

# BTOB RH

Boostez votre **marque employeur**  
pour recruter et fidéliser vos talents

*Hémicycle de Caen La Mer  
Jeudi 9 février 2023*



## Joël BRUNEAU

Président de la Communauté Urbaine de Caen La Mer

## Rodolphe THOMAS

Vice-Président Caen la mer, en charge l'Emploi, de l'Économie sociale et solidaire et de la Politique de la Ville

## Dominique GOUTTE

Vice-Président Caen la mer en charge du Développement économique, des Zones d'activités, de la Recherche et de l'Enseignement supérieur et Président de Caen Normandie Développement



# Alexandre WAHL

## Directeur Général AD Normandie



Didier LORY

Responsable du département Normandie  
Talents

AD Normandie



# Magaly AUBE DESAUNAY

## Dirigeante de Marque d'intérêt





# Marque Employeur : Comment booster son attractivité ?

Caen la Mer – 09 février 2023

# Les symptômes d'un problème de marque employeur

- Turnover/ absentéisme/ abandon de poste
- Attractivité du territoire
- Déficit d'engagement
- Métiers en tension/pénuriques
- Transmission des savoir-faire
- Fuite des talents



**VOUS VOUS ÊTES RECONNU**  
**DANS L'UNE OU PLUSIEURS**  
**DE CES SITUATIONS ?**

# De nouveaux usages De nouveaux comportements

LES ENTREPRISES  
AVEC UNE **FORTE  
MARQUE  
EMPLOYEUR**  
DIMINUENT DE  
**43%**  
LEUR COÛT  
D'EMBAUCHE

**67%**  
DES CANDIDATS  
ACCEPTERAIENT  
UN SALAIRE  
MOINS ÉLEVÉ  
SI L'ENTREPRISE A UNE  
**BONNE**  
IMAGE EN LIGNE

**33%**  
DES CANDIDATS FRANÇAIS  
DÉCLARENT QU'ILS  
**REFUSERAIENT**  
CATÉGORIQUEMENT UN EMPLOI  
DANS UNE SOCIÉTÉ AYANT UNE  
**MAUVAISE  
RÉPUTATION**  
**!**  
QUEL QUE SOIT LE  
**SUPPLÉMENT**  
DE SALAIRE PROPOSÉ.

**84%**  
DES EMPLOYÉS  
**★**  
ENVISAGENT  
DE QUITTER LEUR ENTREPRISE  
VERS UNE AUTRE AYANT  
**MEILLEURE RÉPUTATION**

**#** **88%**  
DES JEUNES EMPLOYÉS  
ESTIMENT QU'IL EST PRIMORDIAL  
D'ÊTRE EN PHASE AVEC LA  
**CULTURE  
D'ENTREPRISE**

**72%** **?**  
DES SPÉCIALISTES  
DU RECRUTEMENT  
DANS LE MONDE ADMETTENT QUE  
LA MARQUE EMPLOYEUR A UN  
**IMPACT SIGNIFICATIF**  
SUR LEUR ACTIVITÉ

**79%**  
DES CANDIDATS DE  
MOINS DE 35 ANS UTILISENT  
**LES RÉSEAUX SOCIAUX**  
DANS LEUR RECHERCHE D'EMPLOI

**★** **50%**  
UNE MARQUE  
EMPLOYEUR  
FORTE  
AUGMENTÉ DE  
LE NOMBRE  
DE CANDIDATURES  
**TRÈS  
QUALIFIÉES**



# L'EFFET MIROIR

## Des attentes différentes....

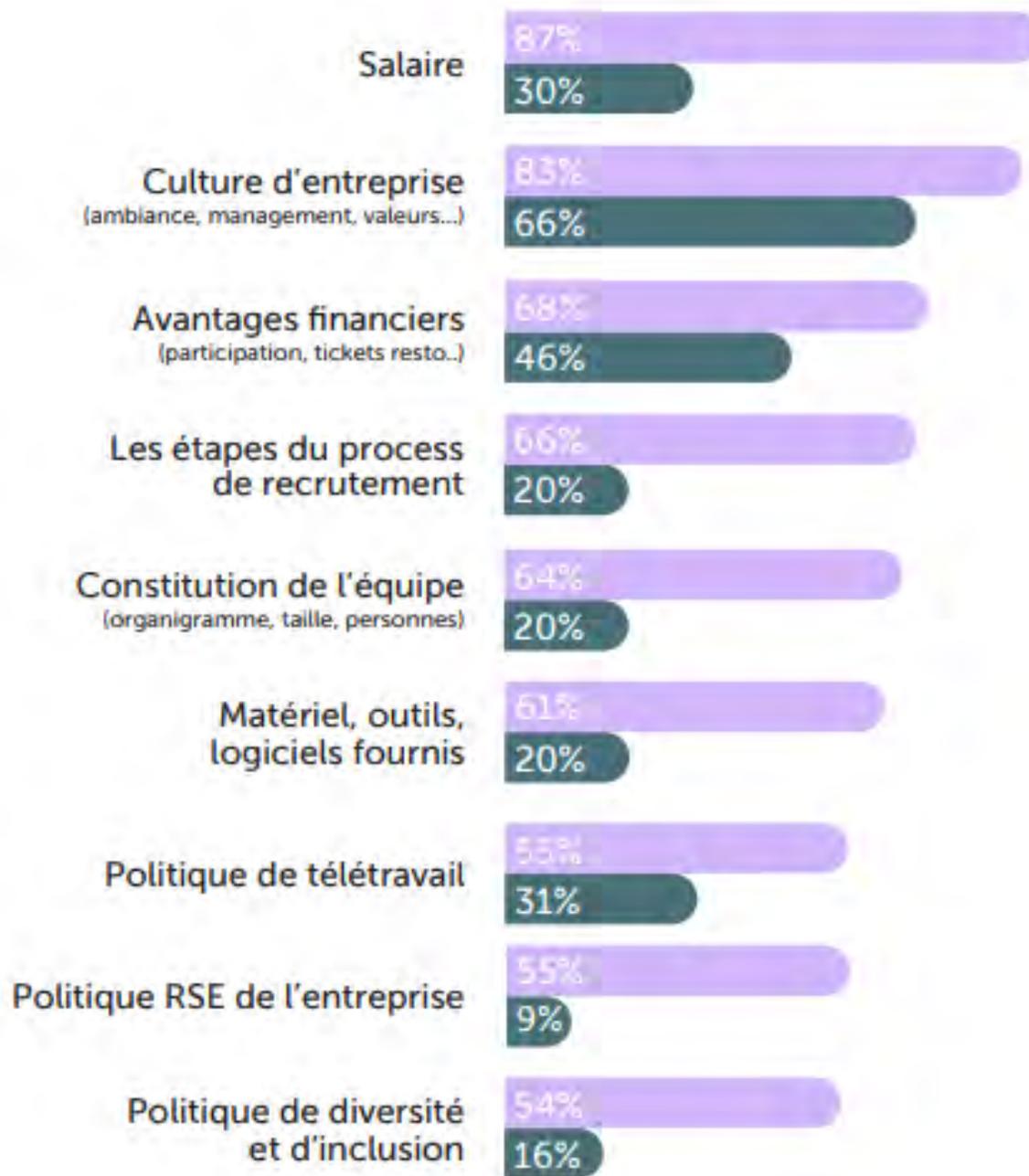
- **La crise Covid a rendu les candidats et salariés plus exigeants. Elle a rebattu les cartes en accélérant adoption de certaines pratiques (télétravail) bousculant les envies (équilibre vie pro/vie perso)**
- **Une conscience aigüe des questions sociétales et environnementales**
- **Un contexte anxigène (guerre en Ukraine, climat...)**
- **Une situation économique compliquée (Inflation, prix de l'énergie et pouvoir d'achat...)**

