

Marque employeur et proposition de valeur à l'employé

État des lieux

La marque employeur fait référence à la manière dont une entreprise construit, commercialise et expose sa marque employeur. Pour les établissements d'hébergement, il est particulièrement important de se positionner comme employeur attractif, car leur réussite dépend de collaboratrices et collaborateurs qualifiés et dévoués, qui garantissent un fonctionnement harmonieux et une expérience client positive.

Avantages

- Améliorer son image en tant qu'employeur et accroître l'attractivité pour les collaborateur·trice·s actifs et potentiels
- Possibilité de communiquer la culture d'entreprise et de montrer les avantages pour les collaborateur·trice·s
- Renforcer la cohésion et la motivation des collaborateur·trice·s actuels

Propositions concrètes de mise en œuvre

- **Développement d'une proposition de valeur à l'employé (PVE, de l'anglais *Employer Value Proposition*):** Réfléchissez aux avantages que votre établissement d'hébergement offre aux collaborateur·trice·s et formulez-les sous forme de PVE. Demandez aux collaborateur·trice·s de décrire votre culture et pourquoi ils et elles travaillent dans votre établissement.
- **Tracez un parcours du talent, de l'onboarding à l'offboarding:** Le parcours du talent (*Talent Journey*) décrit le processus que traversent les collaborateur·trice·s, du recrutement au développement du personnel et de l'équipe, en passant par l'onboarding. Il vous donne une bonne vue d'ensemble de vos activités.
- **Utilisation des réseaux sociaux:** Utilisez les réseaux sociaux pour présenter votre entreprise et votre marque en tant qu'employeur. Publiez des articles sur vos collaborateur·trice·s, vos projets et votre quotidien professionnel dans le secteur de l'hébergement, et en particulier dans votre entreprise.
- **Enquêtes auprès des collaborateur·trice·s:** Demandez régulièrement des retours à vos collaborateur·trice·s, afin d'améliorer votre marque employeur. Utilisez les commentaires pour améliorer votre PVE et votre communication comme employeur.
- **Mener des entretiens de départ:** Écoutez attentivement pour connaître les vraies raisons qui poussent les collaborateur·trice·s à quitter l'entreprise. Si des raisons similaires sont évoquées à plusieurs reprises, vous savez par où commencer.
- **Participation aux évaluations employeurs:** Participez aux évaluations employeurs, comme Hotelcareer, afin de renforcer votre marque employeur et d'améliorer votre compétitivité sur le marché du travail.

Ce que vous devriez éviter

- Vouloir être ce que vous n'êtes pas: vous risquez alors de vous adresser aux mauvaises personnes.
- En vouloir trop d'un coup: la marque employeur ne peut pas résoudre les problèmes d'un jour à l'autre. Procédez étape par étape et fixez-vous des objectifs intermédiaires.

En résumé, le thème de la marque employeur peut être d'une grande utilité pour les établissements d'hébergement. Il contribue à améliorer l'image en tant qu'employeur, à accroître l'attractivité pour les collaboratrices et collaborateurs actuels et potentiels, à communiquer et à renforcer la culture d'entreprise et les avantages pour le personnel, ainsi qu'à promouvoir la cohésion et la motivation des collaborateur·trice·s actuel·le·s. Parmi les propositions concrètes de mise en œuvre figurent l'élaboration d'une proposition de valeur à l'employé·e (PVE), l'utilisation des réseaux sociaux, les enquêtes régulières auprès des collaborateur·trice·s et la participation aux évaluations employeurs.

Proposition de valeur à l'employé:

Pourquoi une PVE est pertinente: se lancer et la mettre en œuvre!

Une proposition de valeur à l'employé-e (PVE) décrit la promesse qu'une entreprise fait à ses collaboratrices et collaborateurs pour les attirer, les fidéliser et les motiver. Elle devrait comporter les éléments suivants:

- **Un message clair et attrayant:** Une PVE doit contenir un message clair et attrayant, qui décrit les avantages et la valeur ajoutée que les collaboratrices et collaborateurs retirent du travail au sein de l'établissement.
- **Un langage adapté au public cible:** Une PVE doit être rédigée dans un langage qui s'adresse au groupe cible de l'établissement.
- **Une culture d'entreprise durable:** Une PVE doit souligner la culture d'entreprise de l'établissement et montrer qu'il s'agit d'un lieu de travail où les collaboratrices et collaborateurs sont appréciés et encouragés.
- **Possibilités de carrière:** Une PVE doit mettre en avant les possibilités de carrière au sein de l'hôtel et montrer que l'entreprise investit dans l'évolution de ses collaboratrices et collaborateurs.
- **Rémunération et avantages:** Une PVE doit mettre en évidence le salaire et les avantages offerts par l'établissement à ses collaboratrices et collaborateurs et montrer qu'il les rémunère de manière appropriée.
- **Équilibre entre vie professionnelle et vie privée:** Une PVE doit mettre l'accent sur l'équilibre travail-vie privée que l'établissement offre à ses collaboratrices et collaborateurs, tout en montrant qu'il respecte les besoins de son personnel.
- **Orientation des collaborateur-trice-s:** Une PVE doit montrer que l'établissement considère ses collaboratrices et collaborateurs comme sa ressource la plus précieuse et qu'il se soucie de leur bien-être.

Procédure

1. **Clarifier l'objectif:** Que souhaitez-vous atteindre avec la PVE?
2. **Définir les groupes cibles:** À qui la PVE s'adresse-t-elle?
3. Identifier et définir les points forts, les valeurs et la culture de l'entreprise
4. Recueillir les retours des collaboratrices et collaborateurs actifs et potentiels, par exemple au moyen de sondages ou d'interviews.
5. Utiliser ensuite ces informations pour développer un message clair, simple et attrayant, qui décrit les avantages et la valeur ajoutée que les collaboratrices et collaborateurs retirent du travail au sein de l'établissement.
6. Intégrer ce message à la stratégie et à la communication en matière de ressources humaines. Assurez-vous d'être présent-e sur tous les canaux de communication, y compris sur le site consacré aux offres d'emploi, sur les réseaux sociaux et sur l'intranet.
7. Veiller à ce que la PVE soit intégrée à tous les points de contact RH du cycle de vie de l'employé-e.
8. Suivre et adapter régulièrement l'efficacité de la PVE, afin de s'assurer qu'elle corresponde bien aux besoins et attentes actuels des groupes cibles.

Important: La mise en œuvre de la marque employeur est un processus continu, qui doit être revu et adapté régulièrement, afin de garantir l'efficacité des mesures et leur adéquation aux besoins de l'entreprise.

Exemples de bonnes pratiques de la branche

- **Hôtel Hof Weissbad:** Met systématiquement les collaborateur-trice-s au centre des préoccupations.
- **Swissôtel:** Swissôtel attache une grande importance à une culture de travail positive et propose à ses collaborateur-trice-s des formations complètes et des possibilités d'évolution. La marque est réputée pour son atmosphère de travail positive et pour son personnel engagé.
- **The Dolder Grand:** The Dolder Grand mise sur un engagement fort en faveur de ses collaborateur-trice-s et leur propose des formations complètes et des possibilités de formation continue. Il est réputé pour sa culture d'entreprise ouverte et ses perspectives de carrière variées.