

Comment prévenir les aléas en matière de Ressources Humaines ?

CFCIM- 25 novembre 2016

*Conférencier : Philippe GOMBAULT, cartographe de l'aléa en Ressources humaines, Master
en dynamique des talents, comportements et motivations,*

Evaluateur de compétences.

Fondateur du label consulting « Comportement-Pro, développement RH durable ».

Master **IMX France**, Grand Maghreb et Afrique francophone

Master **Arc en Ciel** Grand Maghreb et Afrique Francophone

***Les déceptions du recruteur et du recruté : comment les éviter ?
Les compétences métiers ne suffisent pas... Tout le monde le sait.
Métier, comportements, motivations, comment reconnaître le vrai talent ?
Comment mieux sécuriser et pérenniser ses recrutements ?
Les processus « ONBOARDING » : de quoi s'agit-il exactement ?
Comment anticiper sur les comportements managériaux en situation de crise ?
Engagement, leadership, hauts potentiels, comment mesurer les attributs de mes collaborateurs ?
Les outils les plus performants ont tous leur spécificité !***

Le café RH

Samir ELGUIR

Directeur RSE LAFARGE HOLCIM

Ikram BGHIEL, Directrice des
Ressources Humaines ATLANTA,

Adil CHAOUKI, Directeur des

Ressources Humaines

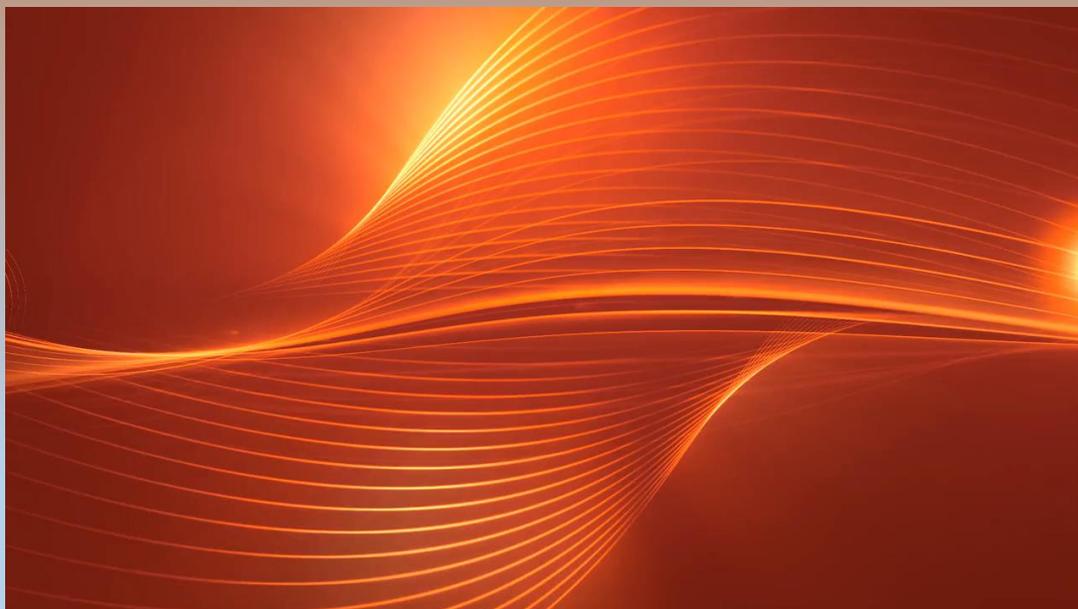
PROPHARMA

Gérer les aléas RH: une tâche cosmique...

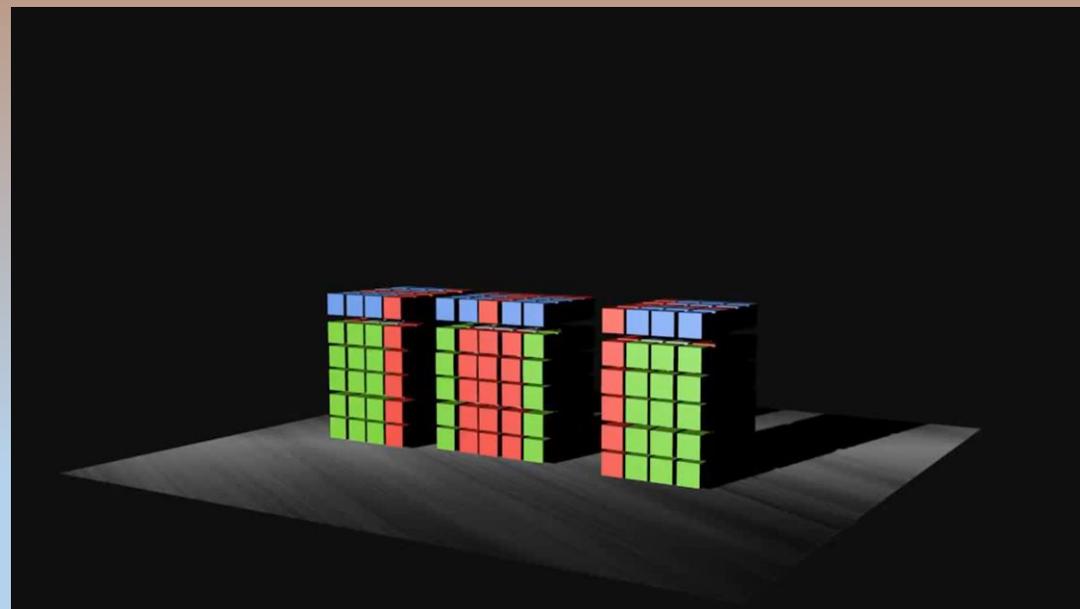


Parfois cela peut ressembler...

À cela:



Ou pire:



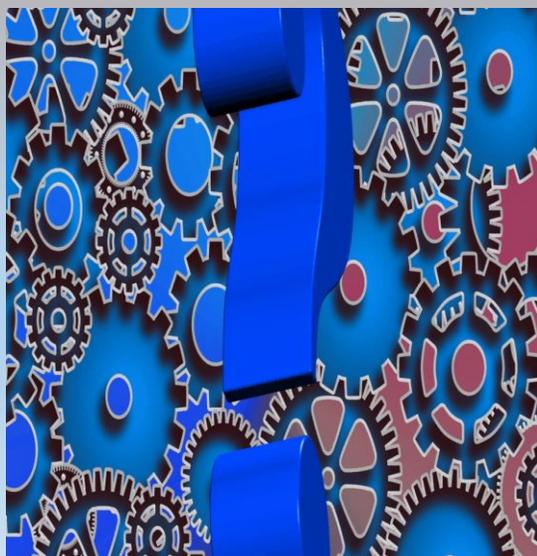
Au centre de cette prévention brille un
objectif



**La socialisation
professionnelle
ou
organisationnelle**

Prévenir les aléas c'est:

- Chercher
- Anticiper
- Développer
- Maintenir



Et puis fidéliser:
la socialisation professionnelle.