90%

Des candidats se renseignent sur l'entreprise avant de postuler

# Les éléments de l'offre d'emploi

Jugés importants par les **CANDIDATS**  
Indiqués systématiquement par les **RECRUTEURS**



**On ne choisit plus  
seulement un travail,  
on choisit désormais  
un environnement,  
une entreprise qui saura  
répondre à ses besoins  
et à ses envies**



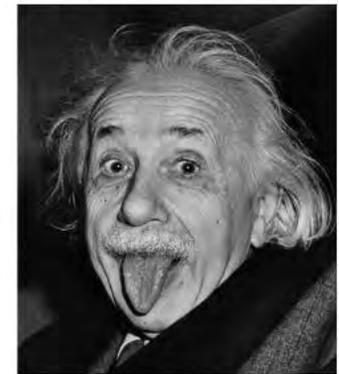
## **La culture d'entreprise au centre des regards**

Les informations sur la culture d'entreprise (ambiance, management, valeurs...) sont les plus recherchées après le salaire.

**83% des candidats disent les trouver importantes dans une offre !**

“LA FOLIE, C’EST SE  
COMPORTER DE LA MÊME  
MANIÈRE ET S’ATTENDRE À UN  
RÉSULTAT DIFFÉRENT.”

*Albert Einstein*



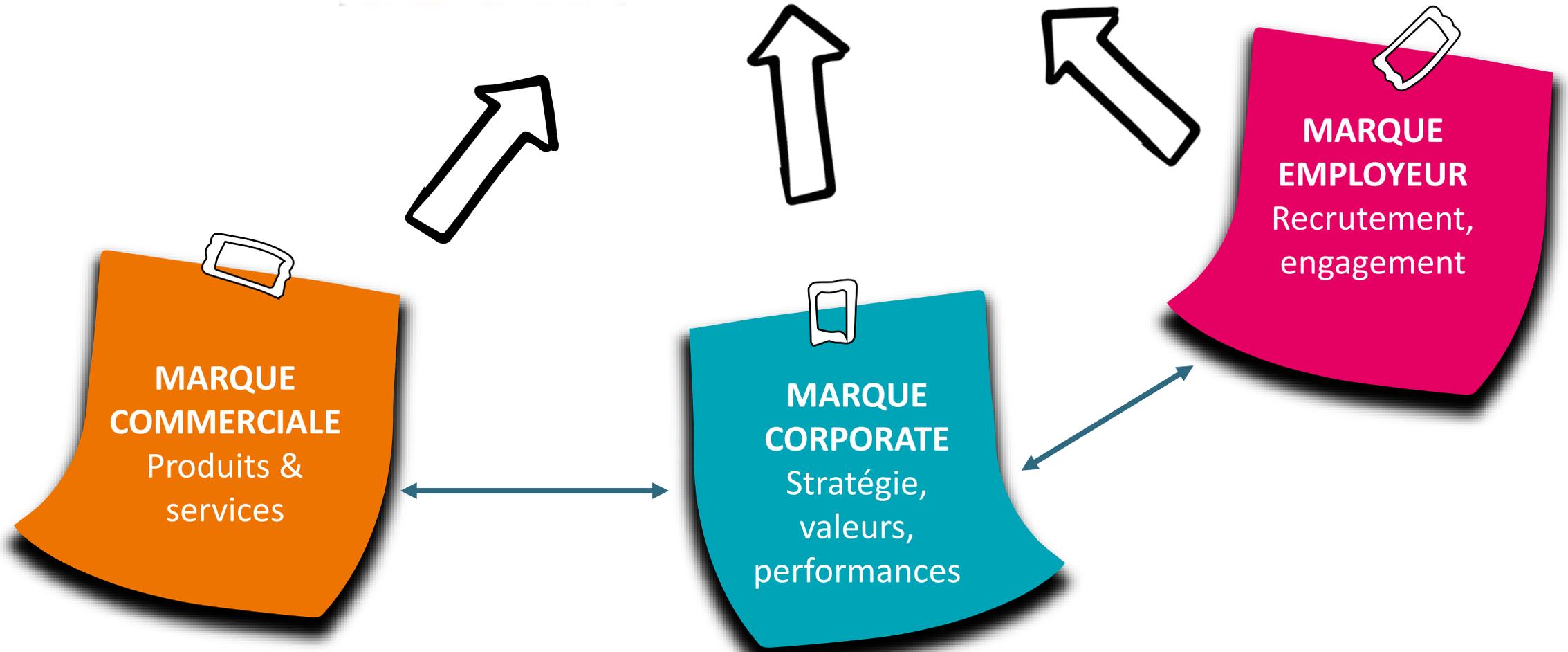
VOUS AVEZ DIT

MARQUE EMPLOYEUR ?





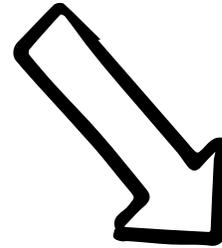
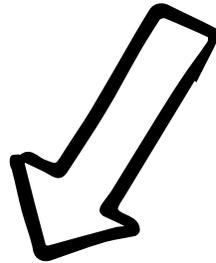
# L'image & la réputation





# Marque Employeur

Ressources Humaines



Candidat



Prospect

Collaborateur



Client

# Marque employeur :

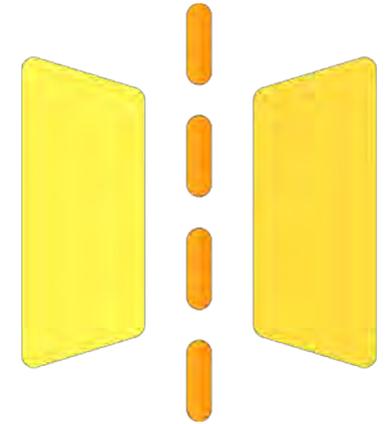
## Définition

D'un point de vue étymologique, **marque renvoie à une connotation marketing, tandis qu'employeur induit une notion RH.**

**L'addition de ces deux éléments amène à définir « l'employeur » comme une marque à part entière.**

# Marque employeur :

## quand vous portez la même attention à vos collaborateurs qu'à vos clients



Quand la marque s'adresse aux clients /consommateurs, **la marque employeur, elle, cible les collaborateurs, les candidats** et en particulier les profils désirés par l'entreprise (les « talents »).

