

EXPÉRIENCE RECHERCHEUR COLLABORATEUR



Conseil & recherche, la première agence de recherche au service de vos transformations.

Sur les domaines de l'organisation, du management, des ressources humaines et des mutations du travail, nous vous accompagnons et mettons en communication des savoirs scientifiques avec vos besoins opérationnels, par le biais d'équipes mixtes consultants / chercheurs.

[Ordre du jour]

1

Tour de table (20 minutes)

2

Présentation de la feuille de route (5 minutes)

3

Première approche du sujet (45 minutes)

Présentation de Pierre-Yves GOMEZ sur l'émergence de l'expérience collaborateur comme question de recherche

4

Débrief & échanges sur vos attentes (30 minutes)

5

Travail en petits groupes sur les workshops (20 minutes)

Questions à traiter, suggestion d'intervenants et d'un lieu d'accueil

6

Échanges autour de vos suggestions de terrain (20 minutes)

7

Rappel des prochaines étapes (5 minutes)

8

Conclusion (5 minutes)

ALBER

James
2015

1

Tour de table

Shiva

[L'équipe projet]



Pierre Naves
Leader projet



Stanislas Banaszuk
Leader Recherche



Pol Febas
Leader Conception & Design



Laetitia Gabay-Mariani
Leader Terrains Innovants

[L'équipe projet]



Pierre Naves
Leader projet



Stanislas Banaszuk
Leader Recherche



Pol Febas
Leader Conception & Design



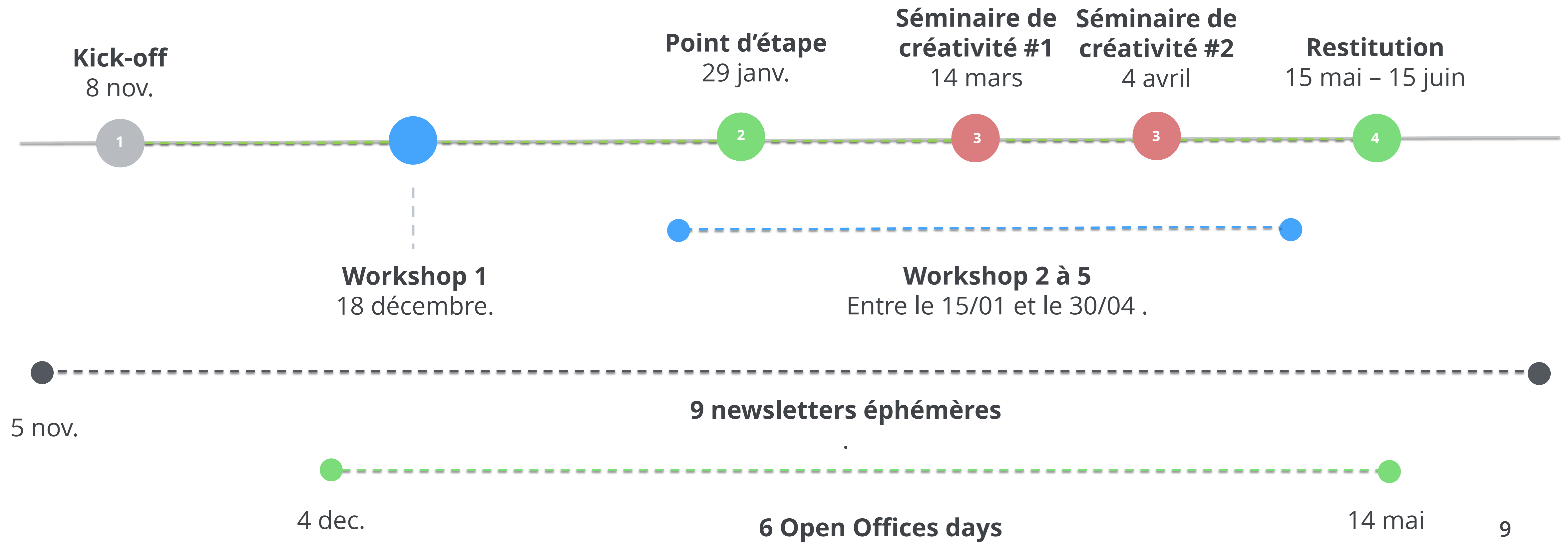
Laetitia Gabay-Mariani
Leader Terrains Innovants



2

Feuille de route

[Calendrier]



3

L'expérience collaborateur Une mise en perspective

Pierre-Yves Gomez

Professeur emlyon **business school**

early
makers

em
lyon
business
school

[Jalons]

1

De quoi parle-t-on ?

2

**Origines scientifiques
et pratiques du concept**

3

Contextualisation 1

Comment ce concept s'inscrit
dans l'histoire des organisations

4

Contextualisation 2

Que nous dit ce concept aujourd'hui ?