CHERCHER**DEVELOPPER****MAINTENIR****Définir le
profil de poste****Evaluer pour
comparer et
sélectionner****Former, adapter
Et développer****Intégrer dans une
équipe et dans
l'entreprise****Motiver****Replacer ou
terminer**

A- Benchmark de la position en déterminant les facteurs de succès, grâce à une évaluation de groupe, des « meilleurs » et des « moins bons »

**A- Évaluer le « Comment ? », comportement et émotions dans différents contextes et niveaux hiérarchiques (Vente, Management, niveaux opératifs et administratifs, middle ou top management
B- Évaluer le « Pourquoi » Valeurs à travers 7 types de motivateurs.**

**A- Connaître les points forts et faibles du comportement et des émotions pour les améliorer
B- Détecter les besoins de formation en Vente et/ou Management
C- Connaître les motivateurs en formation
D- Coaching**

**A- Se connaître et connaître les membres de son équipe, en termes de comportement, de communication, de points forts et faibles
B- Se connaître et connaître la culture de l'entreprise
C- Résoudre les conflits internes et les problèmes de leadership**

**A- Connaître ses motivateurs
B- Connaître son ambiance de travail idéal
C- Améliorer la communication entre les différents niveaux hiérarchiques
D- Connaître la culture d'entreprise en termes de Valeurs**

**A- Créer un plan de carrière ou de succession sur la base du comportement et des émotions
B- Coaching
C- Outplacement pour aider les chercheurs d'emploi à orienter leur recherche et préparer leurs entretiens**



Votre compagnie!



La réalité ...

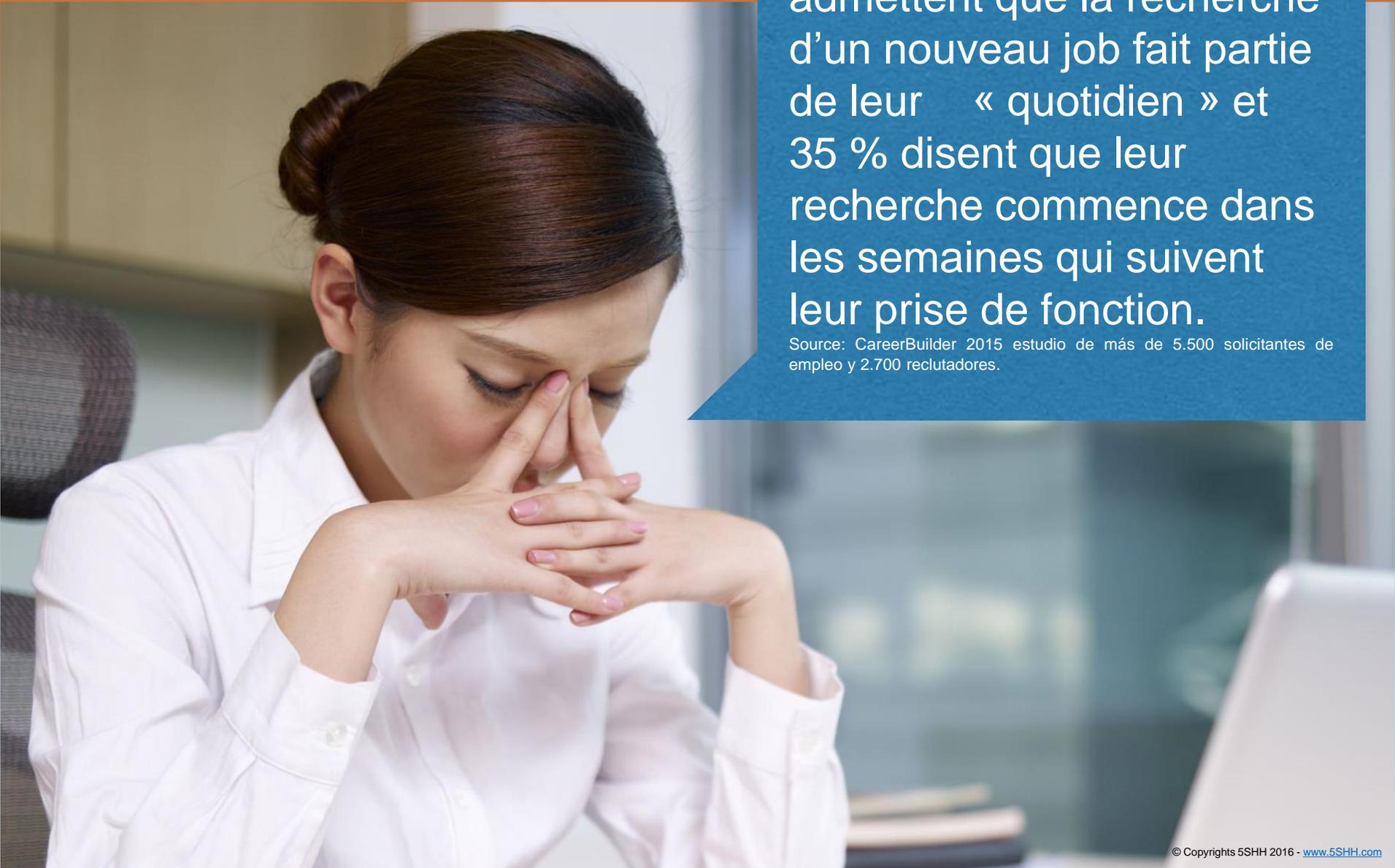


peut être
autre...

Disappointment

City





7 collaborateurs sur 10 admettent que la recherche d'un nouveau job fait partie de leur « quotidien » et 35 % disent que leur recherche commence dans les semaines qui suivent leur prise de fonction.

Source: CareerBuilder 2015 estudio de más de 5.500 solicitantes de empleo y 2.700 reclutadores.

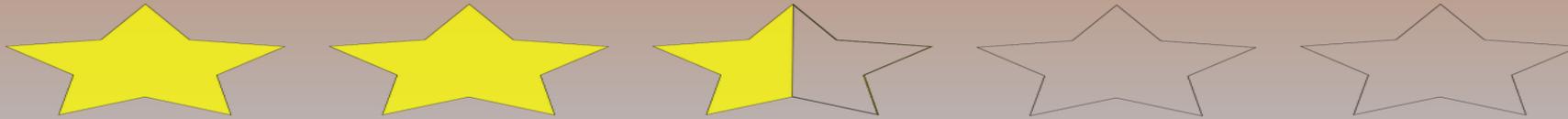
la carotte consistant à avoir un emploi n'est pas suffisante pour valider l'intégration et encore moins la rétention...





