

Les employeurs romands sont notés sur internet par leurs collaborateurs

Les principaux sites internet s'appellent Glassdoor ou Kununu. Ils prennent de plus en plus d'importance au fil du temps sur le marché du travail suisse. Leur spécialité? Encourager les collaborateurs à donner leurs avis, positifs ou négatifs, pour évaluer leurs employeurs ou ex-employeurs. Comment les entreprises, toujours davantage soucieuses de leur réputation, doivent-elles s'adapter efficacement à cette nouvelle donne?

GRÉGORY TESNIER

La société Agility, installée à Bâle et spécialiste au niveau mondial des solutions logistiques, a pris les devants. En juin dernier, elle annonçait à la presse qu'un «site de classement des entreprises» devait l'aider à consolider sa réputation d'employeur. Elle spécifiait: «Tous les commentaires sont les bienvenus, qu'il s'agisse d'avis positifs ou de critiques». D'une certaine manière, en adoptant une telle attitude, Agility a préféré agir plutôt que subir. En effet, le marché du travail helvétique est entré dans l'ère des notes en ligne données aux employeurs par les collaborateurs ou ex-collaborateurs et – c'est le calcul effectué par le fournisseur de solutions logistiques – s'il faut désormais admettre la réalité de cette nouvelle dimension des évaluations, autant assumer une certaine forme de transparence et même la revendiquer!

«Aujourd'hui, la préoccupation des collaborateurs n'est plus seulement de gagner de l'argent. Ils veulent pouvoir travailler en étant utile, avec flexibilité et autodétermination. De plus en plus d'entreprises en ont conscience et prennent des mesures pour offrir à leurs collaborateurs un environnement professionnel le plus épanouissant possible», argumente la société bâloise. En suivant cette tendance, le site internet d'Agility figure depuis le mois d'avril sur la plateforme d'évaluation en ligne Swiss QualiQuest.

Swiss QualiQuest? Un site qui permet d'évaluer les entreprises

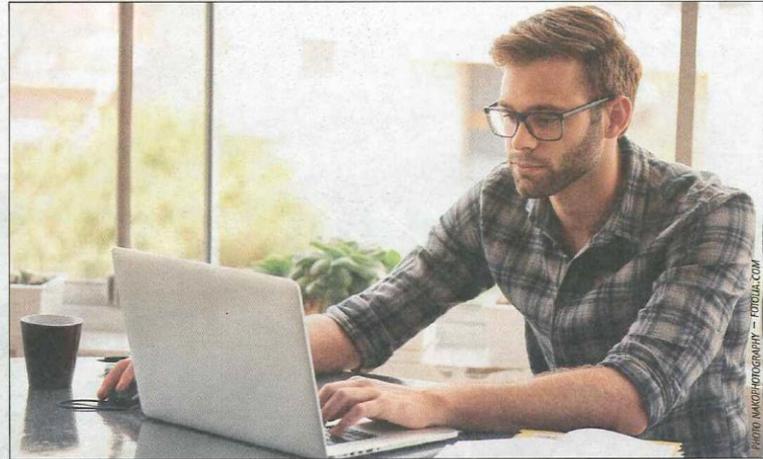
et d'offrir le point de vue des clients, mais aussi, et surtout, des employés. Conséquences pour Agility? «Nos collaborateurs peuvent s'y exprimer en laissant un commentaire de façon anonyme ou en signant de leur propre nom. Les résultats sont majoritairement positifs: 90% pour le taux de recommandation, 73% pour le sentiment de bien-être, 73% pour la qualité des produits et des prestations», s'enthousiasme le communiqué du groupe coté en bourse. Des commentaires plus nuancés sont aussi présents sur internet et Agility les prend en compte: «Pour nous, il est intéressant de savoir comment nos collaborateurs nous perçoivent. Bien sûr, nous sommes plus satisfaits en voyant un avis positif. Mais nous acceptons aussi les avis critiques, car nous possédons désormais un instrument qui nous permet de les traiter aussitôt et d'initier des améliorations. Cela nous sert de baromètre pour mesurer l'ambiance», indique ainsi Patrick Jäger, managing director Area West chez Agility Bâle.

«BON SALAIRE, MAIS MAUVAIS MANAGEMENT EN GÉNÉRAL»

Dans les prochains mois, beaucoup d'entreprises en Suisse romande risquent de devoir imiter les bonnes pratiques voulues par Agility. En effet, les portails d'informations et d'annonces en ligne qui permettent aux salariés d'évaluer l'attitude de leurs supérieurs hiérarchiques, l'ambiance de travail ou la cohésion entre collègues se multiplient et sont de plus en plus pris

en compte par tous les acteurs du marché du travail. Parmi les principales plateformes virtuelles spécialisées dans ce type d'activité, on peut citer Glassdoor, conçue aux Etats-Unis en 2008 et présente en Suisse romande depuis quelques mois, ou Kununu, surtout connue et utilisée en Suisse alémanique. Les réseaux sociaux ou Google abritent aussi d'autres communautés où les avis des uns et des autres concernant les employeurs s'échangent de façon exponentielle. Des exemples de commentaires trouvés sur le web? Au cœur du site Glassdoor, on peut lire de très nombreux témoignages qui se concentrent sur des dizaines de sociétés ou organisations comme Procter & Gamble, le CERN, l'Université de Genève, Deloitte, Credit Suisse ou Japan Tobacco International: «Bon salaire, mais mauvais management en général», «Gestion des RH désastreuse et management incompetent», «Excellent», «Stimulating and professional work environment», «Manque cruel de femmes dans les postes à responsabilité», «Bien pour les jeunes diplômés», etc.

