

La marque employeur pour les prestataires de services de personnel

Aujourd'hui, les clients et les employés savent comment s'informer: par voie numérique. Si les entreprises de services de personnel ignorent ce fait, leur réputation – et leurs mandats – risquent d'en souffrir. En effet, une image de marque doit tenir compte du moindre détail.

Texte: Julia Bryner, responsable Marketing & Events swissstaffing

La première règle de survie d'une entreprise, c'est d'attirer des talents. Ce principe est doublement valable pour les entreprises de location de services – pour leurs propres employés, pour les conseillers en personnel et pour leurs travailleurs externes, les candidats. Les prestataires du service de l'emploi devraient donc être les champions du marketing RH et de la marque employeur. Bien que la majorité de ces entreprises maîtrisent le marketing et le recrutement, la marque employeur doit être peaufinée. L'époque où tout passait par le bouche à oreille est révolue depuis longtemps, même si certaines branches – et nombre de candidats – apprécient encore cette forme de publicité. Aujourd'hui, sans une image professionnelle, plus rien n'est possible. En effet, un collègue à qui l'on recommande un professionnel du service de l'emploi consulte aussitôt son site web. Dans un cas idéal, celui-ci reflète la publicité orale. Il est inconcevable qu'une entreprise n'ait aucune présence sur Internet. Mais pourquoi la marque employeur – ou «employer branding» en anglais – est-elle si importante?

La réputation d'une entreprise

Une société de location de services occupe une place neutre sur le marché. Elle propose ses services aussi bien à des entreprises qu'à des demandeurs d'emplois. Sa fonction est double: elle sert à la fois de prestataire et d'employeur. Pour ses travailleurs temporaires, elle remplit parfois ces deux fonctions en même temps. De ce fait, beaucoup d'entreprises du service de l'emploi perfectionnent leur marketing RH pour trouver des talents. À l'ère du numérique, les séparations entre le recrutement, le marketing du personnel et la marque employeur ont pratiquement disparu. L'image individuelle est aussi importante que la réputation et la culture de l'entreprise locataire. Les clients et les candidats se fient à la qualité visible. En 2019, Indeed a mandaté un sondage et a interrogé des travailleurs*. Une grande majorité des chercheurs d'emploi questionnés ne posent

pas leur candidature sans connaître la réputation d'une entreprise. 88% de travailleurs estiment que la renommée d'une société est cruciale dans leur choix d'un futur employeur.

Numérique ou inexistant

La «marque employeur» n'est pas une simple expression à la mode, et elle ne date pas d'aujourd'hui. Elle renferme une valeur relativement simple: la transparence. Une entreprise se présente telle qu'elle est – authentique. Ce processus n'est pas facile, mais s'avère payant. De plus, le recrutement de collaboratrices et de collaborateurs s'en trouve considérablement simplifié. De nos jours, une plateforme numérique est tout simplement indispensable. Plus de la moitié des demandeurs d'emploi se méfient automatiquement des entreprises sans profil internet (Indeed, 2019). Surtout pour les groupes cibles de la génération Y et au-delà, le manque de présence numérique est un inconvénient. Le web joue un rôle important dans la recherche d'emplois: 61% des personnes interrogées déclarent que si elles ne peuvent pas s'informer en ligne, elles ne posent pas leur candidature (Indeed, 2019). Dans ce contexte, les plateformes d'évaluation entrent également en jeu. Qu'il s'agisse de Kununu, de Glassdoor ou d'un profil d'entreprise sur Indeed, ces sites sont d'une importance non négligeable comme sources de renseignements sur les employeurs. En même temps, il faut se montrer prudent. Mais quoi qu'il en soit, il vaut mieux gérer activement ses évaluations plutôt que de tomber inopinément sur le nom de sa société. De nombreuses plateformes d'évaluation ne demandent pas d'identification; rien n'empêche donc les employés d'y mentionner le nom d'une entreprise.

La course aux talents

La réputation en ligne est de plus en plus importante dans la course à la main-d'œuvre qualifiée (Indeed, 2019). Pour un prestataire du service de l'emploi, sa renommée compte autant que sa

Notre comité de direction blogue...

Lifelong Learning



Nicole Burth, CEO Adecco Human Resources (Suisse) SA.

