

Plan de communication

Recrutez et fidélisez les meilleurs candidats avec une stratégie et des outils sur mesure.



Une initiative des créneaux d'excellence

QUÉBEC
NUTRI

Aliments
santé

AgroBoïéal

Initiative des créneaux d'excellence Québec NUTRI, de la Capitale-Nationale, et AgroBoréal, du Saguenay-Lac-Saint-Jean, le plan d'action en marketing RH vise à faciliter le recrutement et la fidélisation de la main-d'œuvre en bioalimentaire.

Il vise également à améliorer l'attractivité de ces deux secteurs auprès des candidats aux profils variés, notamment les jeunes, les préretraités, les candidats issus de l'immigration, la main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée.

Une enquête aux résultats inspirants

Un sondage fut réalisé à l'automne 2019 auprès de 325 répondants afin de dresser un portrait global des employés actuels et potentiels, dans le but d'identifier les avantages concurrentiels du secteur, les arguments d'attraction et de rétention en emploi, ainsi que leurs intérêts et attitudes. Des entretiens auprès des représentants de PME du secteur ont également été réalisés.

Les résultats complets de cette enquête, les principaux enjeux, avantages et faiblesses du secteur ainsi que les recommandations, sont disponibles au :

RecruterEnTransfo.com: entreprises de la Capitale-Nationale

RecruterEnAgro.com: entreprises du Saguenay-Lac-Saint-Jean

La version complète de ce plan de communication s'y retrouve également.

Ce plan de communication, basé sur les résultats de l'enquête, vous aidera à mieux connaître les facteurs décisionnels des candidats potentiels. Il comprend notamment :

- Les principaux critères de choix d'un emploi et d'un employeur
- Des moyens pour vous démarquer des PME d'autres secteurs dans votre recrutement
- Des stratégies et moyens pour fidéliser vos employés

1 MIEUX CONNAÎTRE LES ATTENTES DES CANDIDATS POUR PERSONNALISER VOS ACTIONS DE RECRUTEMENT

Quels candidats attirer et que recherchent-ils ?

Qu'ils soient étudiants ou retraités, qualifiés ou non, tous recherchent :

- une ambiance de travail agréable (95 %)
- un bon salaire (95 %)
- un horaire de travail souple (89 %)

* La proximité de la résidence est un critère auquel les retraités et les immigrants, plus que les autres segments de candidats, accordent de l'importance.

Les critères de choix d'un emploi pour :

La main-d'œuvre non qualifiée :

- l'autonomie (50 %)
- les avantages sociaux (51 %)
- la réputation de l'entreprise (53 %)

La main-d'œuvre qualifiée :

Les trois critères précédents auxquels s'ajoutent :

- l'avancement
- la formation
- la transparence
- l'initiative

Où les candidats s'informent-ils ?

- LinkedIn: main-d'œuvre qualifiée (52 %), immigrants (59 %)
- Facebook: 40 ans et moins (42 %), main-d'œuvre non qualifiée (38 %)
- Sites web d'emploi: plus de 75 % des répondants
- Recommandations d'amis: près de la moitié des répondants

2 COMMENT VOUS DÉMARQUER POUR ATTIRER LEUR ATTENTION?

1 Utilisez le **matériel publicitaire des boîtes à outils** disponible au :

RecruterEnTransfo.com : entreprises de la Capitale-Nationale

RecruterEnAgro.com : entreprises du Saguenay-Lac-Saint-Jean

Tout est gratuit et entièrement personnalisable pour votre PME.

