



Bienvenue

LE REBOND APRÈS LA CRISE

WEBINAR #4 – 24 avril 2020



NOTRE AGENDA

Sens + confiance = résilience ?

Renforcer le lien entre l'entreprise et ses publics

INTRODUCTION – Marc-André Allard, Directeur Innovation & Design Thinking

MISE EN CONTEXTE – Félix Mathieu, Directeur Planning Stratégique

TÉMOIGNAGES & RÉFLEXIONS

Jean-Yves Larour – Directeur de la Communication - Groupe Vyv

Christine Seguin – Head of Content Factory - Groupe Crédit Agricole

QUESTIONS/RÉPONSES – participez via le chat !

Sens + confiance = résilience?

Renforcer le lien entre l'entreprise
et ses publics pendant et après la crise

24 avril 2020

SOMMAIRE



1. Welfare Branding

Définir et actionner la marque providence

2. Remote Company

Maintenir la cohésion et réinventer le « travailler ensemble »

3. Mindful Worklife

Équilibre, sens et motivation pendant et après le confinement

WELFARE BRANDING

Définir et actionner
la marque providence



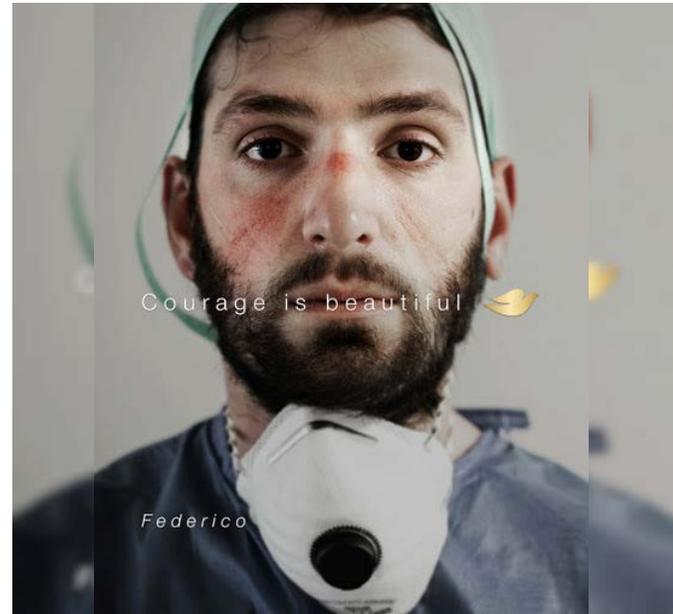
CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



Une scène publicitaire monopolisée par l'engagement

- Une crise qui démontre les capacités de mobilisation et d'impact du politique, des entreprises et des marques sur le réel
- Des investissements publicitaires convertis en communication corporate, avec un focus sur l'engagement pendant la crise. Résultat : une vague de communication responsable

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Comment rester crédible dans cette course aux bonnes intentions ?

- L'amplification de la communication responsable peut autant familiariser le grand public avec la RSE que générer une défiance à son égard
- Un stress-test grandeur nature pour la "raison d'être" des marques : comment marque-t-on sa différence dans un engagement universel ?
- Dans un contexte de crise sanitaire, économique et humaine, comment valoriser sa marque à travers son engagement sans paraître autocentré ou opportuniste ?

LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Actionner sa raison d'être dans l'expérience client/collaborateur

- Le meilleur des branding responsables est peut-être celui qui ne se voit pas, s'effaçant derrière les actes, les preuves et les expériences partagées avec clients et collaborateurs ?
- La crise est l'opportunité de donner vie à la RSE, en créant et faisant adopter de nouvelles plateformes d'échanges et de solidarités humaines
- En entreprise, le temps réemployé à des actions solidaires donne une nouvelle dimension au travail

