

Recueil de bonnes pratiques professionnelles



ANiTEC

ALLIANCE NATIONALE
DES INTÉGRATEURS DE TECHNOLOGIES
CONNECTÉES, SÉCURISÉES ET PILOTÉES

EDITO

Le pôle métier de l'AniTEC poursuit ses travaux et se mobilise autour d'un recueil de bonnes pratiques professionnelles pour renforcer et améliorer l'image de l'entreprise en interne auprès des collaborateurs, mais également en externe auprès du grand public.

Si elles ne sont pas forcément représentatives de toutes les entreprises en général, elles doivent tout au moins donner des idées aux dirigeants et équipes support en charge des RH et/ou de la communication.

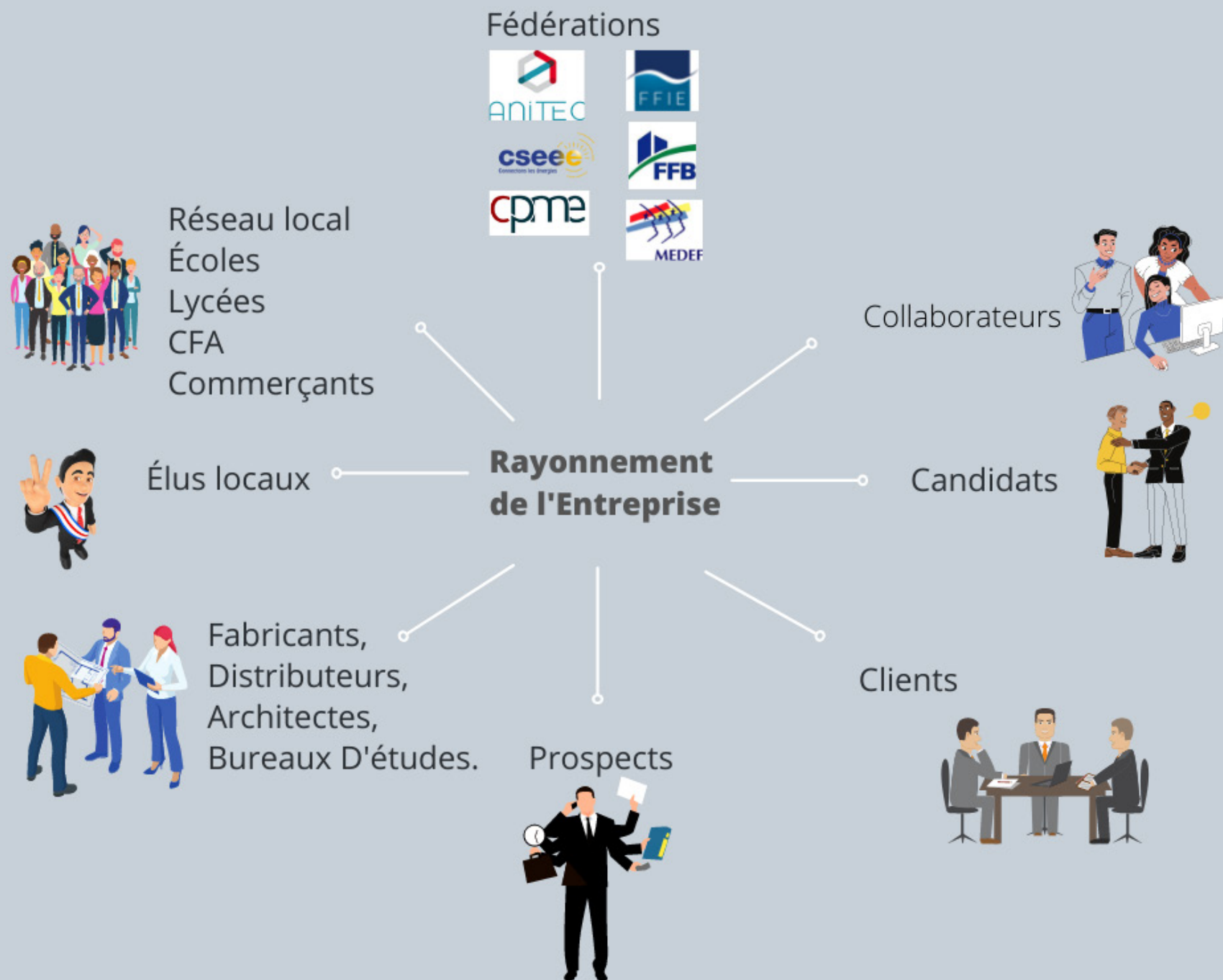
Ce recueil aura plusieurs angles :

- ▶ Un angle RH pour valoriser l'entreprise auprès des candidats et améliorer la fidélisation des salariés en poste,
- ▶ Un angle Communication et Marketing pour optimiser la visibilité et la notoriété de l'entreprise auprès d'un large public.

Grâce à la contribution des membres du pôle métiers, mais également des administrateurs et membres des autres pôles de l'AniTEC, ce recueil contient un panel de bonnes pratiques efficaces, simples à mettre en œuvre, avec un résultat garanti !

