

ENGAGER ET FIDÉLISER VOS TALENTS

3 leviers simples et efficaces !



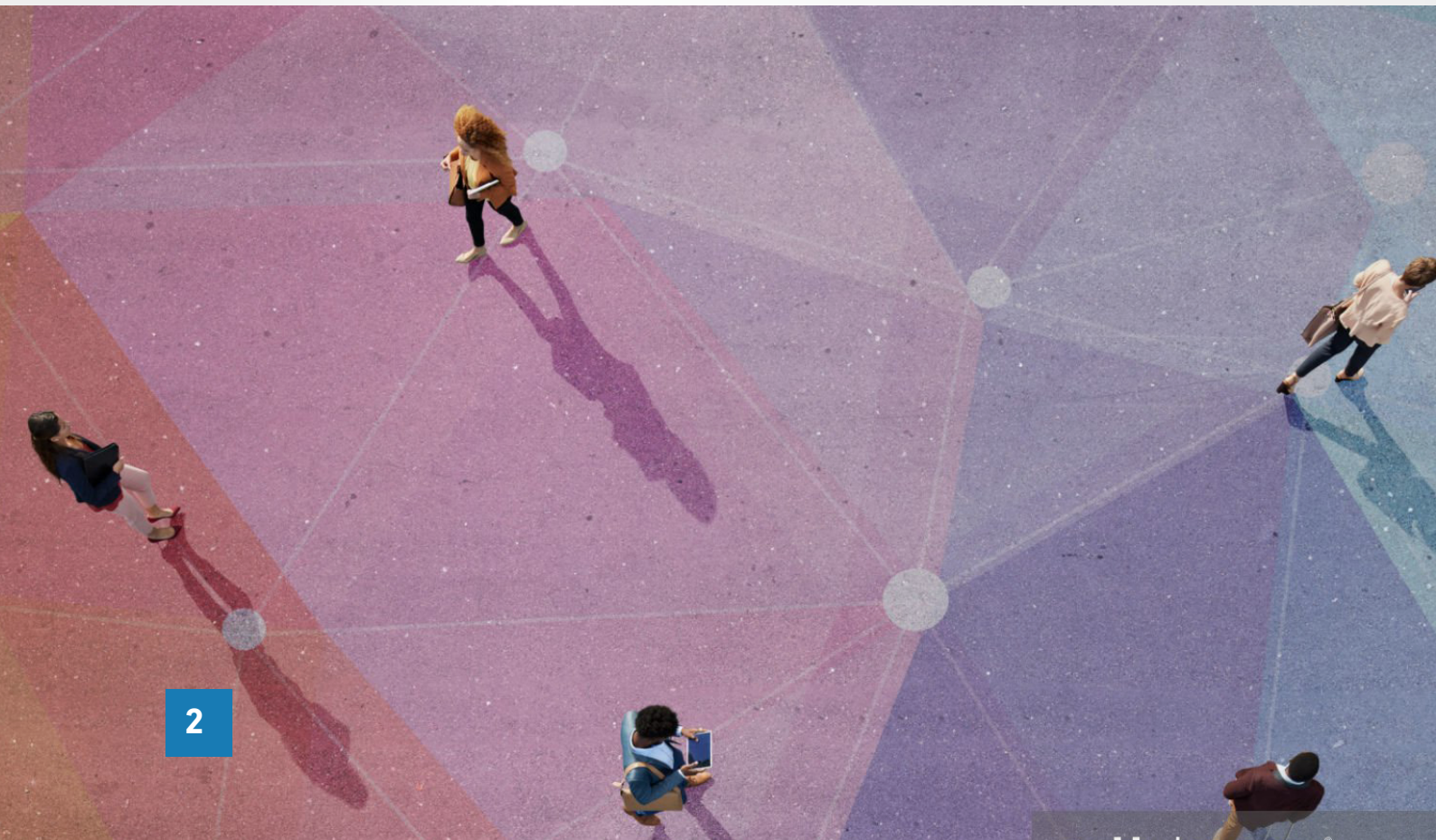
Valorisons l'Humain...

