



EMPLOYEE BRANDING :

Les jeunes diplômés sont-ils
ambassadeurs de leur marque
sur les réseaux sociaux ?

Février 2017

Marie-Cécile Cervellon
Pamela Lirio
Camille Barreau



Les jeunes diplômés sont-ils ambassadeurs de leur marque sur les réseaux sociaux ?

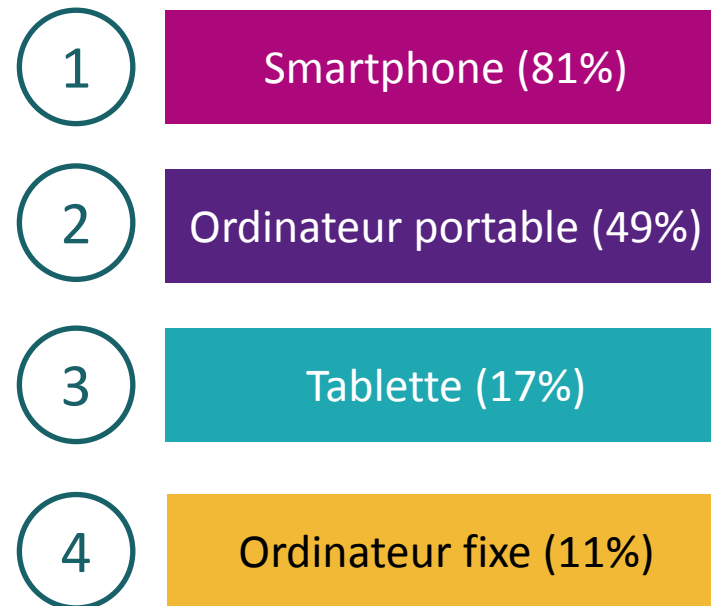
Quelles interactions entre employeurs et employés sur les réseaux sociaux ? Quelles limites entre les domaines personnels et professionnels ? L'Employee Branding est-il un nouveau vecteur d'engagement au service de l'Entreprise ?

CONTEXTE

- En France, 80% des 25-39 ans sont inscrits sur au moins un réseau social, et les chiffres ne cessent de progresser (Médiamétrie, 2016). Les entreprises ont investi ces plateformes de communication privilégiées par les jeunes actifs par la création de contenu visant à obtenir de la visibilité auprès d'une cible qui déserte les médias traditionnels et de l'engagement sous forme d'interactions et de partage des contenus.
- Cette course aux « *Likes* » engendre des dépenses parfois conséquentes. Mais à la grande surprise de la majorité des managers avec qui nous nous sommes entretenus (Article de Cervellon et Lirio, *When employees don't 'Like' their employers on social media* dans *MIT Sloan Management Review*, Winter 2017), les employés n'ont pas conscience du rôle qu'ils peuvent jouer pour soutenir leur employeur sur les réseaux sociaux. Le concept d'employé-ambassadeur de marques n'est pas encore entré dans la culture des organisations. Pourtant, en l'absence de guide de conduite au niveau de l'entreprise, la voix des employés sur les réseaux sociaux constitue une ressource sous-exploitée mais peut aussi devenir une source de risque pour la marque, les marques, de l'employeur.
- L'étude conduite par Marie-Cécile Cervellon et Pamela Lirio, Professeurs-Chercheurs avec le NewGen Talent Center en 2016 dresse un bilan de *l'Employee Branding* sur les réseaux sociaux, c'est-à-dire l'activité des jeunes diplômés au regard de la marque de leur employeur.