Et, ce recueil, c'est avant tout le vôtre ! L'objectif à terme est d'emprunter une bonne pratique professionnelle, de la tester au sein de votre entreprise, de vous l'approprier et de nous envoyer un témoignage sur le résultat obtenu.

Francis Foucambert,
Philippe Charpentier,
Animateurs pôle métiers





Notre contenu :

Fiche n°1 : Attirer de nouveaux collaborateurs

Fiche n°2 : Repenser l'environnement de travail pour fidéliser les salariés

Fiche n°3 : Renforcer l'expérience client

Fiche n°4 : Créer de la valeur ajoutée vis-à-vis des fabricants, distributeurs

Fiche n°5 : Améliorer la visibilité de l'entreprise en externe

Fiche n°6 : Valoriser son image auprès des représentants et décideurs locaux

Fiche n°1 : Attirer de nouveaux collaborateurs

Bonne pratique n°1 - Organiser une journée Portes Ouvertes au sein de l'entreprise

En partenariat avec un collège, un lycée, un CFA ou une école, organiser une journée de découverte des métiers au sein de l'entreprise.

Ce type d'événement est positif et valorisant à plusieurs titres, cela permet de :

- ▶ **créer un lien** avec un institut d'enseignement,
- ▶ **faire rayonner** l'entreprise à l'extérieur,
- ▶ **créer un projet** interne à l'entreprise,
- ▶ **valoriser** certains collaborateurs qui présenteront leur métier aux jeunes qui se déplaceront à cette journée Portes Ouvertes.

Cette journée doit être préparée en amont avec un déroulé et un conducteur :

- ▶ accueil des jeunes et de leurs professeurs,
- ▶ présentation de l'entreprise et du déroulement de la journée/matinée,
- ▶ visite des locaux de l'entreprise, des ateliers et des espaces de travail,
- ▶ présentation des principaux métiers de l'entreprise (support slides, les présentations doivent être rapides),
- ▶ prévoir des desk avec des salariés pour répondre aux questions des jeunes, pour qu'ils puissent laisser leur CV.

Cet événement peut se terminer par un petit cocktail de boissons soft qui facilitera les échanges.

Lorsqu'une telle journée est organisée, elle doit coïncider avec une période clé pour les jeunes qui viendront dans l'entreprise (stage 3^{ème} période d'orientation après la 3^{ème} ou après la terminale, recherche de stages d'été, apprentissage, etc. ...).



“Agir dès la formation pour le recrutement des futurs collaborateurs”?

Le 25 janvier dernier, **le Groupe AGP**, spécialisé dans les matériels et technologies pour la sécurité incendie et le confort des bâtiments, a invité le corps enseignant de la filière sécurité à une journée portes ouvertes.

Trois inspecteurs d'Académie, le **Campus Sécurité** et une **vingtaine d'enseignants** étaient présents, ainsi que les services départementaux de l'éducation nationale, et de nombreux responsables institutionnels et économiques du Val-d'Oise.

Le **GIMSSI** (Groupement des Installateurs et Mainteneurs de Systèmes de Sécurité Incendie de la FFB) en particulier était présent, avec M. Jean-Charles du Bellay, expert en sécurité, qui a donné une formation de qualité aux enseignants, sur la thématique du désenfumage et la construction d'exploitations pédagogiques avec les ressources professionnelles en vue des séquences pédagogiques avec les élèves de la filière prévention-sécurité. Cela leur a permis de se tenir informés des évolutions dans les métiers de la sécurité incendie et d'intégrer les attentes des entreprises en matière de formation, facilitant pour les jeunes une préparation efficace aux enjeux du monde du travail.

Au-delà de l'aspect métier, cette rencontre a également permis de sensibiliser les représentants du monde de l'enseignement à l'univers de l'entreprise, une visite des locaux et une présentation de l'activité et de l'historique du groupe ayant eu lieu dans une belle convivialité.

Toutes les **équipes d'AGP** se sont mobilisées avec envie et bonne volonté pour faire de cet événement une réussite, et un accueil chaleureux à nos visiteurs, et les apprentis sont venus témoigner de leur expérience et parcours, « traits d'union » de cette journée spéciale.

Des moments qu'il est important de faire exister pour assurer une bonne transmission métier dès le début, et ainsi assurer à nos jeunes des débouchés pérennes, et à nos entreprises, des recrutements de qualité.



Bonne pratique n°2 - Participer à un Job Dating organisé par une école, une mission locale, la région, le département, un salon spécialisé ...

Cette pratique est courante et souvent mise en œuvre par les entreprises. Elle permet à l'instar de la pratique précédente de faire connaître l'entreprise et les métiers de la filière électrique auprès des jeunes et d'attirer de nouveaux talents au sein des entreprises.

Cet événement de Job dating doit être préparé en amont, car il nécessite d'avoir une vision éclairée des besoins en compétences de l'entreprise :

- sur quels postes l'entreprise recrute ?
- à quelle échéance ?
- quels types de contrats ?
- les niveaux de rémunération ?