Sommaire

03 ● Edito

04 ● 6 principales raisons de désengagement au travail

06 ● 3 Leviers pour engager et fidéliser les nouvelles générations





Aujourd'hui, les entreprises doivent s'assurer qu'elles comprennent bien la nouvelle génération de talents (jeune cadre, y compris ce qui les motive) pour créer l'environnement de travail idéal pour les attirer et surtout les fidéliser.

Ce qui fait la différence entre la jeune génération et leurs aînés, ce ne sont pas les aspirations, mais plutôt le mode de fonctionnement, la vision et la culture du travail.

La nouvelle génération de talent regroupe les personnes qui n'ont pas connu le monde sans internet. Né au moment de la révolution numérique, les technologies ont toujours fait partie de leur vie, de leur environnement, d'où le nom de « digital natives ».

De ce point de vue, il est important de se poser la question de savoir si vos pratiques RH répondent vraiment aux codes de cette nouvelle génération ? Quelles actions devez-vous mener en priorité pour les engager et les fidéliser ?

L'objectif de ce livre blanc est de vous proposer quelques leviers et pratiques RH pour attirer, réengager et fidéliser les talents dit de la nouvelle génération.

Nous n'avons pas la solution magique, il s'agit pour vous de trier parmi ces leviers, ceux que vous pouvez mettre en place et les suivre.



6 PRINCIPALES RAISONS DE DÉSENGAGEMENT AU TRAVAIL

1. Manque de satisfaction et d'épanouissement au travail

Une étude menée par la société TINY pulse, spécialisée dans l'engagement des employés, a révélé un lien étroit entre la satisfaction professionnelle des nouvelles générations et la « liberté de décision sur la façon d'accomplir leur travail ».

En bref, les styles de management classique, rigide entraînent une plus grande insatisfaction des nouvelles générations et par conséquent, un taux de roulement plus élevé.

2. Peu ou pas de perspective de carrière

La nouvelle génération accorde une grande importance aux futures opportunités de carrière au sein de l'organisation. Les priver de possibilités d'avancement est un moyen sûr de les perdre, c'est sans équivoque.

Après avoir fait leurs preuves, si cela n'est pas suivi d'une promotion au travail, ils auront l'impression de tourner en rond dans leur carrière.

Plus de 70 % des employés « à haut risque de rotation » déclarent vouloir quitter leur emploi parce qu'ils n'ont pas la possibilité d'évoluer dans le poste qu'ils occupent actuellement.





3. Rémunération et avantages non compétitifs

Le niveau de performance demandé et attendu d'un collaborateur doit-être proportionnel à la rémunération selon les nouvelles générations. Généralement elles estiment ne pas recevoir suffisamment de reconnaissance à laquelle elles s'attendaient, ou qu'elle a été trompée (intentionnellement ou non) sur les avantages qu'elles pensaient recevoir. Ceci résulte du déséquilibre du ratio gagnant-gagnant.

4. Désalignement des pratiques avec la culture d'entreprise

Attention au phénomène culture d'entreprise Fake ; marque employeur fake !

Les valeurs affichées et communiquées doivent être ressenties. Si l'écart entre la culture d'entreprise communiquée et la culture vécue est très grand, il est fort possible que vous appreniez que ce collaborateur (nouvelle génération) était malheureux, seulement au moment de la remise de sa démission.

5. Trop de stress relié à la surcharge de travail

Les objectifs de plus en plus élevés et irréalistes, peu ou pas de reconnaissance, missions mal définies, autant d'éléments qui suscitent un stress permanent chez les nouvelles générations.

6. Déséquilibre travail - vie personnelle

Le déséquilibre entre vie professionnelle et vie privée engendrer beaucoup de stress, d'anxiété et conduit parfois à la dépression s'il est mal géré. Trouver un bon équilibre entre vie pro - vie privée représente un idéal pour les nouvelles générations.

3 LEVIERS POUR ENGAGER ET FIDÉLISER LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

1. ANIMER LA CULTURE D'ENTREPRISE

La recherche d'autonomie très marquée chez les plus jeunes collaborateurs ne doit pas être confondue avec une volonté d'indépendance. C'est à l'entreprise de s'assurer que l'environnement dans lequel évolue cette nouvelle génération est un endroit où elle peut se réaliser en toute sécurité et au sein duquel elle se sent soutenue et épaulée dans son travail.