Une interactivité favorisée par la pratique des réseaux sociaux en mobilité

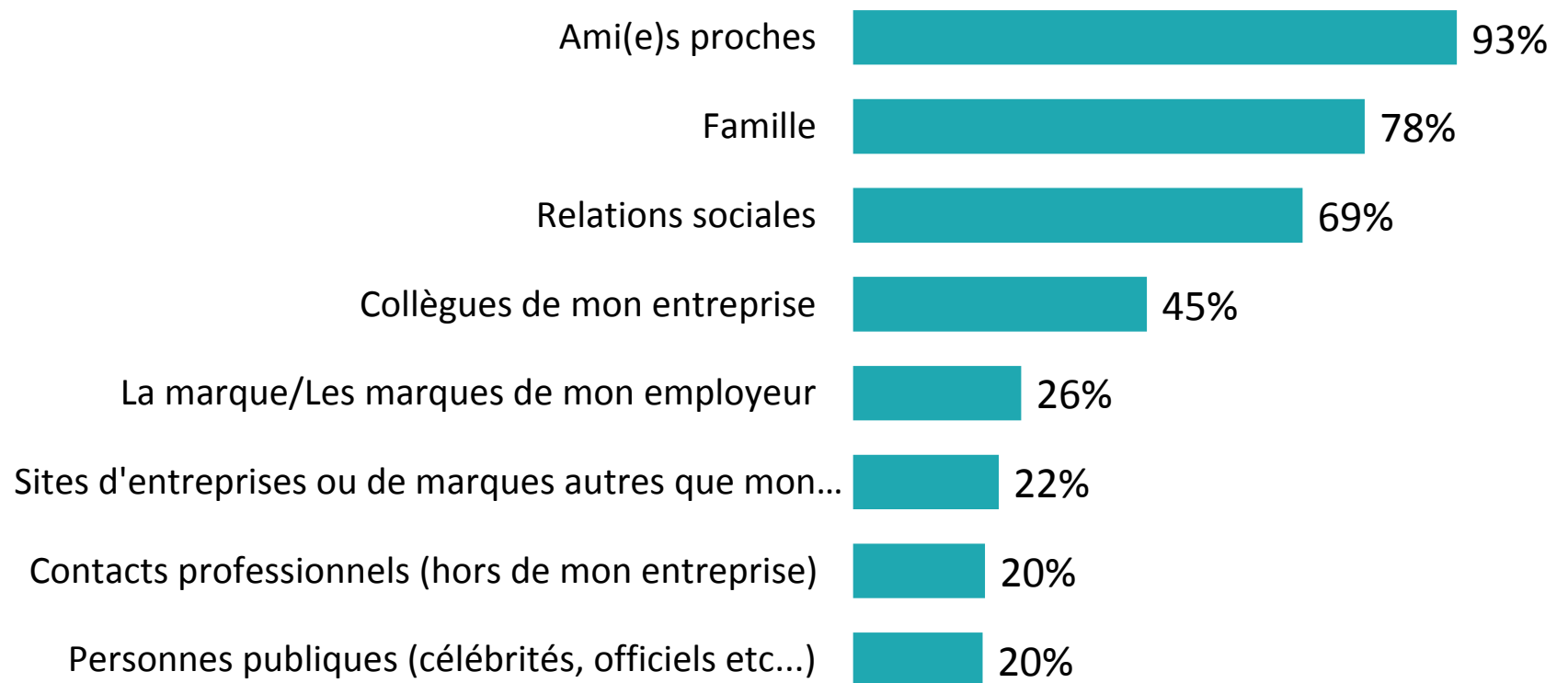
- 81% des jeunes actifs consultent leurs réseaux sociaux personnels depuis un smartphone



Q : Quels outils utilisez-vous le plus fréquemment pour vous connecter sur vos réseaux sociaux personnels ? (plusieurs réponses possibles)

Vie privée / vie professionnelle : un cloisonnement effectif sur les réseaux sociaux...

- Seul ¼ des jeunes actifs suit la marque de son employeur sur ses réseaux sociaux personnels

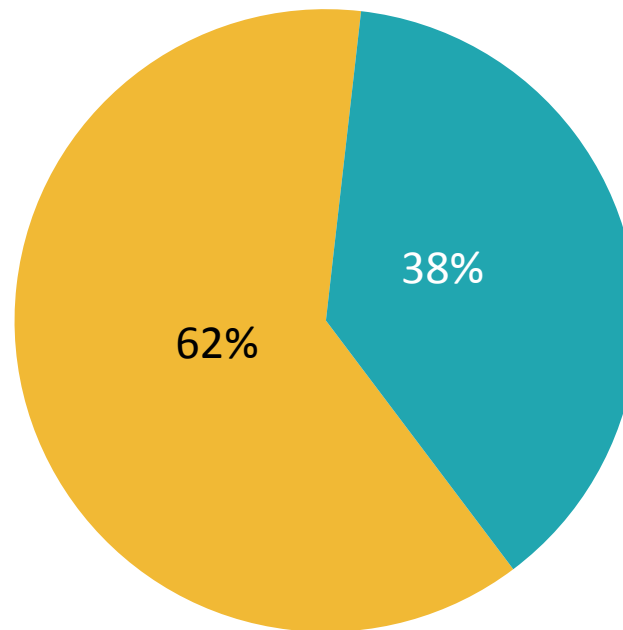


Q : Quels types de contacts avez-vous sur vos réseaux sociaux ? (Plusieurs réponses possibles)

... et une discrétion de rigueur vis-à-vis du nom de son employeur



- Près de 2/3 des employés ne mentionnent jamais le nom de leur employeur sur leurs réseaux sociaux