Il nécessite également quelques outils pour se démarquer des autres entreprises qui ont les mêmes besoins de recrutement accueil des jeunes et de leurs professeurs.

- un livret de présentation de l'entreprise,
- des cartes de visite pour des prises de contact,
- un ordinateur portable pour présenter rapidement l'entreprise et les postes à pouvoir,
- un planning pour revoir le candidat en entretien dans les locaux de l'entreprise.



Témoignage du groupe ERI

Le groupe ERI dont fait partie ELSIA accueille une centaine d'apprentis tous les ans (environ 15 % de l'effectif) sur l'ensemble de ses métiers terrain et support.

Notre objectif est l'intégration de 40 % à 50 % des jeunes apprentis au terme de leur alternance.

Nous sommes présents auprès de nombreuses écoles et nous avons noué des partenariats avec quelques établissements spécialisés avec lesquels nous avons bâti des formations « sur mesure ».

Bonne pratique n°3 - Accueillir des stagiaires

Cette bonne pratique peut découler des 2 précédentes. En effet, il est très important de pouvoir créer un partenariat avec une école, un CFA, ... Si l'entreprise est connue dans le réseau scolaire, elle pourra régulièrement accueillir des stagiaires :

- ▶ Stage de 3^{ème}.
- ▶ Stage de bac pro ou filière technologique.
- ▶ Stage école d'ingénieur.

Accueillir régulièrement des stagiaires permet à l'entreprise d'avoir un vivier de futurs collaborateurs qui à la suite de leur stage, seraient prêts à intégrer l'entreprise !

Témoignage de PROTECTEAM ELECTRONIQUE



Alternant technique

"J'ai décidé de faire mon stage chez PROTECTEAM ELECTRONIQUE tout d'abord grâce à un contact qui m'a dit du positif de cette entreprise. J'ai ensuite voulu poursuivre mon alternance dans cette entreprise parce que je n'ai pas été déçu de mes stages passés avec les différents techniciens, ils m'ont beaucoup appris et j'ai voulu rester dans ce même cadre d'apprentissage pour évoluer dans les meilleures conditions."



Fiche n°2 : Repenser l'environnement de travail pour fidéliser les salariés

Bonne pratique n°1 - Créer un univers de travail convivial via l'aménagement des locaux

Les collaborateurs de la nouvelle génération accordent une réelle importance à leur cadre de travail. Il est donc important de créer un ou plusieurs espaces de travail agréables et conviviaux.

La **qualité de vie au travail #QVT** a pour objectif de “concilier l'amélioration des conditions de travail et de vie des salariés à des performances de l'entreprise”. Plus simplement, c'est la volonté de « prendre soin » des salariés, de réduire le stress et les facteurs de pénibilité et ainsi de diminuer l'absentéisme et le turn-over...

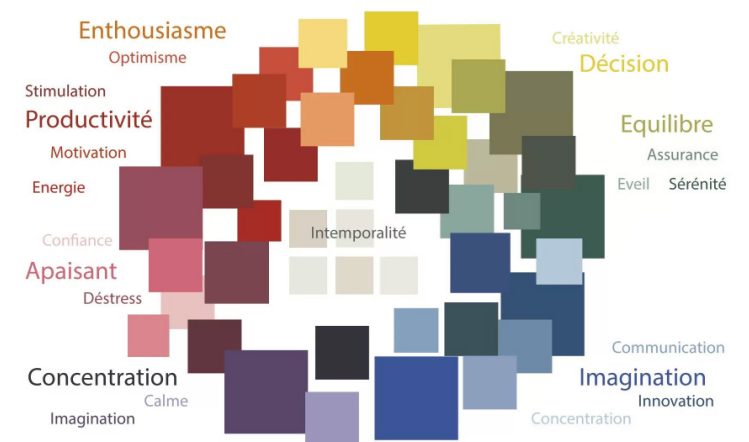
L'aménagement des espaces de travail est un enjeu de taille qui permet d'améliorer la qualité de vie au travail, de booster la productivité et de révéler la marque employeur.

Aménager les espaces de travail : couleurs, déco, mobilier, plantes, lumière, air ambiant, cette démarche est participative, les collaborateurs doivent pouvoir donner leur avis et s'impliquer dans la mise en œuvre de cette bonne pratique !

Un groupe projet peut-être mis en place pour gérer l'aménagement des espaces de travail.

À noter, qu'un environnement de travail harmonieux passe par plusieurs critères et notamment :

- choisir les couleurs avec soin,
- végétaliser les espaces de travail,
- choisir un mobilier ergonomique,
- donner la possibilité de personnaliser les bureaux,
- aménager les espaces communs en délimitant soigneusement les différents espaces (salle de réunion, salle de pause, cuisine etc.),
- favoriser autant que possible la lumière naturelle.