2 Utilisez les **messages clés adaptés** aux candidats recherchés dans vos communications :

SEGMENT DE CANDIDAT	CRITÈRES IMPORTANTS POUR CE SEGMENT	MESSAGES CLÉS
Étudiant (main-d'œuvre non qualifiée)	Heures de travail souples Salaire Sécurité d'emploi	Un horaire flexible? Ici, ça se discute. T'as déjà pensé travailler dehors? Ici, les défis sont à la hauteur de ton ambition.
40 ans et moins (main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée)	Ambiance de travail Heures de travail souples Salaire Environnement travail sécuritaire	Viens rire en travaillant. Du plaisir toute la journée. T'as déjà pensé travailler dehors? Un horaire plus souple? Ici, ça se discute. Ici, l'équipe fait toute la différence. Ici, on travaille en toute sécurité
Âge moyen : 40-59 ans (main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée)	Ambiance de travail Salaire Heures de travail souples	Ici, l'équipe fait toute la différence. T'as déjà pensé travailler dehors? Le bonheur au travail est si près. Ici, les défis sont à la hauteur de ton ambition. (MO qualifiée) Un horaire plus souple? Ici, ça se discute.
Âge mûr : 60 ans +, incluant retraités (main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée)	Ambiance de travail Accès facile de la résidence Environnement travail sécuritaire Heures travaux souples et avantages sociaux Salaire	Ici, l'équipe fait toute la différence. Le bonheur au travail est si près. Ici, on travaille en toute sécurité. Un horaire flexible? Ici, ça se discute.
Issu de l'immigration (main-d'œuvre qualifiée et non qualifiée)	Ambiance de travail et salaire Heures de travail souples Facilité accès résidence	Ici, l'équipe fait toute la différence. Un horaire plus souple? Ici, ça se discute. Le bonheur au travail est si près. Un emploi près de chez toi? Ici, les défis sont à la hauteur de ton ambition. (MO qualifiée)
Général	Communication interne / Rétention	Ici, on est fiers de notre monde. Ma fierté? Nourrir notre monde. Ici, on nourrit la fierté.

Des modèles de déclinaisons de ces messages clés sont présentés dans la boîte à outils.

3 Publiez les postes offerts sur vos pages **Facebook et LinkedIn**, en ajustant le contenu (texte et messages clés) selon le segment de candidats visés (âge, qualification, etc.). N'essayez pas de parler à tout le monde en même temps; favorisez la publication de plusieurs messages ciblés plutôt que d'un seul message comportant plusieurs emplois visant des candidats différents. **Demandez aux employés de partager** ces messages à leur réseau.

4 Réalisez des campagnes web géolocalisées, axées sur le profil des candidats recherchés et leurs critères de choix. Elles vous permettront de rejoindre les individus qui ne suivent pas votre entreprise sur Facebook. Ces campagnes peuvent être réalisées via la plateforme [Business Manager de Facebook](#). Une fois le compte Business Manager créé, il s'agit simplement de:

- Créer une campagne avec comme objectif la « portée ».
- Créer une audience en sélectionnant la zone géographique voulue et y ajouter des critères de ciblage (âge, intérêt, formation, type d'employeur actuel, etc.).
- Créer la publicité en ajoutant un très court texte, un élément visuel (inclus dans la boîte à outils) et un lien vers votre site web. Gardez en tête les 4 piliers de campagne: attirer l'attention, susciter l'intérêt/la sympathie, fournir de l'information facilement, appels à l'action avec messages ciblés.

5 Affichez sur des **plateformes web gratuites ou peu coûteuses**, telles que:

- [Guichet Emploi du gouvernement du Canada](#)
- [Indeed](#)
- [Emploi Québec du gouvernement du Québec](#)
- [Jobboom](#)
- Centre d'emploi agricole de votre région
- Groupes Facebook d'emplois de votre région
- Sites de promotion régionaux (recrutement et articles de blogues sur les bons coups/nouveaux produits, etc.): promotion saguenay, oselepaysdesbleuets, quebecentête, emploisenrégions, etc.
- Services de placement des universités, des cégeps ou des centres de formation professionnelle

3 QUELQUES STRATÉGIES ET MOYENS POUR FIDÉLISER LES EMPLOYÉS

Pourquoi un employé reste-t-il chez son employeur ?

Voilà qui varie beaucoup d'un segment à l'autre :

- Pour tous : se sentir valorisé au travail et le salaire
- Chez les jeunes, les immigrants et la main-d'œuvre qualifiée : l'appréciation des collègues
- Chez les 40 ans et plus : la proximité du lieu de travail

Un employé changerait d'emploi pour une entreprise...

- Ayant une meilleure réputation (90 %)
- Qui respecte l'environnement (78 %)
- Qui est engagée dans la communauté (61 %)

Démontrez aux employés que vous êtes cette entreprise !

