

AdesIdéesRH

Etre à l'écoute pour faire avancer les RH



Créée en 2006, l'agence AdesIdéesRH (prononcer A des Idées – Ndlr) s'est fait une place parmi les acteurs qui contribuent à propulser le secteur des RH dans une nouvelle dimension. Composée de sept collaborateurs expérimentés (et autant de consultants indépendants), l'entreprise prône une approche novatrice fondée sur une meilleure communication et une recherche d'optimisation de l'organisation. Entretien avec Christophe Leparq, Directeur qui n'en manque pas... d'idées.

► Christophe Leparq : « Une de nos forces ? Nous savons écouter et faire preuve de courage et de sincérité lorsqu'il s'agit de faire remonter les informations à la DG ou à la DRH ».

6

En quoi consistent les activités d'un spécialiste du marketing RH comme votre entreprise ?

Nous réalisons des études et enquêtes d'opinion sur le terrain. Il s'agit d'effectuer une sorte d'audit de la population et de formaliser l'offre de services RH, en se posant les bonnes questions : l'offre est-elle globale ou segmentée ? Est-elle différenciée selon les statuts ou les zones géographiques ? Tient-elle compte des aspects identitaires ? Bref, un regard croisé et extérieur qui apporte une réponse précise, parce qu'il scrute tous les détails.

Comment garantisiez-vous la fiabilité de vos diagnostics ?

La clef ? C'est l'indépendance dont nous jouissons. C'est elle qui nous permet d'être crédibles auprès des salariés. C'est elle qui confère une vraie légitimité aux constats que nous dressons. Bien entendu, la notion de confidentialité de nos entretiens est également fondamentale. On s'aperçoit que les salariés apprécient qu'on leur demande leur avis. S'ils sont en confiance, ils se lâchent et nous apportent de la matière. Cela peut ouvrir les yeux des dirigeants sur de nombreux sujets et réduire les écarts entre ce qui se passe au siège social et sur le terrain. Une chose est sûre, cela fait avancer les choses !

Les entreprises vous semblent-elles suffisamment conscientes de l'importance de progresser sur ces questions de marketing RH ?

En France, les DRH n'ont pas encore acquis une culture marketing très forte. Néanmoins, ils sont de plus en plus nombreux à franchir le pas. Nous en faisons l'expérience à notre niveau puisque nous comptons aujourd'hui une trentaine de clients par an, parmi lesquels de belles références : Bouygues Telecom, Galeries Lafayette, Lyonnaise des Eaux, Heineken ou encore l'Olympique de Marseille.

C'est donc que la recette s'avère payante auprès des entreprises. Mais que gagnent-elles concrètement dans cette démarche ?

En aidant nos clients à devenir plus communicants sur leur offre RH, nous leur permettons de comprendre ce qui motive les salariés et d'anticiper ce qui peut attirer les talents potentiels. Quand le marché se durcit, ceux qui l'ont compris font vraiment la différence.

Sur le marché des conseillers en RH, en quoi votre positionnement fait-il de vous un pionnier ?

Nous nous adaptons à chaque client en ne déroulant pas une méthodologie unique. Nous savons écouter et faire preuve de courage et de sincérité lorsqu'il s'agit de faire remonter les informations à la DG ou à la DRH.

Ensuite, nous utilisons des techniques de communication en individualisant au maximum les messages destinés auprès de chaque collaborateur. Un de nos outils technologiquement très avancé en la matière est le Bilan Individuel de Rémunération globale qui valorise pour chaque collaborateur d'une organisation l'ensemble des avantages dont il bénéficie (et ce de manière individualisé : c'est très puissant !).

Vos méthodes s'appuient sur les travaux du club DéciDRH, que vous animez. C'est en quelque sorte votre département R&D...

Exact. Le club est né d'une demande des DRH de tous horizons, qui souhaitaient rencontrer leurs homologues dans différents secteurs. Nous avons donc construit un comité de pilotage avec des DRH d'organisations publiques comme privées, en créant des événements à la fois ludiques et instructifs. Derniers rendez-vous en date : une rencontre sur le thème rugby et valeurs ou encore gestion des cépages et gestion des talents, architecture et RH... Nous organisons à Reims les 1^{er} et 2 juillet notre Université d'été des RH avec comme fil conducteur : le management durable ou comment le social peut-il aider à la performance durable des organisations... (beau sujet n'est ce pas ?).

|| Propos recueillis par Emmanuel Bonzé