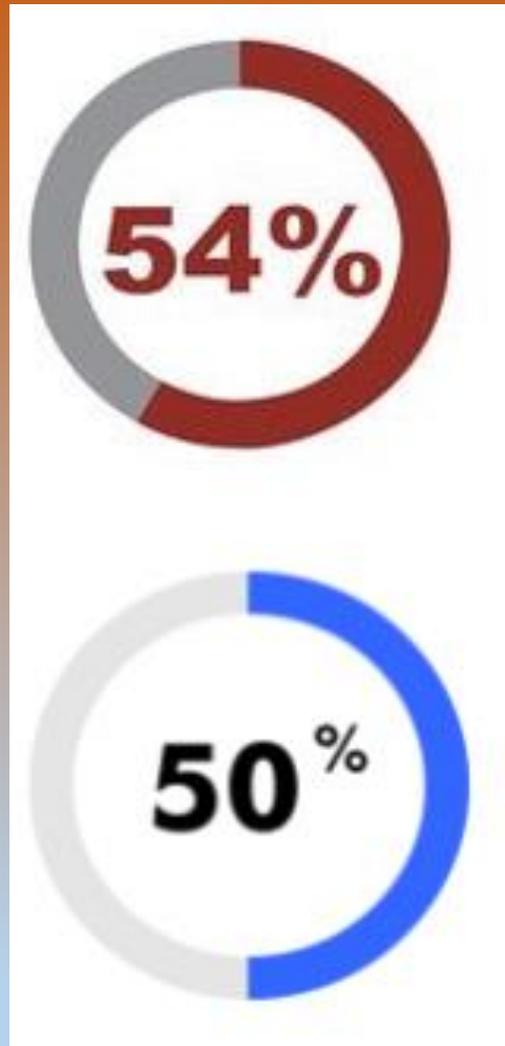
Chercher... Anticiper!

Avez-vous un système d'évaluation de votre processus de recrutement? ONBOARDING?



- **Avant le 1^{er} jour**
- **Le 1^{er} jour et l'orientation**
- **L'intégration**
- **Le 1er mois**
- **Les trois premiers mois**

Les sociétés qui appliquent un programme d'ONBOARDING efficient augmentent la productivité de leurs nouvelles recrues de 54% et un pérennité plus importante des emplois de l'ordre de 50%.



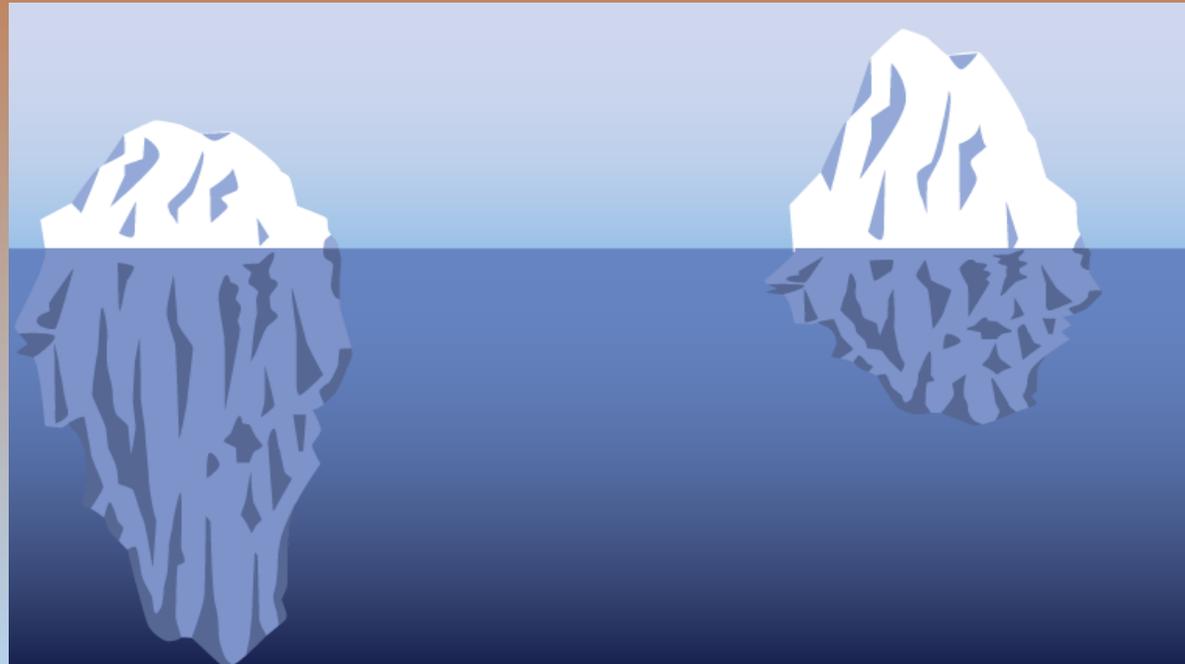
Source: the onboarding statistics and practices by Urbanbound- Janvier 2016

Anticiper...

- Comment référencer le poste en matière de comportements et de valeurs?
- Comment le référencer en termes de compétences transversales
- Habiletés, Softskills?
- Comment graduer le besoin, évaluer le candidat et mesurer les écarts pour en combler la majeure partie par un plan d'action?

- Comment anticiper sur les coûts cachés du recrutement?

Répartition entre coûts visibles et coûts cachés du recrutement



37% de coûts visibles et 63 % de coûts invisibles

Le CCM (coût complet minimal) d'un recrutement inclut les coûts cachés du recrutement

- Le non aboutissement du recrutement nécessite de recommencer le processus du début;
- La vacance du poste recherché pendant l'intervalle de recrutement coûte cher;
- Les écarts de productivité directe du nouvel embauché pendant sa période d'apprentissage ralentissent le résultat;
- Le turn-over des nouveaux embauchés qui est généralement supérieur à la moyenne de l'entreprise.

Les enjeux du recrutement

Evaluer les coûts sans les mettre en regard des enjeux est réducteur:

Le recrutement est une activité à fort enjeu avec des impacts humains et financiers importants

ROI d'un recrutement avec la collaboration d'un cabinet de recrutement

- Coût complet minimal = coûts visibles + coûts cachés inévitables
- En moyenne, l'externalisation du recrutement avec un cabinet de recrutement permet de réduire le coût complet minimal en moyenne :
De 30 %

Sources:

- ❖ Fédération Syntec
- ❖ IFOP (Institut Français d'Opinion Publique)

ROI d'un recrutement avec la collaboration d'un cabinet de recrutement

- Ce dont il faut s'assurer :



ROI d'un recrutement avec la collaboration d'un cabinet de recrutement

Quels outils psychométriques utilise le
cabinet pour sécuriser le recrutement?



