifiés ont trait à l'image générale de l'organisation plus qu'à des bénéfices concrets comme la différenciation ou les effets attendus sur les talents. Le concept de marque employeur est plus flou pour les actifs qui l'associent encore moins à la fidélisation ou à l'attraction des talents.

Dans quelle mesure diriez-vous que la stratégie de marque employeur mise en place par votre employeur réussit à ...

“La marque employeur? C'est une notion trop vague pour que je puisse la définir”



Base=A tous les décideurs (n=500)

Base= A tous les actifs (n=1000)

La stratégie de marque employeur: l'affaire de tous ! Des moyens d'évaluation à l'image de la complexité de la marque employeur... 20% des décideurs n'ont pas d'outil de mesure.

Qui travaille sur la stratégie de marque employeur ?



De quelle manière votre entreprise/administration évalue-t-elle sa marque employeur ? Plusieurs réponses possibles



« La marque employeur ? Engagements écoresponsables, éthiques et inclusifs, culture et codes de l'employeur, salaires, primes, bonus, avantages CE, vision, mission et stratégie, méthodes RH, évolution, plan de carrière, apprentissage, formation »

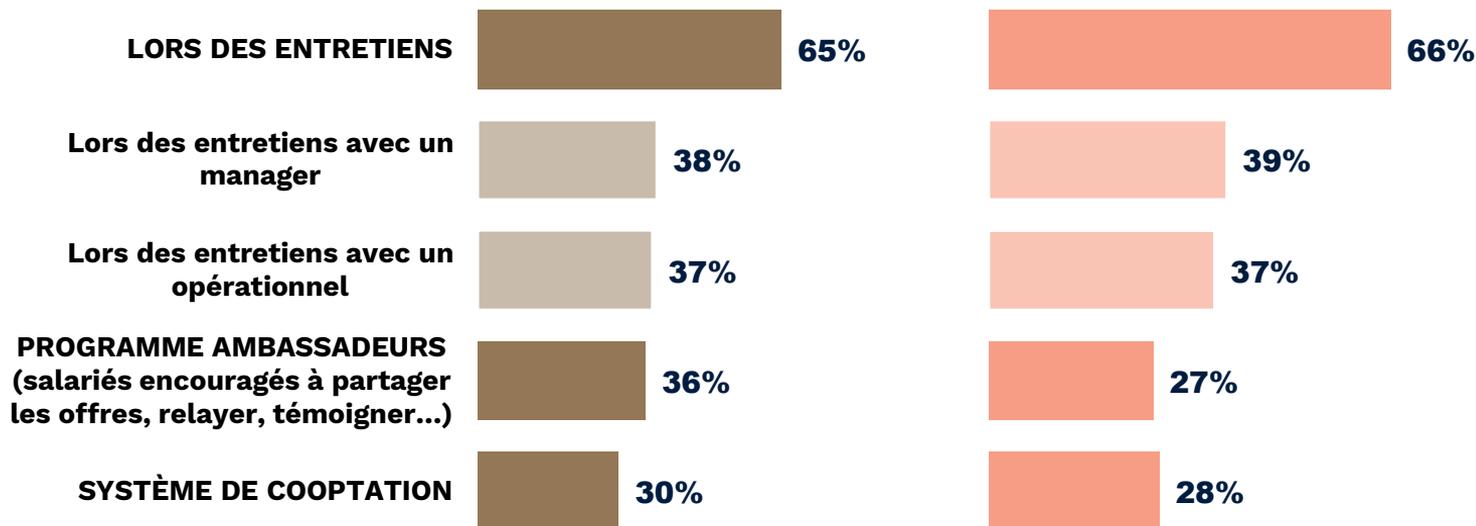
Le recrutement, l'affaire de tous ? Associer les non-managers aux entretiens, programmes ambassadeurs, cooptations... des pratiques à développer

Les salariés non-managers sont-ils impliqués dans le processus de recrutement ? De quelle manière ?

