

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Synoptique d'une intervention type

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

PHASE TRANSVERSE : CADRAGE ET PILOTAGE DU PROJET

- **Réunion de cadrage** pour rencontrer les parties prenantes du projet; valider les enjeux, les attentes, la méthode, le planning et la gouvernance.
- **Comités projet** pour suivre et présenter l'avancement des travaux avec le(s) chef(s) de projet(s) internes et les consultants mobilisés ainsi qu'échanger sur de potentiels risques et arbitrages.
- **Comités de Pilotage** pour présenter les livrables clés à la fin de chaque phase et définir les prochaines étapes et la ligne directrice à suivre

DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT

Durée : 1 mois et demi

- **Analyse documentaire** des processus/pratiques RH existantes, enquêtes collaborateurs, documents de stratégie interne, documents de communication externe sur l'OF, organigramme etc.
- **Entretiens stratégiques** pour appréhender et comprendre la perception des parties prenantes clés sur le contexte / l'histoire, les enjeux, les forces et points d'amélioration identifiés ainsi que leurs attentes
- **Questionnaire externe auprès d'un échantillon de candidats** afin de recueillir leur perception de l'entreprise en tant qu'employeur
- **Entretiens auprès de candidats ayant arrêté le processus ou ayant refusé une offre** de la part de l'OF afin de comprendre les raisons de leur choix
- **Questionnaire interne auprès des salariés** afin de recueillir les témoignages quant à leur perception de leur employeur
- Réalisation et analyse d'un **diagnostic de présence digitale Marque Employeur** : utilisation de la méthode des personae avec des parcours candidats
- **Benchmark des discours et bonnes pratiques Marque Employeur** dans des organisations similaires / concurrentes et des organisations innovantes
- **Ateliers « carte d'expérience » pour comprendre le processus de recrutement** : les points forts et les zones de fragilité – un atelier avec les RH et un autre avec les employés récemment recrutés
- **Formalisation des processus de recrutement** et du **parcours candidat** et des **processus liés au développement RH** et mise en lumière des zones de fragilité
- Réalisation du **diagnostic de l'attractivité Marque Employeur** de l'OF et restitution en Groupe de Travail
- **Présentation du diagnostic en COPIL**

DÉFINITION DE LA PROMESSE EMPLOYEUR

Durée : 1 mois

- Ateliers de **définition de la promesse employeur** de l'OF avec le groupe de travail
- **Travail en chambre de consolidation et formalisation** des 2/3 suggestions de promesse employeur (atouts, éléments de preuve, signature)
- **Présentation de 2/3 promesses employeur formalisées** auprès du Groupe de travail pour ajustements et choix final
- **Présentation de la promesse employeur en COPIL**

PLANS D'ACTIONS ET STRATÉGIE DE MISE EN ŒUVRE

Durée : 1 mois

- Ateliers **plans d'actions pour définir les activités à mettre en œuvre à l'externe** pour développer l'attractivité (communication, expérience candidat, etc.)
- Ateliers **plans d'actions pour définir les activités mettre en œuvre en interne** pour développer la fidélisation des collaborateurs (politiques RH, communication, expérience collaborateur, etc.)
- **Réunion de travail** avec les équipes de communication pour alimenter nos réflexions et aligner les ambitions avec les capacités internes
- Travail en chambre sur la **formalisation des plans d'actions et sur la stratégie de mise en œuvre**
- **Présentation et restitution finale** au CODIR

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Cadrage et pilotage du projet

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

OBJECTIFS DE LA PHASE

La phase de cadrage vise à rencontrer les parties prenantes, rappeler les objectifs fixés ensemble, valider la méthodologie adoptée et le planning, identifier les acteurs et leurs rôles. Afin de piloter au mieux le projet nous proposons deux instances clés de pilotage : des comités projet pour suivre le projet de manière opérationnelle et des comités de pilotage pour valider les phases, livrables clés et prochaines étapes ainsi que réaliser les arbitrages nécessaires.

ACTIVITÉS

- **Réunion de cadrage du projet : préparer et animer la réunion de cadrage avec les sponsors et l'équipe projet dans le but de :**
 - rencontrer l'équipe qui interviendra dans le cadre du projet
 - clarifier les besoins et les enjeux du projet
 - Valider la méthodologie et le planning projet
 - S'aligner sur la gouvernance, les instances associées et leurs principes généraux
 - identifier les parties prenantes du projet (groupe de travail) et leurs rôles respectifs
 - Recueillir la documentation existante
 - Définir les prochaines étapes à court terme
- **Pilotage du projet : Comités Projet et Comités de Pilotage**
 - Préparer et animer les **Comités projet** (fréquence à définir en début de projet) pour suivre le projet (*Hypothèse : x8 comités projet de 1 heure*)
 - Préparer et co-animer les **Comités de pilotage** pour présenter les livrables clés, valider les prochaines et réaliser les arbitrages nécessaires (*Hypothèse : x3 passages en Comité de pilotage*).

