

Communiqué de presse

Première étude sur le onboarding en France : Une préoccupation désormais majeure pour les entreprises

Neuilly-Sur-Seine, le 29 janvier 2013 – [SilkRoad](#), éditeur majeur sur le marché mondial des solutions de gestion de talents, publie aujourd'hui les résultats de la première étude sur l'accueil et l'intégration des salariés dans les entreprises, le "onboarding", réalisée à l'initiative de l'Observatoire SIRH, premier réseau professionnel dédié aux acteurs du monde SIRH. L'Observatoire SIRH a sollicité SilkRoad, acteur clé du onboarding qui s'est imposé en moins de 2 ans sur le marché français, en qualité de partenaire pour la réalisation de cette première étude. Cette première analyse est partie du constat suivant : **le onboarding, couramment pratiqué par les entreprises françaises, se révèle être une préoccupation majeure et de longue date pour de nombreux DRH.**

L'étude a mesuré et évalué la connaissance et les pratiques de 120 entreprises françaises de plus de 500 personnes - dont 50 % ont plus de 5 000 salariés – sur le onboarding.

Les principaux résultats à retenir de cette étude

Les entreprises françaises sont sous-équipées en matière d'intégration des nouveaux embauchés

53 % des participants n'ont pas d'outils informatiques en France.

« Sachant que la réussite d'un recrutement se joue 50 % en amont (lors des phases de détection des besoins, de sourcing, de présélection et d'évaluation des candidatures) et 50 % en aval (lors de la période d'intégration), il est grand temps que les entreprises mettent en place des outils informatiques de onboarding », explique Didier Bichon, Vice-Président Europe de SilkRoad.

Cette prise de conscience peut se faire par un travail d'évangélisation important sur l'apport des solutions existantes.

Des programmes d'accueil et d'intégration existent mais sont perfectibles

Si 80 % des participants ont déjà mis en place un programme d'accueil et d'intégration pour les nouveaux collaborateurs au sein de leur entreprise, 79 % des sondés les qualifient comme perfectibles, voire médiocres.

La majorité des entreprises leur remettent un livret d'accueil (68 %). Une grande partie d'entre elles (64 %) ont élaboré un programme d'intégration formalisé avec visite des locaux, présentation des procédures interne, programme de formation adaptée au poste. Enfin, moins de la moitié des entreprises interrogées (47 %) ont mis en place des outils informatiques tels qu'un intranet ou portail, un annuaire LDAP - active directory, ou des échanges d'emails.

Une intégration réussie : quatre objectifs recherchés

Des collaborateurs productifs plus rapidement

Pour la majorité des personnes interrogées (76 %), l'objectif premier d'une intégration réussie est de rendre le nouveau collaborateur **opérationnel plus rapidement**. Cette tendance appuie les résultats de *l'Enquête SilkRoad Onboarding 2011 aux Etats-Unis* qui dévoilait que la seconde attente pour une entreprise en termes de onboarding était de réussir l'intégration de ses nouveaux talents pour **accélérer leur montée en productivité et leur contribution à l'entreprise**.

Un degré accru d'implication des collaborateurs

Si pour 89 % des sondés, la marque employeur est liée au recrutement et à l'intégration des nouveaux employés, un des objectifs importants du onboarding pour plus de la moitié des sondés est donc de **susciter l'adhésion à la stratégie et la culture de l'entreprise** (64 %) et de **favoriser le sentiment d'appartenance** (75 %).

Une fidélisation des nouveaux entrants

Sachant que 20 % des collaborateurs qui rejoignent une entreprise envisagent dès le premier jour de la quitter en raison d'un accueil défectueux sur les plans humain, administratif ou matériel, les objectifs du onboarding à suivre pour les 3/4 des répondants sont de **sécuriser l'intégration** (72 %), et donc par conséquent, **réduire le turnover** (24 %). En effet, sur les 6 premiers mois suivant l'arrivée de nouveaux collaborateurs, 67 % des interrogés **estiment le turnover entre 1 % et 10 %**.