Oui, les salariés non-managers sont impliqués

53%

24%



Sur la base des organisations dans lesquelles les salariés non managers sont impliqués

W

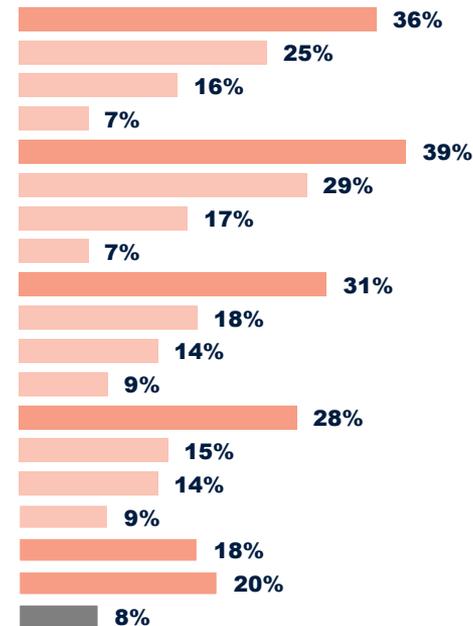
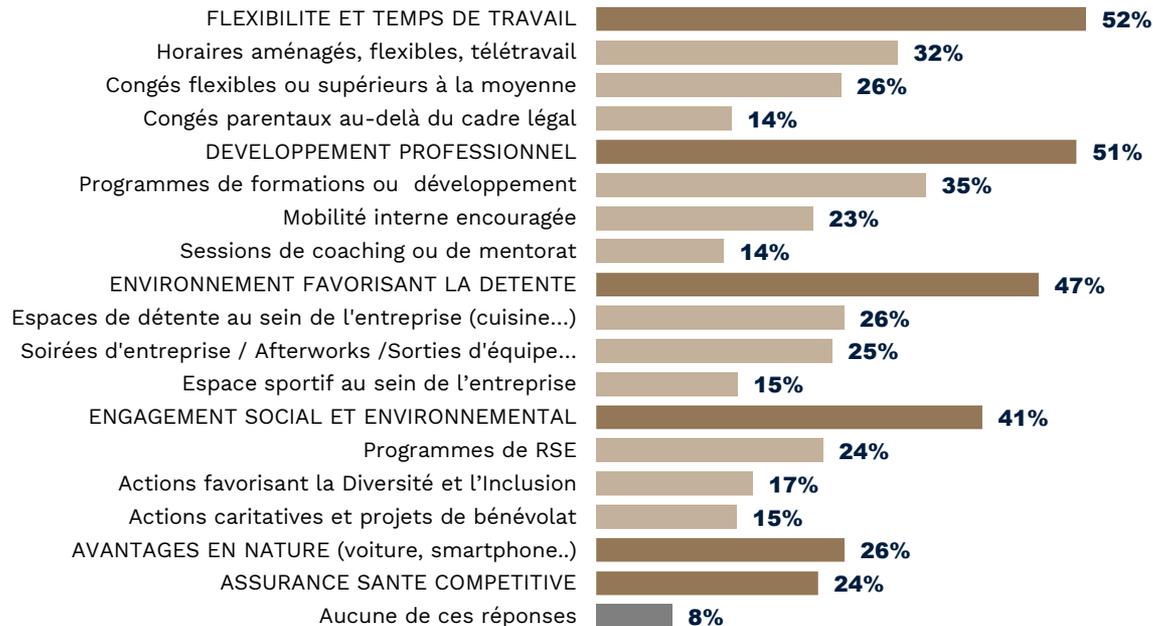
02

