

Onboarding, évaluation de la performance, prestations de santé... Des services RH clés pour attirer et fidéliser les talents

Dans un contexte où les entreprises peinent à retenir et à attirer de nouveaux talents, une étude d'ADP, le leader et le pionnier des solutions de Ressources Humaines, met en exergue les facteurs qui influent sur la marque employeur dans son ensemble, avec un focus sur l'attractivité et la rétention, à travers le prisme de l'expérience collaborateur.

L'enquête a été menée dans 25 pays auprès de plus de 32 000 répondants répartis sur quatre échantillons.

- **Un point de contact unique** : les salariés, qui ont un point de contact unique avec leur service RH, sont deux fois plus susceptibles d'apprécier leur entreprise.
- **La fréquence des interactions joue un rôle important** : les salariés sont 7,4 fois plus susceptibles de dire que leur service RH ajoute de la valeur à leur entreprise lorsqu'ils ont sept interactions avec celui-ci, plutôt que lorsqu'ils n'en ont aucune.
- **Des services RH performants** : les salariés qui utilisent cinq services différents proposés par leurs RH sont 11 fois plus susceptibles de dire que les RH ajoutent de la valeur à leur entreprise.

Nanterre, le 8 février 2022 – Dans le cadre d'une étude inédite, ADP a développé un indicateur de mesure, HRXPS ([HR XPerience Score](#)) ou score d'expérience RH, destiné à évaluer la qualité des services RH et l'influence de la fonction Ressources Humaines. Pour créer cet indicateur, ADP a identifié les facteurs clés qui, à travers le prisme de l'expérience collaborateur, permettent de déterminer l'attractivité d'une marque employeur. A partir des interactions clés qui ont lieu tout au long du parcours du salarié au sein de l'organisation, cette étude menée dans 25 pays, dont la France, auprès de plus de 32 000 personnes, démontre le rôle primordial des RH sur la marque employeur des entreprises. Elle apporte, en outre, de nouvelles perspectives aux responsables RH et administration du personnel, à l'heure où les entreprises recentrent leurs efforts sur l'engagement, le recrutement et la fidélisation des talents.

Pour mieux comprendre ce qui influence la marque employeur d'une entreprise, autrement dit *la probabilité qu'un salarié recommande à un membre de sa famille ou à un ami de venir y travailler*, l'étude identifie les facteurs qui améliorent l'image d'une organisation et qui permettent de générer un HRXPS élevé. Elle définit également les facteurs précis qui incitent les salariés à vouloir quitter leur entreprise et ce qui les influence à *réellement* partir.

« *Les entreprises ont toujours essayé de mieux comprendre ce qui contribuait à améliorer l'image de leur marque employeur ; aujourd'hui, grâce à l'indicateur HRXPS que nous avons spécialement conçu, nous pouvons mesurer efficacement la fonction RH* », affirme **Marcus Buckingham, directeur de recherche people & performance, chez ADP**. « *Notre étude montre que la fonction RH est cruciale pour la marque employeur, à tel point que pour chaque interaction avec les salariés, des services spécifiques utilisés et un sentiment personnalisé avec un point de contact unique produisent un score HRXPS plus élevé. En fait, ce point de contact unique de première ordre va à l'encontre de la perspective selon laquelle la fonction RH serait vouée à disparaître* », précise Marcus Buckingham.

« *Les services d'administration du personnel restent hyper-focalisés sur leurs besoins en recrutement alors que les offres d'emploi explosent et que la concurrence pour décrocher les meilleurs talents reste élevée* », déclare **Sreeni Kutam, Directeur des Ressources Humaines chez ADP**. « *Les RH sont au cœur de la gestion des talents et leur importance est désormais mesurable. À mesure que les entreprises intensifient leurs recrutements, les RH ont l'opportunité de recentrer leurs efforts sur le processus d'intégration, car il s'agit là d'un point de contact essentiel, comme le souligne l'étude. Les talents sont vitaux pour une*



Always Designing
for People®

entreprise, et cette étude montre en quoi les RH peuvent avoir un impact direct sur la marque employeur d'une organisation ».

Les actions et comportements qui permettent d'obtenir un score HRXPS élevé :

Le service RH : un atout clé de fidélisation des talents

Dans le cadre de cette étude, ADP a créé un indicateur destiné à mesurer et classer la fonction RH d'une entreprise selon trois catégories : ajout de valeur, performance et perte de valeur.

Un avis positif sur les RH :

- Lorsqu'un salarié estime que les RH apportent de la valeur à son entreprise, il est 8 fois plus susceptible de promouvoir la marque employeur.