Les nouveaux modèles



MicroDon – Monoprix et Franprix s'engagent



Equinox – Un programme d'entraînement dédié aux vétérans de guerre

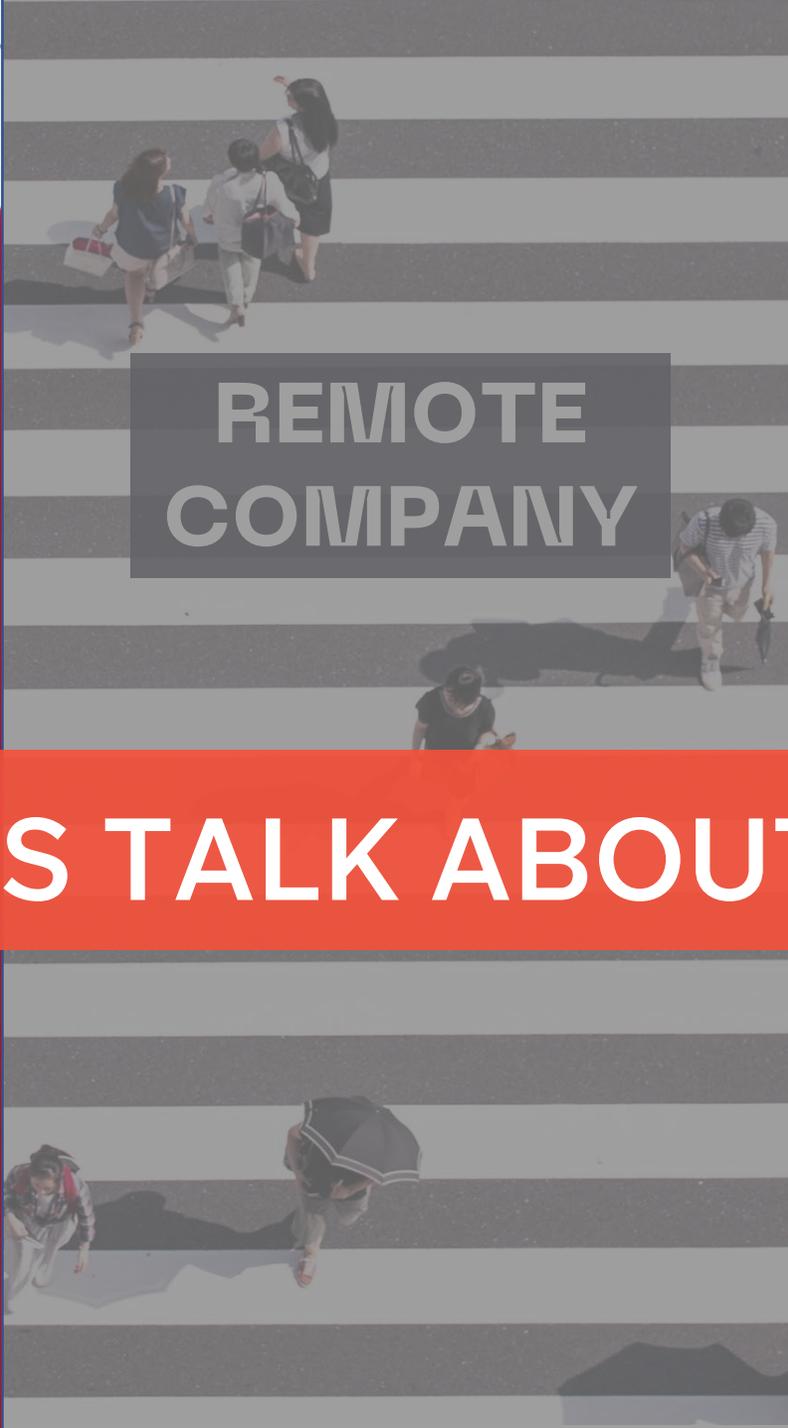


Coca-Cola

**WELFARE
BRANDING**

Coca-Cola

Staying apart
is the best way to
stay united.