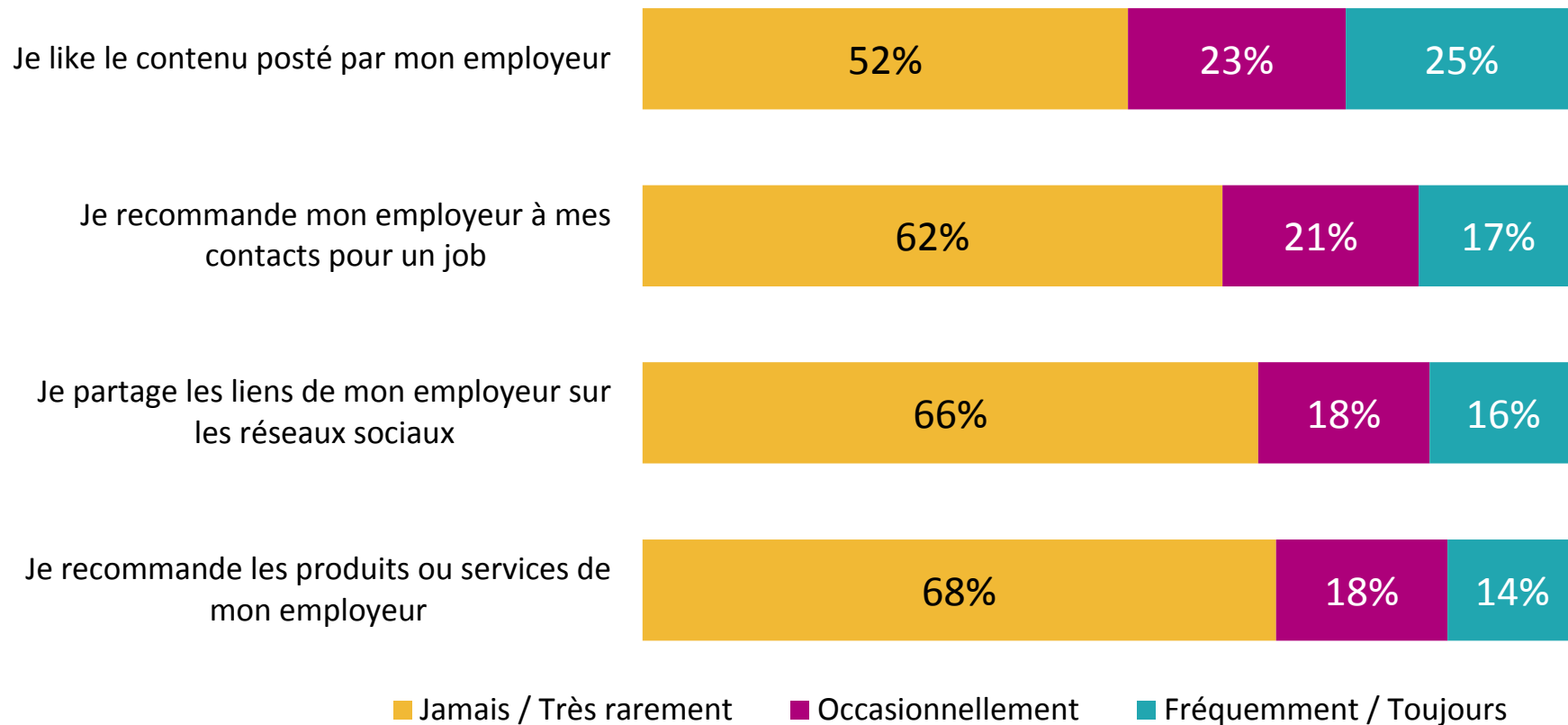


■ Ne mentionnent jamais le nom de l'employeur

■ Mentionnent le nom de l'employeur

L'activité d'ambassadeur de marques sur les réseaux sociaux est encore peu développée ...

- Plus de la moitié des jeunes actifs ne partage jamais le contenu posté par l'entreprise

