

Sous la direction de **Lorena Sanchez**

LES DESSOUS DE L'ENGAGEMENT EN ENTREPRISE

Quand les collaborateurs en sont le cœur

2^e édition revue et augmentée



ellipses

Table des matières

Introduction	7
Préface	11

Chapitre 1 La communication interne et les ressources humaines, les jambes motrices de l'entreprise 13

■ L'essentiel de « La communication interne et les ressources humaines, les jambes motrices de l'entreprise » en un clin d'œil ..	15
--	----

1 Un contexte en mouvement qui nous guide 17

1.1 Les dessous du capital humain	17
1.2 Une nouvelle géographie de l'engagement	29
1.3. De l'importance de l'engagement de la jeunesse dans l'information	38
1.4 De la communication interne vers la marque employeur et l'expérience « employés »	48
1.5 Tribune : « L'expertise est le nouvel actif des entreprises » ...	58

2 Les facteurs d'engagement qui nous poussent à l'action 63

2.1 L'engagement a ses raisons que la raison d'être ignore	63
2.2 Étude de cas : « La clé d'une communication interne réussie: mettre le collaborateur au cœur de la stratégie pour travailler sur la raison d'être »	74
2.3 Éclairer l'engagement de nos équipes en nourrissant les différents leviers de sens au travail	87
2.4 Tribune : « Quand le numérique renforce la fraternité »	99

3 L'entreprise, ce nouveau laboratoire social 103

3.1 Tribune : « L'empowerment natif ou comment le numérique nous libère du travail »	103
3.2 La RSE: un formidable levier d'engagement des talents et de toutes les parties prenantes de l'entreprise	106
3.3 Échange avec Marion Darrieutort	116
3.4 Étude de cas : « La satisfaction et l'engagement des salariés au cœur du projet d'entreprise de la SNCF »	120

Chapitre 2 Les collaborateurs, le cœur vibrant de l'entreprise 131

- **L'essentiel de** « Les collaborateurs, le cœur vibrant de l'entreprise »
en un clin d'œil 133

1 Faire vibrer les stratégies d'entreprise par l'humain au cœur 135

- 1.1 Étude de cas : « Chez Bouygues Bâtiment International,
un concours photo comme réponse à l'archipélisation
du monde » 135
- 1.2 Le réseau social de l'entreprise, l'outil d'engagement
par excellence 144
- 1.3 Étude de cas : « La OuiTeam, un réseau d'Excellence
Relationnelle au sein de TGV-Intercités » 157
- 1.4 Échange avec Rémy Joubert 169
- 1.5 Créer la première entreprise européenne ferroviaire
d'Europe, une aventure humaine 174

2 Méthode : les collaborateurs du terrain pour accompagner les transformations d'entreprise 181

- 2.1 Étude de cas : « Les Gammeurs et les Gammeuses,
ces agents experts de la gamme tarifaire TGV-Intercités »... 181
- 2.2 Échange avec Maud Bataille 193
- 2.3 Quand les supports de communication interne
se renouvellent 199
- 2.4 Échange avec Pauline Bochot 213
- 2.5 Kaufman & Broad : l'histoire d'une transformation
par les talents 217

3 Faire rayonner le cœur des entreprises à travers l'ambassadorat 223

- 3.1 Communication interne et communication externe :
les deux faces d'une même médaille 223
- 3.2 Étude de cas : « L'ambassadorat sur les réseaux sociaux
comme vecteur de l'engagement à France Travail » 237
- 3.3 Échange avec Jonathan Rabeute 247
- 3.4 Échange avec Anne-Sophie Schwartz 252

Les auteurs 259