ROI d'un recrutement avec la collaboration d'un cabinet de recrutement

Quand le cabinet de recrutement ou l'entreprise utilise un outil psychométrique adapté:

En moyenne, une réduction du coût complet minimal :
De 35 à 45% en moyenne en termes d'impact financier.
Mais qu'en est il de l'enjeu humain ?

**« Se réunir est un début,
Rester ensemble est un progrès,
Travailler ensemble est la réussite. »
(Henry FORD)**

**Progresser ensemble dans la
paix, pour l'efficacité, est un
miracle!**

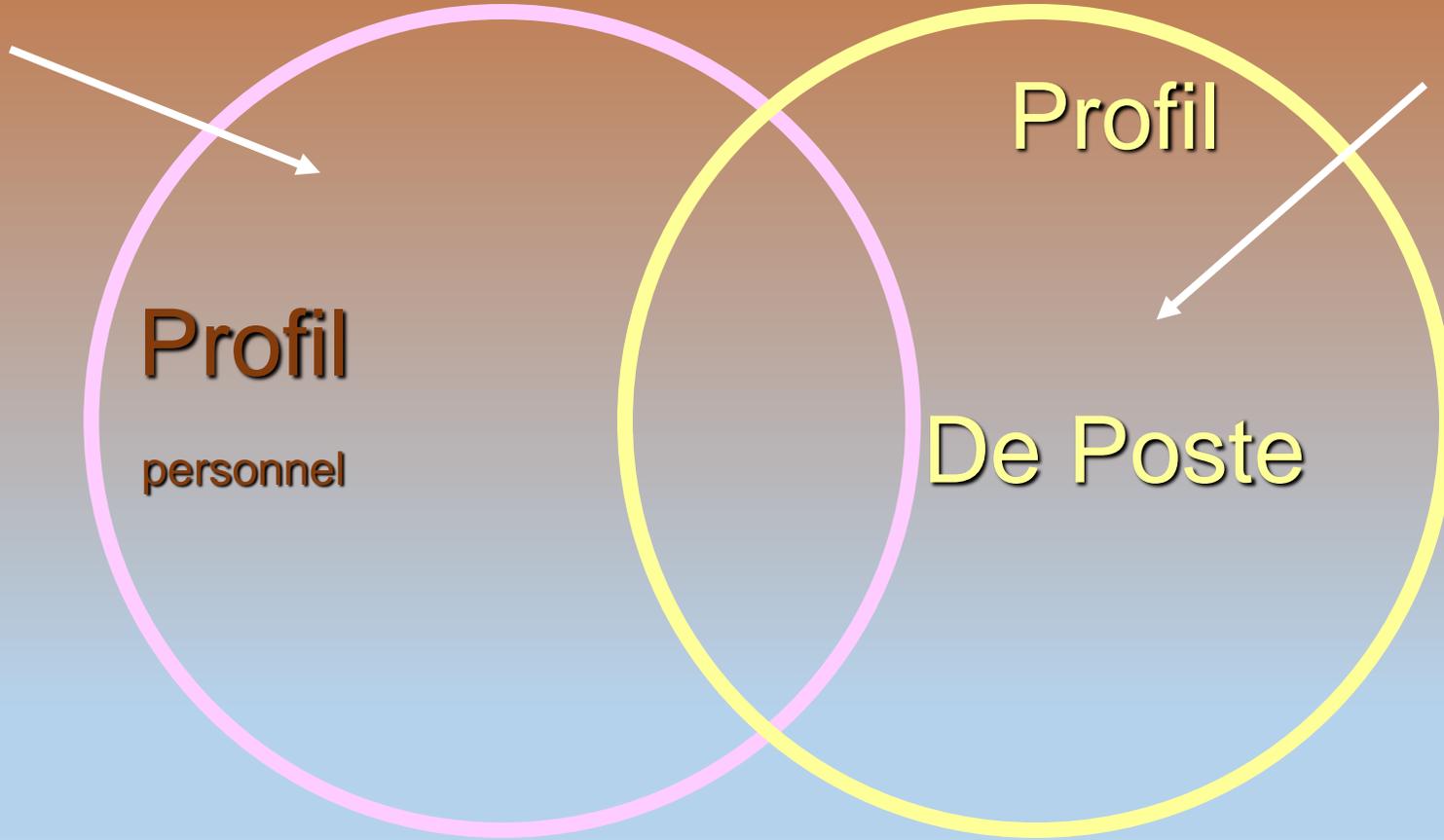
ENTRETIENS-RECRUTEMENT-MOBILITE

Le contrat partenaire solidaire

Potentiel
inutilisé



Stress



« Potentiel de
frustration »



Stress

Recrutement mais pas seulement!

Mobilité interne – Management (Flexibilité, authenticité)

Synergie d'équipe- Survie du groupe

Comité de Direction (Lâcher-prise fonctionnel)

Ingénierie de formation- Entretien d'évaluation annuel

Plan de formation- Management de projet- Vente

Partage fonctionnel- Leadership

Technologie de l'information(Digital spirit)

Délégation- Basiques managériaux

Contrats de progrès - Référentiels de compétences

Référentiels de missions- Performance- Energie mentale

Intelligence émotionnelle- Services financiers-

Agent administratif- Haut rendement.

**Un Univers de solutions adaptées et
sur mesures pour un univers de
problématiques RH!**

Buvons un café RH avec...