De la même façon que la marque est en lien avec un ensemble d'avantages pour les clients (la promesse de valeur), **la marque employeur est associée à un ensemble de bénéfices liés à l'emploi (promesse employeur).**

# Marque employeur : de l'intérieur vers l'extérieur

La marque employeur est d'autant plus forte que les bénéfices proposés (si possible uniques et exclusifs), sont réellement vécus à l'intérieur de l'entreprise.



Apporter des  
preuves



# Marque employeur : repose sur 3 piliers

La marque employeur se traduit à travers l'interaction de 3 dimensions :

- **L'identité employeur**

L'ADN de l'entreprise ou encore les éléments constitutifs de l'entreprise : **sa mission, ses pratiques managériales, son secteur et ses métiers, ses expertises, ses valeurs et sa culture, son cadre de travail, etc.**

- **L'image employeur**

**La représentation mentale de l'entreprise qu'ont les employés et les « anciens » de l'entreprise.**

- **La réputation employeur**

**La perception ou l'opinion que le public (ou un groupe de personne) a de l'entreprise. Il y a ici une notion de collectif et de durée**

# LES FACTEURS

# CLÉS DE SUCCÈS ?



**Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque**



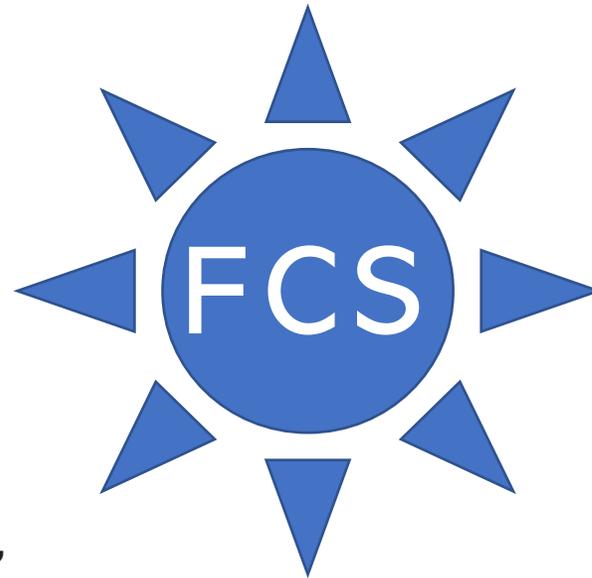
**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité :**

visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...

1



**Une direction générale impliquée**



**Se centrer sur l'expérience du collaborateur :** de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne :** culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



**S'appuyer sur des données objectives :** connaissance des attentes de vos futurs collaborateurs.



**Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque**



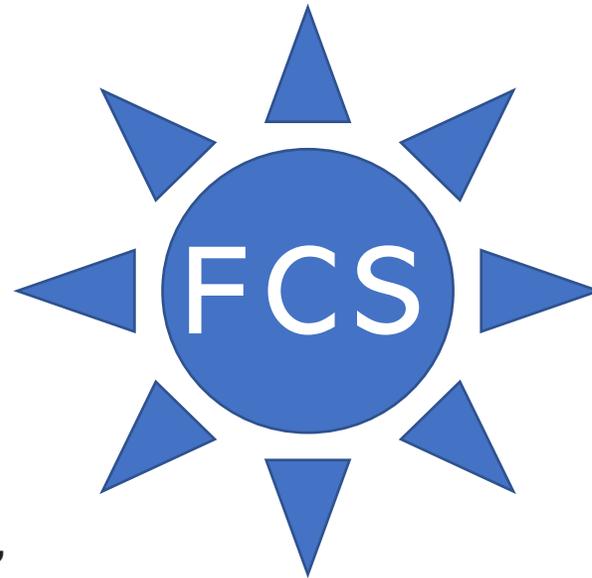
**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité :**

visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...

1



**Une direction générale impliquée**



**Se centrer sur l'expérience**

**du collaborateur :** de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



2

**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne :** culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



**S'appuyer sur des données objectives :**

connaissance des attentes de vos futurs collaborateurs.





**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne** : culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...

COULIDOR®

PORTES DE PLACARDS ▾ DRESSINGS ET RANGEMENTS ▾ SÉPARATIONS DE PIÈCES ▾ VERRIÈRES ▾ IMAGO PORTES INTÉRIEURES ▾ Q ▾

NOTRE MISSION : ACCOMPAGNER NOS CLIENTS DANS L'OPTIMISATION DE LEURS ESPACES DE VIE EN PROPOSANT DES SOLUTIONS INSPIRANTES ET DURABLES.

### DES VALEURS HUMAINES



#### RESPECT

Placer l'humain et l'environnement au cœur de nos actions et préoccupations.



#### QUALITÉ

Satisfaire le client : le cœur de nos priorités. Développer nos engagements de qualité de service, produit et vie au travail garantis d'une réussite collective.



#### COHÉSION

Valoriser la diversité des visions et des idées. Favoriser le partage et l'agilité de nos équipes pour accroître notre savoir-faire et construire un avenir commun.



#### PROXIMITÉ

Construire, dans un esprit de confiance et d'écoute envers nos clients et nos collaborateurs. Rester disponible et offrir une grande réactivité.



#### INNOVATION

S'ouvrir au champ des possibles. Se repenser, expérimenter et développer la fusion de nos talents et de notre professionnalisme.

Couidoor  
2 198 abonnés  
2 mois • 🌐

Qui de mieux que les personnes qui font avancer Couidoor au quotidien pour vous parler des valeurs de notre entreprise ?

Découvrez le film [#témoignages](#) de nos salariés !

[#marqueemployeur](#)

3:48



**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne** : culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



## LE NUMÉRIQUE POUR PHILOSOPHIE

Un Expert-Comptable numérique n'est pas seulement un Expert-Comptable doté d'outils modernes facilitant la dématérialisation de vos échanges...

Un Expert-Comptable numérique **VOUS** parle de numérique **ET VOUS** accompagne

### NOS ACTIONS NUMÉRIQUES :

- Equipement des collaborateurs d'outils dernière génération
- Partenaire fondateur de la Chaire Numérique de Normandie aux côtés de l'EMN et du Crédit Agricole
- Formation des Associés et Directeurs de mission aux enjeux de la transition numérique

### AU SERVICE DES BESOINS DES DIRIGEANTS DE PME :

- Diagnostic de maturité numérique des PME
- Mise en relation avec des acteurs spécialisés dans la région
- Animation régulière de réunions d'information sur la cyber sécurité, la facture électronique....

## Les valeurs du groupe PTBG

### NOS VALEURS

LE GROUPE PTBG EST NÉ EN 2014 DU RAPPROCHEMENT DE DEUX CABINETS HISTORIQUES : PTBG & ASSOCIÉS ET SOCOMEX. IMPLANTÉ À CAEN, LE GROUPE A DÉVELOPPÉ SON ACTIVITÉ SUR TOUT LE TERRITOIRE NORMAND. RÉCEMMENT, LE GROUPE A OUVERT UN BUREAU À ROUEN ET Y A CRÉÉ UNE FILIALE SOCIÉTÉ DE CONSEIL.