Pour construire des valeurs fortes capables de fidéliser les moins de 30 ans, il faut retenir 4 clés : flexibilité, digital & partage, effacer les hiérarchies, le Chief Happiness Officer (CHO) / responsable expérience collaborateur (REX)



Flexibilité

Les nouvelles générations ont du mal à se retrouver cloîtrés derrière un bureau toute une journée pendant des mois. Elles ont besoin de flexibilité dans les horaires de travail. 80% de la « Génération Z¹ » déclarent vouloir beaucoup travailler à condition de pouvoir gérer leur temps comme elles le souhaitent en adoptant leurs méthodes de travail hybride (présentiel et télétravail).

Digitale

Il n'est pas nécessaire de préciser que la nouvelle génération au travail a grandi dans un monde où la technologie est partout. Elles n'utilisent pas seulement les outils technologiques, elles vie avec !

Quand elles arrivent en entreprise, elles s'attendent à trouver le même matériel sinon plus que chez elles, tout retard technologique lui semble invraisemblable. L'évolution technologique de votre entreprise impactera fortement sur sa décision de rester ou pas.

Effacer/ôter les hiérarchies

La nouvelle génération voit l'organisation d'une entreprise de manière horizontale. Un N+3 ne les impressionne pas. Elle préfère et recherche un leader qu'elle respecte et qui leur ressemble, qui est capable de jongler entre les dernières applications à la mode, interagir avec ses collaborateurs qu'importe leur rang et donner des conseils bienveillants. Un coach qui l'accompagne, l'aide à progresser et se former : bref, faire briller ses talents.

Chief Happiness Officer / Responsable expérience collaborateur

Les nouvelles recrues ne lésinent pas sur leur épanouissement au travail et équilibre de vie pro & perso. Avoir un CHO / REX est incontournable pour animer la culture de votre entreprise et valoriser le parcours expérience collaborateur. Nos RH sont débordés par la gestion administrative des collaborateurs. Il faut impérativement un profil relais pour s'assurer du bien-être des nouvelles générations pour les engager et les fidéliser.

¹ Génération Z : La génération Z est la génération des personnes nées entre 1997 et le début des années 2012. Elle succède à la génération Y et précède la génération Alpha. Elle est définie comme une génération née alors que les communications numériques étaient déjà bien installées dans la société



2. DÉFINIR UNE POLITIQUE D'ENGAGEMENT

Développer et maximiser l'engagement de ses collaborateurs n'est plus une option pour les entreprises. Chaque entreprise doit avoir sa propre vision de l'engagement, sa propre définition et mesurera l'engagement au travail en fonction des critères qu'elle aura prédéfinis.

Par définition, l'engagement collaborateur désigne l'attachement (sentiment d'appartenance), l'implication, la loyauté d'un individu envers son entreprise.

Définir une politique d'engagement :

❖ Mesurer le niveau d'engagement

Au quotidien, mesurer l'engagement des collaborateurs doit être l'affaire de tous : la direction, les ressources humaines et, surtout, les managers.

Les outils pour mesurer l'engagement des collaborateurs: les sondages ou baromètre QVCT, les enquêtes pulses, les têtes à têtes, etc. Pour pouvoir agir, interrogez vos collaborateurs sur les différents indicateurs qui sont liés à leur engagement dans votre entreprise (reconnaissance, environnement, satisfaction, objectifs, implication, etc.)

❖ Bâtir sa stratégie expérientielle

Définir les offres et services proposés par l'entreprise en contrepartie des compétences, savoir-faire et expériences que ses collaborateurs lui apportent. Cette stratégie doit-été adaptée, personnalisée aux réalités de l'entreprise et aux différentes générations qui la compose.

Cela permet ensuite de concevoir des actions sur-mesure, en fonction des affinités, des besoins de chacun et des enjeux stratégiques pour avoir du sens et se traduire en une promesse.