- Ikram EL BGHRIEL,
- Samir EL GUIR,
- Adil CHAOUKI,



SOS









La perception

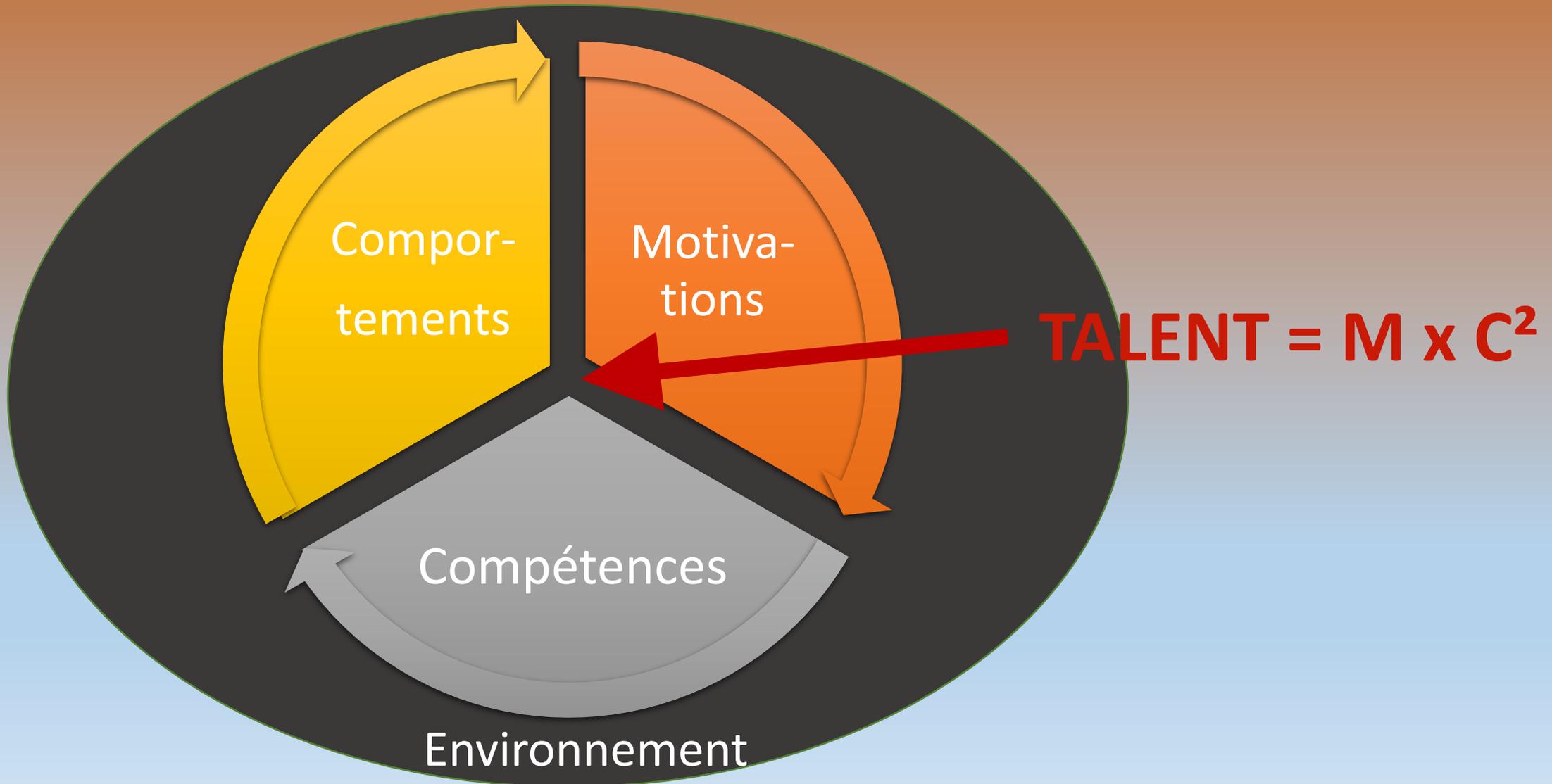


Nous ne voyons pas le monde comme il est, mais comme nous sommes.

Faire grandir... C'est faire baisser
le niveau de jugement!

Grandir, c'est apprendre à
faire preuve de **flexibilité** en
conservant son esprit
critique!

La symbiose qui révèle le talent!



BASES THEORIQUES DE L'ANALYSE COMPORTEMENTALE

Langage des couleurs/ Le D.I.S.C

❑ Empedocles 444 avant JC

4 éléments: terre, air, feu, eau

❑ Hipocrates 400 a.c.

4 tempéraments: sanguin, mélancolique, colérique, flegmatique

❑ Carl Jung 1921

4 fonctions, 2 attitudes, 8 types psychologiques

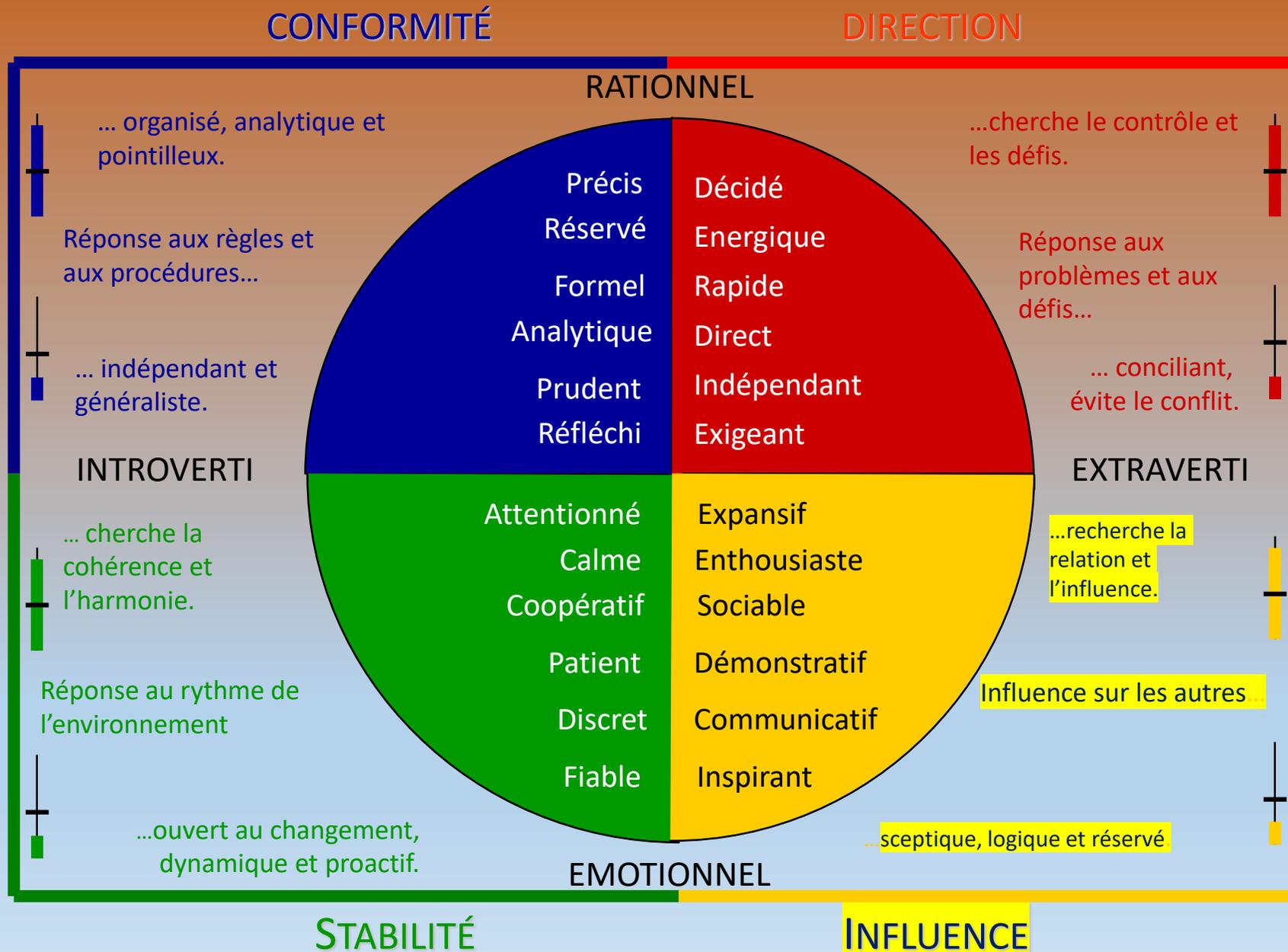
❑ W: M Martson 1928

4 styles de base, tendance à être actif ou passif dans un environnement perçu comme favorable ou hostile