LIVRABLES

- Support de réunion de cadrage
- Supports de comités projet
- Supports de Comité de Pilotage

MOMENTS CLÉS

- *Réunion de cadrage : lors de la 1^{ère} semaine de la mission*
- *Comités Projet : Tout au long du projet*
- *Comités de pilotage : à la fin de chaque phase*

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Diagnostic de l'existant (1/2)

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

OBJECTIFS DE LA PHASE

Cette phase a d'abord pour but de **recueillir la vision stratégique** à intégrer dans le projet, avec une identification des **pratiques RH impactées** par celui-ci. Viendra ensuite la réalisation d'un **diagnostic de l'image actuelle des OF en tant qu'employeur**, à travers une analyse de sa présence digitale et de la perception des collaborateurs et des candidats de la culture d'entreprise. L'objectif final étant d'identifier les **éléments de différenciation à valoriser lors de la phase suivante**, ainsi que la **maturité** actuelle de l'organisation dans la promotion de sa Marque Employeur en interne et en externe.

ACTIVITÉS

- **Analyse documentaire (en chambre)** : recueil et analyse de la documentation existante telles que des processus / pratiques RH existantes, enquête collaborateurs, documents de stratégie interne (non confidentiels) et des documents de communication externe sur l'OF.A mais aussi des documents permettant de mieux comprendre l'offre de services et valeurs communiquées à l'externe et les éléments permettant de mieux comprendre l'organisation
- **Entretiens stratégiques** pour appréhender et comprendre la perception des parties prenantes clés sur le contexte/ l'histoire, les enjeux, les forces et points d'amélioration identifiés ainsi que leurs attentes
(Hypothèse : x 4 entretiens de 1h – à définir en fonction de la gouvernance de l' OF : DG, DG adjoint, DRH, Direction de la Communication)
- **Réalisation et diffusion d'un questionnaire externe** auprès d'un échantillon de candidats en cours de processus de recrutement pour comprendre les raisons qui les ont amenés à postuler
- **Entretiens auprès de candidats ayant arrêté le processus ou ayant refusé une offre** de la part de l'OF afin de comprendre les raisons qui les ont poussés à ne pas poursuivre le processus ou refuser l'offre de leur choix
(Hypothèse : x 5 entretiens de 30 minutes)
- **Réalisation et diffusion d'un questionnaire interne** auprès de l'ensemble des salariés afin de recueillir leur perception des valeurs et des éléments différenciants et de la culture de l'OF Ce questionnaire permettra de mettre en valeur une liste d'atouts employeur perceptibles et vécus par les collaborateurs ainsi que d'identifier les points d'amélioration qui viendront alimenter le plan d'actions.
Il peut être enrichi d'entretiens internes pour approfondir les réponses au questionnaire, nombre à définir lors de la phase de cadrage.

LIVRABLES CLÉS

- Trames d'entretiens (stratégiques et candidats)
- Trame des questionnaires
- Diagnostic de maturité digitale

MOMENTS CLÉS

- Entretiens stratégiques
- Lancement et clôture questionnaire externe
- Entretiens avec les candidats ne souhaitant pas poursuivre le processus de recrutement
- Lancement et clôture questionnaire interne

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Diagnostic de l'existant (2/2)

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

ACTIVITÉS

- Réalisation et analyse d'un **diagnostic de présence digitale Marque Employeur** : utilisation de la méthode des personae en se positionnant en tant que candidat et en analysant la présence en ligne, sur les réseaux sociaux, sites de notation, site carrière et des offres d'emploi (homogénéité, lisibilité, jobboards)
- **Benchmark des discours et bonnes pratiques Marque Employeur** dans des organisations similaires / concurrentes ainsi que dans des organisations innovantes et reconnues sur le sujet faisant parties de notre écosystème de client.
- **Ateliers « cartes d'expérience » pour comprendre le processus de recrutement** : l'idée est de représenter visuellement les différentes interactions lors de toutes les étapes du processus de recrutement, cela permet de mettre entre évidence les actions critiques et les ressentis négatifs des parties prenantes sur le processus. Nous proposons de réaliser 2 ateliers : le premier avec les employés en charge du recrutement afin d'identifier les zones de fragilité du processus et le second avec des employés récemment embauchés (moins de 6 mois) pour avoir leurs retours sur l'expérience candidat.
- **Formalisation des processus de recrutement** et du **parcours candidat** et identification des zones de fragilité sur la base du recueil de documents, des entretiens et des questionnaires adressés.
- Formalisation et présentation du **diagnostic complet de l'attractivité Marque Employeur** de l'OF.
- **Restitution en Comité de Pilotage #1 – présentation des propositions d'atouts et des axes prioritaires suggérés par le groupe de travail.**

