

# Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet



## Objectifs du kit

- ❖ Intégrer Internet dans sa stratégie RH.
- ❖ Intégrer Internet dans sa politique qualité.



## Utilisation du kit

- ❖ Connaissance personnelle.
- ❖ Disposer d'une démarche de valorisation RH orientée Internet.
- ❖ Disposer d'une démarche qualité orientée Internet.



## Outils

- ❖ Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet : manuel de l'utilisateur/formateur
- ❖ Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet : l'évolution récente du client internaute
- ❖ Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet : investissements requis et retombées possibles pour chaque type d'outil Internet
- ❖ Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet : quel réseau social choisir, pour quelle action ?
- ❖ Valoriser sa politique qualité et sa stratégie RH à l'ère d'Internet : complémentarités des différents réseaux sociaux

Le client internaute a évolué (voir à ce sujet le portrait du client internaute moderne proposé parmi les outils du kit). Il s'est habitué à donner son avis sur tout, de l'appareil photo qu'il vient d'acheter au dernier film vu en passant par la dernière publicité de telle ou telle grande marque. Face à ces nouveaux comportements, qui sont amenés à se développer, les entreprises doivent tenir compte de l'effacement (dû à Internet) de certaines barrières qui, jusqu'à présent, protégeaient l'entreprise. En effet, les critiques visant les fonctions chargées de la relation client – tandem « SAV/Réclamations » notamment – sont de plus en plus nombreuses et potentiellement néfastes pour l'image de l'entreprise. D'où la nécessité pour chaque entreprise de prendre en considération l'internaute dans le management de ses services, en particulier dans la gestion de ses ressources humaines (GRH) et son pendant, la gestion de la qualité.

Le présent kit a ainsi pour objectif de vous aider à intégrer la gestion de la qualité et des ressources humaines dans votre stratégie de communication sur Internet.

## **1. Stratégie RH : l'entreprise où l'on aimerait travailler**

### **a. Considérations générales**

Une GRH équilibrée contribue à la motivation des salariés, et par voie de conséquence à la bonne qualité de la production de l'entreprise. Vous le savez, et vos clients, comme les internautes visitant votre site, doivent le savoir aussi. Il importe donc de communiquer sur ce sujet. Cela ne peut que concourir à la construction de la bonne réputation de votre entreprise.

A contrario, si vous ne tenez pas compte de la fenêtre qu'Internet peut ouvrir sur votre entreprise, l'image de marque de celle-ci risque d'être durablement écornée.

Si, hier, l'avis défavorable d'un client insatisfait ou d'un stagiaire remercié se propageait par le biais d'un « bouche à oreille » exclusivement local, aujourd'hui, il peut circuler à l'échelle nationale, voire au-delà. Le salarié, comme le stagiaire, a investi Internet et peut s'adresser au monde entier. Quant au jeune cadre qui découvre une offre d'emploi pouvant lui correspondre, il ne manquera pas d'aller fureter sur Internet pour en savoir plus sur l'entreprise qui l'intéresse. Les entreprises ont donc tout à gagner à développer des stratégies RH qui tiennent compte, *in fine*, du client et à les faire connaître, qu'il s'agisse de limiter le turn-over, de favoriser la formation des salariés, ou d'attirer de nouveaux talents.

## **b. Travailler la « marque RH » de l'entreprise**

La stratégie RH d'une entreprise ne doit plus simplement être axée sur les conventions collectives et les formations. Elle doit également produire des informations qui donnent de l'entreprise, au travers du prisme RH, une vision positive. Cette vision, bien évidemment, devra correspondre à une réalité, sinon elle n'aura aucun effet.

### **Première étape, le site Internet de l'entreprise**

S'il doit bien sûr être agréable pour le visiteur lambda, le site Internet de l'entreprise doit aussi se caractériser par une réelle interactivité, sous peine de sembler vieillot et inintéressant, qualificatifs qui ne tarderont pas à s'appliquer à l'entreprise elle-même, celle-ci étant perçue au travers de son site. Il est donc important qu'il comporte un volet RH tourné vers l'extérieur et permettant :

- de mettre en avant les politiques à destination des salariés (formation, implication, promotion, etc.) et les salariés eux-mêmes ;
- de répondre aux candidats potentiels souhaitant mieux connaître la politique et les valeurs de l'entreprise ;
- d'accéder à des informations liées à la stratégie RH de l'entreprise (flux RSS, etc.).

## Deuxième étape, un relais progressif grâce à d'autres outils

La visibilité de l'entreprise sur Internet peut être assurée par des outils complémentaires, à savoir :

- un blog, qui sera entièrement ou partiellement consacré à la stratégie RH, laquelle sera ici décentrée pour mieux mettre en avant certains salariés dans le cadre d'actions internes ou externes à l'entreprise ;
- une page Facebook, qui s'éloignera elle aussi du discours général de l'entreprise pour valoriser stratégie RH et salariés.

Youtube pourra également être utile à la valorisation de la stratégie RH de l'entreprise. Idem pour Flickr qui permet de partager des photos. Enfin, des réseaux comme LinkedIn et Viadeo peuvent aussi, au travers d'un compte géré par le service RH, contribuer à la stratégie de valorisation de la GRH de l'entreprise via Internet. D'autres possibilités existent, par exemple les forums, mais, au bout du compte, l'essentiel est de prioriser et planifier la mise en œuvre puis la gestion de ces outils.

Pour plus de détails à ce sujet, se reporter aux trois autres outils qui complètent le kit :

- « Investissements requis et retombées possibles pour chaque type d'outil Internet » ;
- « Quel réseau social choisir, pour quelle action ? » ;
- « Complémentarités des différents réseaux sociaux ».

En résumé, si votre entreprise a su développer au fil des ans une stratégie RH dynamique et bienveillante et ainsi créer une bonne ambiance de travail alliant implication et perspectives, il est important de la mettre en avant sur Internet pour valoriser ceux qui en sont les acteurs et donner envie à d'autres de venir travailler avec vous.