❑ Cleaver Company 1950

Création du questionnaire originaire DISC/ Naissance des outils psychométriques

MODELE D' INTERPRETATION



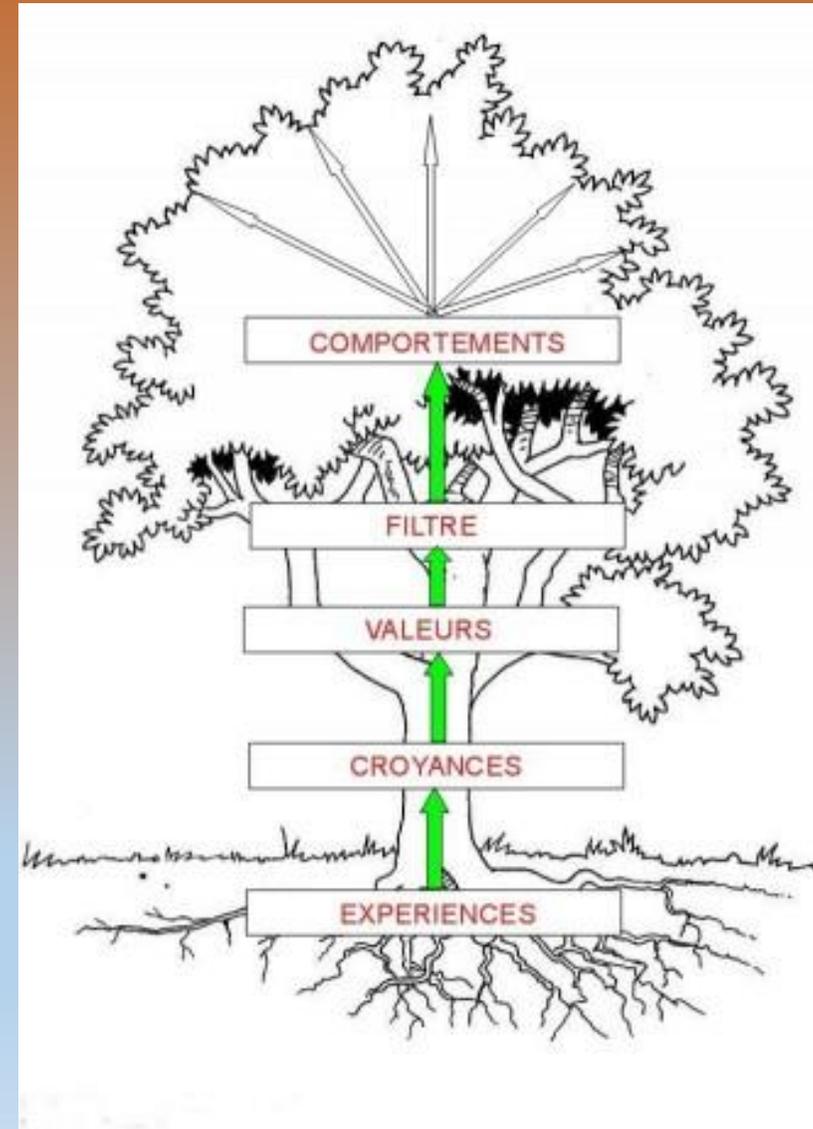
BASES THEORIQUES DE L'EVALUATION DES MOTIVATIONS

Comment se forment nos motivations?

Les expériences vécues sont à l'origine de croyances qui se réunissent en valeurs qui déterminent nos motivations.

Les croyances sont la pierre angulaire des motivations et des valeurs étudiées par Spranger. Elles correspondent aux grandes valeurs de base reconnues par toute philosophie :

la vérité, l'utilité, la beauté, l'amour, le pouvoir et l'unité.