**REMOTE
COMPANY**

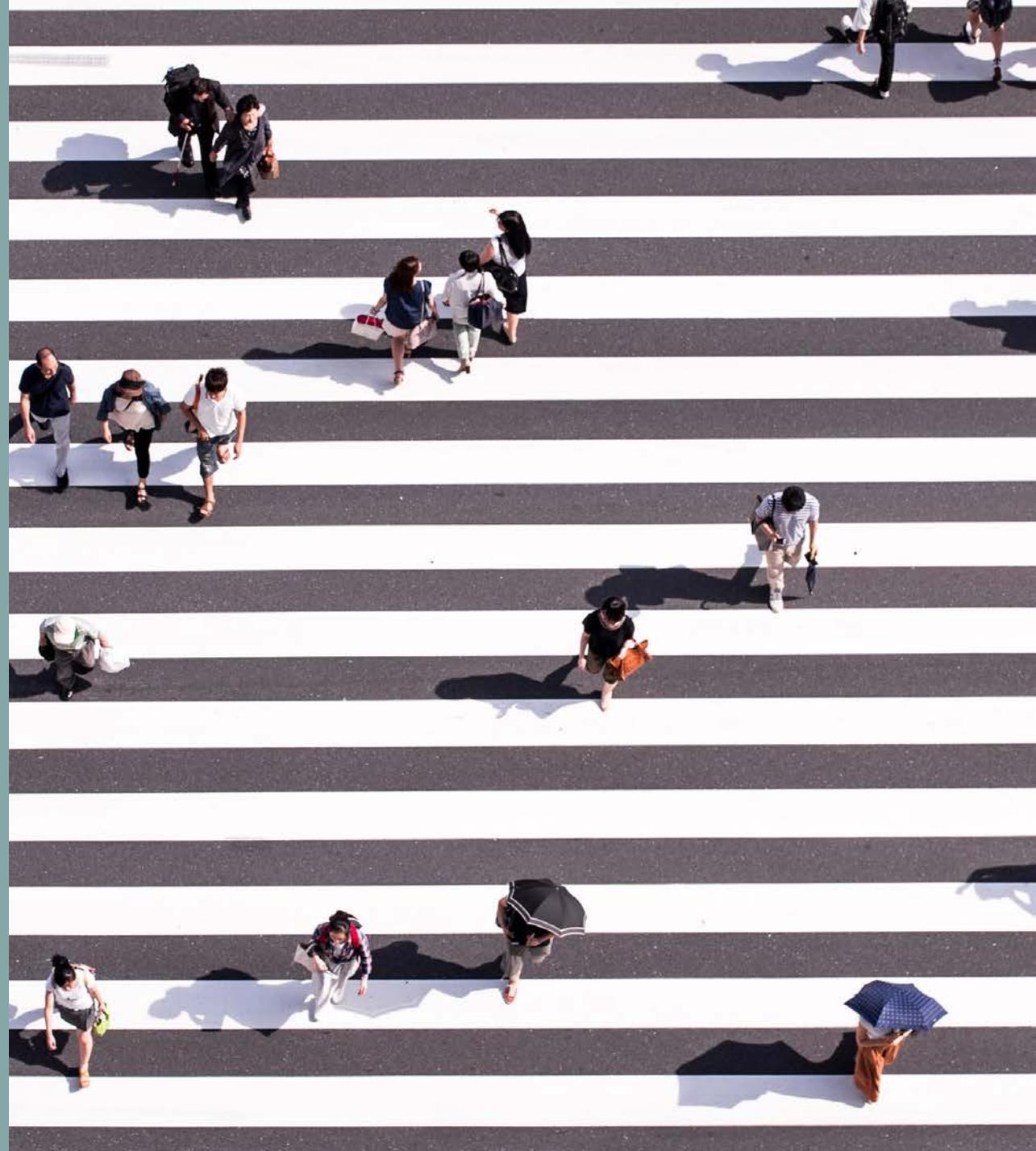


**MINDFUL
WORKLIFE**

LET'S TALK ABOUT IT!

REMOTE COMPANY

Maintenir la cohésion
et réinventer
le travailler ensemble



CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



« On se voit, mais on ne se ressent pas* »

- L'échange à distance peut freiner la dynamique de groupe : un défi pour les professions où le rebond et la spontanéité sont clés
- Disparition des temps informels (pauses café et déjeuners), qui contribuaient au team building
- Les équipes jouissent d'une plus grande autonomie et sont invitées à être force de propositions face à cette situation exceptionnelle

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Comment passer du collectif à un groupe en mouvement?