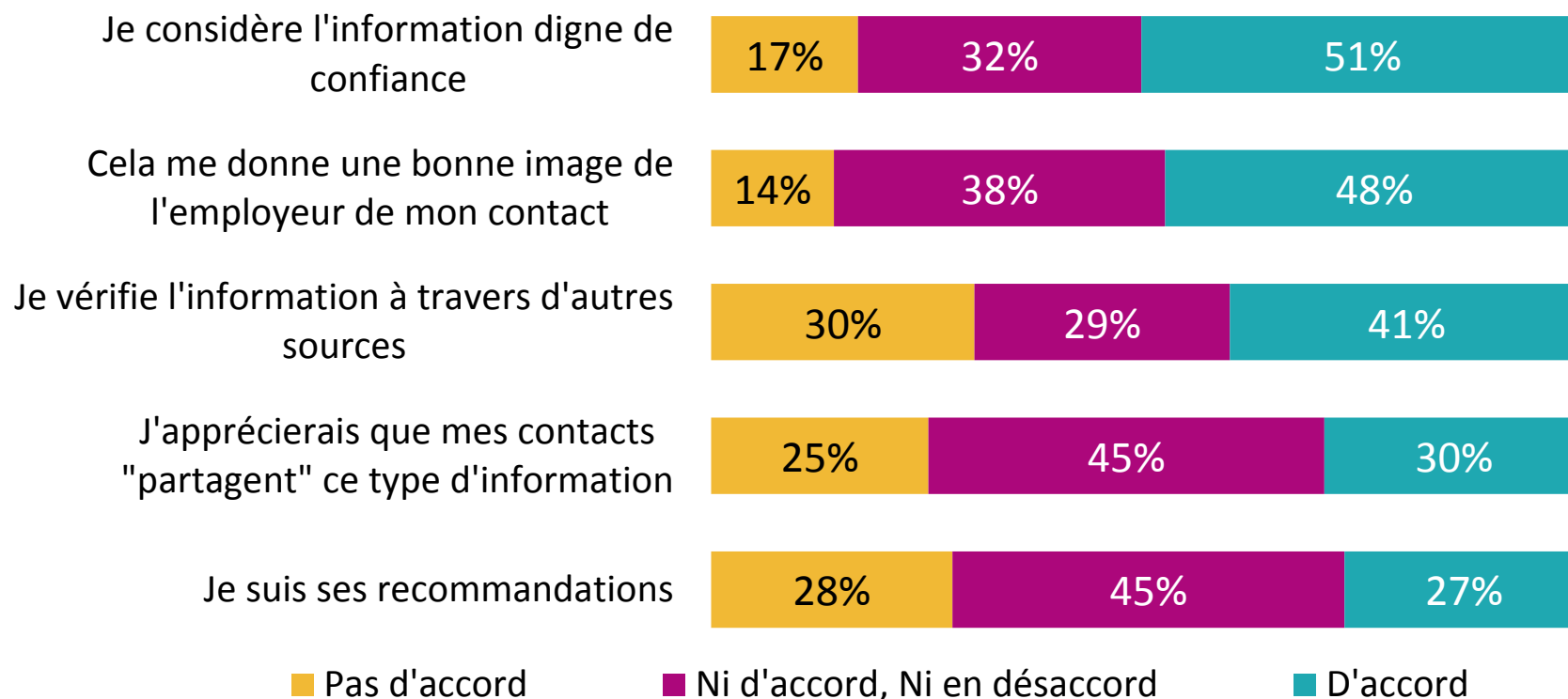


Q : A quelle fréquence vous adonnez-vous à chacune de ces pratiques ?

... Mais la voix des employés sur les réseaux sociaux est crédible

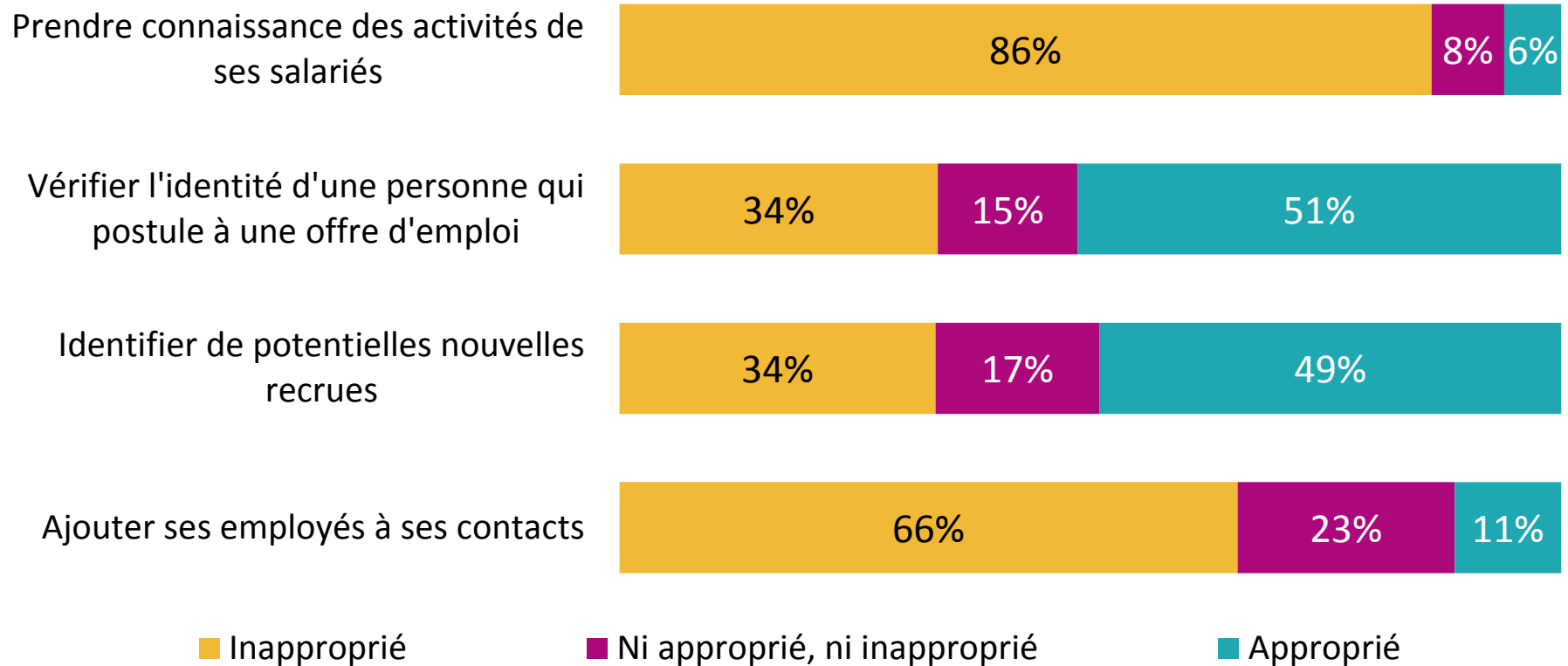
- 51% des répondants jugent digne de confiance l'information liée à un employeur sur les réseaux sociaux

Q : Lorsque vos contacts communiquent ou partagent des informations relatives à leur employeur sur les réseaux sociaux...