**La marque employeur :
quels sont les leviers
d'attraction et/ou de
fidélisation ?**



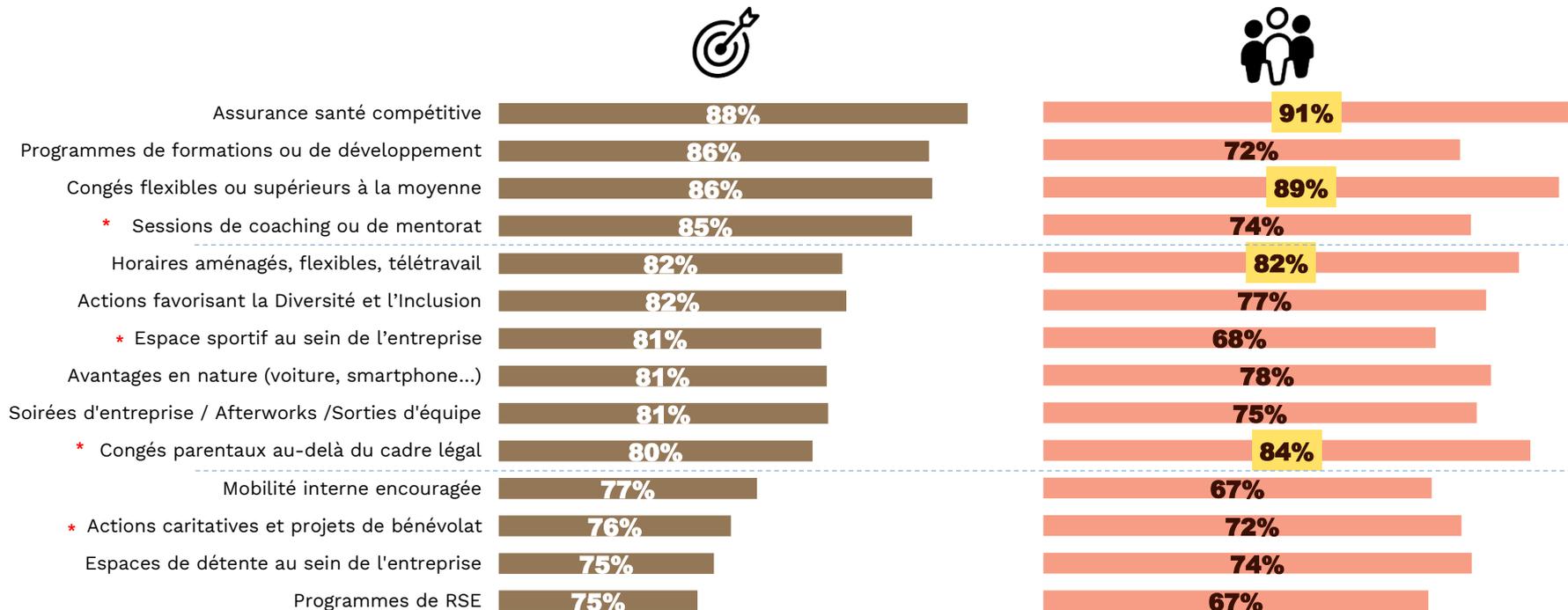
Aménagements des temps de travail, le développement professionnel, un environnement agréable sont les principaux aspects investis pour mettre en lumière la marque employeur.

Voici quelques actions couramment mises en place dans le cadre de la stratégie de marque employeur. Merci d'indiquer si votre entreprise l'a mis en place.



Des essentiels: l'assurance santé, les congés, la flexibilité, les bases indispensables pour que l'employeur soit attractif. Peu de distinctions concernant l'efficacité des actions côté décideurs.

Evaluation des différentes actions en place dans votre entreprise/administration pour la positionner en tant qu'employeur attractif : action jugée efficace



Base= Décideurs, sur la base des actions mises en place

* base faible (<60)

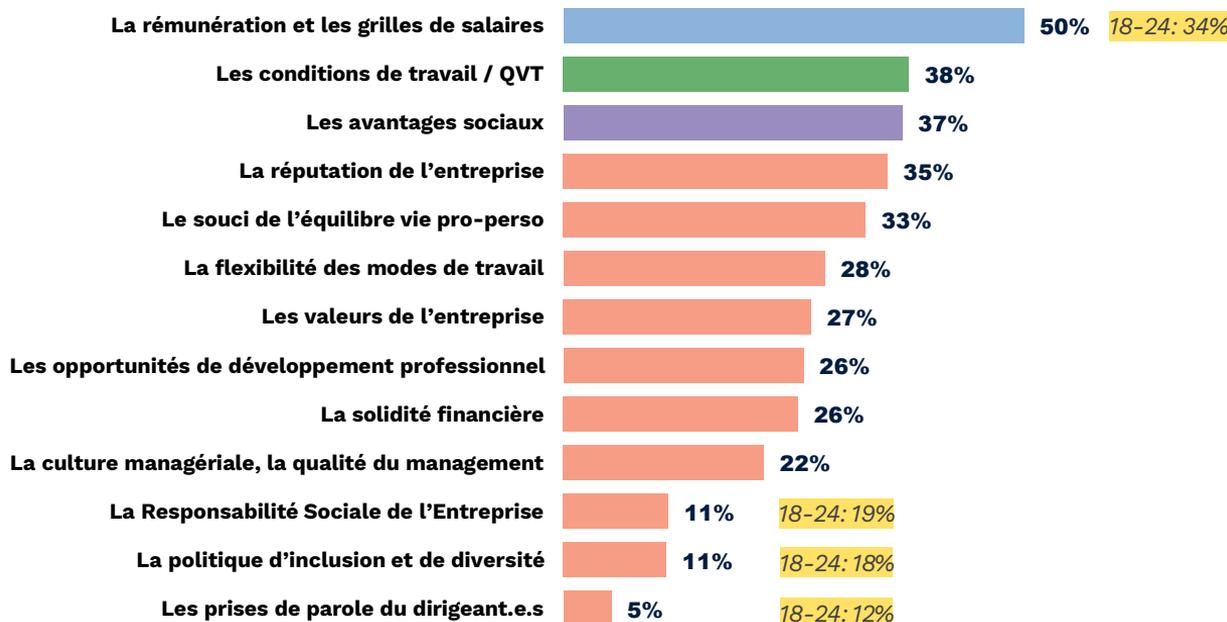
Base= Actifs sur la base des actions mises en place

La rémunération, facteur décisif incontournable pour rejoindre une entreprise. Une hiérarchie des attentes similaire selon les âges, mais les jeunes sont plus sensibles que les autres à la RSE et aux prises de position des dirigeants.