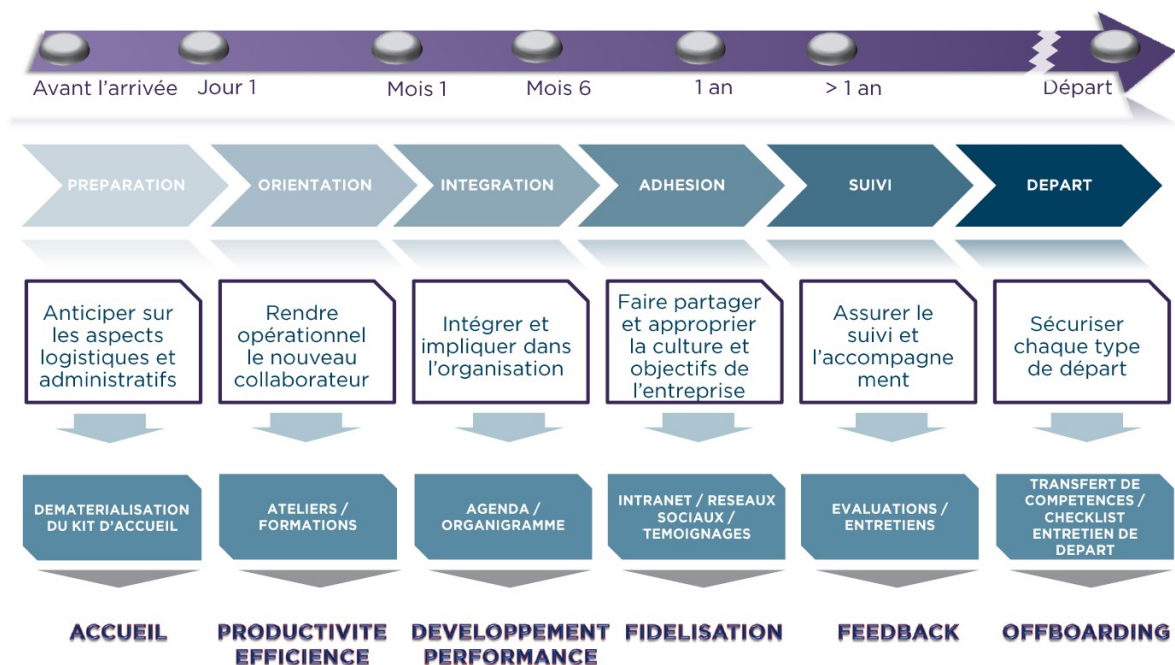
Des coûts optimisés

Moins de la moitié des participants (38 %) sont en mesure de définir le **coût brut de remplacement** pour un départ au cours de la 1ère année d'un nouvel employé, ils l'estiment **entre 5 000€ et 10 000€**.

« Si l'on inclut les coûts cachés, comme le temps passé des managers à former le nouvel entrant ou le manque à gagner induit par la vacance du poste, le coût de remplacement total d'un collaborateur atteint plutôt 27 000€ », ajoute Didier Bichon, Vice-Président Europe de SilkRoad.

La réduction des coûts implique l'automatisation des tâches administratives. Pour 44 % des entreprises interrogées, cet objectif du onboarding est important car il leur évitera la perte de temps liée à l'impression de documents, ou encore la ressaisie des informations, souvent génératrice d'erreurs... D'ailleurs, ces entreprises souhaitent dématérialiser plusieurs types de formulaires administratifs tels que la mutuelle (95 %), la prévoyance (92 %), ou encore la retraite (72 %).

Cycle de vie du Onboarding



En conclusion

Aujourd'hui, des outils existent pour optimiser l'accueil et l'intégration des nouveaux entrants et assurer la fidélisation des salariés. Ils répondent parfaitement aux attentes des collaborateurs et aux nouveaux usages et tendances en matière de numérique.

« Une démarche d'accompagnement est souvent nécessaire pour aider l'entreprise à faire émerger un programme complet de onboarding, allant de la reconfiguration des processus et de l'organisation jusqu'à la mise en œuvre de l'outil en passant par la justification de l'investissement (Business Case) », souligne Richard Lac, Directeur de l'Observatoire SIRH.

Les recommandations de SilkRoad

Au vu de cette étude, SilkRoad recommande aux entreprises de mettre en œuvre un processus de onboarding efficace avec l'aide des technologies existantes. Elles facilitent le déploiement d'un parcours d'intégration informatisé collaboratif en gérant le cycle de vie des collaborateurs, depuis la signature de la lettre d'engagement jusqu'au départ de l'entreprise en passant par tous les événements intermédiaires (promotions, délocalisations ou fusions/acquisitions, mobilité géographique...).