L'intrusion d'un employeur sur les réseaux sociaux personnels est jugée inappropriée, sauf à des fins de recrutement

Q. : Trouvez-vous approprié de...

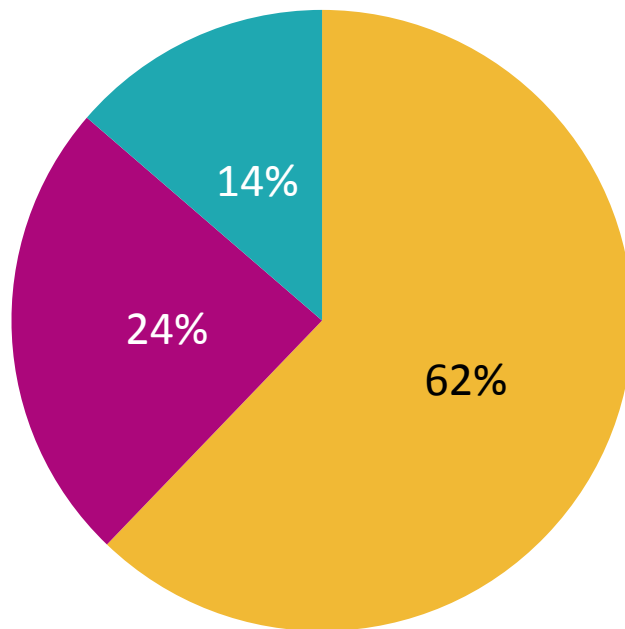


- La quasi-totalité, 90%, utilise les paramètres de confidentialité pour limiter l'audience de ses informations sur les réseaux sociaux

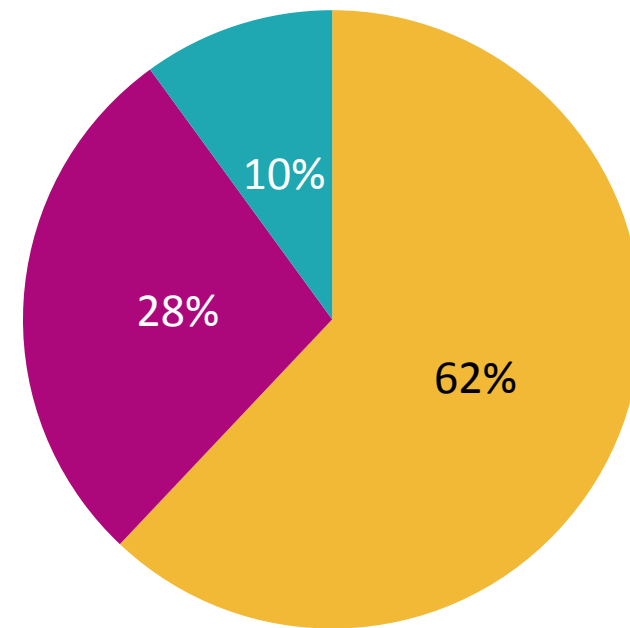
Une utilisation des réseaux sociaux au service de la recherche d'emploi

- 1/3 des répondants partage au moins occasionnellement des offres d'emploi ou le lien du site internet de son employeur sur ses réseaux sociaux.

Offres d'emploi



Liens vers des sites Internet



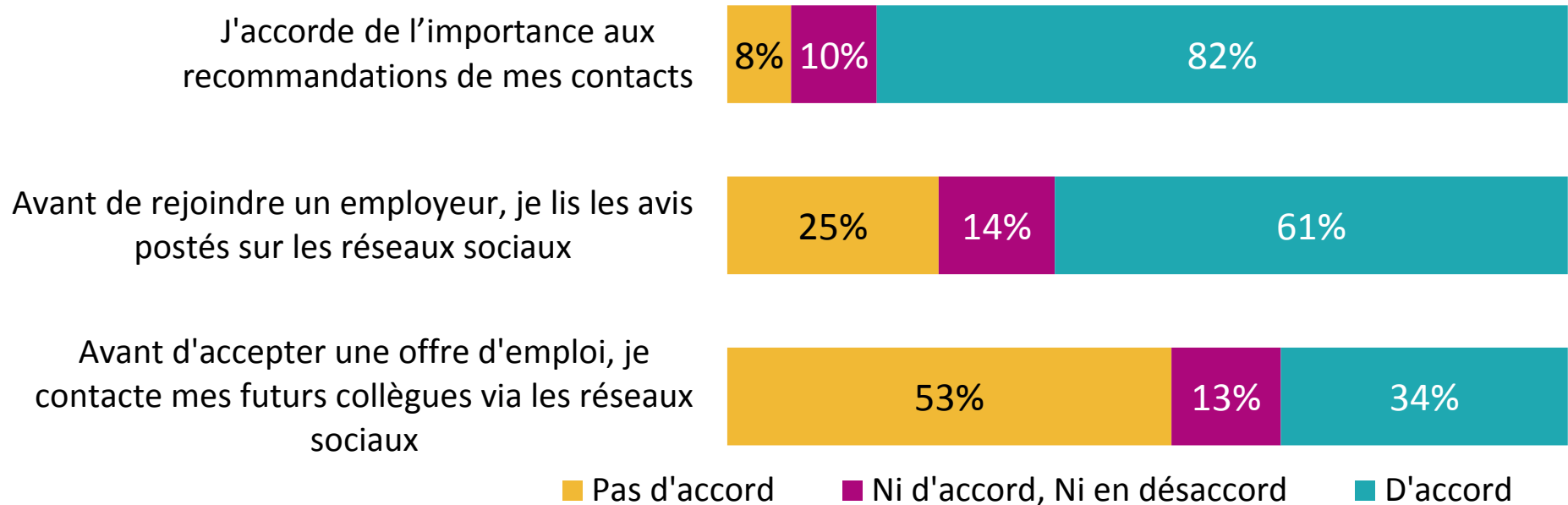
■ Jamais / Très rarement

■ Occasionnellement

■ Fréquemment / Toujours

Le recours aux réseaux sociaux est plébiscité pour s'informer au sujet d'un futur employeur