Le groupe a fondé son développement et sa stratégie sur les valeurs fortes que sont :

- ▶ Proximité & Réactivité
- ▶ Ecoute & Analyse
- ▶ Anticipation & Innovation

Ces valeurs sont partagées par l'ensemble des membres du cabinet dans l'exercice quotidien de leur métier d'expertise, de conseil et d'audit.

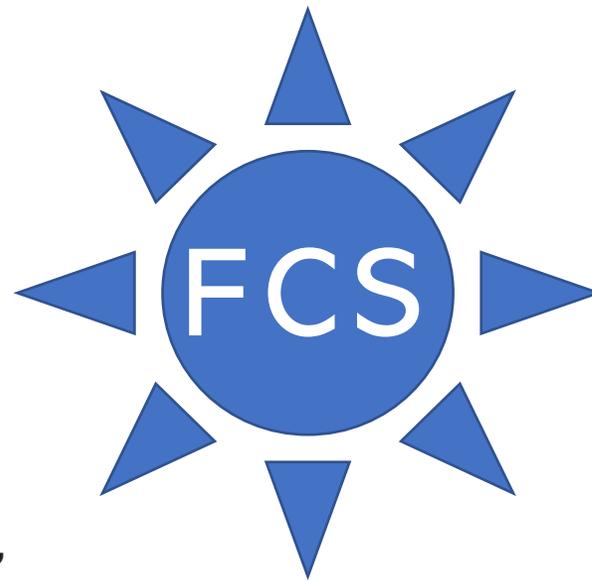


**Une direction générale impliquée**

**Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque**



**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne** : culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité :**

visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...



**3**

**S'appuyer sur des données objectives** : connaissance des attentes de vos futurs collaborateurs.

**4**

**Se centrer sur l'expérience**

**du collaborateur** : de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



**Se centrer sur l'expérience du collaborateur** : de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



Cette semaine, 15 nouveaux talents ont fait leur entrée chez Legallais. Accompagnés de **Dimitri DROUET**, notre coordinateur des formations, ils ont intégré notre parcours Yellow Hello 🟡, construit spécialement pour eux par nos équipes.

🟡 Bienvenue à nos nouveaux collaborateurs !

Vous souhaitez tenter l'expérience ? Découvrez toutes nos offres ici ➡

<https://lnkd.in/dKWBqG4Z>

Legallais, entreprise engagée pour vous et avec vous !



**Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque**

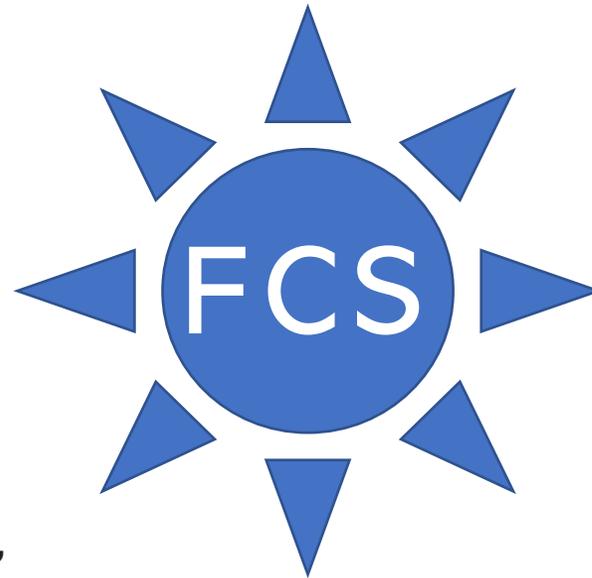


5

**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité :**

visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...

**Une direction générale impliquée**



**Se centrer sur l'expérience du collaborateur :**

de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne :** culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



**S'appuyer sur des données objectives :**

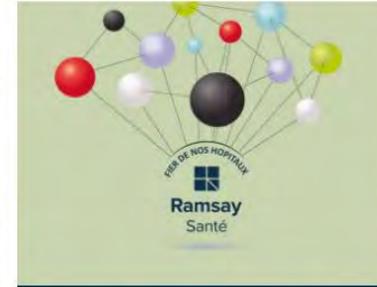
connaissance des attentes de vos futurs collaborateurs.





**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité** : visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...

## NOS ATOUTS



### Mobilité

Le Groupe offre et encourage des opportunités d'évolution professionnelle et de mobilité géographique.

### Mission handicap

Le Groupe est engagé également pour développer l'emploi des personnes en situation de handicap.

### Être manager

Ramsay Santé met en place une culture managériale.



## Le développement durable, un levier de performances

Une entreprise vit et se développe sur un territoire auquel elle se doit d'apporter toute son attention. Que ce soit en matière d'emploi, d'éthique des affaires, de respect des personnes et de l'environnement, d'actions solidaires, tout doit tendre vers des relations équilibrées et transparentes.

Consciente de cet enjeu majeur, l'entreprise LEGALLAIS a depuis des années organisé sa démarche de développement durable en s'engageant aux côtés du Pacte Mondial des Nations Unies (Global Compact) dont elle est signataire depuis 2009. La politique de Responsabilité Sociétale de LEGALLAIS repose ainsi sur l'engagement fort d'appliquer les 10 principes du Pacte Mondial et d'œuvrer pour les 17 Objectifs de Développement Durable de l'ONU. L'entreprise a été nommée ambassadrice du Réseau France du Pacte Mondial pour la Normandie en 2018.



Pacte Mondial  
Réseau France

Ce label récompense les entreprises qui oeuvrent pour créer et proposer une **ambiance de travail favorable et agréable pour leurs salariés.**



**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité** : visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...

**COULIDOR®**

### DONNER UN CADRE DE TRAVAIL ÉPANOUISSANT

La Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT) est un enjeu important pour le groupe, qui met en œuvre différentes mesures pour offrir un environnement de travail épanouissant et que chacun.e puisse trouver un équilibre entre vie professionnelle et personnelle.



La cohésion et la solidarité étant des valeurs fondamentales au fonctionnement du groupe, Coulidoor donne une place essentielle au travail en commun.



La solidarité ne s'arrête pas aux portes de nos sites, c'est pourquoi le groupe soutient les salarié.es engagé.es dans des associations et dans des activités à but caritatifs (4L Trophy, Rosalie Trophy...).



Dans l'optique de faciliter la cohésion, toute nouvelle personne rejoignant le groupe Coulidoor suit un parcours d'intégration qui lui permet de faire connaissance avec son histoire, ses valeurs, ses produits et son organisation globale. Son arrivée est accompagnée d'une communication interne la présentant, facilitant son insertion auprès des équipes.

Pour défendre sa volonté d'amélioration continue, tant au niveau de la production que pour fluidifier son fonctionnement interne, Coulidoor s'inscrit pleinement dans une démarche participative. Cela passe par un système de management collaboratif et l'organisation de groupes de travail pour prendre en compte l'avis de différents corps de métier sur les sujets transversaux à plusieurs services.



Grâce à cette méthode, Coulidoor met en place une intelligence collaborative qui lui permet d'être une organisation apprenante.

Dans un contexte sanitaire plus serein, afin de préserver un esprit de proximité, des événements conviviaux (repas, activités sportives...) sont régulièrement organisés pour donner aux collaborateurs et collaboratrices de belles occasions de se retrouver tous ensemble.