LIVRABLES CLÉS

- Benchmark discours et bonnes pratiques marque employeur
- Book des processus et identification des zones de fragilité
- Diagnostic complet de l'attractivité marque employeur
- Support COPIL

MOMENTS CLÉS

- Présentation diagnostic de présence digitale
- Présentation du benchmark
- Ateliers « cartes d'expérience »
- Présentation du diagnostic complet de l'attractivité marque employeur en COPIL #2

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Définition de la promesse employeur

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

OBJECTIFS DE LA PHASE

Cette phase a pour objectif d'acter les atouts employeur de l'OF et de les valoriser dans la promesse employeur, outil clé de la marque employeur permettant de mettre en lumière les avantages que l'entreprise propose à ses collaborateurs. Cette étape consistera majoritairement à formaliser cette promesse employeur sur la base d'atouts, d'éléments de preuve qui font que les atouts sont réellement vécus par les collaborateurs, et en une signature de la promesse employeur.

ACTIVITÉS

- Ateliers de **définition de la promesse employeur** de l'OF – avec le groupe de travail :
 - 1 atelier pour valider les atouts à valoriser en fonction des enjeux (recrutement / attractivité / fidélisation) et des cibles prioritaires et initier les éléments de preuve – 2 heures
 - 1 atelier sur le libellé de la promesse employeur sur la base des atouts et des éléments de preuve – 2 heures
 - 1 atelier avec le groupe de Travail dédié pour co-construire la signature, phrase courte et impactante qui porte les messages de la promesse – 3 heures
- **Travail en chambre de consolidation et formalisation** des 2/3 suggestions de promesse employeur (atouts, éléments de preuve, signature)
- **Présentation de 2/3 promesses employeur formalisées** auprès du groupe de travail pour réaliser le choix final
- **Restitution en COPIL #2 – validation de la proposition de valeur finale**

LIVRABLES

- Supports d'ateliers
- Promesse employeur formalisée
- Support COPIL

MOMENTS CLÉS

- Ateliers de définition de la promesse employeur
- Présentation des options de promesse employeur au groupe de travail
- COPIL #2
- Support COPIL

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Plans d'actions et stratégie de mise en œuvre

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées

OBJECTIFS DE LA PHASE

Cette dernière phase consiste à décliner la promesse employeur en un plan d'actions détaillé pour

- déployer la nouvelle Marque Employeur
- Mettre en place des actions d'amélioration pour aligner la promesse formulée par l'OF et l'expérience candidat et collaborateur
- Ce plan d'actions sera divisé en plusieurs volets en fonction du diagnostic de la phase 1 et de l'identité employeur définie en phase 2, un volet externe à destination des candidats et un volet interne à destination des collaborateurs.

ACTIVITÉS

• Plan d'actions – volet externe

En collaboration avec les équipes de Communication et/ou Marketing :

Conduite de 2 ateliers de 2h de définition des actions à mener pour développer la Marque Employeur en externe pour attirer les candidats cibles – sur la base de propositions que nous aurons construites en chambre. Ces ateliers aboutiront à l'élaboration d'un plan d'actions mettant en avant les actions selon les cibles, leur degré de priorité, les dates clés, les ressources nécessaires, les outils et les bénéfices escomptés.

Exemples d'actions : Campagne d'ambassadeurs internes d'employee advocacy / Stratégie d'approche des candidats innovantes avec du contenu personnalisé et adapté à leurs souhaits / Prise de parole de vos collaborateurs / expérience candidat, etc.

• Plan d'actions – volet interne (sur la même méthode que le volet externe)

Conduite de 2 ateliers de 2h d'identification des actions à mener pour affirmer / communiquer l'image employeur de l'OF à l'interne et fidéliser les collaborateurs. L'élaboration de cette stratégie interne se fera sur la base des éléments mis en avant lors des rencontres avec les collaborateurs afin d'aligner la communication avec la réalité perçue et vécue en interne.

Exemples d'actions : amélioration des politiques RH, communication, expérience collaborateur, etc.