VALEUR

Motivation

ESTHÉTIQUE

Forme, Harmonie, Beauté, Équilibre,

ÉCONOMIQUE

Argent, Résultats pratiques, Réciprocité

INDIVIDUALISTE

Indépendance, Particularité

POLITIQUE

Contrôle, Pouvoir, Influence

ALTRUISTE

Altruisme, Service, Aide aux autres

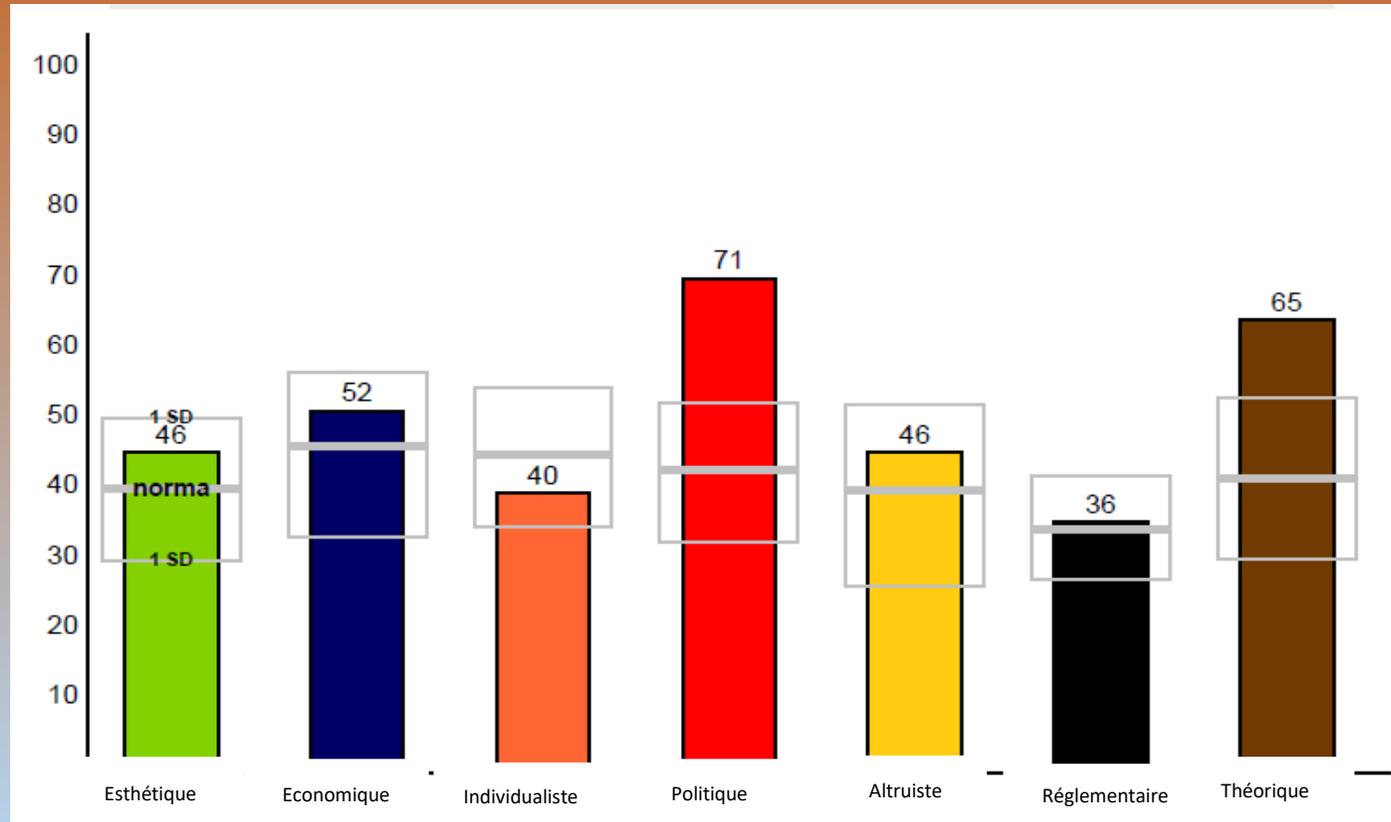
REGLEMENTAIRE

Structure, Ordre, Routine

THÉORIQUE

Connaissance, Compréhension

LES MOTIVATIONS / INTERPRETATION



Façon d'interpréter

Prioriser les 2 motivations avec les plus hauts scores.

Observer les motivations avec les scores faibles.

Observer toutes les motivations avec des scores supérieurs à 50.