- Comment réintroduire des repères, des routines d'équipe et des moments de partage informels?
- Comment concilier horizontalité et pilotage global?
- Rassembler une communauté versus fédérer des individus éparpillés
- Comment maintenir, voire approfondir, le lien individuel, dans un contexte émotionnel fort ?

LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



Vers un management augmenté ?

- Rôle accru de la communication interne pour animer cette communauté afin qu'elle ne devienne pas un simple collectif de freelances ?
- Marque employeur : clarifier et partager la raison d'être de l'entreprise pour renforcer le sens du « travailler ensemble » et l'attachement
- Pour favoriser l'autonomie, la confiance est de rigueur pour les managers
- Les outils digitaux de remote team building : quelle frontière entre l'animation et le monitoring déguisé?

*Alexandre Drouillard, Ici Barbès

Les nouveaux modèles



Les solutions d'animation d'équipe



Booking.com cares – Plateforme d'engagement collaboratif



Coca-Cola

**WELFARE
BRANDING**



**REMOTE
COMPANY**



**MINDFUL
WORKLIFE**

LET'S TALK ABOUT IT!

Staying a part
is the best way to
stay united.

Mindful Worklife

Équilibre, sens et motivation pendant
et après le confinement



CE QUI EST TRAIN DE SE PASSER



Le travail s'adapte à la vie, et non plus l'inverse

- Le télétravail met en évidence les conflits entre rythmes individuels et organisation collective
- Le travail est fragmenté, le rapport au temps change, avec des temps de travail asynchrones
- Le confinement donne plus de temps libre, ce qui amène chacun à se questionner sur la place qu'occupe le travail dans sa vie.

LES QUESTIONS SOULEVÉES



Vers une nouvelle conception du temps de travail ?

- Une meilleure prise en compte des rythmes et contraintes de chacun ?
- Fin d'un modèle horaire/rentabilité, vers un système davantage rémunéré « à la tâche », en fonction de la mission effectuée ?
- « Bureau as a service » : rationalisation des coûts et de l'impact écologique. Vers un bureau à la demande pour des réunions ponctuelles ?
- Un besoin accru de participer à un projet d'entreprise qui a du sens, d'adhérer à un système de valeurs partagé ?