Pour mieux communiquer à l'interne et ainsi contribuer au mieux-être de vos employés, bonifiez vos outils ou développez-en de nouveaux :

- [Groupe Facebook privé](#) pour rassembler les employés et accroître leur engagement :
 - Choisissez une image de bannière attrayante qui représente bien l'entreprise et ses employés.
 - Invitez vos employés à partager leurs nouvelles idées.
 - Félicitez des employés lorsqu'ils ont franchi/réalisé une étape importante.
 - Mettez en ligne les ressources destinées aux employés (ex. : manuel de l'employé, liste de covoiturage, etc.).
 - Partagez des photos des employés lors d'activités sociales (avec leur autorisation).
 - Faites place à des discussions qui ne portent pas uniquement sur le travail.

Une initiative des créneaux d'excellence

Recrutez et fidélisez les meilleurs candidats avec une stratégie et des outils sur mesure.

- Journal/Infolettre mensuelle interne pour communiquer des informations corporatives:
 - Plusieurs applications simples et gratuites (dont [Mailchimp](#)) permettent de bâtir et transmettre des infolettres à plusieurs personnes simultanément.
 - Utilisez les visuels de la boîte à outils pour faciliter la construction des infolettres.
 - Déterminez et maintenez une fréquence d'envoi régulière (hebdomadaire, bimensuelle ou mensuelle).
 - Cet outil est idéal pour diffuser des informations plus formelles, telles que message du président, formations à venir, arrivée/départ d'employés, périodes de vacances, etc.
- Partagez des témoignages positifs ou des histoires à succès des employés:
 - Cette information peut être diffusée par courriel, infolettre, groupe Facebook ou encore directement sur les babillards et autres endroits stratégiques dans l'entreprise.

Quelques trucs et astuces pour fidéliser vos employés :

- Élaborez une **structure de reconnaissance** du service des employés
 - Soulignez chaque date d'anniversaire d'embauche importante (1 an, 5 ans, 10 ans, etc.), en offrant une carte, un cadeau, un repas pour souligner l'événement. La valeur de la reconnaissance devrait être croissante selon le nombre d'années de service.
- Établissez un **processus d'accueil et de suivi** dès l'entrée en poste
 - Identifiez, parmi les employés en poste, un parrain ou une marraine pour accompagner le nouvel employé lors de sa première journée.
 - Offrir un « ensemble de bienvenue » aux nouveaux employés. Celui-ci peut contenir un mot de bienvenue, le répertoire des employés, des objets promotionnels (ex.: casquettes, stylo, T-shirt) à l'effigie de l'entreprise, une fiche contenant tous les codes d'accès requis, etc. Personnalisez cet ensemble au maximum.
 - Faites visiter les lieux et présentez les autres membres de l'équipe et de la direction.
 - À la fin de la première journée et du premier mois, demandez une rétroaction de l'employé.

- **Démontrez quotidiennement de l'intérêt** envers les employés. Rappelez-vous que les petits gestes sincères font une grande différence!
 - Salutation chaleureuse
 - Discussions informelles
 - Prendre de leurs nouvelles (famille, passe-temps, etc.).
- **Sondez régulièrement la satisfaction** des employés
 - Utilisez des applications de sondage gratuites comme [Google Forms](#) ou [Survey Monkey](#).
 - Assurez-vous que les sondages soient confidentiels pour obtenir un maximum de réponses sincères.
 - Offrez un espace aux employés pour s'exprimer librement.
 - Analysez les résultats, puis **agissez** en conséquence.
 - Répétez l'exercice chaque année ou aux deux ans selon le taux de roulement.
- Offrez aux employés **un accès facile aux produits de l'entreprise**
 - Faites des tirages hebdomadaires.
 - Offrez des rabais corporatifs (un employé qui consomme un produit dont il est fier fait un excellent ambassadeur pour la marque employeur).
 - Offrez des produits gratuitement sur le lieu de travail. Il peut s'agir de produits endommagés, en voie d'être périmés, invendus, etc.
 - Établissez des partenariats avec d'autres PME du secteur afin d'offrir plus de rabais corporatifs aux employés des deux entreprises.



En partenariat avec