En tant que candidat à un futur emploi, sur quels éléments de l'entreprise vous renseignez-vous tout particulièrement ?



Quels sont les 3 éléments les plus importants pour vous projeter dans la future entreprise/administration ?



Rémunération et salaires

55%

Conditions de travail et QVT

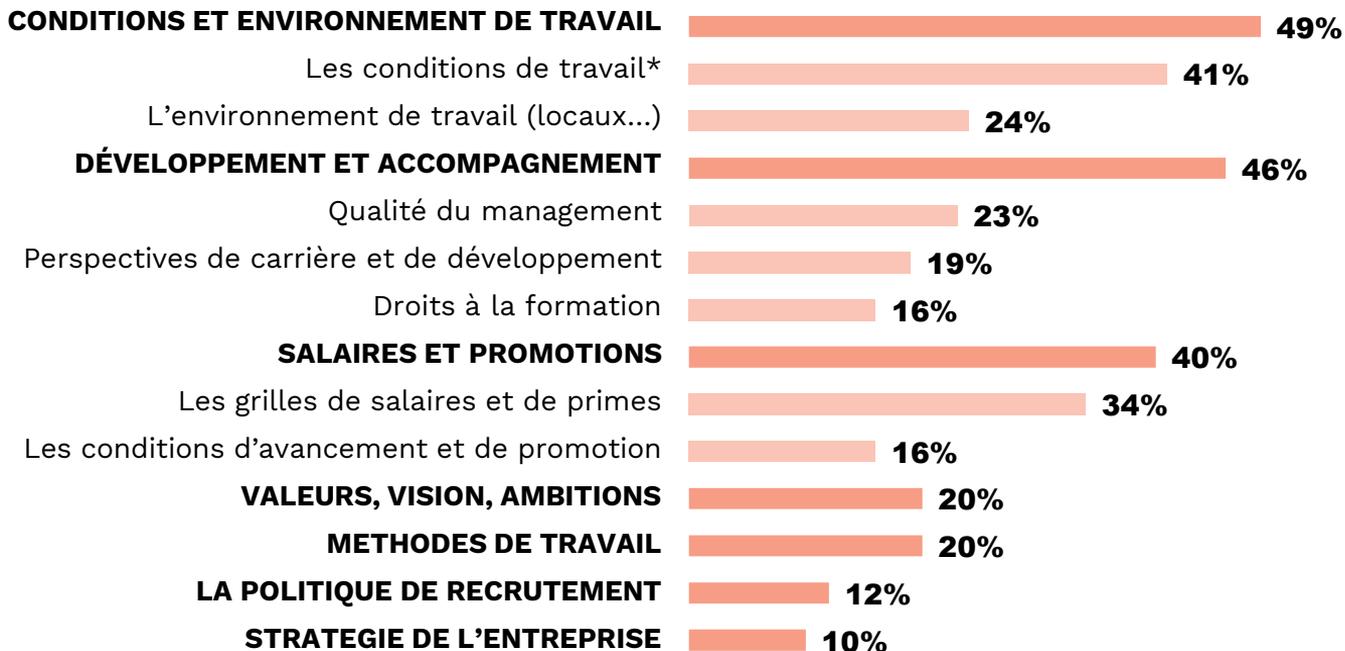
31%

Avantages sociaux

28%

Pour recommander son entreprise: la QVT, un attendu ; puis les pratiques favorisant le développement professionnel, devant le salaire.

Quels sont tous les éléments qui influencent votre choix de recommander votre structure ?



* Les conditions de travail ?...

Temps de travail, charge/pression, équilibre de vie...

Ambiance, état d'esprit, collègues...

Capacité à faire son travail (autonomie et efficacité du fonctionnement)...