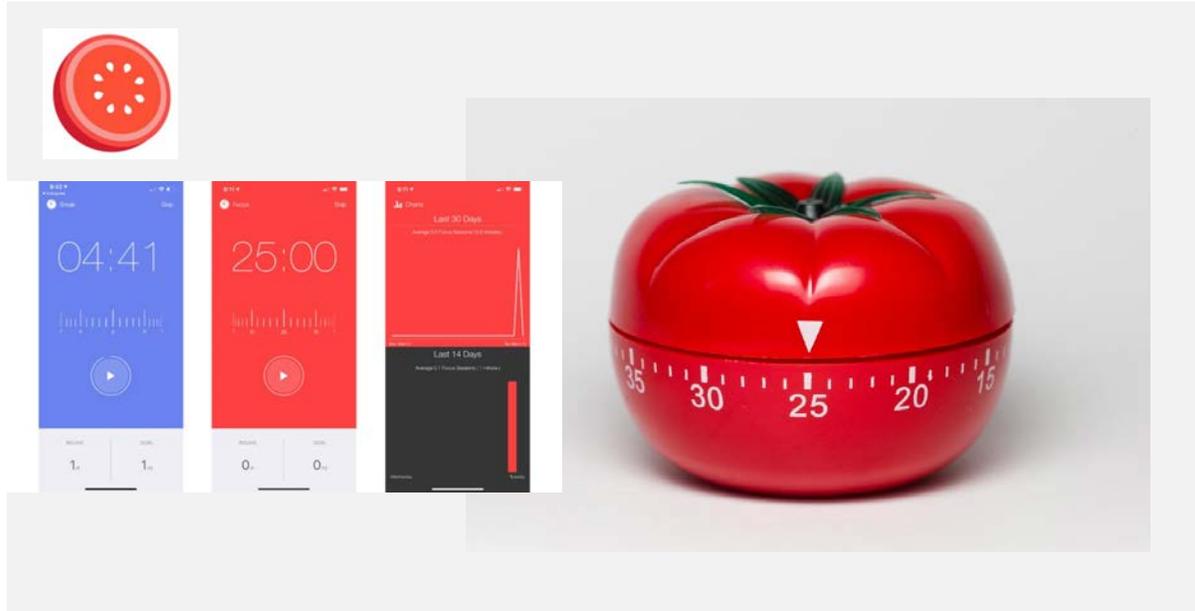
LES PERSPECTIVES POUR DEMAIN



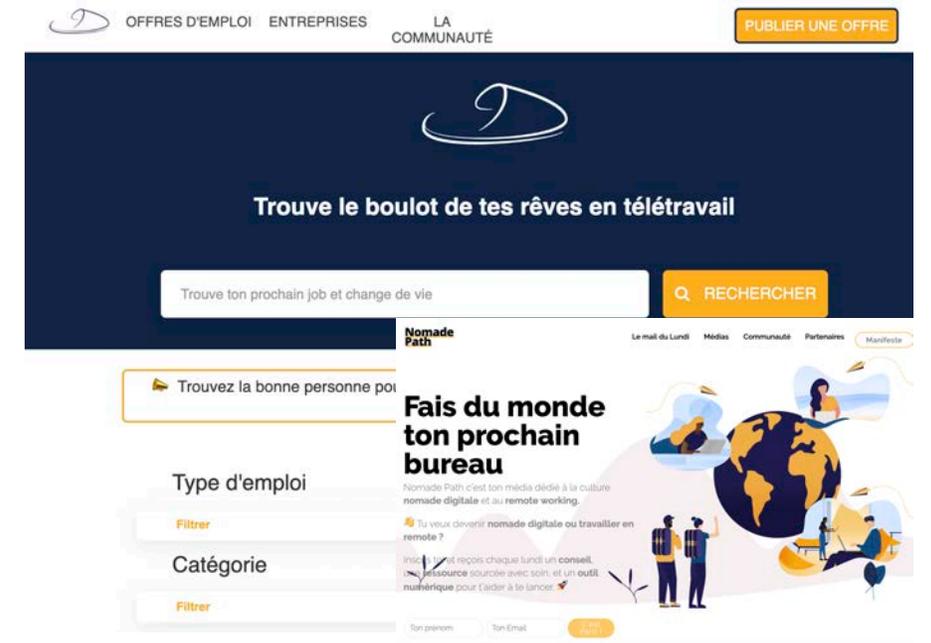
Une marque employeur plus human-centric ?

- Une opportunité pour la renforcer, construire un récit attractif pour les collaborateurs de demain
- Vers un élargissement du champ d'action de la marque employeur ? (ex: aide aux parents)
- L'entreprise apprenante/coach dans un monde qui change toujours plus vite ?
- Massification de de l'auto-formation ? (MOOC)
- Comment accompagner les projets personnels des collaborateurs-intrapreneurs nés du confinement ?
- Frugalité : travailler moins pour vivre mieux ?

Les nouveaux modèles



Pomodoro Timer – Le secret anti-procrastination des freelance



Entantoufles.com – Le travailleur freelance, un sérieux concurrent



Coca-Cola

WELFARE
BRANDING



REMOTE
COMPANY



MINDFUL
WORKLIFE

LET'S TALK ABOUT IT!

Staying a part
is the best way to
stay united.



A vous !

DES QUESTIONS ?

WEBINAR #4 – 24 avril 2020

██████████
LONSDALE.FR



LONSDALE

Marc-André

Allard

Partner, Innovation Director

M +33 6 70 71 31 79

ma.allard@lonsdale.fr

Marie

Reynaud

New Business & Marketing Director

M +33 6 67 57 13 11

m.reynaud@lonsdale.fr



merci !