- Pour 8 actifs sur 10, le réseau personnel est un bon vecteur d'information au sujet d'un futur employeur...



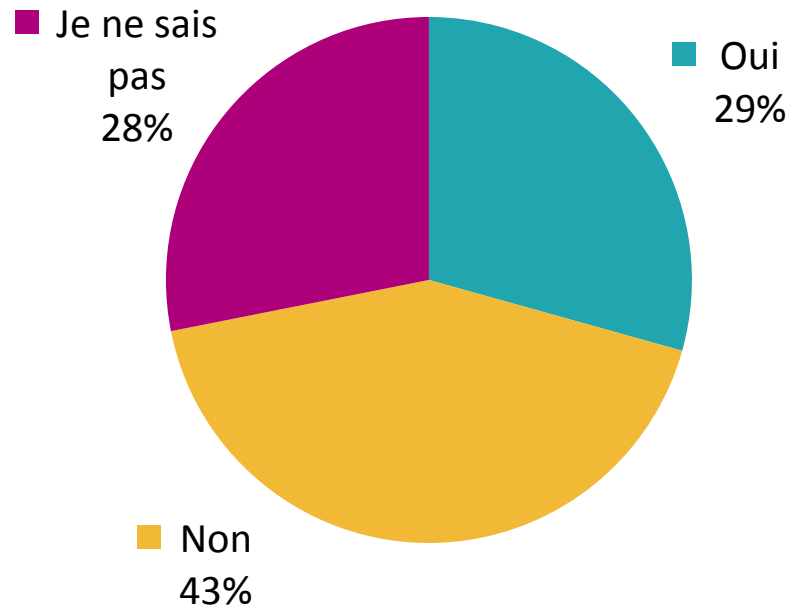
Q : Êtes-vous d'accord avec chacune de ces propositions ?

- ... mais insuffisant : seuls 10% ont choisi leur entreprise sur la base des recommandations de leurs contacts

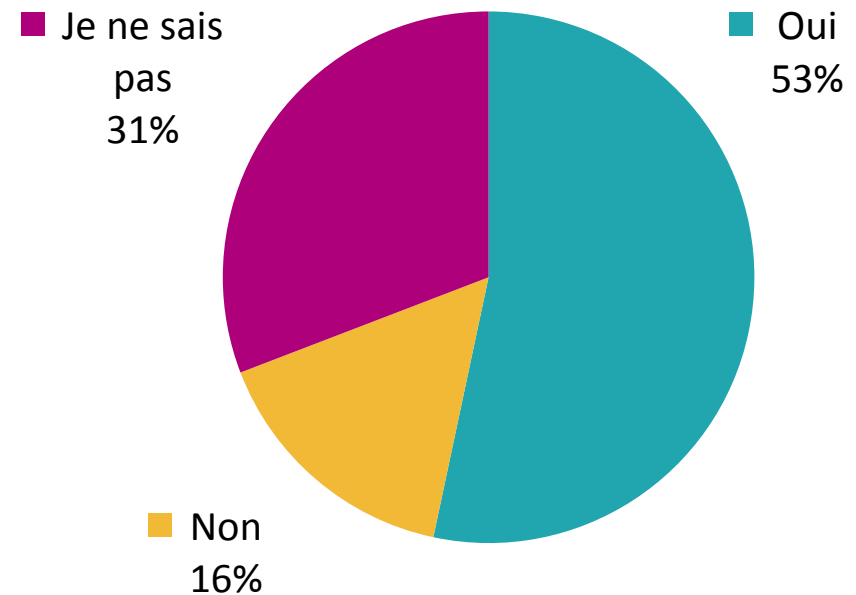
Sur les réseaux sociaux, dans la relation employeurs/employés, il existe un code de conduite tacite ...



Q : Votre entreprise dispose-t-elle d'une politique liée à l'utilisation des RS ?

