



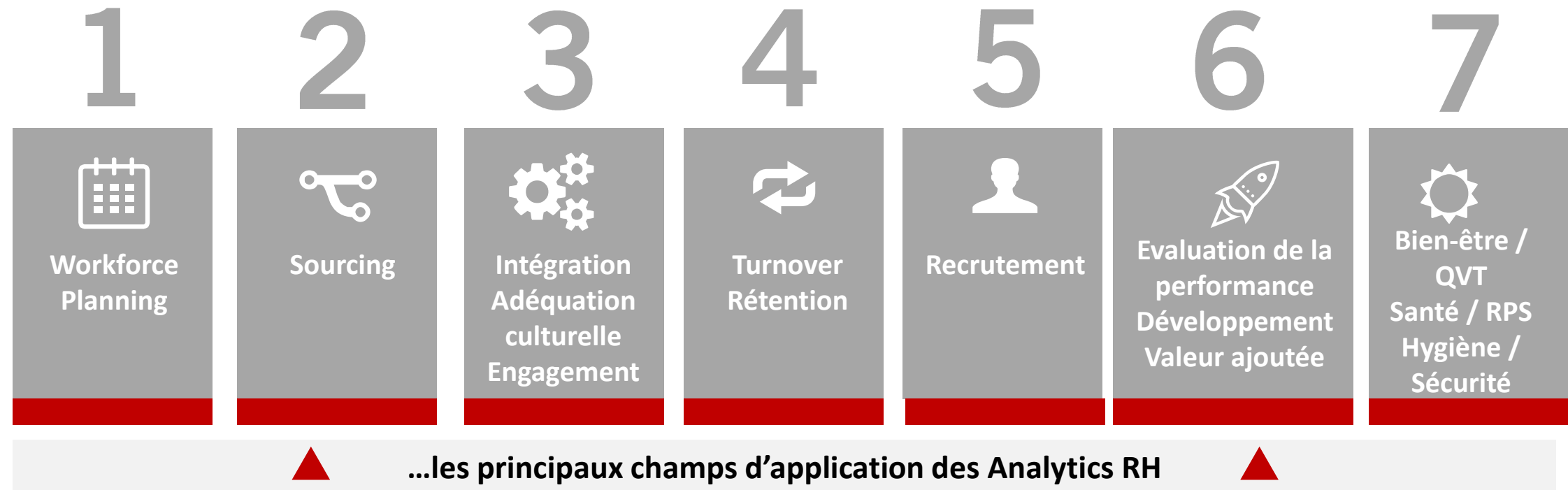
PeoplettoPeople Group

#CapitalHumainAugmenté

# WORKSHOP OPÉRATIONNEL

Les Analytics RH : un enjeu majeur de l'avenir des Directions de Ressources Humaines