W

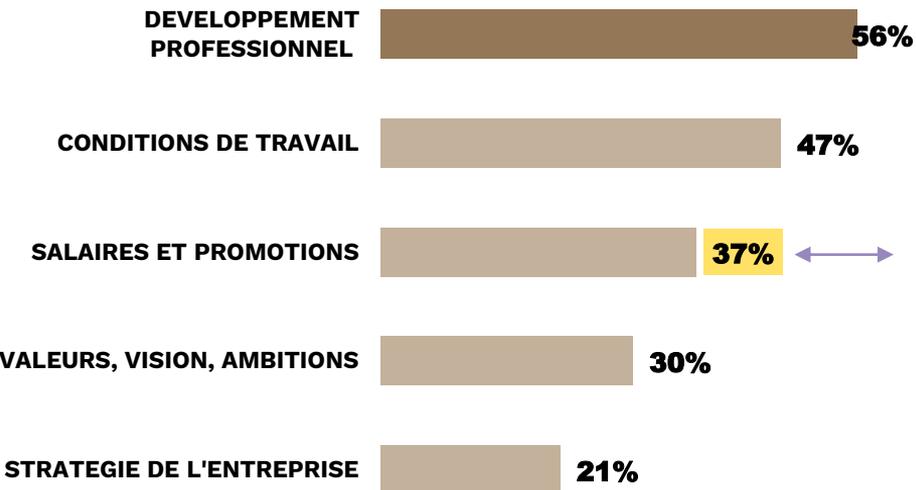
03

La marque employeur : comment parler aux candidats ?



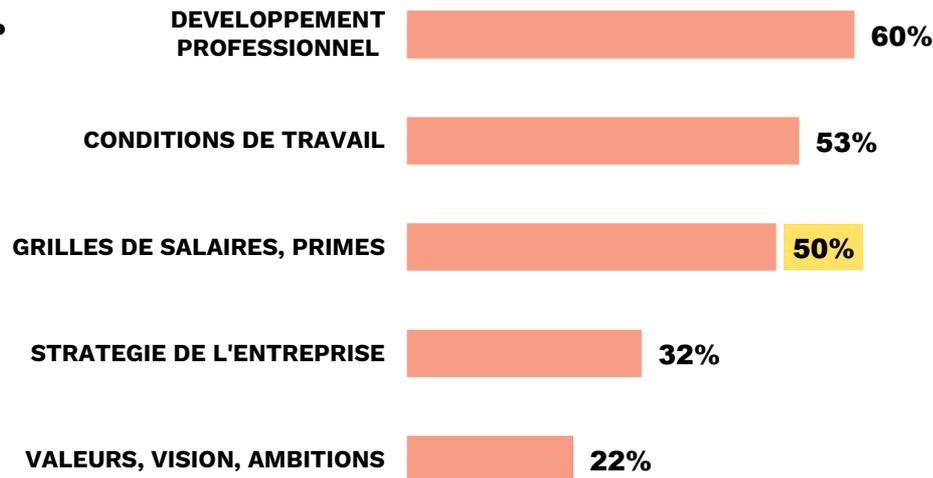
Décideurs et actifs alignés sur ce qui compte en matière de culture d'entreprise – mais des actifs en demande de plus de transparence, notamment sur les salaires.

Lors du processus de recrutement, comment faites-vous transparaître la culture de votre entreprise ?



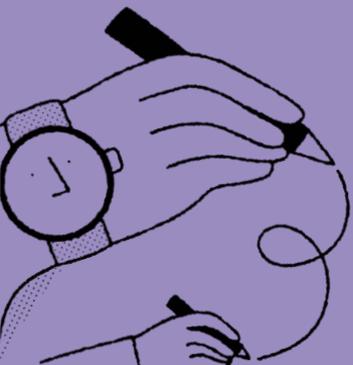
En poste ou candidat, sur quels sujets souhaiteriez-vous que les structures et entreprises soient (plus) transparentes ?

75% des candidats accordent de l'importance à la transparence de la culture de l'entreprise pour laquelle ils candidatent



Des candidats en demande d'attention :