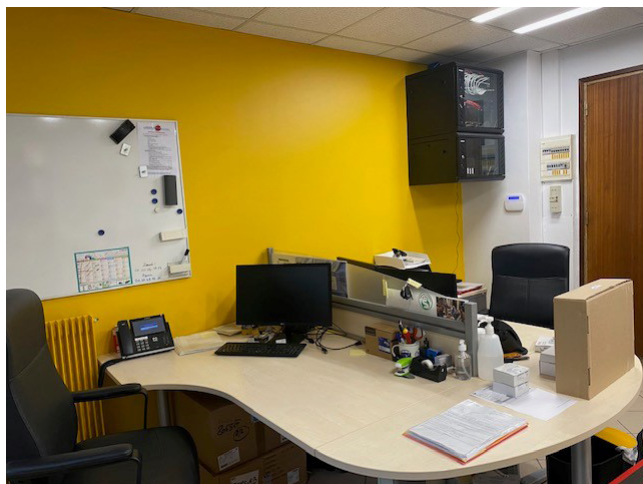
Témoignage d'EUROFEU

Chez Eurofeu, les locaux ont été repensés afin d'avoir des bureaux modernes, bien agencés et un espace professionnel agréable,

- des espaces dédiés au travail en équipe,
- des espaces intérieurs communs dédiés aux collaborateurs pour les pauses et la restauration,
- une communication visuelle qui véhicule les valeurs de l'entreprise,
- un lieu desservi par des moyens de transport multiples.



Témoignage de PROTECTEAM ELECTRONIQUE



Protecteam électronique a opté pour les couleurs du profil disc pour dynamiser l'environnement de travail.

Bonne pratique n°2 - Créer un univers de travail convivial grâce à une bonne ambiance de travail

Toutes les entreprises sont à la recherche de cette bonne pratique, un univers de travail où la bonne ambiance entre les différents collaborateurs, les managers, le chef d'entreprise renforce les liens, la productivité et la fidélisation des collaborateurs.

Derrière cette bonne pratique, se cache un panel de dispositifs facile à mettre en place dont certains sont largement utilisés ou revisités :

- ▶ **célébrer les réussites** de l'entreprise, Noël, anniversaire, ancienneté, en organisant de petits événements (pots, déjeuner, séminaire, journée sportive, etc ...). Il existe de nombreux moyens pour créer du lien de manière informelle et renforcer l'esprit d'équipe et d'entraide,
- ▶ **communiquer**, une bonne ambiance passe par une communication transparente, compréhensible et accessible à tous en organisant des réunions mensuelles d'information, un WhatsApp par service, etc. ...
- ▶ **écouter & impliquer** : prêter attention, avoir une écoute active, tenir des comptes des opinions. Il s'agit ici, d'organiser des points dans le processus de décision ... Même si cela prend du temps de recueillir les suggestions !
- ▶ **faire évoluer** : former et faire évoluer sont un signal fort envoyé au collaborateur, d'où l'importance du rôle du Manager ou du N+1 voire du chef d'entreprise,
- ▶ **donner du sens aux missions**, travailler sur les valeurs de l'entreprise lors d'un séminaire,
- ▶ **partager les responsabilités** et les gains de l'entreprise via par exemple la pratique de la cooptation en donnant un rôle actif dans le recrutement au collaborateur en mettant en place une pratique de « Cooptation » récompensée par une prime, proposer des rémunérations attractives en se calant au « prix du marché »,
- ▶ **remercier** et féliciter régulièrement sont un élément clé pour entrepreneur la motivation des équipes et donc leur fidélité à l'entreprise.

Ces bonnes pratiques améliorent considérablement la vie en entreprise ! Et si vous souhaitez améliorer l'ambiance au travail, vous pouvez tester la satisfaction au travail de vos collaborateurs en leur demandant de remplir le baromètre de qualité de vie au travail de manière anonyme.

Les baromètres sont de plus en plus utilisés, ils permettent de réduire le turn-over et l'absentéisme, de prévenir les risques psychosociaux, maintenir l'engagement dans un contexte économique et social de transformation.

Témoignage de l'entreprise Brunet

Dans sa mission, le Responsable d'Agence Brunet est le métronome et le garant de l'ambiance de son agence. Il anticipe et anime la vie de son agence.

Pour ce faire, il peut organiser des moments conviviaux, avec l'ensemble des collaborateurs de l'agence, tels que la participation à des challenges inter-entreprises, des soirées Karting ...





À VOTRE AVIS !

Parce que votre avis compte.

Remplissez le questionnaire puis placez-le dans l'enveloppe prévue à cet effet et déposez-la dans l'urne **avant le 22 Avril 2022**.

1. L'ambiance de travail de votre agence :

Comment caractérisez-vous l' ambiance de travail au sein de votre agence (vous pouvez choisir 3 termes maximum)	Sereine	Tendue	Calme	Dynamique	Ennuyeuse
	Froide	Confiante	Chaleureuse	Aggressive	Solidaire
	Joyeuse	Passive	Malveillante	Conflictuelle	
Vos relations de travail dans l'agence sont	Très bonnes	Bonnes	Indifférentes	Mauvaises	
Au cours de ces douze derniers mois , estimez-vous que l' ambiance de votre agence	Est en amélioration	Est stable	Se détériore	Je suis présent depuis moins de 12 mois	