5

Cinq points de vigilance

[De quoi parle-t-on ?]

1

Un concept « ouvert »

« L'ensemble des moments clés, vécus par le collaborateur au sein de l'organisation, depuis son recrutement jusqu'à son départ de l'entreprise. C'est un tout qui doit être cohérent » Corinne Samama
L'expérience collaborateur: Faites de vos employés les premiers fans de votre entreprise ! 2017

- ▶ **Offrir une expérience positive du collaborateur dans l'entreprise**

2

Deux inspirations

- ▶ **1. Inspiration marketing**

Faire de son collaborateur un ambassadeur dans une logique de « marque entreprise »

- ▶ **2. Inspiration organisationnelle**

Participer au mouvement de réinvention du management des organisations (entreprises libérées, bleu sarcelle...)

[Origines scientifiques et pratiques du concept]

1

Objet « scientifique » dans la continuité du marketing des services

« L'ensemble des moments clés, vécus par le collaborateur au sein de l'organisation, depuis son recrutement jusqu'à son départ de l'entreprise. C'est un tout qui doit être cohérent » Corinne Samama *L'expérience collaborateur: Faites de vos employés les premiers fans de votre entreprise !* 2017

Le salarié comme « client interne ». Voir Heskett, James L., W. Earl Sasser Jr., and Leonard A. Schlesinger. *The Value Profit Chain: Treat Employees Like Customers and Customers Like Employees*, 2003. *Question(s) de management* 2016/4 (n° 15). Xavier Quérat-Hément *L'esprit de service : manager la transformation ou disparaître*

2

Objet « problématique » : la réinvention du management

Une vision de l'organisation post-crise pour répondre au désengagement des salariés. Cf. Vineet Nayar (*People First, Customers Second*, 2010). Cf Laloux *Re-inventing organisation*

[Contextualisation 1]

Comment ce concept s'inscrit dans l'histoire des organisations

1

Une histoire longue du « collaborateur »