## DES MÉTIERS QUI OFFRENT DES POSSIBILITÉS D'ÉVOLUTION

Soucieux d'offrir des perspectives d'évolution intéressantes à ses collaborateurs et collaboratrices, Coulidoor propose systématiquement toutes ses offres en interne.

En accompagnant la formation, le groupe les soutiens dans leurs projets et leurs envies professionnelles. Les expert-es dans leur domaine sont également valorisé-es en devenant formateurs ou formatrices internes. Le savoir-faire se transmet ainsi avec une excellente connaissance de l'environnement du groupe.

Afin de favoriser l'entraide et l'agilité au sein des équipes, la polyvalence et la polycompétence sont des forces encouragées.

Les compétences de chacune vont également servir à définir une trajectoire de progression pour accompagner le collaborateur ou la collaboratrice dans son évolution au sein du groupe.

### NOS MÉTIERS



#### INDUSTRIALISATION

- > Méthodes
- > Fabrication
- > Maintenance
- > Recherche et Développement
- > Achats



#### LOGISTIQUE

- > Approvisionnements
- > Magasin / Stock
- > Ordonnancement
- > Transport



#### COMMERCE

- > Équipes commerciales
- > Administration des ventes
- > Service après vente



#### SERVICES SUPPORTS

- > Ressources Humaines
- > Qualité / Sécurité / Environnement
- > Comptabilité / Finance
- > Contrôle de gestion
- > Communication
- > Systèmes d'information
- > Performance durable

## DES AVANTAGES PENSÉS POUR SES COLLABORATEURS

- > Tickets restaurants d'une valeur de 7,10€ pris en charge à 50% par l'employeur
- > Prime dite de 13e mois, attribuée dès 5 ans d'ancienneté
- > Prime d'ancienneté (dès 3 ans d'ancienneté)
- > Rémunération variable avec Intéressement collectif et participation aux bénéfices
- > Compte Epargne Temps (dès 1 an d'ancienneté)
- > Avantages comité d'entreprise
- > Mutuelle salarié prise en charge à 95 % par l'employeur
- > Prévoyance prise en charge à 60 % par l'employeur
- > Fonds de solidarité (prise d'un congé en cas de handicap ou perte d'autonomie d'une particulière gravité d'un membre de sa famille)
- > Aide à la mobilité géographique



Conscient des évolutions des besoins de ses équipes, le groupe propose régulièrement de nouveaux avantages pour offrir un cadre de travail agréable à ses collaborateurs et collaboratrices.

Afin que chacun et chacune puisse gérer son temps de travail et son temps personnel de manière harmonieuse, Coulidoor comprend les avantages du télétravail et met en place des solutions pour que tous les postes le permettant bénéficient de ces conditions de travail.

6

**Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque**

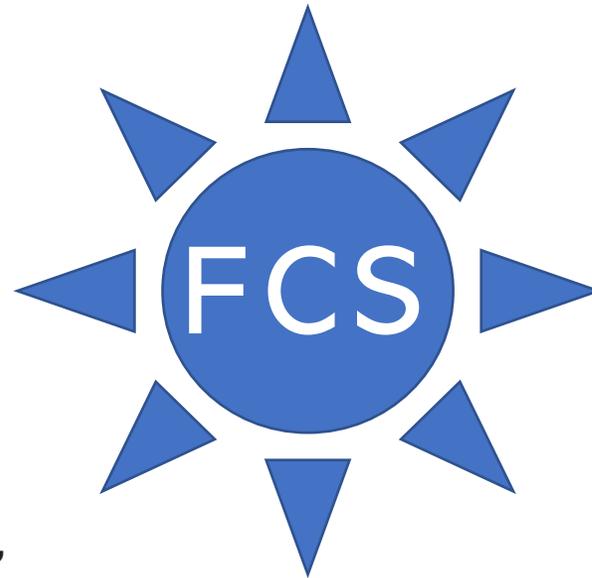


**Définir les meilleurs facteurs d'attractivité :**

visibilité et notoriété, réputation, valeurs, authenticité, dynamique d'innovation, défis de transformation, RSE...



**Une direction générale impliquée**



**Se centrer sur l'expérience**

**du collaborateur :** de l'intégration au départ en passant par son évolution au sein de l'entreprise.



**Identifier ce qui réunit et mobilise en interne :** culture commune, sens de la mission, sources de fierté, valeurs...



**S'appuyer sur des données objectives :**

connaissance des attentes de vos futurs collaborateurs.



# Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque



## Nos métiers

<p>Gardien.ne</p> <p><b>Jean-Baptiste Charrière</b> Gardien</p>	<p>Chargé.de patrimoine</p> <p><b>Frédéric Baron</b> Chargé de patrimoine</p>
<p>Chargée de relation clients</p> <p><b>Audrey Treol</b> Chargée de relations clients à Hérouville-Saint-Clair</p>	<p>Attachée de gestion technique</p> <p><b>Marie-Lise Alidor</b> Attachée de gestion technique</p>
<p>Assistant.e métier</p>	<p>Chargé.e juridique et social</p>



## Faire des collaborateurs les premiers ambassadeurs de la marque



**Coulidoor**  
2 198 abonnés  
3 mois •

Agent de production sur notre site en Isère, Jérôme DIJOL nous parle des postes qu'il a occupés au cours de ces dernières années et des différentes formations reçues chez Coulidoor. Il nous livre également sa vision du nouveau projet de machines à la Verpillière, le plus gros investissement jamais réalisé pour notre groupe.