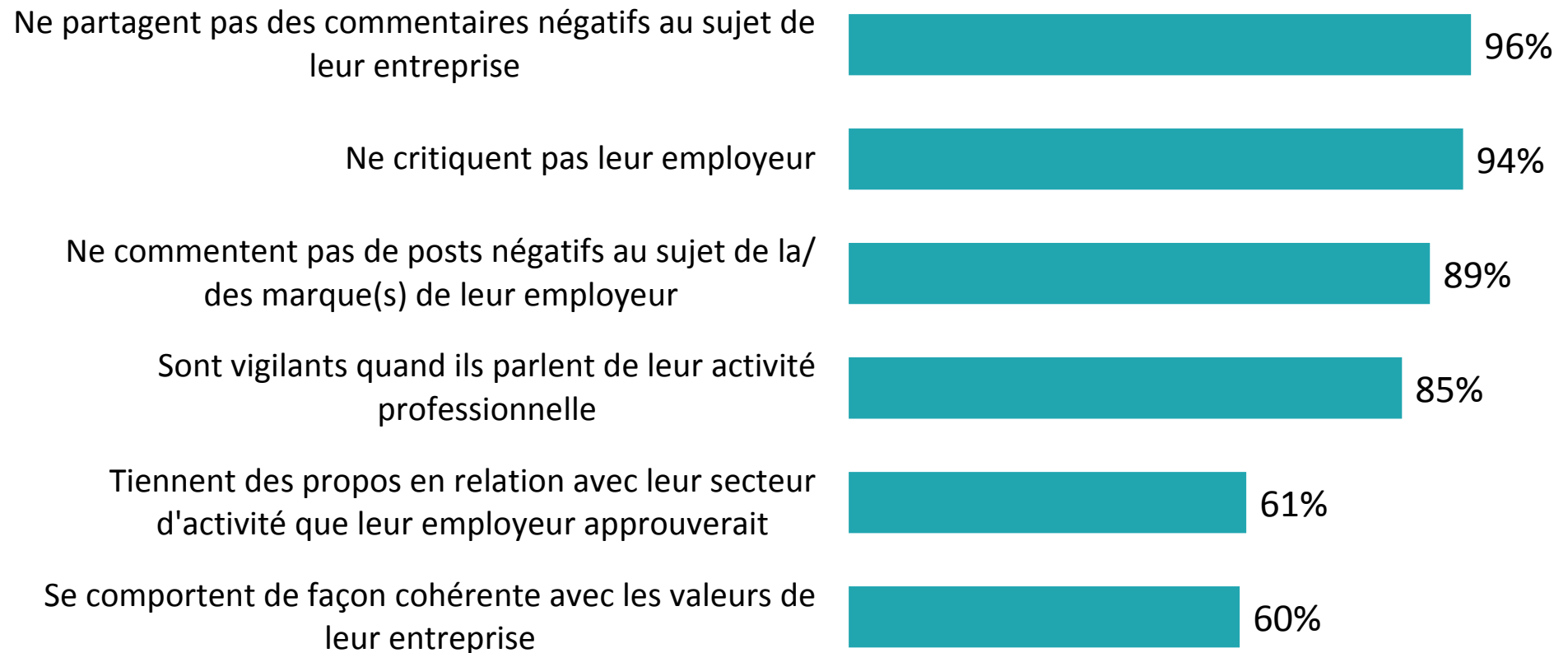


Q : Si elle existe, les employés respectent-ils en général cette politique ?



... et des comportements respectueux vis-à-vis de l'employeur

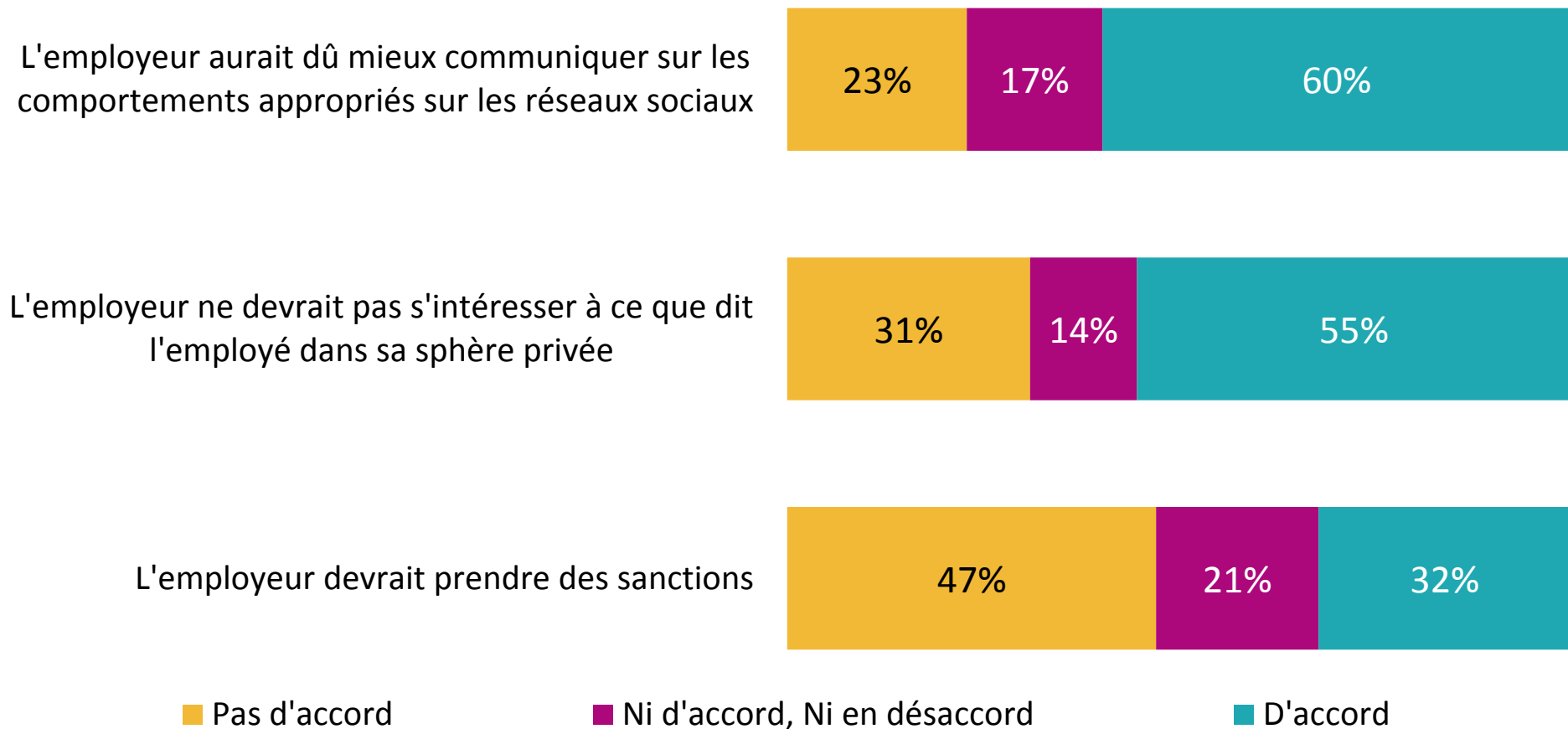
- Plus de 60% des jeunes adoptent déjà des comportements cohérents avec une fonction d'ambassadeur