Les 7 piliers de l'impact stratégiques des RH sont

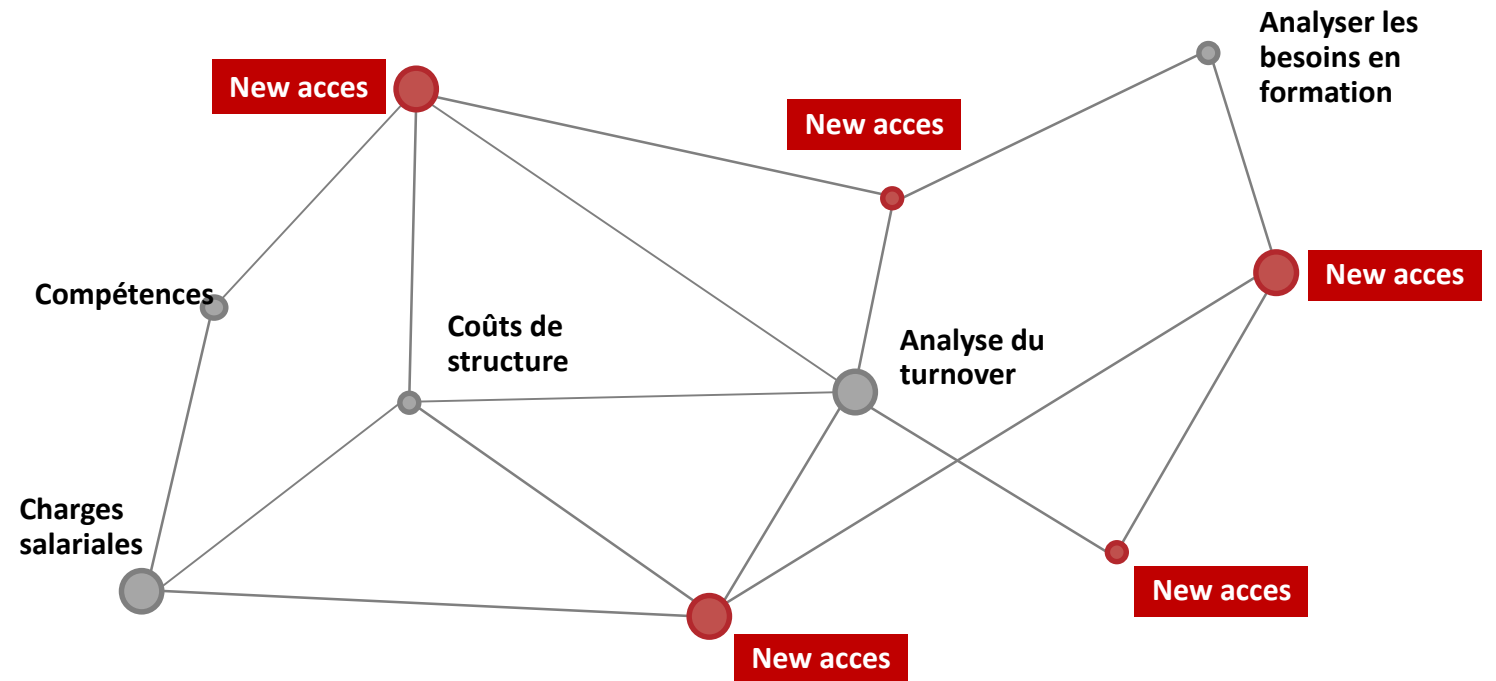


Séminaire à destination des DRH | 1 journée

#CapitalHumainAugmenté

# POURQUOI LA FONCTION RH DEVIENT UN VÉRITABLE ACTEUR CLÉ DE LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE ?

Outre les données classiques la fonction RH dispose désormais **de nouveaux accès à d'autres données** dans l'entreprise pour mieux comprendre l'activité des salariés et optimiser son impact sur la performance de l'entreprise.



- ▶ Venez mettre en connexion toutes les données pour effectuer des mesures et prendre de meilleures décisions étayées sur des éléments quantitatifs

# CapitalHumainAugmenté

# COMMENT UN GROUPE INTERNATIONAL A DEVELOPPE UNE SOLUTION POUR OPTIMISER SON WORKFORCE PLANNING ?

## **Le contexte :** Agro

Alimentaire. 30 000 salariés dans le monde; 18 Mrds€ de CA

Des données éparpillées.

Des coûts salariaux peu fiables; Les impacts de la formation sur les ventes, la productivité sont inconnus

**Les enjeux :** Prévisions fiables des coûts salariaux. Prévisions de rétentions. Comparer les données entre silos pour identifier les opportunités et problèmes. Aider à l'intégration des acquisitions

**La démarche de l'analytique :** Créer de la valeur stratégique via les People Analytics. Nouveau CHRO. Création d'une équipe analytics.

Collaboration avec l'IT pour optimiser le SIRH. Sélection d'un outil en mode SAAS intuitif et interactif en self service pour les opérationnels.

Travail d'un an en partenariat avec la DAF pour identifier les différents process et intégrer les données de l'ancien SIRH et de l'ERP de la finance -> référentiel global -> cohérence.

Déploiement et conduite du changement au sein de l'équipe RH globale. Early adopters comme ambassadeurs et Réseau global d'expertise

## **-Enseignements et bonnes pratiques :**

Le catalyseur -> partir d'un problème à résoudre : une acquisition. Avoir un sponsor fort dans le CoDir : le CHRO. Constituer une équipe transversale -> savoir-faire complémentaires. Ne pas attendre l'outil idéal, utiliser les outils existants au début. Créer un référentiel de données global -> assurer la cohérence. Démarrer avec une petite équipe -> démontrer sa contribution pour grandir. Aller au-delà des savoir-faire existants -> interagir avec la finance et se former. Tirer partie de la technologie -> recourir à un prestataire externe. Ne pas vouloir tout résoudre d'un coup -> processus d'amélioration continue



**-Résultats :** Possibilité d'analyser les données dans un niveau de détails jusqu'alors impossible à obtenir. Nouvelle cohérence entre les RH et la finance sur les coûts salariaux. Faculté de répondre aux besoins de planification des opérationnels -> les données remplacent l'intuition. ROI positif de l'investissement People Analytics en l'appliquant à la Finance, à la Supply Chain etc. Accroissement de l'impact des RH -> lien entre la performance des talents et les coûts associés. Visualisation du coût complet du travail

