

Sommaire

Préface	13
----------------------	-----------

PARTIE 1. L'Expérience Collaborateur, c'est quoi ?	15
---	-----------

Chapitre 1. Définitions	17
--------------------------------------	-----------

Un concept social flou	17
Une Expérience Collaborateur existe	19
L'Expérience Collaborateur est relative	20
L'Expérience Collaborateur est vécue par toutes et tous	21
L'Expérience Collaborateur est évolutive	23
L'Expérience Collaborateur est multifactorielle	24
L'Expérience Collaborateur est unique.....	26

Chapitre 2. Dans la peau d'un collaborateur	29
--	-----------

Mon expérience commence bien avant que je rejoigne l'entreprise et ne s'arrête jamais	29
Mon expérience, je veux qu'elle soit conforme à mes besoins, mes attentes et personnalisée	31
Mes attentes ne sont pas celles des autres !.....	39
Mon expérience, je veux qu'elle soit humaine et enrichissante .	43
Le virus Covid-19 a rappelé les besoins et les attentes des collaborateurs.....	46

Chapitre 3. Dans la peau d'une entreprise 51

Quel intérêt ai-je à travailler sur l'Expérience Collaborateur ?51
Mais pourquoi toutes les organisations ne font-elles pas
de l'Expérience Collaborateur un sujet stratégique ? 59
À chacun son rôle dans l'Expérience Collaborateur 61
Chacun son rôle mais tous responsable 66
Les principales expériences pour permettre à ses collaborateurs
de donner le meilleur d'eux-mêmes..... 69

Chapitre 4. Nos convictions 73

L'Expérience Collaborateur doit être synonyme d'enchantement . 74
L'Expérience Collaborateur est propre à la culture de
l'entreprise.....74
L'Expérience Collaborateur est intimement liée à la stratégie74
L'Expérience Collaborateur se doit d'être authentique..... 75
L'Expérience Collaborateur se conçoit 75
L'Expérience Collaborateur est multifactorielle et évolutive 75

PARTIE 2. Guide de déploiement de votre Expérience Collaborateur.....77

Chapitre 5. Se préparer avant de se lancer 79

Sublimer son Expérience Collaborateur s'assimile à engager
un projet de transformation 79
Les trois principes du succès d'un projet 80

Chapitre 6. Bâtir sa stratégie expérientielle c'est définir son Employee Value Proposition 83

Comment élaborer une stratégie expérientielle ou *Employee Value Proposition* ? 83
Comment déterminer ses valeurs expérientielles ?..... 85
Comment segmenter ses collaborateurs ? 94
Comment déterminer ses moments signature ? 100

Comment concevoir sa bibliothèque des hospitalités ?.....	106
Comment déterminer ses indicateurs de performance ?	112
Comment exprimer sa promesse expérientielle ?	125

Chapitre 7. Se connaître et transformer dans l'action.. 131

Connais-toi toi-même	131
Comprendre un corps social à l'aide du <i>cultural body scan</i> ® ...	135
Appréhender la résilience d'un trait culturel.....	142
Préparer son plan de travail et s'y tenir.....	149

Chapitre 8. Les tendances culturelles de la prochaine décennie 157

Tendance culturelle n°1 : la frugalité	157
Tendance culturelle n°2 : l'intelligence technologique	158
Tendance culturelle n°3 : l'inter-indépendance organisationnelle	158
Tendance culturelle n°4 : la révolution économique.....	160
Tendance culturelle n°5 : la spiritualité incarnée	161
Tendance culturelle n°6 : la résilience collective	161
Tendance culturelle n°7 : la responsabilité individuelle	162

PARTIE 3. Au fil de l'expérience, recueil de bonnes pratiques 163

Comment lire une fiche Bonne Pratique..... 165

Chapitre 9. Structurer la stratégie..... 169

Analyser l'Expérience Collaborateur comme l'expérience client.	170
Retravailler le parcours collaborateur à travers le programme RH	172
La communauté des expérienceurs	174

Chapitre 10. Avant et pendant l'intégration..... 177

Profiter du confinement pour revisiter le process d' <i>onboarding</i>	178
Impliquer les collaborateurs dans le sourcing.....	180
Mettre la culture comme principal critère de recrutement.....	182
Commencer l'intégration avant le premier jour d'arrivée	184
Connaître ses clients internes	186
Les « parenthèses inattendues »	188
Créer un collectif en charge de l'animation	190

Chapitre 11. Au cœur de la collaboration 193

Les journées famille sur le campus.....	194
Le mécénat et les actions solidaires	196
Les rencontres groupe trimestrielles	198
Former en continu et de manière innovante	200
Les cafés skype non obligatoires.....	202
Développer une culture de travail efficace.....	204
L'index DIB : <i>Diversity, Inclusion, Belonging</i>	206
Faire le tour de l'atelier tous les matins	208
Les routines Yoga corporate®	210
Le Pep Talk	212
Laisser les équipes s'auto-affecter	214
<i>Choose your boss</i>	216
Donner aux équipes la chance de concevoir leur magasin	218
Faire régner une atmosphère d'entraide et de collaboration au sein d'une équipe.....	220
Les prises de parole trimestrielles du Directeur général	222
Les entretiens O3 (<i>one on one</i>)	224
Le catalogue de formation par les pairs.....	226
Tester sa mobilité en détachement.....	228
Repenser son siège social.....	230
La Villa Bonne Nouvelle.....	232

Partager les bonnes pratiques au niveau d'un groupe.....	234
Le Strategy Jam	236
Le portrait de la semaine.....	238
Le réseau social interne	240
Créer un environnement de travail stimulant.....	242
Organiser des événements entre pairs au sein de la ligne métier SI.....	244
Accompagner les collaborateurs salariés parents	246
ME&CA, le portail RH collaborateur.....	248
Chapitre 12. Après la collaboration active	251
Les salariés boomerang.....	252
Accompagner individuellement les départs	254
Créer un réseau d'alumni.....	256
PARTIE 4. Quelle est la maturité de votre Expérience Collaborateur ?	259
Test de personnalité EX de votre organisation	260
Test : Quel est le niveau de maturité de votre entreprise en matière d'Expérience Collaborateur ?	262
Résultats du test de personnalité.....	266
Remerciements.....	269