

Recherche en Sciences de Gestion

Nous :

BODINIER Lisa : lisa.bodinier@etudiant.univ-rennes1.fr

GRANDPIERRE Claire : claire.grandpierre@etudiant.univ-rennes1.fr

MALRY Evan : evan.malry@etudiant.univ-rennes1.fr

MAUGAN Enora : enora.maugan@etudiant.univ-rennes1.fr

PIEL Nathalie : nathalie.piel@etudiant.univ-rennes1.fr

L'article :

Titre : La fidélisation des Ressources Humaines en période de crise économique

Auteurs : GIRAUD Laurent, ROGER Alain, et THOMINES Sandrine.

Année : 2012

Revue : Revue de gestion des ressources humaines

Pages : 44-60

Classement de la revue : Catégorie 2



FIDELISATION DES RESSOURCES HUMAINES

Les entreprises ont recours à la fidélisation dans le but de garder des compétences essentielles à leur compétitivité. Ce sont surtout les personnes clés et à haut potentiel ainsi que la génération Y (les jeunes) qui sont courtisées. Pour les premières, il ne s'agit pas seulement de garder les cadres, les leaders, mais aussi de garder des personnes ayant des postes à responsabilité et dont les compétences sont clés, au risque d'exacerber un sentiment d'injustice dangereux. Quant à la génération Y, elle est perçue comme innovante et prometteuse pour maintenir la compétitivité des entreprises. Néanmoins, elle reste une génération plus individualiste et très mobile, d'où l'intérêt de la fidélisation.

POURQUOI ?

La fidélisation des collaborateurs est une chose importante en tant de crises. Elle se justifie au titre de 7 motifs :

- Préparation de la reprise économique : les entreprises veulent ainsi disposer du meilleur des salariés afin de rencontrer la relance de la performance et la reprise économique.
- Conservations de compétences aux dépens de la concurrence : la fidélisation permet d'assurer la fidélité des hauts potentiels permettant un avantage concurrentiel indéniable.
- Fidélisation et satisfaction client : en fidélisant ses salariés, une entreprise fidélise ses clients.
- L'optimisation des coûts de RH : des employés fidèles permettent de limiter les coûts de recrutements et de formation de nouveaux arrivants.

POURQUOI ?

- Une meilleure performance de l'entreprise et un maintien de l'avantage compétitif : les salariés sont la "richesse" de l'entreprise, une fidélisation des talents et des personnes clés sont alors un avantage compétitif pour une entreprise.
- La remobilisation des salariés : les entreprises subissant le plus la crise se doivent de remobiliser psychologiquement les salariés en leur montrant qu'un meilleur avenir est possible.
- La réduction de dysfonctionnements sociaux : ils sont liés à une baisse de l'implication des salariés et nuisent à la performance de l'entreprise.

Il existe divers motifs de fidélisation des salariés notons qu'ils doivent être nuancés car ils ne concernent pas l'ensemble des salariés. (Cf. POUR QUI ?)

COMMENT ? Pour fidéliser ses salariés il faut voir sur le long terme. L'entreprise doit indirectement augmenter leur satisfaction au travail et leur implication. Pour ce faire, l'organisation peut miser sur la formation, les avantages en nature, la reconnaissance du travail de ses salariés (par exemple en donnant des feedback réguliers aux salariés) et pourquoi pas individuellement adapter les horaires et les groupes de travail si l'activité le permet. Le manager a donc un rôle important dans ce processus de fidélisation.



LES LIMITES ?

En période de crise, l'entreprise doit faire face à un sureffectif. Ainsi, elle va placer ses salariés au chômage partiel, voire les licencier. Les alternatives d'emplois sont également limitées. En crise économique, l'objectif d'une entreprise est la réduction des coûts particulièrement en RH. Ainsi, il ne sera pas possible d'obtenir des financements pour fidéliser les salariés. La fidélisation ne semble donc pas judicieuse en période de crise. Elle doit tenir compte des contraintes issues de l'évolution de l'environnement.