2. Votre responsable direct :

Mon responsable se sent concerné par le bien-être de ses collaborateurs	Oui, tout à fait	Plutôt oui	Plutôt non	Non, pas du tout
Mon responsable prête attention à ce que je dis				
Mon responsable me soutient pour mener à bien ma mission				
Mon responsable est aussi exigeant envers lui-même qu'envers moi				
Mon responsable veut me faire évoluer				
Vos relations de travail avec votre responsable sont	Très bonnes	Bonnes	Indifférentes	Mauvaises

3. Votre mission :

Les tâches que j'effectue sont intéressantes	Oui, tout à fait	Plutôt oui	Plutôt non	Non, pas du tout
Le travail qui m'est attribué correspond à mes qualifications et à mes compétences				
Ma mission correspond à mes attentes				

4. Vos motivations au quotidien

	Oui, tout à fait	Plutôt oui	Plutôt non	Non, pas du tout
La sécurité de l'emploi				
L'espoir d'une promotion interne				
La satisfaction du travail bien fait / sentiment du travail accompli				
L'identification aux valeurs et aux objectifs de l'entreprise				
La rémunération				
L'apprentissage de nouvelles tâches ou d'une nouvelle mission				
Le souhait de gagner ou de conserver l'estime de vos supérieurs				
Le souhait de gagner ou de conserver l'estime de vos collègues				
La satisfaction de surmonter des défis				
L' autonomie octroyée dans ma mission				
L'envie de satisfaire au mieux les clients				
L' ambiance de travail				
Agir pour la réussite de l'entreprise				

5. Les ressources humaines

	Oui, tout à fait	Plutôt oui	Plutôt non	Non, pas du tout
La politique de Formation des collaborateurs est adaptée				
L' intégration des nouveaux salariés est satisfaisante				
J'ai été informé(e) et j'adhère à la politique sécurité de BRUNET pour 2022				
L'entreprise met en œuvre les actions me permettant de développer mes compétences professionnelles				

Si vous souhaitez ajouter un commentaire, notez-le au verso.

Merci pour votre participation - Le Service Ressources Humaines

Témoignage de l'entreprise Brunet

De plus, chaque année, nous demandons à tous nos collaborateurs de répondre à un questionnaire « À votre avis », afin qu'il puisse s'exprimer, de façon anonyme, sur l'ambiance de travail, sur leur motivation au quotidien, etc.

Fiche n°3 : Renforcer l'expérience client

Le parcours client est un axe à renforcer pour améliorer l'image et la notoriété de l'entreprise vis-à-vis du grand public.

Bien travailler le parcours client aide à mieux cerner les besoins clients/prospects et permettent de personnaliser la relation commerciale pour rendre chaque client unique !

Il existe un certain nombre de bonnes pratiques professionnelles pour améliorer le parcours et la satisfaction client.

À noter que la commission Artisanat s'est mobilisée autour de ce sujet et a publié le guide pratique du parcours client. (mettre le lien vers le guide) .

Bonne pratique n°1 - Mesurer la satisfaction client

La satisfaction client est au centre des relations commerciales et du marketing.

Une bonne pratique professionnelle serait d'envoyer systématiquement après chaque fin de chantier un questionnaire de satisfaction en ligne pour évaluer la qualité et rechercher des axes d'amélioration.

Aujourd'hui, il est courant de recevoir un email pour mesurer la satisfaction après un achat, un séjour d'un hôtel, un dîner dans un restaurant, ... Il devient donc essentiel de pouvoir mesurer la satisfaction des clients après avoir effectué une prestation.

Pour cela, une courte enquête de satisfaction en ligne devrait être facile à mettre en place pour les intégrateurs de l'AniTEC !

Les questions doivent être courtes et limitées en nombre.

Pour un exemple d'enquête, reportez-vous au guide parcours client de la FFIE, élaboré par la Commission Artisanat.

GUIDE PRATIQUE

Parcours client

Mesurer la satisfaction client

La relation commerciale ne s'arrête pas à la signature du devis !
La fin du chantier sera le moment de connaître la satisfaction client en la mesurant.

Pourquoi mesurer la satisfaction client ? Réaliser un questionnaire de satisfaction, même simple, présente de nombreux avantages et ce quelle que soit la taille de l'entreprise.

L'évaluation de la satisfaction client est une étape clé pour évoluer. En mesurant le niveau de satisfaction, on mesure sur quels axes l'entreprise doit s'améliorer (ex-respect réalisation chantier, délai d'envoi d'un devis, accueil téléphonique, etc).

/ À quel moment envoyer un questionnaire de satisfaction ?

L'enquête peut être menée à l'issue des travaux ou deux à trois semaines plus tard !

— **Conseil** : n'attendez pas trop longtemps sinon le client risque de vous avoir oublié !

/ Quelle forme doit prendre le questionnaire ?

- Le questionnaire doit être court et ne pas prendre plus de 5 minutes à remplir
- Le questionnaire doit aborder 8 à 10 items maximum
- Le questionnaire doit proposer 4 à 5 types de réponses maximum (très satisfaisant, satisfaisant, insuffisant, très insuffisant / ou des notes de 1 à 4 / ou bien des emojis)

À noter que le questionnaire doit être plutôt envoyé par email ou via une enquête en ligne.