- **Réunion de travail** avec les équipes de communication afin d'alimenter les plans d'actions et aligner les ambitions avec les capacités internes de mise en œuvre des actions – 3 heures
- **Travail en chambre sur la formalisation des plans d'actions et sur la stratégie de mise en œuvre** sur la base du contenu des échanges des ateliers précédents
- **Réunion de restitution du plan d'actions et du calendrier prévisionnel en COPIL #3**

LIVRABLES

- Supports d'ateliers plan d'actions externe
- Supports d'ateliers plan d'actions interne
- Plans d'actions externe et interne
- Support COPIL

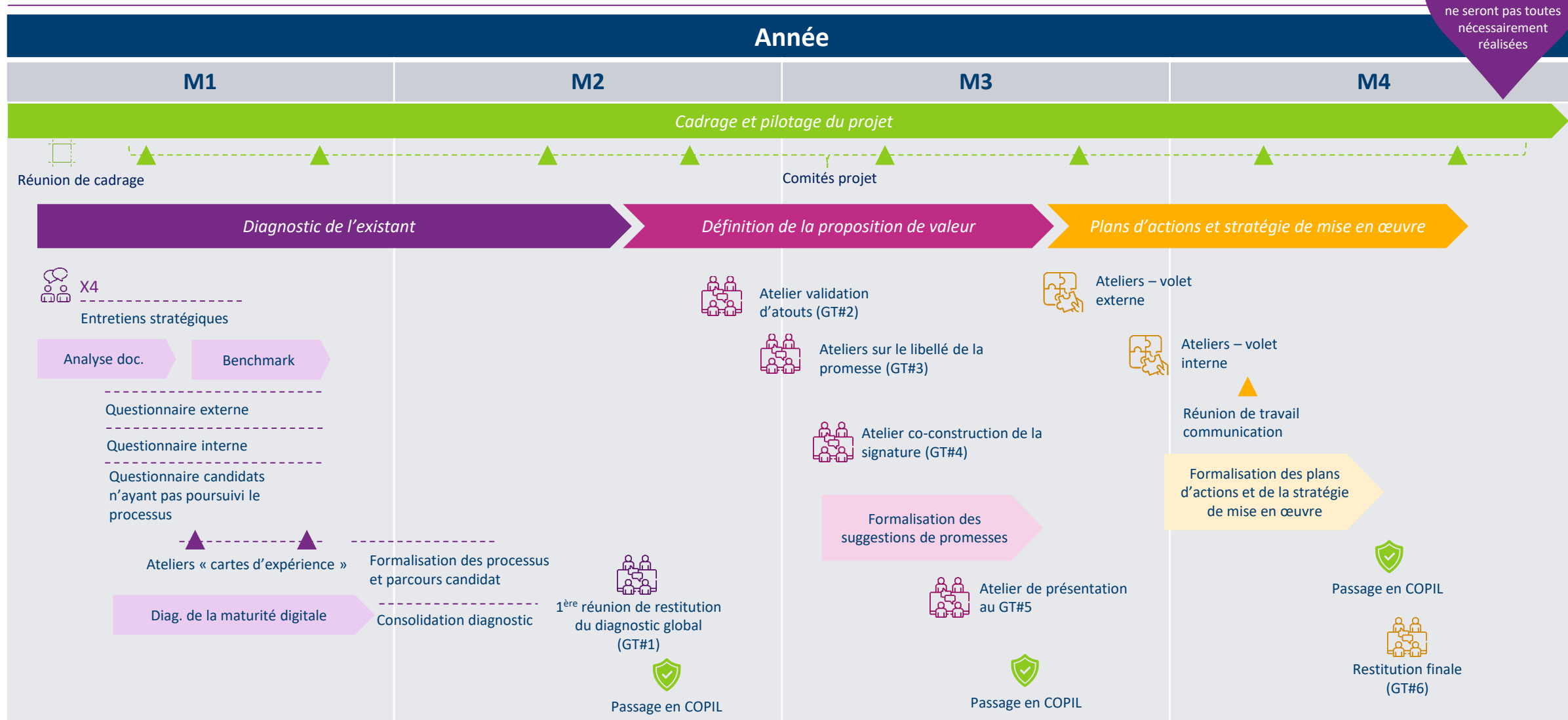
MOMENTS CLÉS

- Ateliers plans d'actions – volet externe & volet interne
- Réunion de travail avec les équipes communication
- COPIL #3

3. NOTRE PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE

Calendrier type d'une intervention

Veuillez noter qu'en fonction de la réalité opérationnelle de l'OF les activités décrites ne seront pas toutes nécessairement réalisées



Nb : le nombre exact d'entretiens, ateliers etc. et donc la durée totale de l'accompagnement seront ajustés avec l'OF au moment de la phase de cadrage, en fonction de la profondeur de l'accompagnement attendu.



Jennifer TAUZIA | Associé

M : +33 (0)6 30 08 17 48

jennifer.tauzia@convictionsrh.com

Hangar 15, Quai des chartrons, 33000 BORDEAUX

T: +33 (0)1 80 27 17 90

www.convictionsrh.com



Louise GERLIER | Sénior Manager

M : +33 (0)6 69 66 67 97

anais.kahn@convictionsrh.com

7 rue de Madrid 75008 PARIS

T: +33 (0)1 80 27 17 90

www.convictionsrh.com