**feedbacks,
transparence/clarté,
prise en compte de
l'individu**



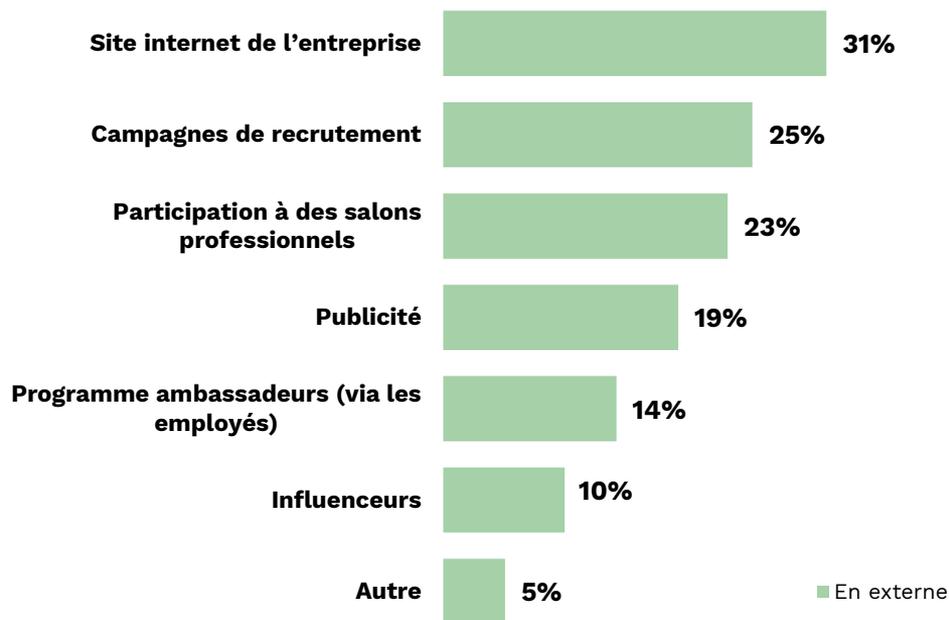
En tant que candidat, quelles sont les mauvaises pratiques de recrutement que vous avez identifiées et que vous trouvez dépassées ? Plusieurs réponses possibles



Base= A tous les actifs (n=1000)

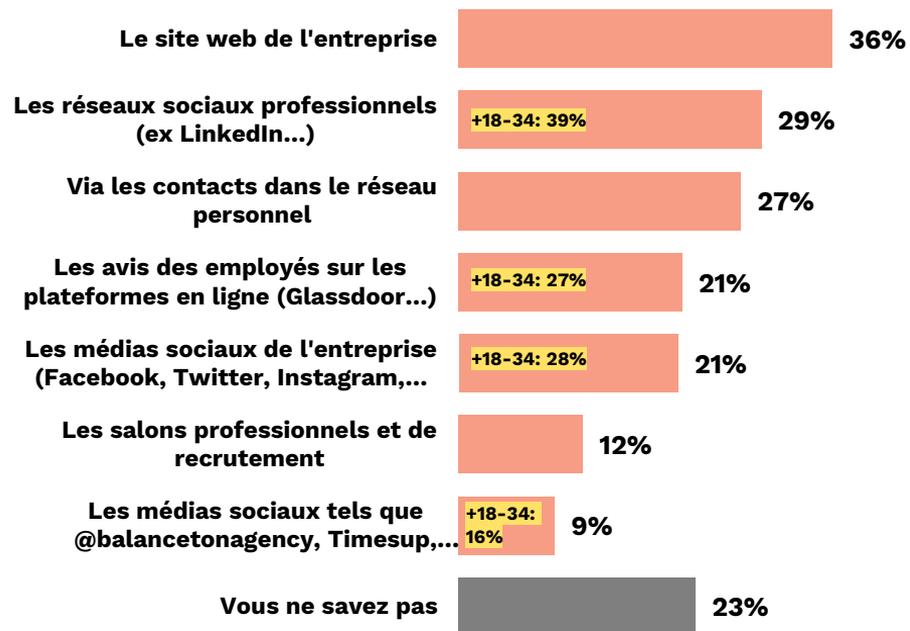
Faire connaître sa marque employeur: ne pas sous-estimer le poids des réseaux et médias sociaux, notamment auprès des plus jeunes

Quels sont les principaux moyens que vous utilisez pour faire connaître votre marque employeur ?



Base=A tous les décideurs (n=500)

Quels moyens utilisez-vous pour en savoir plus sur une entreprise lorsque vous recherchez un emploi ?



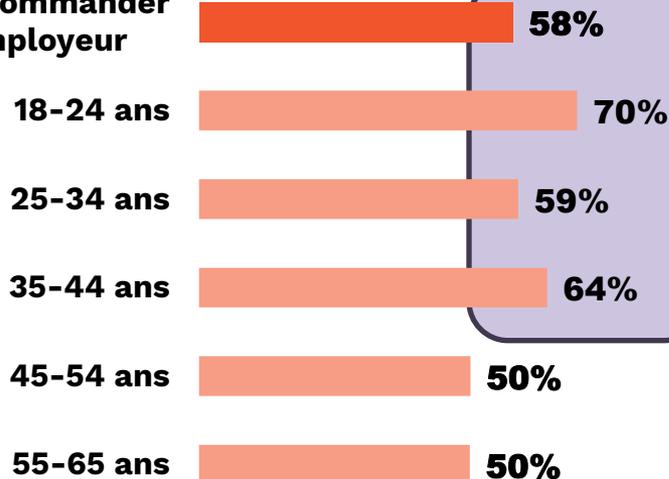
Base= A tous les actifs (n=1000)

Travailler le réseau d'ambassadeurs (6/10 sont prêts à recommander leur employeur), et la légitimité de leur parole (1/2 font confiance aux témoignages d'autres salariés)

Dans quelle mesure vous sentiriez-vous prêt / à l'aise à recommander votre employeur en externe (sur vos réseaux sociaux, à votre réseau, bouche-à-oreille, intranet alumni) ?



