



Mettre en valeur son entreprise et ses atouts

COMMENT SE DIFFÉRENCIER DES AUTRES ENTREPRISES ?

C'EST QUOI ?

Pour développer votre attractivité, attirer des candidats, fidéliser ses salariés, soigner son image auprès de ses partenaires, la présentation commerciale de votre entreprise ne suffit plus. Pour savoir si vous correspondez à leurs attentes, les candidats ont besoin de mieux vous comprendre : culture d'entreprise, métiers, collaborateurs, valeurs, engagements...

POURQUOI ?

Présenter votre entreprise sous l'angle humain en complément de l'angle commercial donne au candidat des informations utiles. Dans un contexte où le candidat bénéficie du luxe de pouvoir choisir son entreprise, il est important de rendre « séduisante » votre structure et de faire la différence.

LES RÉSULTATS

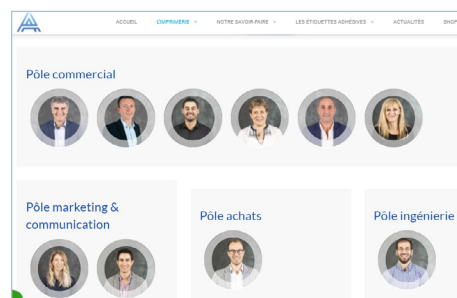
En présentant différemment votre structure, vous obtenez plusieurs bénéfices mesurables :

- › **Meilleure compréhension du « qui vous êtes » :** dans sa recherche, un candidat a besoin d'un certain nombre d'informations lui permettant de répondre à ses interrogations : partageons nous les mêmes valeurs ? L'entreprise me semble-t-elle attractive ? A-t-elle des ambitions ? Quelle est son histoire ? ... La présentation doit apporter du liant et être projective.
- › **Augmentation du nombre de candidatures spontanées et qualifiées :** les candidats postulent davantage dans une entreprise qu'ils « comprennent » et à laquelle ils « adhèrent » sur un premier niveau d'information.
- › **Ciblage de candidats partageant les valeurs de l'entreprise :** les échecs de recrutement sont soit liés à un manque de compétence soit à une inadéquation avec les comportements attendus. Le partage des valeurs permet d'obtenir des candidats qui se retrouvent en elles.
- › **Différenciation sur le marché de l'emploi et développement commercial :** toutes les entreprises ne savent pas se présenter sous l'angle humain, c'est donc un axe de différenciation important à saisir pour votre entreprise que ce soit pour les candidats ou pour vos clients qui sélectionnent de plus en plus d'entreprises partageant leurs valeurs pour garantir une bonne entente.

ILS L'ONT DÉJÀ FAIT !

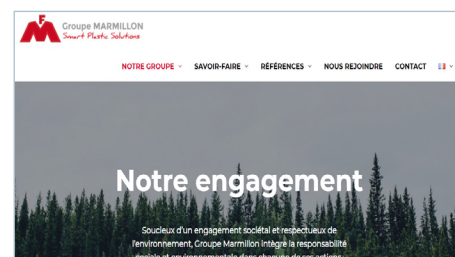
AZUR ADHESIFS

<https://www.azuradhesifs.com>



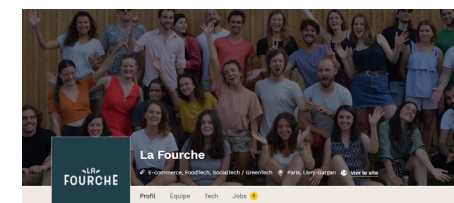
MARMILLON

<https://marmillon.com>



LA FOURCHE

<https://www.welcometothejungle.com/fr/companies/la-fourche>





Mettre en valeur son entreprise et ses atouts

METTRE EN VALEUR SON ENTREPRISE ET SES ATOUTS

PETITES ASTUCES
GRANDS RÉSULTATS !

Ce qu'il faut retenir :

- › Présentation de l'entreprise et des équipes = Présentation « humaine ».
- › Mise en avant des valeurs = Adhésion, attractivité des candidats, clients et partenaires / compréhension des pratiques de l'entreprise.
- › Affichage de données statistiques RH et commerciales (diversité, égalité, satisfaction clients, moyenne d'âge ...) = Valorisation et transparence.
- › Mise en avant des engagements environnementaux, sociétaux, territoriaux = Preuve d'une entreprise engagée et impliquée.

COMMENT FAIRE ?

Les étapes suivantes sont développées dans la suite du document :

1. Décrire votre entreprise
2. Identifier vos atouts
3. Apporter des preuves
4. Diffuser



Mettre en valeur son entreprise et ses atouts

METTRE EN VALEUR SON ENTREPRISE ET SES ATOUTS

1- Décrire votre entreprise

 Fiche **Outil N°1**

Il existe des présentations d'entreprises plus ou moins complètes. Le plus important est de transmettre les informations qui vous caractérisent, qui ont du sens, vous valorisent et aident les lecteurs à mieux vous comprendre et se projeter dans une future collaboration. Rendre « séduisante » et « attirante » votre entreprise passe par la valorisation des informations suivantes :

