

Comment les indépendants imposent aux entreprises de repenser la gestion de leurs RH

Dans son étude "Se transformer avec les freelances", la plateforme Malt explique comment l'essor du travail indépendant pousse les entreprises à redéfinir leurs leviers d'attraction des talents mais aussi leur façon de les manager.

Temps de lecture : minute

14 mars 2018

Et si les services de ressources humaines étaient déjà *has been* ? Dans une grande étude dédiée aux freelances, la plateforme Malt dessine les contours d'une gestion des ressources humaines (GRH) héritée de la fin du 19ème siècle et du taylorisme et aujourd'hui à bout de souffle pour arriver à attirer et retenir les talents. Alors qu'elle avait initialement été pensée comme une discipline à part entière, qui devait être exercée par des professionnels du management et non les entrepreneurs devenus dirigeants d'empires industriels, la GRH est désormais remise en cause par plusieurs révolutions.

La GRH s'est structurée autour de cinq fonctions principales : le recrutement, le développement des talents, la paie et les contrats, la sécurité et la santé, et les relations entre l'entreprise et le personnel

Se transformer avec les freelances, Malt

La montée en puissance du rôle des salariés dans le recrutement remet en cause l'expertise des managers RH dans ce domaine : sont-ils véritablement les plus à même de savoir quels talents constitueront les meilleurs choix pour l'entreprise ? Lesquels sauront le mieux s'intégrer aux équipes déjà existantes ? Et déceler ceux qui deviendront demain les nouveaux ambassadeurs de la marque et de l'entreprise ? Au contraire, les salariés semblent pouvoir remplir ce rôle et les entreprises, à commencer par les startups, sont de plus en plus nombreuses à leur faire confiance sur ces points et les intégrer au processus de recrutement. Les jeunes pousses n'ont d'ailleurs pour la plupart, au début de leur histoire, aucun service dédié au recrutement. Si le poste de Talent Acquisition Manager se développe dans les startups plus matures, ce sont souvent les fondateurs eux-mêmes ou les middle managers qui s'occupent de recruter les futurs salariés.

D'autre part, l'essor du freelancing et l'attrait des jeunes générations pour le travail indépendant bat en brèche les techniques classiques de recrutement. *"Les travailleurs envisagent leur engagement professionnel davantage vis-à-vis d'une 'mission' que d'une entreprise ou d'un poste, souligne l'étude de Malt. Ils ne s'imaginent plus rester indéfiniment à un poste (a fortiori dans une seule entreprise). Leur souhait est plutôt accomplir une mission, d'en sortir grandis, puis d'en accomplir une autre, susceptible de les enrichir d'une autre manière."* Cette mobilité poussée à l'extrême rend obsolètes les différents leviers d'attraction de potentiels futurs employés : impossible de charmer un freelance en lui vantant un comité d'entreprise dynamique ou une bonne ambiance de travail au sein des locaux.



À lire aussi

Êtes-vous fait·e pour devenir indépendant·e ?



Repenser la marque employeur

Le fait de travailler avec des freelances toujours plus nombreux sur des missions toujours plus variées pousse les entreprises à redéfinir ce qui constitue leur marque employeur. Les grands groupes ne peuvent plus convaincre un talent sur leur seul prestige ou reconnaissance de leur marque qui ferait une jolie ligne sur un CV. De leur côté, les startups ne peuvent plus compter uniquement sur leur "coolitude" et le bien-être au travail qu'elles aiment tant mettre en avant pour qu'un freelance accepte la mission qu'elles lui proposent. Car accepter une mission et accepter un CDI reposent sur des critères de choix très différents.

Pour séduire un freelance, les entreprises doivent davantage travailler leur storytelling, comme lorsqu'elles cherchent à convaincre... un potentiel client. *"Les freelances contribuent également au brouillage*

entre la marque employeur et la marque consommateur : ils ne sont pas ciblés directement par la communication de la DRH autour de la marque employeur mais doivent néanmoins être séduits par cette marque et l'embrasser dans leurs missions", explique ainsi l'étude de Malt. Le freelance sollicité doit pouvoir trouver du sens à la mission qu'on lui propose et s'assurer que l'entreprise qui lui propose ait des valeurs et des objectifs sociétaux en adéquation avec les siens.



À lire aussi

Freelances, ces startups vont faciliter votre quotidien

Les RH sont mortes, vive la direction des achats ?

L'étude de Malt offre une piste de réflexion intéressante pour l'avenir des RH : et si les freelances étaient gérés... par la direction des achats ? En effet, les services RH savent gérer les ressources internes à l'entreprise, dans tout ce que cette tâche recouvre de plus large (formation, mobilité, administratif...). Mais c'est bien la direction des achats qui s'occupe de

chapeauter les partenaires et fournisseurs extérieurs. Or les freelances ne sont-ils pas des fournisseurs de compétences ?

Du point de vue formel, les freelances dépendent non des directions des ressources humaines, mais des directions des achats - comme tous les prestataires dont la relation avec l'entreprise fait l'objet d'un bon de commande.

Se transformer avec les freelances, Malt

"Les missions de la direction des achats consistent à connaître le marché, recueillir les besoins et demandes des clients internes (les directions métiers, comme les appellent les acheteurs), trouver et choisir des fournisseurs, négocier les tarifs et les conditions d'achat (livraison et conditions de paiement) et passer les commandes", rappelle l'étude qui y voit un parallèle avec le processus par lequel une entreprise choisit de travailler avec un freelance. En validant ce processus de sélection, l'entreprise s'assure également une meilleure visibilité sur son réseau de freelances. Car si les freelances ne comptent pas dans les effectifs de l'entreprise - qui relèvent des RH - ils doivent être comptabilisés comme des partenaires potentiels et mobilisables en cas de besoin - qui relèvent de la direction des achats.



À lire aussi

Je suis devenue freelance et je suis heureuse !

Article écrit par Geraldine Russell