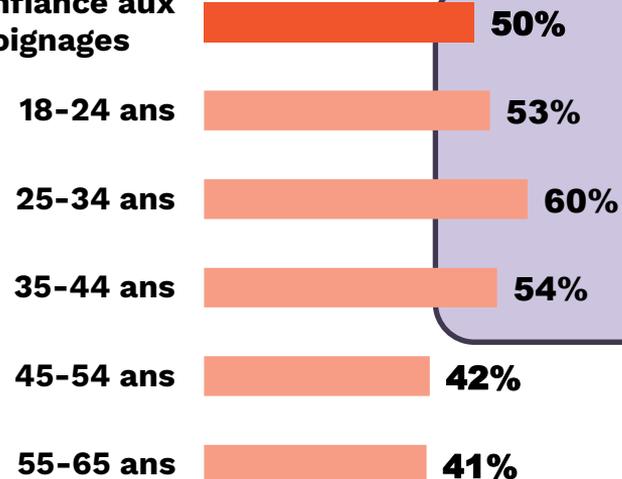
Prêt à recommander leur employeur



Vous-mêmes, faites-vous confiance aux témoignages d'autres salariés sur les réseaux sociaux ou d'autres salariés que vous ne connaissez pas personnellement ?



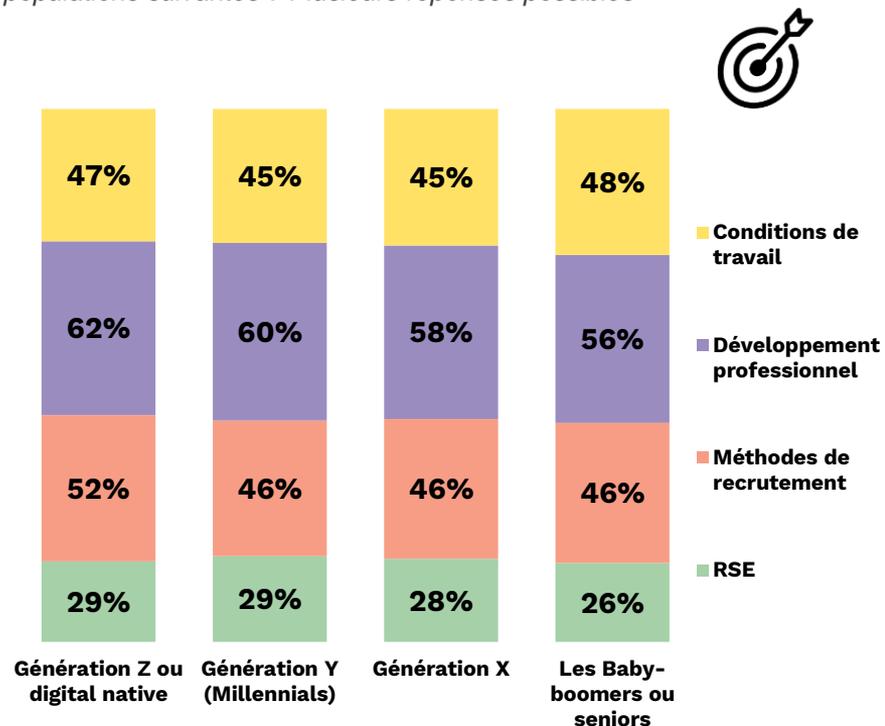
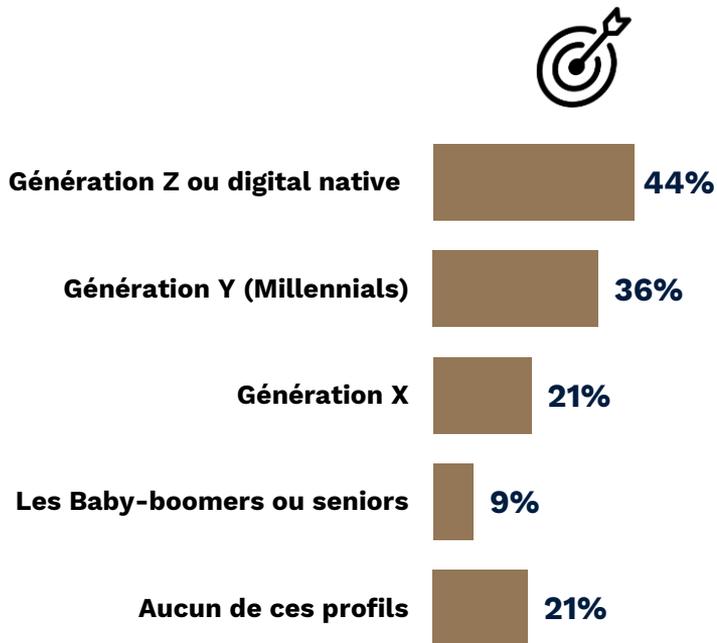
Fait confiance aux témoignages