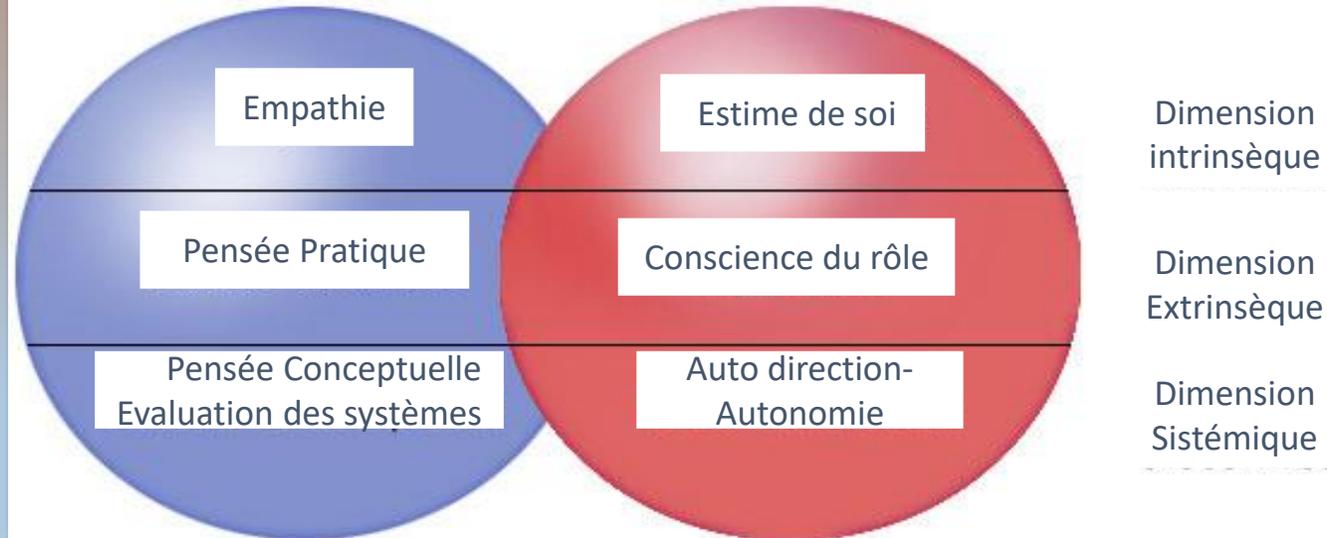
BASES THEORIQUES DE L'ÉVALUATION DES COMPETENCES TRANVERSALES

L'Axiologie : outil pour évaluer et développer les talents

2 Mondes en 3 dimensions

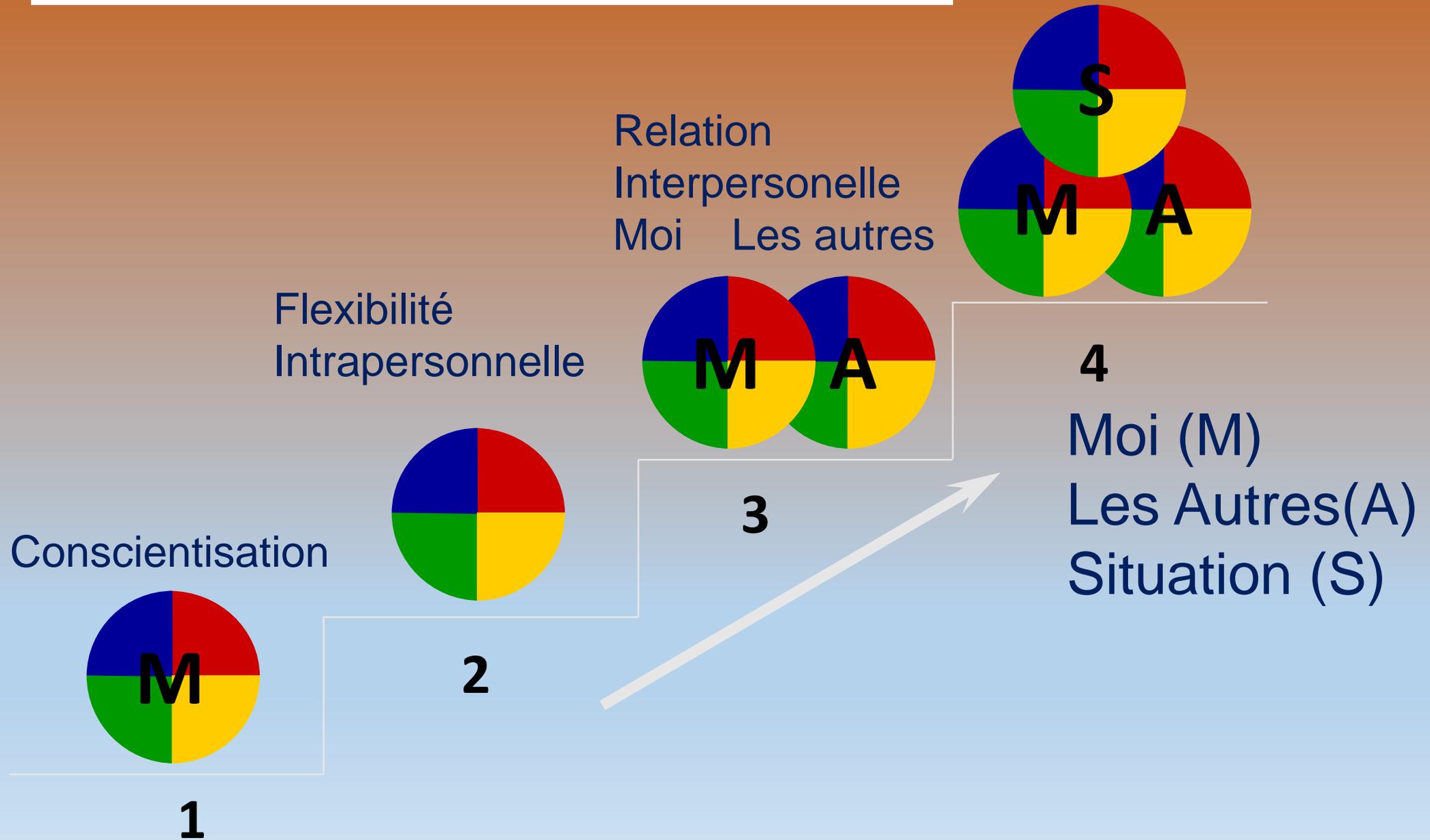
MONDE EXTERNE

MONDE INTERNE



*Les trois styles sont présents mais il en existe un prédominant, selon les habiletés personnelles et l'influence concrète de l'environnement qui pondère l'évaluation .

BASES DE L'EFFICACITE OPTIMALE



Avantages



Augmenter la
retention

Augmenter sa
productivité

Augmenter la
visibilité du
nouveau recruté

Comprendre sa
fonction

Connaitre la
culture
d'entreprise

Connaitre les
autres





Améliorer la
communication
interne

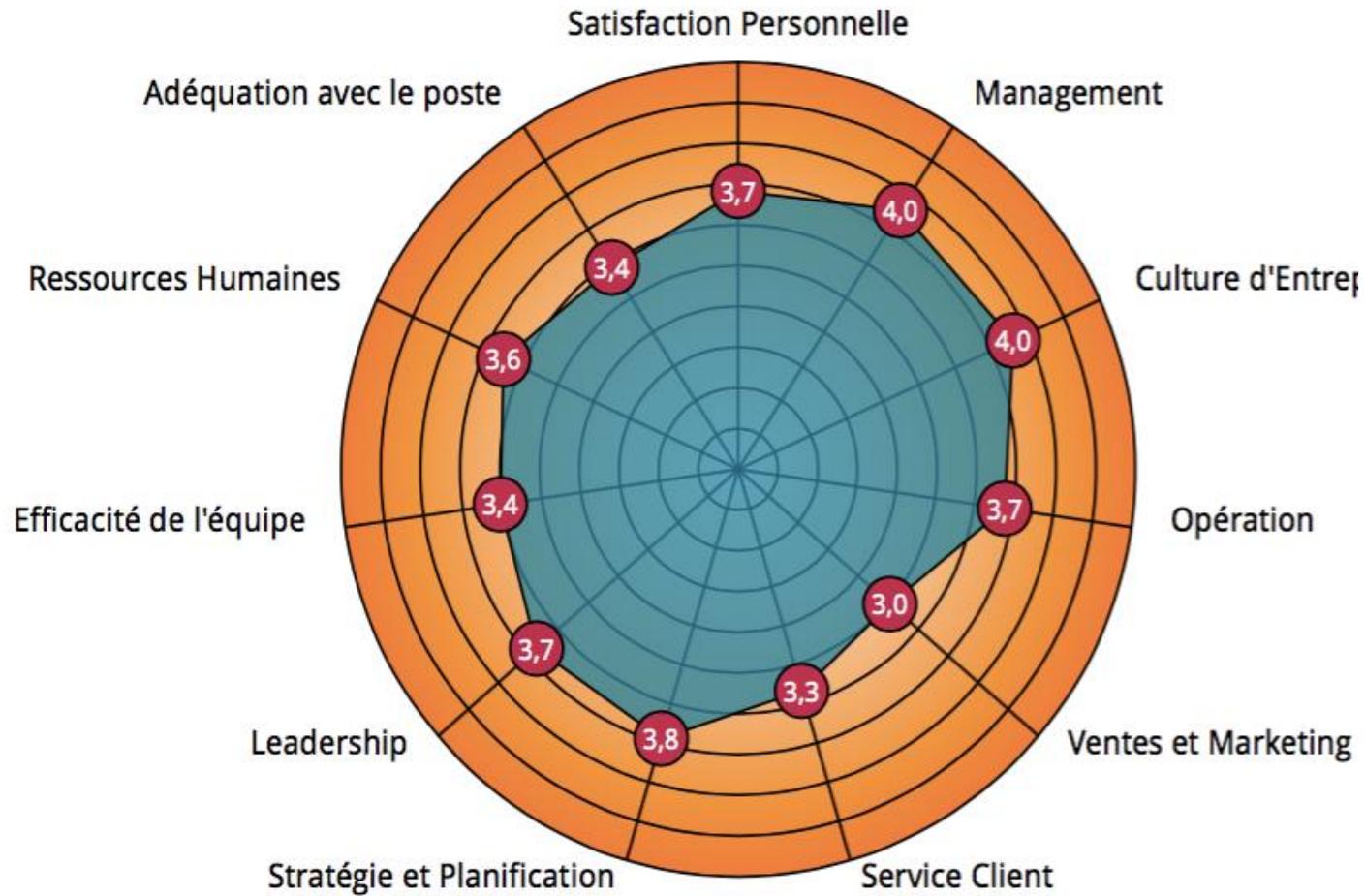
Améliorer la
satisfaction des
clients

Améliorer l'image
de l'entreprise

Mettre en
adéquation les
attentes du
collaborateur et
sa fonction
Augmenter son
engagement

Obtenir un
feedback
immédiat

Prioriser l'urgent et l'important: où le bas blesse t-il?



Choisir et agir avec un outil psychométrique pertinent quel qu'il soit!

- Et comme les sciences humaines, mêmes surprenantes de pertinence et d'efficacité, ne sauraient être exactes, ayons la même philosophie que Marc AURELE, Empereur romain du 2eme siècle:

L'être humain accompli est celui qui a:

La volonté de changer ce qu'il peut changer

La sérénité d'accepter ce qu'il ne peut pas changer

La sagesse d'en faire la différence

Merci
de votre
attention soutenue !

Fin