- › **Vocation** : pourquoi faites vous ce que vous faites ? Quelle est votre raison d'être ? ... cela donne du sens à l'action et permet aux candidats de comprendre le sens qu'il aura à travailler pour vous.
- › **Histoire** : quel est le parcours de votre entreprise ? Les grandes étapes ?... Vous donnez ainsi des informations clés sur l'évolution et le parcours de votre entreprise.
- › **Ambitions** : quel est votre projet d'entreprise ? Vos objectifs ?... Le projet d'entreprise donne du sens au quotidien, aux actions, aux décisions... Si vos collaborateurs et vos candidats comprennent votre projet, ils pourront y adhérer, s'engager dans sa réussite et postuler afin de travailler ensemble à un projet commun.
- › **Valeurs** : quelles sont vos valeurs ? Quel en est le sens ? Les valeurs représentent les principes, les postures, un état d'esprit que l'entreprise traduit dans sa façon de fonctionner, de réaliser son activité, ou dans la manière de gérer les relations avec l'extérieur (fournisseurs, clients, prescripteurs, grand public...). Les candidats, de manière générale, postulent plus facilement dans une entreprise qui partage les mêmes valeurs.
- › **Engagements** : quels sont vos engagements environnementaux ? Pour l'insertion ? Pour votre territoire ?... Le développement durable ou l'implication sociétale d'une entreprise fait aujourd'hui la différence, notamment pour des entreprises jugées « polluantes » ou « sans vocation » sociale.
- › **Équipe** : qui sont vos collaborateurs ? Sont-ils fiers d'appartenir à votre entreprise ?... Présenter tout ou partie de vos collaborateurs donne une touche « humaine » à l'entreprise. Ceci démontre aussi que les collaborateurs sont prêts à s'impliquer et être mis en avant dans la communication de l'entreprise, démontrant une « fierté d'appartenance ».
- › **Satisfaction clients** : vos clients sont-ils satisfaits ? Pourquoi travaillent-ils avec nous ? ... Apporter des preuves de la satisfaction clients permet de prouver que le travail réalisé est de qualité et apprécié. Les candidats ne souhaitent pas postuler auprès d'une entreprise ayant une mauvaise réputation commerciale car cela induit forcément des impacts au sein même des équipes. Présenter des chiffres, des témoignages ou autres rassure le candidat sur son futur environnement de travail et séduit en même temps les clients potentiels.

Découvrez comment présenter votre entreprise dans votre communication et à vos candidats pour les attirer et les recruter dans la fiche opérationnelle « Présentation / pitch ».



Mettre en valeur son entreprise et ses atouts

METTRE EN VALEUR SON ENTREPRISE ET SES ATOUTS

2- Identifier vos atouts

Fiche **Outil N°1**

3- Apporter des preuves

Fiche **Outil N°1**

Quels sont les atouts de votre entreprise par rapport aux entreprises de votre secteur ou de votre territoire ? Que proposez-vous de mieux ? Quelle est / quelles sont vos différences ? Que faites-vous autrement ?

Dans votre projet d'entreprise, dans vos métiers, dans vos engagements... il y a toujours des éléments permettant de différencier une entreprise d'une autre. C'est exactement ce que recherche vos candidats pour répondre à la question : Pourquoi devrais-je postuler dans cette entreprise et pas une autre ?

Pour vous aider à identifier et mettre en valeur vos atouts, nous vous conseillons d'utiliser la fiche opérationnelle « Présentation / pitch ».

Afficher des engagements, de la satisfaction collaborateur ou client ne suffit pas. Ce dont ont besoin vos candidats, tout comme vos clients, ce sont **des preuves concrètes qui apportent du sens** et étayent vos dires.

Exemple :

Lorsque l'entreprise **MARMILLON** (voir « ils l'ont déjà fait »), s'engage envers l'égalité hommes / femmes, ils présentent le sens de la démarche, apportent la preuve en publiant leur index et indiquent les critères d'évaluation : 79/100. Cela peut sembler perfectible, mais c'est un engagement affiché sur lequel ils travaillent. Cela sous-entend que les femmes peuvent postuler au sein de cette structure et qu'elles y ont leur place. Axe différenciant fort dans le domaine de l'industrie.

Idem lorsque l'entreprise **AZUR ADHÉSIFS** affiche « 95 % d'expéditions dans les temps et conformes », gage d'un travail de qualité, organisé et structuré.

Ce sont des données comme celles-ci qui font la différence. Il vous faut identifier celles qui seront pertinentes à votre entreprise.

Pour vous aider, nous vous conseillons de regarder la fiche opérationnelle « présentation de l'entreprise / pitch »



Mettre en valeur son entreprise et ses atouts

METTRE EN VALEUR SON ENTREPRISE ET SES ATOUTS

4- Diffuser



Fiche **Outil N°5**

Votre présentation doit être rédigée simplement et être diffusée sur vos supports de communication de façon plus ou moins détaillée selon le canal (site, réseaux, plaquettes ...). Le canal prioritaire reste votre site internet qui est la source principale d'information de votre entreprise.

La présentation doit être partagée avec toutes les personnes de l'entreprise : managers, rh, direction, commerciaux ... Peu importe l'interlocuteur, l'image véhiculée sera identique, gage de professionnalisme de l'entreprise et de maîtrise de son ADN.

La présentation globale est souvent trop longue pour des discours devant s'exercer rapidement. Pour ce genre de présentation courte, vous pouvez pitcher votre entreprise, c'est-à-dire présenter, en moins de 2 minutes, l'essentiel. Pour comprendre comment faire, nous vous conseillons de regarder notre fiche opérationnelle « présentation / pitch ».

L'avantage de formaliser votre présentation est multiple :

- › homogénéisation de l'image de l'entreprise (présentation convergente sur tous les canaux) ;
- › présentation orale homogène dans l'entreprise (managers, RH, direction...).

Pour comprendre comment partager votre présentation dans votre site ou vos réseaux sociaux, nous vous conseillons les fiches opérationnelles « fondamentaux du site internet » et « B-A.BA des réseaux sociaux ».