

Réussir l'onboarding de ses collaborateurs : un projet RH qui ne s'improvise pas !

À l'heure où le travail se transforme et devient hybride, le collaborateur est placé au centre des préoccupations RH. La grande tendance qui perdure est de créer une expérience employé riche et engageante tout au long de son parcours dans l'entreprise, et cela commence par l'onboarding. Voici 5 grandes étapes fondamentales pour réussir son projet.

limiter les défections de dernière minute

Dans un contexte de tension sur le recrutement, il est essentiel que l'expérience vécue par le collaborateur, avant même son premier jour, soit en phase avec la promesse de l'entreprise et avec l'idée qu'il s'en est faite lors de son recrutement. Le maintien d'une communication active et la création d'événements avant son arrivée permettent de développer une bonne impression de l'entreprise qui va tout simplement sécuriser son arrivée effective le jour J. Attention donc à bien prendre en compte ces points.

Penser fidélisation

Il est nécessaire de mettre en place des actions de fidélisation pour prendre en compte des critères propres à l'individu et à l'entreprise. De fait, le collaborateur se sentira bien accueilli, pris en charge et pourra se projeter à long terme.

Favoriser l'engagement

L'engagement d'un salarié se mesure à l'énergie qu'il met au service de l'entreprise. Une approche guidée et personnalisée du collaborateur tout au long de son processus d'onboarding est fondamentale pour créer cet engagement et le motiver. L'engagement doit donc être une préoccupation de l'entreprise dès l'arrivée du collaborateur. Dans l'idéal, l'entreprise doit l'engager avant son jour J afin que le futur salarié se sente impliqué et acteur de son intégration, via un ensemble d'actions qu'il peut réaliser en complète autonomie (visionner des vidéos de l'entreprise, parcourir son livret d'accueil, discuter avec ses futurs interlocuteurs, compléter des formations en e-learning etc.). Cette étape dite de preboarding peut être intégrée ou différenciée du processus d'onboarding.

Faire rayonner sa marque employeur

Pour garantir la réputation de sa marque employeur : le ressenti positif du nouveau collaborateur est crucial. Il faut alors plonger le collaborateur dans un univers attrayant et en ligne avec les valeurs et la stratégie de l'entreprise. Cela conditionne clairement le ressenti positif. De fait, le collaborateur se positionnera en véritable ambassadeur de l'entreprise et portera ses valeurs en externe.

S'appuyer sur la digitalisation pour réussir le parcours de vos collaborateurs

La digitalisation de l'onboarding est une réelle opportunité pour l'entreprise et exploiter son

potentiel permet aux services RH d'automatiser le processus et aux parties prenantes de le piloter. Toutefois, il ne faut pas négliger la digitalisation des autres processus du parcours collaborateur (crossboarding, reboarding, offboarding) qui participent pleinement à la réussite d'un projet d'onboarding, puisqu'ils accompagnent le collaborateur sur le long terme. La bonne nouvelle c'est qu'aujourd'hui il est plus que jamais possible de réaliser un onboarding de qualité qui laissera une impression unique aux collaborateurs. Ils seront alors confortés dans leur choix et contribueront à travers leurs propres développements à accompagner à long terme le développement de l'entreprise.

Raphaële Coutant-Roch, Product Marketing Manager *Neocase*