Cette promesse est une synthèse de la proposition de valeur en termes d'expérience collaborateur. Elle doit être portée à la connaissance de tous et être formulée sans détours par la direction.

D'aucuns diront qu'une entreprise n'a aucun intérêt à se préoccuper de l'épanouissement et de l'engagement au travail de ses collaborateurs, du moment où ceux-ci reçoivent un salaire. Une politique d'engagement au travail n'est pourtant plus un luxe, c'est une nécessité et il est important de s'en préoccuper pour les nouvelles générations.

3. METTRE EN PLACE LES ACTIONS QUALITÉ DE VIE ET DES CONDITIONS DE TRAVAIL_QVCT



Les actions QCVT sont élaborées par les collaborateurs pour les collaborateurs. L'objectif principal est de rendre les collaborateurs acteurs de la QVCT et non qu'ils subissent les décisions de la direction. Ci-dessous quelques leviers de la QVCT que vous pouvez pratiquer dans vos équipes. Ces leviers doivent être détectés par le sondage QVCT élaboré précédemment.

❖ Les conditions de travail

L'amélioration des conditions de travail s'articule autour de trois axes : les installations de travail et l'organisation, les postes de travail et la santé. Faire un état des lieux des conditions de travail, des bilans de compétences et repenser la distribution des fonctions, prévenir les risques professionnels, réduire le stress et les conflits. Demandez-leur directement comment améliorer les choses. Elle se sentira écoutée et considérée.

❖ La prévention des risques psychosociaux (RPS)

Prévenir, sensibiliser et prendre les charges les RPS pour les nouvelles générations renvoient un signal fort pour le développement de leur bien-être intégral

❖ Le style du management, Le nouveau rôle du manager : le Coach

Les qualités essentielles des nouvelles générations pour le manager coach :
L'écoute empathique, la capacité à motiver & fédérer, la gestion bienveillante des émotions, la reconnaissance et valorisation, le droit à l'erreur, les entretiens et retours réguliers
La légitimité du manager sera reconnue par ses

compétences d'encadrement et surtout par la façon qu'il aura d'engager son équipe.

❖ Le climat & relations sociales

Elles souhaitent travailler là où l'ambiance au travail leur permet de s'épanouir.

56 % d'entre eux considèrent l'ambiance de travail et les échanges avec les collègues comme éléments déterminants pour aller travailler. Elles dégagent un fort sentiment d'appartenance à l'équipe (manager) plus qu'à l'entreprise.

❖ Les talents & développement pro

Leur offrir des opportunités de continuer à apprendre est une dimension importante pour leur parcours pro. Pour ce faire :

Veiller à faire évoluer les missions pour augmenter leur engagement

Prôner l'intrapreneuriat (régime hybride entre entrepreneuriat et le salariat au sein de l'entreprise) et l'entrepreneuriat

❖ La reconnaissance

Cette génération est à la recherche de deux nouvelles formes de reconnaissance :

- La reconnaissance existentielle (être reconnue comme un humain)
- La reconnaissance intégrative (elles souhaitent être acteurs majeurs des décisions stratégiques)

❖ L'équilibre de vie pro-perso

L'entreprise doit oser sortir des frontières établies pour lui proposer des services, des solutions qui l'aident concrètement à mieux gérer cette conciliation. Partir tôt pour récupérer ses enfants à la l'école doit s'inscrire dans la politique de l'entreprise.

❖ Baromètre régulier

L'écoute régulière au travers des baromètres, sondages et enquêtes demeurent la clé pour suivre les indicateurs d'engagement au travail. Les données recueillies permettront de mettre à jour les actions afin bonifier l'engagement, la fidélisation, et l'expérience des nouvelles générations.

La politique de rémunération





ReginePro Consulting vous accompagne pour créer des solutions sur-mesure pour engager et fidéliser vos talents et les différentes générations

NOS CONTACTS



+225 01 53 63 63 89
+225 07 69 80 16 17
+237 691 010 048



Riviera Palmeraie Triangle,
Face Clinique Saint Viateur
Abidjan-Côte d'Ivoire



contact@reginepro.com



www.regineproconsulting.com