Exemple de questions

Vous avez récemment fait appel à l'entreprise XXX pour des travaux d'électricité, nous vous remercions de prendre quelques minutes pour évaluer votre satisfaction

- 1 / Comment jugez-vous la prestation globale de l'entreprise ?
- 2 / Comment jugez-vous la qualité de l'accueil ?
- 3 / Comment jugez-vous les conseils apportés en amont de la réalisation de vos travaux ?
- 4 / Comment jugez-vous la clarté du devis ?
- 5 / Comment jugez-vous la réactivité de transmission du devis ?
- 6 / Comment jugez-vous le respect du délai de réalisation du chantier ?
- 7 / Comment jugez-vous l'environnement du chantier (propreté, nuisances, horaires, etc)
- 8 / Comment jugez-vous les informations apportées à la réception du chantier (notices, maintenance, entretien etc)
- 9 / Recommanderiez-vous notre entreprise autour de vous ?
- 10 / Vous pouvez également ajouter une question ouverte pour recueillir des propos libres

Conclure par « Nous vous remercions d'avoir consacré quelques minutes, vos réponses vont nous permettre de nous améliorer... »



Bonne pratique n°2 - Maîtriser les avis sur google

Il est très important de répondre aux avis et aux commentaires des clients qui sont laissés sur Google. Et encore plus si un client ou prospect a laissé un commentaire négatif !

En effet, même si l'entreprise n'est pas sur les réseaux sociaux ... Elle peut faire l'objet d'une note et/ou de commentaires sur Google.

À vérifier donc !

Google Évaluation

5.0 ★★★★★ 43 les avis

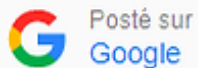
Laisser un avis



Jean-Michel MORAND



Excellent service réalisé avec un très court délai à prix très raisonnable. Je le recommande sans réserve.



Pavelin Maria



Je conseille fortement ENEANTI qui m'a permis d'aboutir a mon projet de SITE WEB qui me tenait très à coeur. C'est avec professionnalisme, rigueur et avec une grande implication de leur part que nous avons travaillé ensemble !! Merci encore



Votre avis nous intéresse



Avis Clients

Avis négatif ?

Supprimez le !

Fiche n°4 : Créer de la valeur ajoutée vis-à-vis des fabricants, distributeurs, fournisseurs

Bonne pratique n°1 - Renforcer son positionnement d'intégrateur

La **commission économique de la FFIE** a travaillé sur des axes de renforcement et de création de valeur ajoutée vis-à-vis des grandes enseignes de fabricants et/ou de distributeurs.

Pour plus d'informations prenez connaissance de la Notéco n°29 « passage de l'installateur à l'intégrateur ».

La vision qu'ont les distributeurs, fabricants est très importante. En effet, eux aussi peuvent jouer le rôle d'ambassadeur, notamment quand un intégrateur installe chez un client leur matériel ou leur solution, c'est leur image !

Une relation de confiance doit s'installer entre les deux parties.

Bonne pratique n°2 - Créer un partenariat de qualité et entretenir la relation de confiance

Une belle relation cela s'entretient ... Surtout dans un contexte de pénurie de matières premières et de flambée des prix.

Aussi, les bonnes pratiques peuvent accompagner et renforcer la relation de partenariat, il s'agit notamment de prévoir :

- demander régulièrement des reporting sur les évolutions des prix des matériaux,
- prévoir 1 ou 2 réunion de bilan,
- avoir un interlocuteur privilégié.

Une relation de confiance doit s'installer entre les deux parties.

The image shows the cover of a publication titled "PASSAGE DE L'INSTALLATEUR A L'INTEGRATEUR". At the top is the FFIE logo (Fédération Française des Intégrateurs Électriques). Below the title is a silhouette of a person walking across a bridge made of electrical components. The text "FAITES LE POINT !" is prominently displayed. The main body of text discusses the transition from installer to integrator, mentioning the FFIE's initiative in early 2020 and the challenges of the energy transition. It highlights the need for a global response to client needs and the importance of communication and innovation in projects. The cover also features the "NOTÉCO" logo and the date "Septembre 2021".

LES NOTES ECONOMIQUES DE LA FFIE

NOTÉCO

Septembre 2021

n°29

PASSAGE DE L'INSTALLATEUR A L'INTEGRATEUR

FAITES LE POINT !

Début 2020, sous l'impulsion du Président Emmanuel Gravier, la FFIE a entamé une démarche du **passage de l'installateur électricien à l'intégrateur électricien**.

Aussi, la FFIE affiche aujourd'hui un nouveau positionnement, un nouveau nom, une nouvelle identité visuelle. Une démarche pour répondre aux nombreux marchés qui s'ouvrent à toute la profession en lien avec les enjeux de la transition énergétique, numérique et démographique.

En effet, depuis quelques années, le secteur de l'électricité est en pleine mutation, et les projets de travaux proposés aux entreprises sont complets et nécessitent une réponse globale à apporter aux clients.

