

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 |
| ■ <i>L'essentiel de « La communication interne et les ressources humaines, les jambes motrices de l'entreprise » en un clin d'œil .</i> | 15 |
| 1 Un contexte en mouvement qui nous guide | 17 |
| 1.1 <i>Les dessous du capital humain</i> | 17 |
| 1.2 <i>Une nouvelle géographie de l'engagement</i> | 29 |
| 1.3. <i>De l'importance de l'engagement de la jeunesse dans l'information</i> | 38 |
| 1.4 <i>De la communication interne vers la marque employeur et l'expérience « employés »</i> | 48 |
| 1.5 <i>Tribune : « L'expertise est le nouvel actif des entreprises » ...</i> | 58 |
| 2 Les facteurs d'engagement qui nous poussent à l'action | 63 |
| 2.1 <i>L'engagement a ses raisons que la raison d'être ignore</i> | 63 |
| 2.2 <i>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 »</i> | 74 |
| 2.3 <i>Éclairer l'engagement de nos équipes en nourrissant les différents leviers de sens au travail</i> | 87 |
| 2.4 <i>Tribune : « Quand le numérique renforce la fraternité » ...</i> | 99 |
| 3 L'entreprise, ce nouveau laboratoire social | 103 |
| 3.1 <i>Tribune : « L'empowerment natif ou comment le numérique nous libère du travail »</i> | 103 |
| 3.2 <i>La RSE : un formidable levier d'engagement des talents et de toutes les parties prenantes de l'entreprise</i> | 106 |
| 3.3 <i>Échange avec Marion Darrietourt</i> | 116 |
| 3.4 <i>Étude de cas : « La satisfaction et l'engagement des salariés au cœur du projet d'entreprise de la SNCF »</i> | 120 |

| | | |
|-------------------|--|------------|
| Chapitre 2 | Les collaborateurs, le cœur vibrant de l'entreprise | 131 |
| ■ | <i>L'essentiel de « Les collaborateurs, le cœur vibrant de l'entreprise » en un clin d'œil</i> | 133 |
| 1 | Faire vibrer les stratégies d'entreprise par l'humain au cœur | 135 |
| 1.1 | <i>Étude de cas : « Chez Bouygues Bâtiment International, un concours photo comme réponse à l'archipelisation du monde »</i> | 135 |
| 1.2 | <i>Le réseau social de l'entreprise, l'outil d'engagement par excellence</i> | 144 |
| 1.3 | <i>Étude de cas : « La OuiTeam, un réseau d'Excellence Relationnelle au sein de TGV-Intercités »</i> | 157 |
| 1.4 | <i>Échange avec Rémy Joubert</i> | 169 |
| 1.5 | <i>Créer la première entreprise européenne ferroviaire d'Europe, une aventure humaine</i> | 174 |
| 2 | Méthode : les collaborateurs du terrain pour accompagner les transformations d'entreprise | 181 |
| 2.1 | <i>Étude de cas : « Les Gammeurs et les Gammeuses, ces agents experts de la gamme tarifaire TGV-Intercités »....</i> | 181 |
| 2.2 | <i>Échange avec Maud Bataille</i> | 193 |
| 2.3 | <i>Quand les supports de communication interne se renouvellent</i> | 199 |
| 2.4 | <i>Échange avec Pauline Bochot</i> | 213 |
| 2.5 | <i>Kaufman & Broad : l'histoire d'une transformation par les talents</i> | 217 |
| 3 | Faire rayonner le cœur des entreprises à travers l'ambassadorat | 223 |
| 3.1 | <i>Communication interne et communication externe: les deux faces d'une même médaille</i> | 223 |
| 3.2 | <i>Étude de cas : « L'ambassadorat sur les réseaux sociaux comme vecteur de l'engagement à France Travail »</i> | 237 |
| 3.3 | <i>Échange avec Jonathan Rabeute</i> | 247 |
| 3.4 | <i>Échange avec Anne-Sophie Schwartz</i> | 252 |
| | Les auteurs | 259 |