Plus de 125 employeurs suisses se déclarent en faveur de la formation permanente! En septembre, nous avons lancé la campagne nationale #LifelongLearning en étroite collaboration avec DigitalSwitzerland et l'Union patronale suisse. Cette initiative a pour but de sensibiliser les travailleurs et les employeurs à l'importance de la formation permanente. Dans une charte commune, plus de 125 employeurs s'engagent à aider leurs collaborateurs (plus de 550 000) à accéder à la formation permanente.

La campagne publiée sur www.lifelonglearning.ch présente plus de 100 vidéos mettant en vedette des personnes qui, dans toute la Suisse, racontent leurs expériences positives en matière de formation permanente. Ces récits inspirants ont pour objectif d'encourager toute la population suisse à investir dans ses compétences, notamment numériques.

Une étude qui vient d'être publiée par le groupe Adecco en coopération avec le Boston Consulting Group, «Future Skilling report 2018» montre qu'en comparaison internationale, les employés suisses sont à la traîne pour acquérir des compétences numériques. Parmi les travailleurs suisses, 19% indiquent avoir acquis récemment des compétences numériques, contre 39% dans l'ensemble des pays examinés.

Retrouvez le blog aussi sur blog.swissstaffing.ch



Photo: shutterstock

marque numérique. Les offres d'emplois se laissent également optimiser. Frank Hensgens, directeur d'Indeed DACH, explique: «En réédifiant leurs offres d'emploi, les entreprises devraient mettre l'accent sur leurs prestations supplémentaires – crèche interne, repas gratuits, participation aux frais de déplacement, etc. – afin de pourvoir leurs postes vacants malgré la pénurie de main-d'œuvre spécialisée.» Dans le sondage Indeed, 31% des employés indiquent qu'ils considèrent les réductions et autres avantages comme l'un des principaux facteurs. Pour la location de services, la pénurie de main-d'œuvre spécialisée constitue avant tout une chance. Avec ses viviers de talents et ses stratégies de recrutement, ce secteur peut offrir un précieux soutien aux entreprises. Les professionnels utilisent à dessein la bonne situation de l'emploi pour travailler de manière flexible en intérimaire ou en freelance. Il s'agit alors d'exploiter toute la palette de processus de recrutement et de rehausser sa propre visibilité.

Un appel à la gestion d'image

Pour les entreprises de location de services, la neutralité est primordiale. Or, comment se distinguer dans cette branche si tous les sites web se ressemblent? Plus la concurrence s'intensifie et plus la numérisation progresse, plus il est important de vivre et de faire vivre sa culture individuelle. Le secteur des services de l'emploi en Suisse fait face à une forte concurrence, et les

rumeurs négatives continuent de circuler. swisstaffing, l'union suisse des services de l'emploi, s'engage activement pour la réputation de notre branche. Le professionnalisme que chaque prestataire investit dans son image, en ligne et hors ligne, a un reflet positif sur sa propre renommée – sans oublier celle de notre secteur. Aujourd'hui, les sites web et les médias sociaux permettent à chaque entreprise de faire vivre sa marque sans frais excessifs. Chaque prestataire de services de personnel qui a su créer une image positive contribue à la réputation globale de notre branche. Par ailleurs, grâce à temptraïning, le fonds de formation pour le secteur tem-

poraïre, les bailleurs de services disposent d'un instrument supplémentaire pour leur marque employeur. L'intérim est un mode de travail extrêmement viable et offre un excellent modèle pour un avenir flexible: c'est ce que démontre le White Paper de swisstaffing, «Flexwork et protection sociale». Prestataires de services de personnel: profitez de ces outils, soyez fiers de votre entreprise et de votre activité, et faites-le savoir au public! swisstaffing se fera un plaisir de soutenir votre travail. ■

*Cette étude a été réalisée par Censuwide sur mandat de Indeed. 521 travailleurs ont été interrogés en Allemagne entre le 20.04.18 et le 23.04.19.

Indeed

250 millions de visiteurs uniques¹ cherchent tous les mois des emplois sur Indeed. Les employeurs misent sur ce site leader de l'emploi² afin de pourvoir leurs postes vacants avec des candidats qualifiés.

Un profil d'entreprise sur Indeed permet de rehausser la marque employeur, tandis que les employés peuvent y effectuer des évaluations. Il est également possible de mesurer, sous forme de benchmarking, la satisfaction des employés au sein d'une entreprise par rapport à la concurrence.

Pour obtenir plus d'informations, consultez [indeed.com](https://www.indeed.com).

¹ Google Analytics, septembre 2018, relatif au nombre de visiteurs uniques par mois dans le monde entier.

² Selon comScore, d'après la somme mondiale de visites.