De plus en plus souvent, les projets sont composés d'électricité, de numérique, de compteurs communicants, d'installations photovoltaïques, d'autoconsommation, de bornes de recharge ect... Nous sommes passés à l'ère de la gestion intelligente de l'énergie et l'électricien est devenu un intégrateur de solutions globales et innovantes.

Les entreprises ont dû s'adapter pour monter en compétences, bien redéfinir leur offre, gagner en visibilité, affirmer leur positionnement pour développer cette nouvelle stratégie.

Cette nouvelle qualité d'intégrateur est un moyen d'afficher et de faire reconnaître l'expertise des professionnels face à la concurrence et aux grands constructeurs.

Les membres de la commission économique ont souhaité dresser le bilan de cette démarche et offrir la possibilité aux adhérents de se situer dans le passage de ce nouveau cap.

Cette note a pour objectif de rappeler les grandes lignes de la démarche du passage d'installateur à intégrateur, de donner les éléments clés du positionnement d'intégrateur et de proposer quelques lignes de conduites pour affirmer son rôle dans une relation de qualité avec des fabricants ou des distributeurs de produits ou services.

Nous contacter : FFIE - 5 rue de l'Archevêque 75116 PARIS - Tél. 01 44 05 54 00 - ffie@ffie.fr
Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sans autorisation écrite de la FFIE, est strictement interdite.
Les NOTÉCO sont réservés à l'usage exclusif des adhérents de la FFIE.

www.ffie.fr

Fiche n°5 : Améliorer la visibilité de l'entreprise en externe

Bonne pratique n°1 - Renforcer son positionnement d'intégrateur

Les réseaux sociaux constituent une vitrine de l'entreprise. Ils reflètent l'activité, le dynamisme les besoins en compétences. Un réseau social peut faire connaître ou renforcer la visibilité d'une entreprise vis-à-vis du grand public.

Les salariés, futurs collaborateurs, clients, décideurs ont le réflexe d'aller regarder « la réputation de l'entreprise » sur la toile, les avis et les publications faites sur les réseaux sociaux.

Aussi, il est essentiel de bien choisir le réseau social sur lequel l'entreprise souhaite se positionner et entretenir le lien.

Il convient de

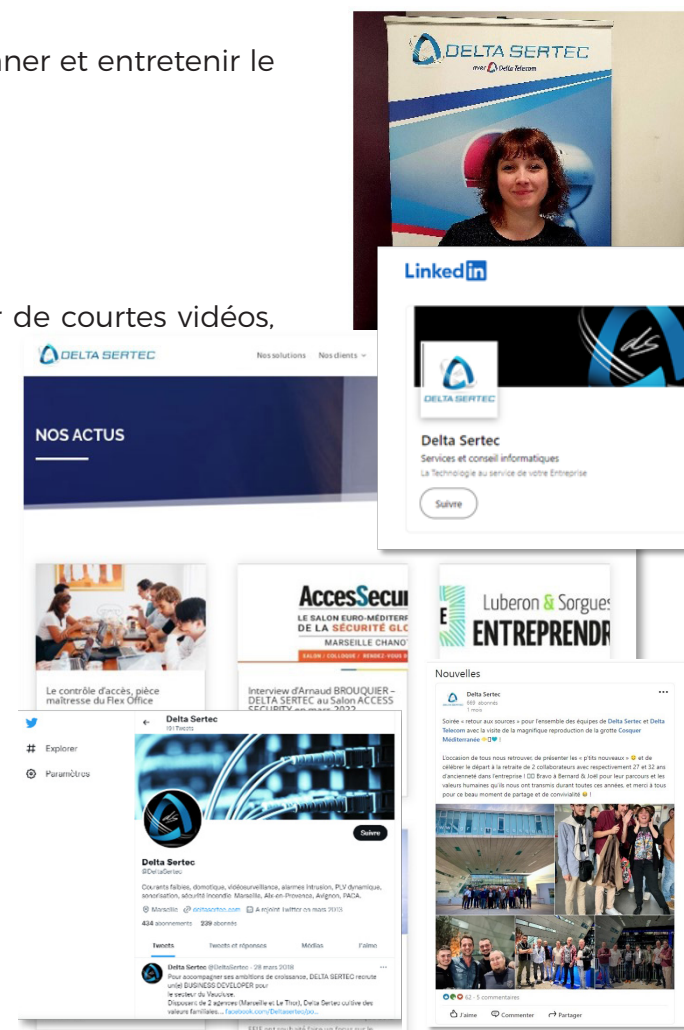
- ▶ choisir un ou plusieurs réseaux sociaux (FaceBook, Twitter, LinKedIn, Instagram ..),
- ▶ définir la ligne éditoriale,
- ▶ publier au moins 1x par semaine,
- ▶ diversifier ses contenus (photos de chantier, donner la parole aux collaborateurs pour de courtes vidéos, poster une actu réglementaire, une innovation, une photo d'équipe ...).

Témoignage de la société Delta sertec

Delta Sertec vise à améliorer sa visibilité en communiquant à travers les différents médias de réseaux sociaux (Linkedin, Twitter, Facebook).