D'après son livre blanc « *Créez un processus de onboarding efficace* » -disponible sur simple demande-, SilkRoad a identifié 8 axes de travail :

1. Anticiper l'arrivée des nouveaux collaborateurs
2. Rendre le processus amusant, collaboratif, interactif et personnalisé
3. Socialiser les nouveaux entrants
4. Prolonger l'action au-delà du premier jour
5. Mettre en place un système de parrainage par un collègue, un « mentor »
6. Impliquer le management direct du nouveau collaborateur
7. Mesurer l'efficacité de la démarche
8. Automatiser les tâches qui peuvent l'être

Méthodologie :

L'étude de SilkRoad / Observatoire SIRH vise à connaître les pratiques et usages des entreprises en matière de onboarding (intégration des salariés). Cette étude met en avant ce processus en pleine évolution.

Cette étude a été conduite par l'Observatoire SIRH d'octobre 2012 à janvier 2013. Plus de 120 professionnels ont répondu à un questionnaire en ligne. Le profil des répondants, membres de l'ANDRH ou de l'Observatoire SIRH, était principalement constitué de responsables SIRH, responsables RH, DRH, et chefs de projet. 85 % des sociétés participantes ont un effectif de plus de 500 personnes, dont 50 % ont plus de 5 000 salariés.

A propos de l'Observatoire SIRH

L'Observatoire SIRH est le premier réseau professionnel dédié aux acteurs du monde SIRH, il a pour objectif principal d'animer une communauté d'échanges pour permettre aux professionnels SIRH de faire connaître leurs savoir et savoir-faire, d'échanger les expériences et de partager les bonnes pratiques.

A travers des conférences-débats, des études quantitatives et qualitatives, des publications et des journées de rencontres-formations thématiques, l'Observatoire fédère un réseau de plus d'un millier de praticiens de la fonction SIRH.

Les études et enquêtes mises en ligne sur le site de l'Observatoire permettent de sélectionner et d'alimenter les sujets pertinents faisant l'objet de débats et de tables-rondes. Les travaux sont mis à la disposition de ses membres ainsi que des organismes professionnels intervenant dans les domaines des Ressources Humaines et des nouvelles technologies, de la formation, de l'enseignement et de la recherche.

Pour en savoir plus : www.observatoiresirh.com

À propos de SilkRoad

[SilkRoad](http://www.silkroad.com) fournit des solutions de [gestion des talents](#) qui améliorent significativement les ressources humaines de plus de 2 000 clients dans le monde (Alcatel-Lucent, Aircelle, Bureau Veritas, Citrix, Galeries Lafayette, L'Oréal, McAfee, Midas, Randstad, Saint-Gobain, Schlumberger, Securitas, Septodont, Snecma, Sony Pictures...).

Disponible en mode SaaS, la suite logicielle de SilkRoad "[The Life Suite](#)" constitue un ensemble complet et intégré, reconnu pour sa capacité à permettre aux entreprises d'attirer, de développer et d'engager les meilleurs talents par le biais d'une solution innovante Web 2.0 qui combine réseaux sociaux, approche collaborative et gestion des talents. Elle inclut [OpenHire](#) (recrutement), [RedCarpet](#) (onboarding/intégration des nouveaux collaborateurs), [WingSpan](#) (performance), [GreenLight](#) (formation), [Eprise](#) (intranets et contenu RH), [HeartBeat](#) (SIRH), et [Point](#) (réseau social d'entreprise). Grâce à cette solution intégrée de gestion des talents, les sociétés sont en mesure de développer une culture des objectifs et des résultats clairs et transparents (Comp&Ben en lien avec les résultats des évaluations, cascading d'objectifs) et d'accroître le taux de fidélisation de leurs collaborateurs.

Le siège de SilkRoad se trouve à Chicago et dispose de [bureaux](#) aux Etats-Unis (Caroline du nord, Massachusetts, New Jersey, Floride, Californie). Le groupe a également des filiales au Canada, Singapour, Australie, Nouvelle-Zélande, Allemagne, Japon, Chine, Royaume-Uni, Danemark et France.

Pour en savoir plus : www.silkroad.com/fr

Pour suivre l'activité de SilkRoad sur Twitter : <http://twitter.com/SilkRoadFrance>

Pour suivre l'activité de SilkRoad sur Facebook : www.facebook.com/silkroadtechnology

Pour visiter le blog de SilkRoad : <http://blog.silkroad.com>

Pour toute information complémentaire, contacter :

H&B Communication : Emily Bass – Anne Hardy - +33 1 58 18 32 59 - e.bass@hbcommunication.fr

SilkRoad : Else Lacroix - +33 1 71 12 61 80 - else.lacroix@silkroad.com