#RH #Parcours

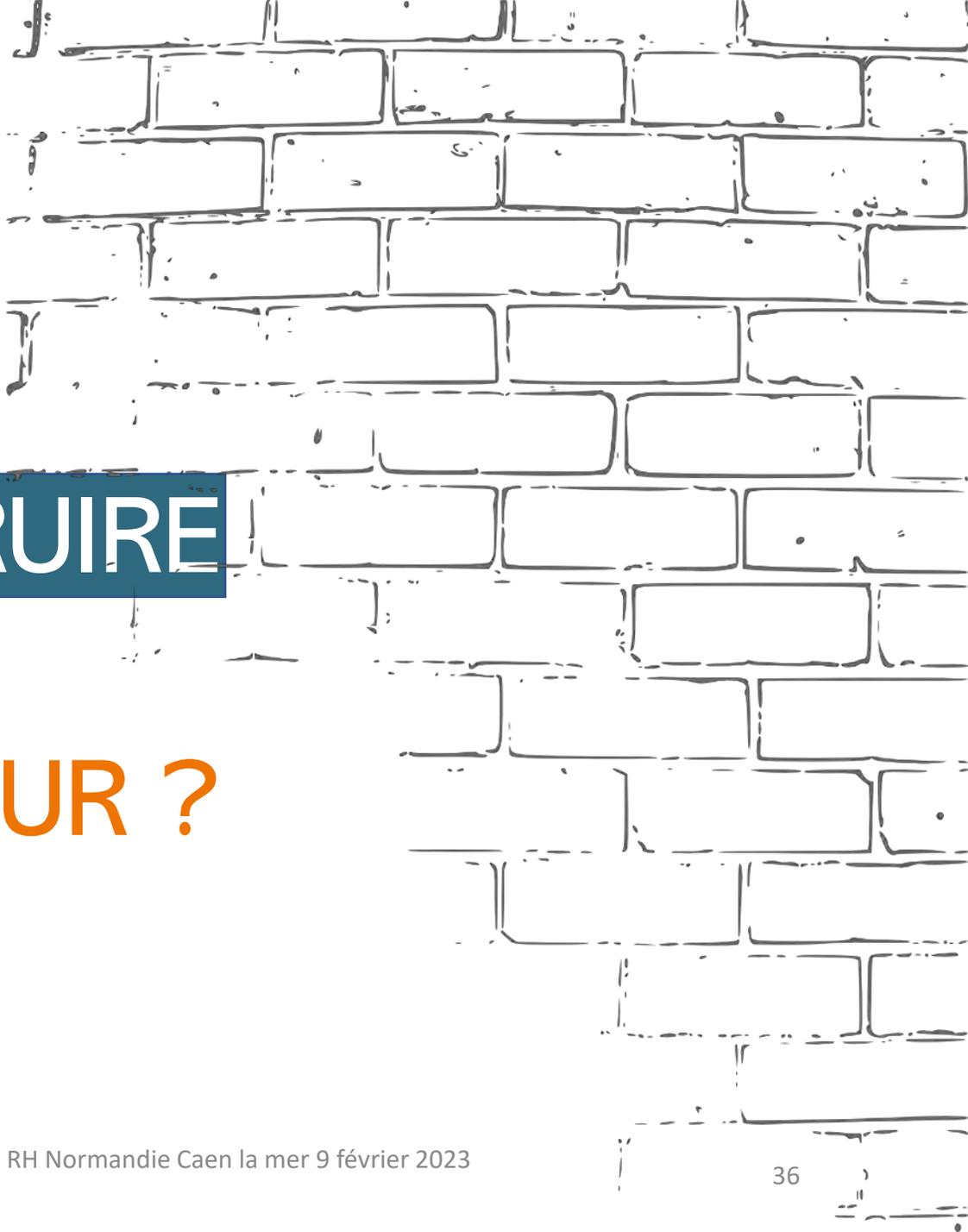


Interview COULIDOOR #10 - Jérôme DIJOL



## La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) au cœur du Groupe ATI

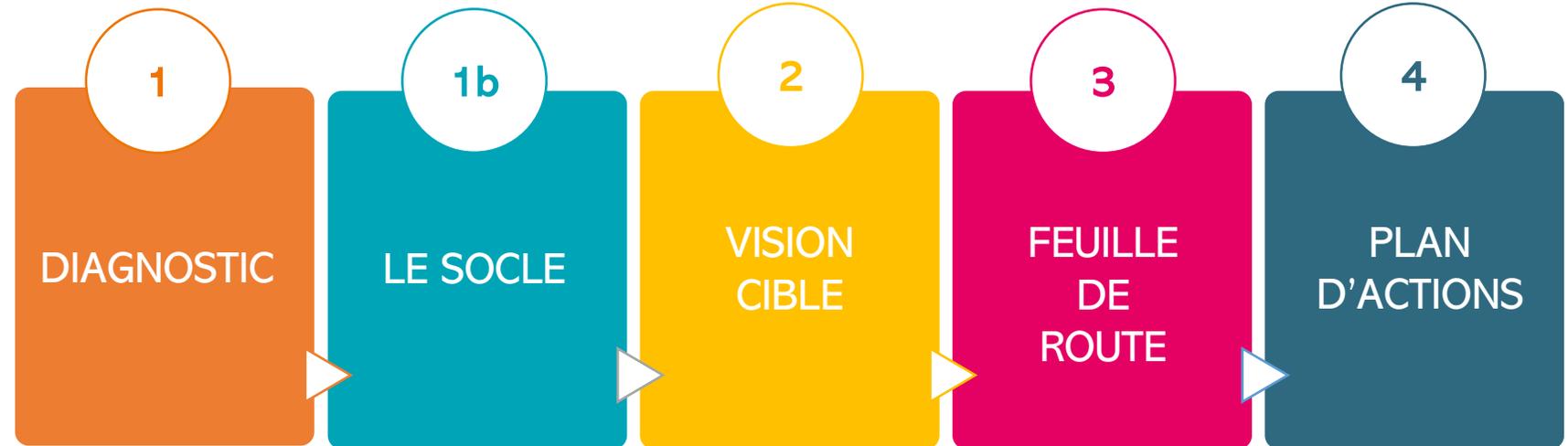
Depuis février 2021, la société a amorcé un virage stratégique en décidant de la mise en place d'une démarche RSE globale placée au cœur de son fonctionnement. Suite à la réalisation d'un état des lieux par un cabinet spécialisé, une feuille de route dédiée a été définie. Celle-ci couvre les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance fondamentaux de l'entreprise. Parmi ceux-ci, ATI s'attache par exemple à approfondir sa politique de traçabilité dédiée aux composants et aux matières premières utilisés par l'entreprise ; à réaliser un bilan carbone et à formaliser une stratégie bas-carbone ; ou encore à multiplier les



# COMMENT **CONSTRUIRE** VOTRE DÉMARCHE MARQUE EMPLOYEUR ?

# Comment élaborer une stratégie ME ?

Définir les enjeux stratégiques RH



- Réduire le turn over
- Faire face à un volume de recrutements, une recherche de compétences clés
- Développer le sentiment d'appartenance, le niveau d'engagement

- Enquête collaborateurs
- Diagnostic RH
- Benchmark concurrentiel
- Diagnostic de communication
- Focus group expérience collaborateur

- Questionner ses valeurs,
- Définir sa mission, sa vision, ses promesses,
- ⇒ Travailler la Raison d'être

- Plateforme de marque
- Persona candidat
- Promesse employeur

- Définition du projet d'entreprise
- Feuille de route
- Lister, arbitrer, prioriser
- Chantiers communication, RH, management

- Le concret
- Mise en œuvre du plan d'actions

# Les 5 éléments majeurs de la ME

## 1 Vous avez tous une marque employeur

- Qui existe et ne demande qu'à être développée, améliorée, diffusée

## 2 Elle s'appuie sur des éléments prouvés

- Des valeurs et des actions vérifiables et réelles

## 3 Elle est structurée

- Et s'incarne dans des démarches et processus formels et cohérents

## 4 C'est un sujet de direction générale

- C'est un sujet stratégique à la croisée de la RH/COM/ MKG

## 5 Elle est unique

# Merci



Cabinet conseil spécialisé dans la définition et le déploiement de la marque employeur  
référéncé DREETS et AD Normandie



# PAROLES D'ENTREPRISES



# SUPPLYWEB

- o Mathieu DESRAME, Dirigeant
- o Mathilde LECROULANT, Responsable  
Ressources Humaines