L'intention probable de quitter l'entreprise :

- Les salariés qui apprécient leur service RH ont 3,7 fois moins l'intention de quitter leur entreprise que ceux qui en ont une mauvaise opinion.
- En revanche, les collaborateurs qui considèrent que leur service RH fait perdre de la valeur à leur entreprise sont 3,4 fois plus susceptibles de rechercher activement un nouvel emploi que ceux qui pensent le contraire.

La temporalité des départs volontaires effectifs :

- Les salariés qui quittent leur entreprise de leur plein gré sont 1,6 fois plus enclins à considérer les RH, trois mois avant leur départ, comme une source de perte de valeur.

Les interactions avec les RH : un facteur primordial pour la marque employeur

Cette étude montre que les interactions des RH avec les collaborateurs ont un effet positif sur la marque employeur d'une entreprise et peuvent avoir des conséquences sur la fidélisation des talents.

Un point de contact unique :

- Les salariés qui ont un point de contact unique avec les RH sont deux fois plus susceptibles de dire que celles-ci apportent de la valeur à leur entreprise comparés à ceux qui ont plusieurs points de contacts avec elles. Ils sont, en outre, 5 fois plus susceptibles d'exprimer cette opinion que les collaborateurs n'ayant aucun contact avec les RH.

La fréquence des interactions avec les RH :

- Les salariés ayant eu sept interactions avec leur service RH sont 7,4 fois plus susceptibles d'en avoir une opinion positive par rapport à ceux n'ayant eu aucun contact.
- Plus un collaborateur fait appel aux services proposés par les RH, plus le score HRXPS est élevé ; un salarié qui utilise cinq services est 11 fois plus susceptible d'avoir une opinion positive des RH, comparé à un salarié n'en utilisant aucun.

Principaux services proposés par les RH :

- Un processus d'intégration :
 - Les salariés qui ont bénéficié d'un véritable *onboarding* sont 8,5 fois plus susceptibles d'apprécier leur service RH, comparés à ceux qui n'ont pas eu un tel accueil.
- Une évaluation de la performance :
 - Les salariés dont les performances sont évaluées régulièrement sont 4,4 fois plus susceptibles d'avoir une opinion positive de leur service RH, comparés à ceux qui n'en bénéficient pas.
- Des prestations de santé :
 - Les salariés qui ont accès à des prestations de santé et qui en font usage sont 3,5 fois

plus susceptibles d'affirmer que les RH ajoutent de la valeur à leur entreprise, comparés à ceux qui ne disposent pas de ce type d'avantages.

Enfin, l'étude met en exergue les facteurs et caractéristiques qui **n'impactent pas** la qualité de service des RH :

- Le **type de contrat** et le **temps de travail**, qu'il s'agisse d'un temps plein ou partiel, n'ont pas d'influence notable sur le HRXPS (ajout de valeur, performance, perte de valeur). Les scores HRXPS étant pratiquement identiques entre les travailleurs à temps plein et ceux à temps partiel.
- Le **genre ou l'âge** n'ont pas d'impact significatif sur la probabilité que le service RH soit considéré comme ajoutant ou faisant perdre de la valeur, pas plus que le **niveau d'études**. Les diplômés de l'enseignement secondaire sont tout aussi susceptibles de considérer les RH comme ajoutant de la valeur à leur entreprise que les diplômés de l'enseignement supérieur.
- Bien que **l'ancienneté** d'un collaborateur au sein d'une organisation se révèle être un facteur déterminant pour de nombreux résultats tels que le niveau d'engagement, elle n'augmente la probabilité d'aucune des trois catégories.
- La **taille de l'entreprise** n'a pas non plus d'effet sur le score HRXPS.

Pour des informations plus détaillées et pour télécharger le dossier sur le [Score HRXPS d'ADP Research Institute](#), veuillez consulter le site [ADPRI.org](#).

A propos d'ADP

Concevoir de meilleurs modes de travail grâce à des solutions à la pointe de la technologie, des services haut de gamme et des expériences uniques qui permettent aux collaborateurs d'atteindre pleinement leur potentiel. Ressources Humaines, gestion des talents, des temps et de la paie, basées sur les données et conçues pour vos collaborateurs.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [fr.ADP.com](#)

Copyright © 2022 ADP, Inc. Tous droits réservés.

Service de presse ADP

Rumeur Publique

Marie Goislard - Tél : 06 21 23 37 75

Clara Troestler - Tél : 06 76 49 99 11

Coline Bonnet - Tél : 01 55 74 52 00

E-mail : adp@rumeurpublique.fr

###