Du personnel au gestionnaire de capital humain

2

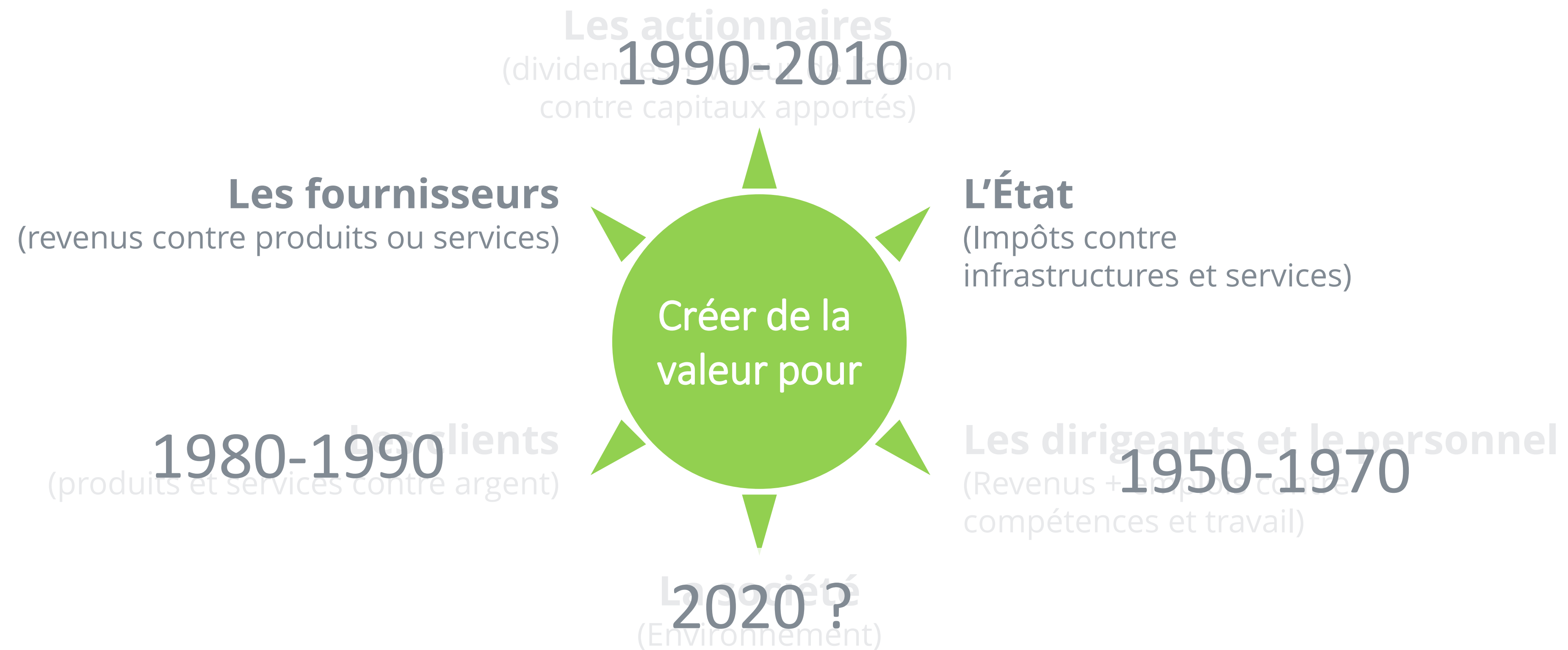
Une histoire longue de l'organisation

De l'entreprise fermée à l'entreprise floue

3

Une histoire longue des parties prenantes dominantes

[Histoire des parties- prenantes dominantes]



[Contextualisation 2]

Que nous dit ce concept aujourd'hui ?

1

Centrage sur « l'expérience »

Expérience de vie

Expérience de vie au travail

Expérience de vie par le travail

2

Une histoire longue de l'organisation

Le client est coproducteur

Le producteur est client

Le rapport poreux privé/public

[Cinq points de vigilance]

1

Discours creux : attention au déceptif

2

Degré d'investissement

3

Quels collaborateurs sont concernés ?

4

Peut-on comparer les expériences client et collaborateur dans une même logique de marché?

5

Accroissement du subjectif

A black and white photograph of a hand holding a pen over a sheet of dot grid paper. The pen is positioned as if about to write. A bright green square is overlaid on the top left of the image, containing the number 4. The text 'Débrief & Échanges sur vos attentes' is overlaid in white on the right side of the image.

4

Débrief
&
Échanges sur vos attentes

[Consignes]

Par petits groupes, travaillez sur la construction et l'animation des workshops thématiques.

Pour chaque workshop, proposez :

- **3 ou 4 questions que vous souhaitez aborder pendant ce workshop**

Aidez-nous à préciser les questions qui vous intéressent pour chaque workshop !

- **3 à 5 intervenants que vous souhaitez entendre sur le sujet**

Chercheurs, experts, juristes, dirigeants, DRH, etc. tous les profils sont acceptés !

- **Un lieu pour accueillir l'atelier**

Vous avez un lieu dans lequel vous pouvez accueillir les autres entreprises ? C'est le moment de le faire savoir !



Workshop #1
Échanges entre chercheurs
autour de l'expérience
collaborateur

Pierre-Yves GOMEZ
Anne-Sophie ATTIA
Anne-Sophie DUPERRAY



Workshop #2
S'inspirer de l'expérience
client pour améliorer
l'expérience collaborateur

Bertrand DALLE
Sophie CHANTEGAY
Delphine FOUGERES
Laurent THIERY



Workshop #3
Comment réinjecter de
l'humain grâce aux nouvelles
technologies ?

Jacques LECOMTE
Vânia RIBEIRO
Gwenael HACQUE
Ludovic FAVARETTE



Workshop #4
Retours d'expérience :
l'expérience collaborateur
en Belgique

Valérie DAVIGO-BOURDICHON
Tonia GAGGINI
Henri GILLARD



Workshop #5
Le rôle des dirigeants dans
l'expérience collaborateur

Gilles-Noël POIRIEUX
Jean-Marc VERMOREL
Jean AGULHON
Aurélien SONET



Workshop #6
Mesurer l'expérience
collaborateur

Frédéric BALLETTI
Frédéric DANEL
Séverine BOURMEAU
Zina SECERAGIC

[Consignes]

Par petits groupes, travaillez sur la construction et l'animation des workshops thématiques.

Pour chaque workshop, proposez :

- **3 ou 4 questions que vous souhaitez aborder pendant ce workshop**
Aidez-nous à préciser les questions qui vous intéressent pour chaque workshop !
- **3 à 5 intervenants que vous souhaitez entendre sur le sujet**
Chercheurs, experts, juristes, dirigeants, DRH, etc. tous les profils sont acceptés !
- **Un lieu pour accueillir l'atelier**
Vous avez un lieu dans lequel vous pouvez accueillir les autres entreprises ? C'est le moment de le faire savoir !

6

Échanges autour des terrains envisagés







[Faites-nous vos propositions !]

À l'aide du Trello que vous avez utilisé, indiquez-nous quels terrains vous souhaiteriez que nous allions étudier !



7

Rappel des
prochaines étapes

[Prochains rendez-vous]





8

Conclusion

MERCI À TOUS !
(et à bientôt...)

(conseil & recherche)

📍 9 PASSAGE DAGORNO 75020 PARIS

🌐 <https://conseil-et-recherche.com>

✉ Pierre.naves@conseil-et-recherche.com