# Prestataire logistique spécialisée pour e-commerce

- Création Mai 2011
- **16 M€** de CA en 2023
- 45 000m<sup>2</sup> d'entrepôt sur Caen la mer
- Près de **8 000 colis** expédiés chaque jour
- **15 M€** d'investissements en 2023:
  - Robotisation
  - Personnalisation / Différenciation



# Chiffres clé RH

- **110** collaborateurs CDI/CDD
  - Contrats étudiants
  - temps partiel
  - Intérim
- Moyenne d'âge : **31 ans**
- Carence CSE :
  - Système de représentation « maison »



## Problématique :

- **35 postes ouverts** – débutants acceptés
- Peu de candidatures / non qualitatives
- Particularités de la logistique SUPPLYWEB
- Hausse du **turn-over**

Engagement  
Esprit **d'équipe**  
Convivialité

# Marque employeur

- Identité et les **valeurs de l'entreprise**
  - Diagnostic RH
- **Argumentaires** des fiches de poste et offres d'emploi
- Campagne de **communication**:
  - ✓ Flyers
  - ✓ Affiches
  - ✓ Flocage Camions
  - ✓ Encart Presse
  - ✓ Spots radio
  - ✓ Spots Réseaux sociaux
- **Evènements** de recrutement :
  - Journées Portes ouvertes
  - Salons de l'emploi
- Page web dédiée recrutement
  - ✓ Vidéo de **témoignages**
  - ✓ Articles (Description des postes, parcours)
- Opération de **cooptation** par les collaborateurs
- Formalisation des **processus** (entretien, réponses, on-boarding, etc)

RECRUTEMENT

SAMEDI 24 SEPTEMBRE

# JOURNÉE

## PORTES OUVERTES

### À DÉMOUVILLE

35 POSTES À POURVOIR

supplyweb

FOURNISSEUR OFFICIEL SF PARIS

Rejoins une équipe qui cartonne !

INSCRIPTIONS SUR :

SUPPLYWEB.FR/RECRUTEMENT

supplyweb e-logistique

The poster features a group of soccer players in red and white kits, posing in a warehouse. One player in the center holds a large white sign with a pink question mark. The background is a dark industrial space with overhead lights.

# DEJAMOBILE

- o Camille LIXON, Responsable des Ressources Humaines et de l'Expérience Collaborateur



# Nos solutions de paiement digital



ReadyToTap™ Payment  
for Issuers  
Solution de paiement mobile



ReadyToTap™ Payment  
for Merchants  
Solution de TPE mobile

**Fondée en 2012**

**#HSC** siège social  
historique

**25M+** applications gérées par dejamobile  
(vs 20M en 2021)

**3.95M€ CA**  
+ 30% vs 2021

**#1** SoftPos et NFC Wallet Solution  
Vendor  
en France

# Chiffres clés 2022

**46** talents  
+ 7 vs 2021

Sur **3** continents  
+ 2 vs 2021



# La marque employeur au sein de DEJAMOBILE



Notre « chantier »



**ATTIRER**

**Inbound Recruiting**

Cibler des candidats potentiels

Proposer du contenu informatif

Être visible (réseaux sociaux, média et hors média)