Le référencement ciblé et précis (mots-clés) des articles déposés sur les réseaux sociaux, permet de générer des leads qualifiés et d'augmenter les flux entrants sur le site Internet de Delta Sertec.

Le site Internet tend également à être dynamique par l'animation de sa page « Actus » sur laquelle nous créons des articles personnalisés sur les actualités de nos activités, de nos événements et nos partenaires, comme l'AniTEC. Sur ces articles, nous intégrons des liens vers les sites Internet des acteurs/partenaires cités afin de générer encore plus de maillage et de visibilité, ceci afin d'augmenter le nombre de leads entrants générés grâce à notre site web.



Bonne pratique n°2 - Créer un événement ou contribuer à un événement local

La valorisation de l'image de l'entreprise vis-à-vis du grand public peut également passer la création ou la participation à un événement.

- ▶ sponsoring d'un événement sportif local avec envoi d'invitation aux clients privilégiés ou aux collaborateurs,
- ▶ création d'un showroom " temporaire ou permanent " avec invitation aux clients privilégiés,
- ▶ contribution à un événement caritatif (ex : le téléthon).

Quel que soit l'événement, celui-ci devra être relayé largement sur les réseaux sociaux, sur le site internet de l'entreprise.

Les décideurs locaux pourront être invités et/informés de cette initiative.



Témoignage de l'entreprise Brunet

Tous les ans, certaines agences Brunet organisent un barbecue où l'ensemble des collaborateurs de l'agence peut inviter les clients avec lesquels ils travaillent, décideurs ou pas.

Cela permet, au travers ce moment convivial de créer du lien avec nos interlocuteurs clients.

De plus, les prospects invités bénéficient du bouche à oreille. Le fait que ce moment se reproduit tous les ans fait que les clients deviennent de mandeurs de ce moment convivial.

Bonne pratique n°3 : prendre un encart publicitaire sur un support local

Plus classique, mais toujours d'actualité, l'entreprise peut « acheter » des encarts publicitaires dans un journal local ou plus dynamique sur un écran à affichage dynamique dans un lieu public ou dans un lieu où l'entreprise aura livré une prestation.



Fiche n°6 : Valoriser son image auprès des représentants et décideurs locaux

L'entreprise peut renforcer sa notoriété grâce à un réseau local de représentants, de décideurs, de politiques.

Bonne pratique n°1 : Construire son réseau local

Ses personnalités locales pourront être recensées dans un fichier. Aussi, il est utile, dans un premier temps, d'élaborer une cartographie des personnalités ou organismes avec lesquels l'entreprise souhaite entrer en contact ou communiquer.

Il peut s'agir de contact au sein :

- ▶ des organisations professionnelles : fédérations (AniTEC, FFIE, FFB), Chambre des métiers, CCI, Medef, CPME etc.
- ▶ des écoles, lycées, CFA, collèges, missions locales, Pôle emploi,
- ▶ de journalistes, presse locale ou presse spécialisée,
- ▶ députés, sénateurs, maires, Conseil régional, Conseil départemental, métropoles.

Grâce à ce fichier, vous pourrez relayer vos informations, invitations, auprès de ce public spécifique. Les interlocuteurs de l'entreprise pourront être suivis sur les réseaux sociaux et « tagués » lorsque l'entreprise relaie des informations ou publie des photos ou messages clés.

Bonne pratique n°2 : Créer des initiatives pour rencontrer les contacts clés de votre réseau local

Il existe divers événements pour lesquels vous pouvez rencontrer et échanger avec un interlocuteur.

Ces événements peuvent être en lien avec l'actualité :

- ▶ l'emploi, le recrutement, les métiers de la filière
- ▶ l'inauguration de nouveaux locaux
- ▶ l'inauguration d'un chantier auquel vous avez largement contribué
- ▶ l'innovation,

La notoriété, la visibilité de l'entreprise passent par le contact avec ces interlocuteurs privilégiés qui peuvent vous appuyer, vous faire connaître ou reconnaître.

Ils sont également utiles pour élargir votre réseau et créer des partenariats avec d'autres entreprises, distributeurs, écoles etc.

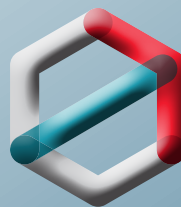
Ce recueil de bonnes pratiques n'est qu'un début, il ne doit pas rester figé, il doit évoluer et s'enrichir de nouvelles idées, de nouveaux témoignages.

Il a vocation à inspirer les entreprises quelles qu'elles soient et peu importe leur taille, le nombre de salariés, la dimension des chantiers réalisés ...

Grâce à l'AniTEC, un premier partage d'expériences est à la disposition de tous les adhérents !

Pour compléter ce recueil vous pouvez adresser vos bonnes pratiques, témoignages et photos à c.falguières@ffie.fr ou k.clement@anitec.fr





ANiTEC

ALLIANCE NATIONALE
DES INTEGRATEURS DE TECHNOLOGIES
CONNECTÉES, SÉCURISÉES ET PILOTÉES

Retrouvez nos publications sur www.anitec.fr



contact : k.clement@anitec.fr