Certains profils sont plus difficiles à attirer, mais les stratégies restent peu différenciées

D'une manière générale votre entreprise rencontre-t-elle des difficultés à attirer et recruter les populations suivantes ? Plusieurs réponses possibles

Quelles sont les stratégies et politiques RH spécifiques qui sont mises en place par votre entreprise pour attirer les différentes populations suivantes ? Plusieurs réponses possibles



Base=A tous les décideurs (n=500)

Paroles de décideurs:

Quelles sont vos best practices pour attirer les talents que vous souhaitez recruter ?



« Acter sur **la grille de salaire** et évolution de carrière »

« Donner une vue globale sur **les possibilités de progresser et de diversifier son activité** professionnelle tout au long de sa carrière... commercial, technique, administratif, informatique »

« **M'adapter au profil et à l'âge** de la personne »

« **La transparence** dans tous les domaines »

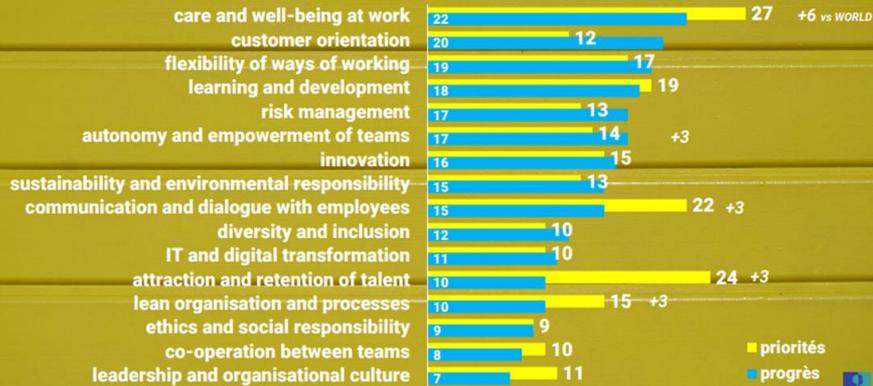
« Communiquer sur les méthodes de **management**, les **perspectives** d'évolution, et les **avantages** sociaux »

« **Faire témoigner** ceux qui vivent le métier au quotidien et qui s'y sentent bien. Être franc et honnête, présenter le côté exceptionnel du métier sans en cacher les contingences »

En conclusion...

PRIORITÉS

Dans quels domaines votre entreprise doit-elle **évoluer en priorité** dans les deux prochaines années ? (% salariés français oct '22)



Domaines dans lesquels l'entreprise **a le plus progressé** au cours des deux dernières années / **doit évoluer en priorité** dans les deux prochaines années

(source: enquête Ipsos RED auprès des salariés français travaillant dans des organisations de plus de 100 personnes, octobre 2022)

L'attraction et la rétention des talents, un enjeu de progrès majeur reconnu par tous → de l'importance de **préciser sa stratégie** de marque employeur et d'y **associer toutes les parties prenantes**.

Distinguer les leviers →

- **La qualité de vie au travail** (conditions de travail, temps de travail, flexibilité): un **attendu** pour tous les salariés
- **La rémunération et les avantages sociaux**: des **facteurs primordiaux d'attractivité**, sur lesquels les candidats attendent plus de transparence
- **Le développement professionnel** (accompagnement managérial, formation, perspectives...): un **levier essentiel pour attirer ET retenir** les talents.

La marque employeur est d'autant plus forte que les bénéfices proposés sont réellement vécus à l'intérieur → affirmer **sa différence** et veiller à **la cohérence** des expériences.

w
merci