# COMMENT DEVELOPPER L'ENGAGEMENT POUR ASSURER L'EXPERIENCE CLIENT, CLE DU MODELE ECONOMIQUE ?

**Le contexte :** Facility Management. 500.00 salariés dans le monde. 11 Mrds€ de CA

**-Les enjeux :**

- Quelle corrélation entre l'engagement des salariés en contact avec les clients et l'expérience client ?
- Quels éléments comptent le plus dans l'expérience client ?
- Quels éléments de l'engagement impactent l'expérience client et comment influencer sur ces éléments

**-La démarche de l'analytique :**

- Une enquête annuelle non anonyme sur l'expérience de 7.500 clients répartis sur 45 pays et couvrant 80% du C.A., avec un focus sur les aspects fonctionnels et émotionnels de la relation avec les salariés en contact avec eux -> 20.000 réponses en 5 ans.
- Une enquête annuelle d'engagement auprès de 340.000 salariés répartis sur 45 pays, gérée par un prestataire externe garantissant l'anonymat -> 500.000 réponses en 3 ans, taux de réponse en augmentation

**-Enseignements et bonnes pratiques :**

Requérir et prendre en considération les indicateurs d'engagement des salariés en contact avec les clients tels que : eNPS (« employee Net Promotion Score »/taux de recommandation). Turnover. Absentéisme. Heures de formation. Ne pas considérer uniquement les économies financières lors de l'externalisation -> permettre au prestataire de réinvestir une partie des économies réalisées sur la R&D prestations et l'augmentation de l'engagement des salariés en contact avec les clients. Optimiser la satisfaction des besoins des parties. Travailler ensemble pour atteindre les objectifs de performance et de prix. Echanger sur les problèmes et trouver conjointement des solutions. Intégrer la planification et la communication

- **-Résultats :** Démonstration par la data d'une très forte corrélation entre la qualité de l'expérience clients et l'engagement des salariés en contact avec eux
- Identification de 3 facteurs clés d'engagement des salariés en contact avec les clients impactent l'excellence de l'expérience client : La motivation et l'engagement. Les heures de formation et la performance des salariés. La connaissance des attentes clients par les salariés et leur faculté à y répondre.

# ENEZ DÉFINIR UN PREMIER PROJET ANALYTICS RH

Vérifiez-en la pertinence, la faisabilité et pourquoi pas le déployer dans votre organisation !

ETAPES	DEROULE	CONTENUS	FORMAT
INTRODUCTION	8:00 -8:30	Accueil Présentation de la journée	Plénière
<b>ANALYTICS RH :</b>	<b>8:30 -9:30</b>	<b>De quoi parle t-on ?</b>	<b>Plénière</b>
<b>CONSTRUIRE EN EQUIPE UN PROJET D'ANALYTICS RH</b>			
INVESTIGATION ET INTERROGATION	9:30 -11:35	Icebreaker Investigation des besoins usagers Immersion et inspirations	Equipe
<b>IDEATION</b>	<b>11:35-12:30</b>	<b>Besoins et idées Idéation contrainte</b>	<b>Individuel et Equipe mixte</b>
VISION INDIVIDUELLE ET PROPOSITION COLLECTIVE	12:30- 14:20	Vision individuelle Déjeuner studieux Partage des visions	Individuel, Equipe et Plénière
<b>PROTOTYPAGE &amp; FINALISATION</b>	<b>14:20 -17:20</b>	<b>1<sup>er</sup> temps de conception Partage des propositions Intégration feedbacks &amp; poursuite prototypage</b>	<b>Equipe et Plénière</b>
<b>ECHANGES SUR LES RESULTATS DE LA JOURNEE</b>			
RESTITUTION	17:20 -17:30	Présentation de la proposition de chaque groupe	Plénière
<b>CONCLUSIONS</b>	<b>17:30 -18:00</b>	<b>Tour de table</b>	<b>Plénière</b>

# INFORMATIONS

## SAVE THE DATE

Date : 13/06/2017

Horaires : 8h00 - 18h00

Nombre de places limité

Adresse de l'événement:

36 Rue Brunel

75017 PARIS

**OFFRE DE LANCEMENT**

**1 800 euros (HT)**

# CONTACT



36 rue Brunel - 75017 Paris • Tél. : 00 (33) 01 42 67 71 03

[www.thepeopletopeoplegroup.com](http://www.thepeopletopeoplegroup.com)



# CapitalHumainAugmenté