Il revient à l'employeur d'informer l'employé de l'image de l'entreprise qu'il doit relayer



Q : Dans une situation où un employé parle mal de son employeur sur les réseaux sociaux, êtes-vous d'accord avec les propositions suivantes ?



MÉTHODOLOGIE & PROFIL DES RÉPONDANTS

Méthodologie



- Enquête quantitative auprès de 524 jeunes diplômés de l'EDHEC.
- Les répondants ont obtenu leur diplôme depuis moins de 10 ans, sont en activité dans une entreprise et possèdent un compte actif sur au moins un réseau social (hors réseaux sociaux professionnels de type LinkedIn).

Profil des répondants



- 57% des répondants sont des femmes et 43% sont des hommes.
- Parmi les répondants, 49% travaillent dans une entreprise de plus de 2 000 salariés, 56% en France et la quasi-totalité à temps complet (97%).
- 58% des répondants ont entre un et cinq ans d'ancienneté dans leur entreprise.

A PROPOS DES CHERCHEURS

Marie-Cécile Cervellon est Professeur de Marketing à l'Edhec Business School et Chercheur, notamment au sein de l'EDHEC NewGen Talent Center. Contact: Marie-Cecile.CERVELLON@edhec.edu

Pamela Lirio est Professeur de Gestion Internationale des Ressources Humaines à l'Université de Montréal au Canada.

Camille Barreau (EDHEC2016, Msc in Strategy and Organization Consultancy) a collaboré à cette recherche dans le cadre de sa thèse de fin d'études.

Pour en savoir plus sur leurs recherches, en particulier les facteurs qui encouragent l'*Employee Branding* et l'*Employee Advocacy*:

Cervellon et Lirio, *When employees don't 'Like' their employers on social media* dans *MIT Sloan Management Review*, Winter 2017, Volume 58, Numero 2, pp.63-70

<http://sloanreview.mit.edu/article/when-employees-dont-like-their-employers-on-social-media/>

A PROPOS DE L'EDHEC NEWGEN TALENT CENTRE

Créé en 2012 sous la direction de Manuelle Malot, l'EDHEC NewGen Talent Centre a pour mission, en cohérence avec le credo « Make an impact », d'apporter des solutions aux problématiques d'attraction et de fidélisation des nouvelles générations.

Caroline Rubin et Geneviève Houriet-Segard sont les ingénieurs d'études du centre.

Pour en savoir plus :
www.edhecnewgentalent.com

L'EDHEC NewGen Talent Centre est soutenu par



dans le cadre de la campagne EDHEC Rising Talent.

LILLE

24 avenue Gustave Delory - CS 50411
59057 Roubaix Cedex 1 - France
Tel: + 33 (0)3 20 15 45 00
Fax: + 33 (0)3 20 15 45 01

NICE

393 promenade des Anglais - BP 3116
06202 Nice Cedex 3 - France
Tel: + 33 (0)4 93 18 99 66
Fax: + 33 (0)4 93 83 08 10

PARIS

16-18 rue du 4 septembre
75002 Paris - France
Tel: + 33 (0)1 53 32 76 30
Fax: + 33 (0)1 53 32 76 31

LONDRES

10 Fleet Place, Ludgate
London EC4M 7RB - United Kingdom
Tel: + 44 (0)207 871 67 40
Fax: + 44 (0)207 248 22 09

SINGAPOUR

1 George Street
#07-02 Singapore 049145
Tel: + 65 (0)6438 0030
Fax: + 65 (0)6438 9891

..... WWW.EDHEC.COM