Pour Romain Hofer, responsable du marketing et de la communication de Manpower Suisse, il faut tout de même relativiser les bouleversements qui ont lieu: tous les secteurs d'activité ne sont pas touchés de la même façon et avec la même intensité par le «phénomène» Glassdoor ou Kununu. «Certaines branches industrielles ou certains métiers de services sont déjà très présents sur internet: ce sont d'abord les employeurs de ces



LES EMPLOYÉS OU EX-EMPLOYÉS sont entrés dans l'ère des notes en ligne données aux employeurs.

domaines professionnels qui récoltent beaucoup d'évaluations. En outre, nous parlons de nouveaux comportements qui demeurent marginaux, même s'ils prennent de l'ampleur.»

DE L'ÉMOTION À LA SÉRÉNITÉ

Raphael Asseo, directeur en Suisse de Page Executive, l'unité du groupe Michael Page spécialisée dans le recrutement de cadres dirigeants, pense que cette tendance à l'évaluation des employeurs mérite d'être surveillée attentivement: «En Suisse, bien sûr, le réseau traditionnel conserve son importance pour se faire une idée juste de la réputation d'une entreprise. Toutefois, l'image qu'une société projette sur internet devient incontournable dans le monde du recru-

tement. Chaque organisation, de la PME à la multinationale, doit se soucier de cela». Pour sa part, Isabelle Spérisen, psychologue du travail possédant vingt-cinq ans d'expérience dans les ressources humaines et consultante chez Vicario Consulting, spécialiste du conseil en management et en ressources humaines, place les notes attribuées aux employeurs sur internet dans un cadre très large, englobant des changements d'habitudes et de comportements au sein de la population. «Nous sommes dans une société qui aime de plus en plus évaluer: les hôtels, les hôpitaux, les commerces, etc. Désormais, les employeurs sont touchés par cette tendance, encouragée par le web et qui trouve son origine dans

le fait que les gens prennent de plus en plus conscience de leur capacité à donner leur avis. Le risque? Un avis est souvent donné sous le coup de l'émotion: il faudra encore certainement un peu de temps pour que les témoignages sur les entreprises gagnent en sérénité. Tout cela doit entrer peu à peu dans les mœurs.» Annalisa Job, directrice de la communication de Adecco Suisse, ajoute que «c'est aussi une question de génération» et que les plus jeunes sont les premiers à laisser un commentaire sur Glassdoor ou Kununu. En même temps, ce sont aussi les jeunes générations qui manifestent un intérêt particulier pour la réputation des employeurs et pour la recherche d'une grande qualité de vie sur le lieu de travail. ■

Comment réagir? Conseils de professionnels

Comment agir ou réagir, en tant qu'employeur, quand on se trouve évalué négativement par des collaborateurs ou des ex-collaborateurs sur des plateformes spécialisées comme Glassdoor ou Kununu? Isabelle Spérisen, psychologue du travail et consultante chez Vicario Consulting, tourne d'abord la question autrement. Elle souligne que les commentaires laissés sur internet sont l'occasion d'agir, certes, mais plutôt «en amont». Autrement dit, pour elle, il ne s'agit pas d'accorder trop d'importance à une remarque désobligeante trouvée sur le web – «cette remarque correspond davantage à un indice révélateur» –, mais plutôt de s'intéresser aux sources

d'un éventuel problème: une enquête auprès du personnel, le fait d'aller parler aux représentants des salariés, une meilleure communication interne ou l'obtention d'un label de qualité dans la gestion des ressources humaines seront alors l'occasion d'éviter d'autres déconvenues à l'avenir et de créer une ambiance de travail plus satisfaisante pour tous. Des commentaires positifs pourraient alors apparaître sur le web... Si on souhaite malgré tout répondre à un avis négatif sur Glassdoor? Pour Raphael Asseo, directeur en Suisse de Page Executive, il faut essayer de mesurer tout d'abord l'impact réel du bad buzz observé – «Le suivi de la réputation

en ligne doit être constant» – et, donc, ne pas entamer une action trop rapidement. Dans tous les cas, «la marque employeur doit être préservée». Romain Hofer, responsable du marketing et de la communication de Manpower Suisse, souscrit à cet appel à la prudence. Il va plus loin dans le raisonnement et se met dans la situation où une réaction de la part de l'employeur devient incontournable: dans ces circonstances, la réponse à une critique sévère laissée par un collaborateur ou un ex-collaborateur sur Glassdoor, Kununu ou un réseau social devra toujours demeurer courtoise. Ainsi, on n'oubliera pas de remercier le ou les auteurs du témoignage négatif

pour les éléments qu'ils mettent en avant et qu'il s'agit de traiter. La réponse essaiera «d'être créative». Si les remarques formulées dans la critique correspondent à des informations personnelles, on pourra suggérer à l'auteur ou aux auteurs de dialoguer «en mode privé». On s'excusera, si nécessaire. On reformulera au besoin. On demandera des détails. On rétablira la vérité des faits si cela s'impose. On mentionnera la volonté de rectifier le tir face à un problème. On signera toujours la réponse qui ne sera jamais rédigée «à chaud». Il est également possible de faire appel à un professionnel de la communication de crise pour éviter toute maladresse. ■

briltounet.
le sens de la propreté

Route de Verbois 17 | 1288 Aire-La-Ville
Tél. 022 343 55 55
www.briltounet.ch
proprete@briltounet.ch

ISO 9001
ISO 14001

Edgar Brandt Advisory
Value generation

Que vaut mon entreprise ?

Genève
Tél. +41 22 799 42 80
www.cb-advisory.com

Lausanne
Tél. +41 21 311 44 09
info@cb-advisory.com

EXPERT SUISSE

CAR WASH CENTER
CENTRES DE LAVAGE hypromat®

263, rte de Meyrin MEYRIN
46, rte de St-Julien CAROUGE
14, rte du Nant-d'Avril VERNIER