Récolter des candidatures



**RECRUTER**

**Soigner le process de recrutement**

Annonces de recrutement/Chasse réseaux sociaux

Première prise de contact téléphonique

Entretiens

Tests de recrutement

Retour d'entretien



**INTEGRER**

**Soigner le process d'intégration**

Préparation de l'arrivée

Parrainage

Premier jour

Rituels d'intégration



**FIDELISER**

**Faire vivre la marque employeur en interne**

Climat social / cohésion

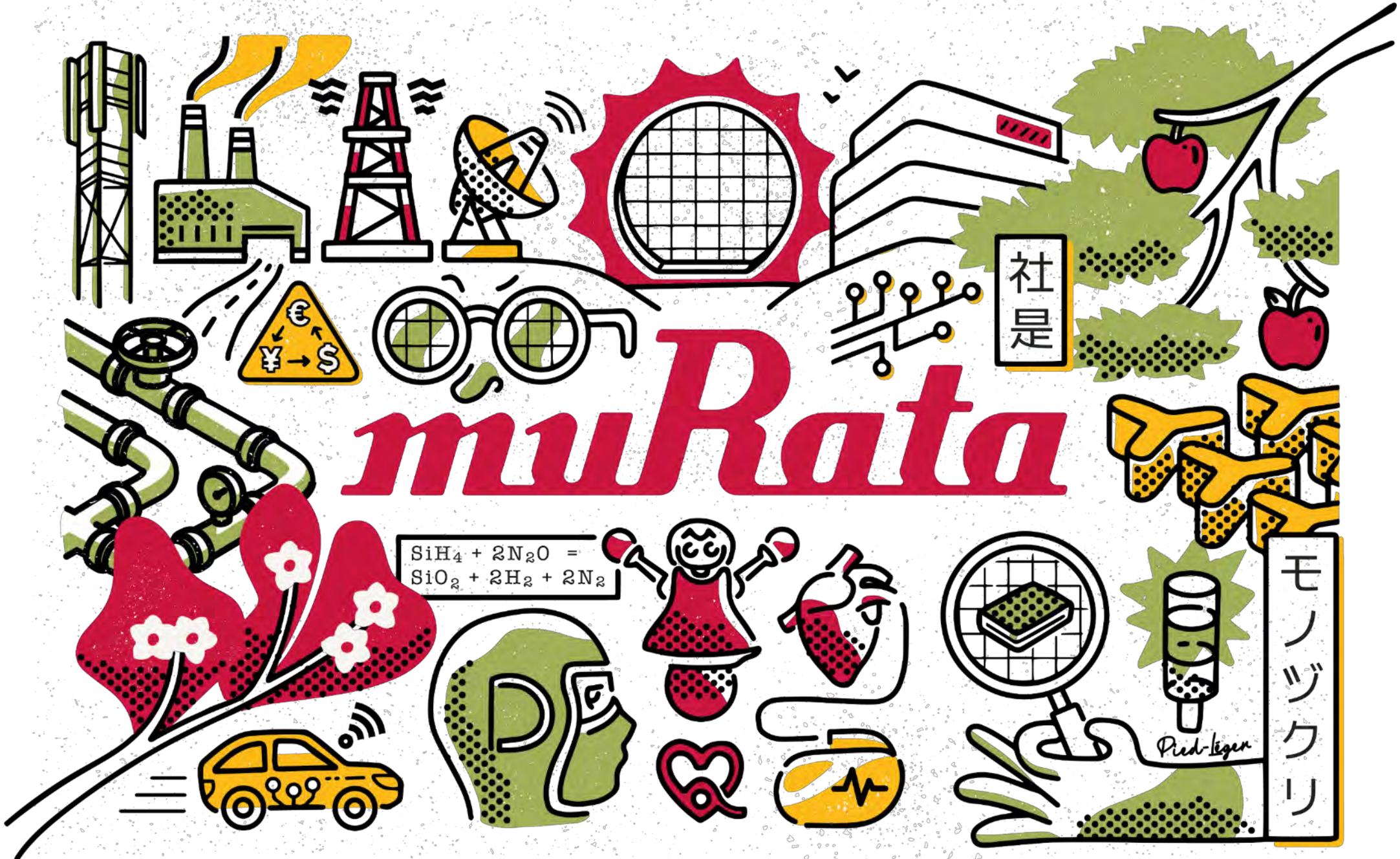
Valeurs DEJAMOBILE

Faire des salariés des ambassadeurs de la marque employeur

# MURATA

- o Samuel CAZIN, Manager support marketing

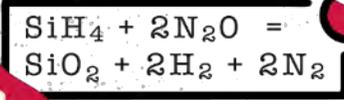




# muRata

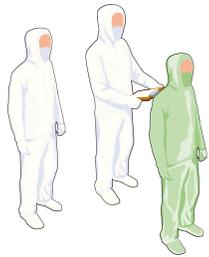
社是

モノヅクリ



Pied-ligen

**200**  
personnes



**300**  
En 2025

Production  
**125**

Opérateurs

Techniciens

R&D  
**30**

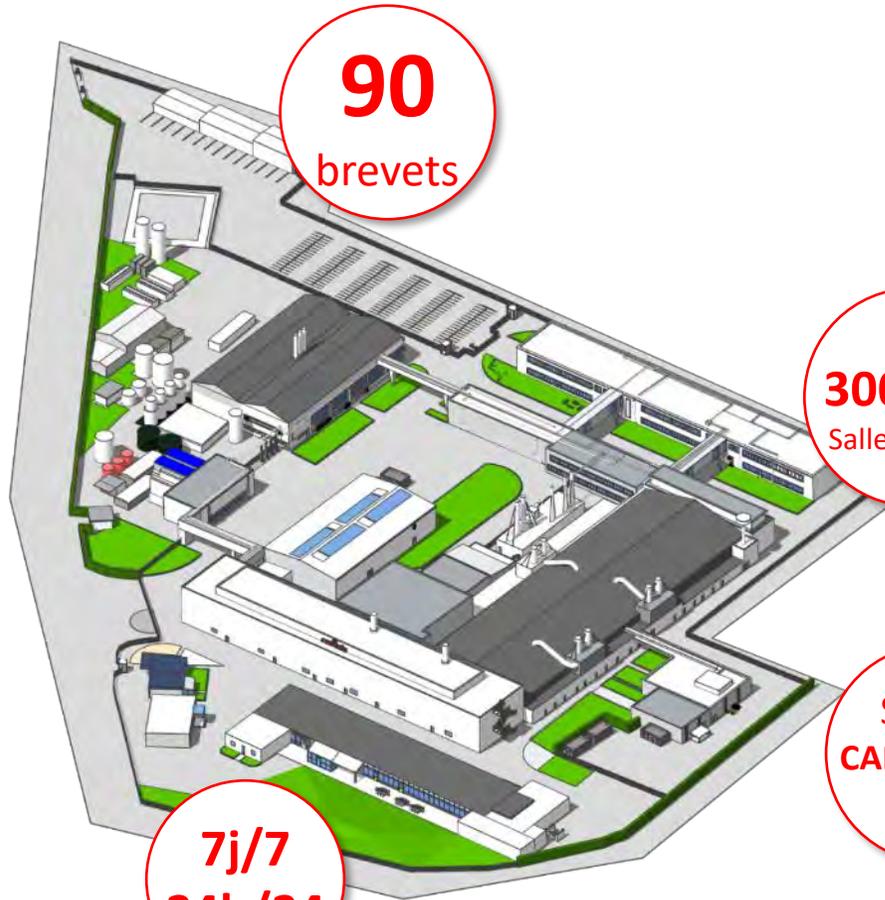
Ingénieurs



Support  
**45**



**80 000**  
Personnes  
dans le Monde

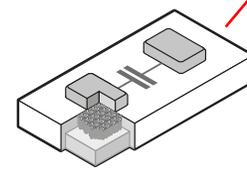
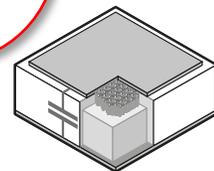
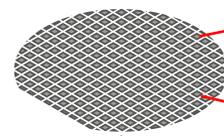
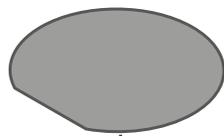


**90**  
brevets

**3000 m<sup>2</sup>**  
Salle Blanche

**7j/7**  
**24h/24**

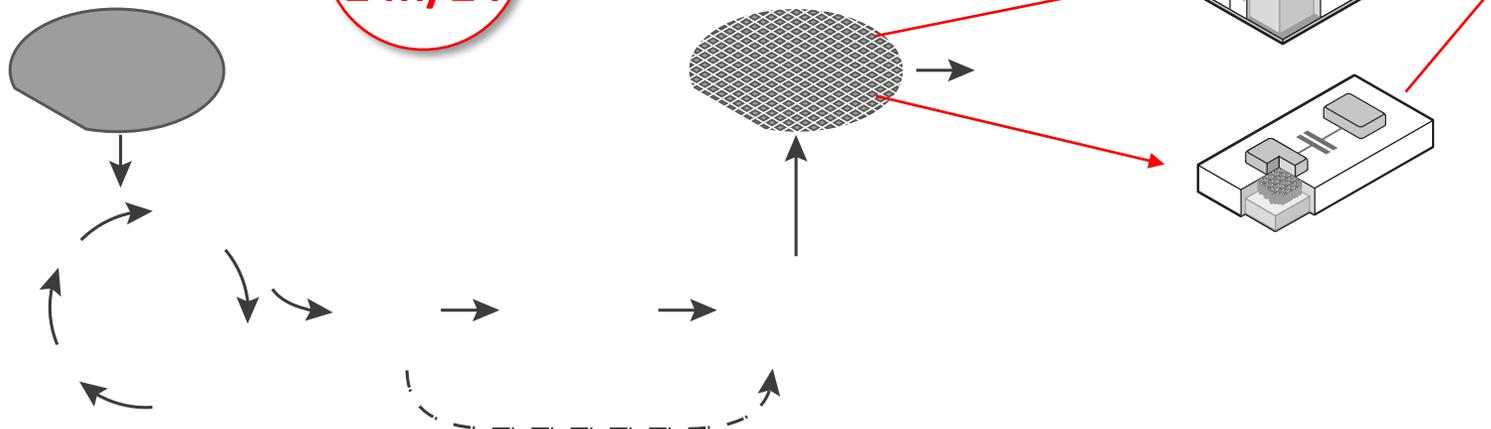
Silicon  
**CAPACITORS**



Marchés



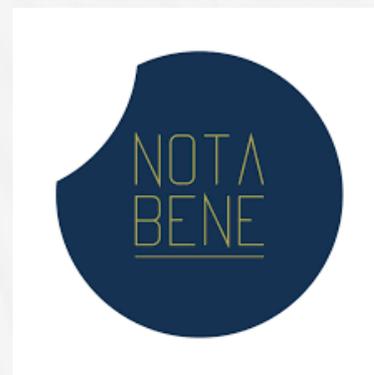
**1/2**  
Pacemaker  
dans le monde



# NOS PARTENAIRES



# NOS PRESTATAIRES



# Merci à tous

