

Ces entreprises innovantes et heureuses, la recette de crème de la crème

*Quelle est donc la clé du bonheur au travail ? Il n'existe aucune recette miracle en la matière mais les startups ont chacune leur idée sur la question. A l'occasion de la publication de son livre blanc *Born Disruptive*, Samsung s'est penché sur la liste des ingrédients qui, additionnés, donnent au quotidien un parfum de bien-être. Premier épisode au menu : crème de la crème.*

Temps de lecture : minute

8 octobre 2018

Notre turn over est très faible : nous n'avons enregistré qu'un seul départ en quatre ans." Jean-Charles Varlet est un chef d'entreprise heureux. A la tête de crème de la crème, une startup dédiée à la communauté des freelances, le CEO se réjouit de la fidélité de ses équipes. Une satisfaction dont tous les chefs d'entreprise aimeraient pouvoir se targuer. Pourtant, notamment dans le milieu startup, la lassitude qui guette constamment les millenials et la guerre des talents menacent l'équilibre des équipes.

Les entreprises ont donc adapté leurs organisations, non plus seulement pour attirer les meilleurs collaborateurs mais pour les stimuler régulièrement et les fidéliser. Et Crème de la Crème ne fait pas exception à la règle. La startup a adopté la méthode *Objectives and Key Results* (OKR), notamment en place chez Google, qui définit des objectifs à atteindre et permet de suivre plus facilement les progrès des équipes. Parmi les indicateurs-clés définis par la startup : le bonheur de ses salariés. Celui-ci est mesuré chaque mois grâce à un outil développé en interne, ce qui permet aux managers de suivre avec attention cette

météo interne et d'adapter leur management en fonction des éventuelles baisses de moral.

La liberté, valeur prisée des collaborateurs

Pour garantir le bien-être de ses collaborateurs, crème de la crème a donc mis en place une organisation fondée sur trois piliers : la liberté, la convivialité et l'attractivité. La première de ces valeurs se concrétise notamment grâce aux trois jours de télétravail possibles par semaine. Si les lundis et vendredis sont dédiés aux réunions et autres points collectifs ou individuels, les autres jours peuvent être utilisés pour travailler de chez soi... ou d'ailleurs, bord de mer ou montagne pour ceux qui ont la bougeotte, voire même de l'étranger pour ceux qui auraient des envies d'exotisme.

“En tant que chef d'entreprise, cela peut faire peur”, reconnaît Jean-Charles Varlet, qui ne se voit pourtant pas modifier l'organisation de son entreprise. *“Tant que les objectifs sont clairs et respectés, que les salariés utilisent les outils - méthodologiques et matériels - mis à leur disposition pour rester disponibles et joignables et qu'on a confiance dans les cadres qui supervisent leurs équipes, on ne constate pas d'effet néfaste ni sur l'entreprise ni sur les équipes.”* Bien au contraire, cette liberté responsabilise aussi les collaborateurs et les replace au coeur d'une nouvelle organisation du travail en mobilité.

Préserver le collectif

La difficulté réside dans le fait de faire rimer liberté avec collectivité. Car pour que l'entreprise préserve son attractivité aux yeux des collaborateurs - et des futurs candidats, celle-ci doit rester un vecteur de lien social. Or télétravail et horaires de travail flexibles ne vont pas forcément de pair avec la convivialité. C'est ce challenge qu'a su efficacement relever Crème de la Crème en mettant en place plusieurs

rendez-vous suscitant l'échange et la collaboration entre collaborateurs.

Toutes les semaines, les employés sont invités par un chatbot, créé en interne, à partager un déjeuner avec un autre collaborateur, choisi au hasard. Sur le même principe sont organisés des apéros hebdomadaires rassemblant un petit groupe de salariés, constitué aléatoirement par le bot. Une manière de provoquer les affinités, que les collaborateurs ne vont pas forcément chercher d'eux-mêmes au-delà de leur premier cercle professionnel, leur équipe.

Le bien-être au service de la performance

Et tous les trois mois, chaque équipe s'offre une retraite collective hors de Paris, en région ou même à l'étranger. Au programme : des journées de travail ponctuées par des activités en fonction des possibilités locales. S'initier au surf entre deux réunions, c'est possible ! Et c'est même efficace, comme le souligne Jean-Charles Varlet : *“ nous avons réalisé des tests à la fin de plusieurs retraite et ils ont montré que les salariés avaient été plus productifs sur ces périodes-là”*.

Ce qui est bon pour les salariés l'est donc aussi pour l'entreprise. crème de la crème est parti de ce postulat pour imaginer un dispositif atypique qui favorise à la fois le développement personnel des collaborateurs et l'amélioration du produit commercialisé par la startup. *“ Nous demandons à tous nos salariés d'avoir une activité en freelance à côté de leur CDI, précise Jean-Charles Varlet. Cela leur permet de mieux comprendre les problématiques des freelances, d'utiliser les outils digitaux qu'ils contribuent à développer et d'identifier les pierres d'achoppement.”*

“Cela permet de mieux associer les salariés, ils se sentent plus concernés par leur travail”

Jean-Charles Varlet, CEO de crème de la crème

Mais il ne s'agit pas de négliger le nerf de la guerre : la rémunération. Celle-ci reste un levier majeur dans la motivation des salariés. Et les mécanismes d'intéressement peuvent prendre des formes diverses et variées, que les startups ne cessent d'explorer. Voire de réinventer, à l'instar de Crème de la Crème qui vient de lancer son programme Crème partners qui fait de ses employés de véritables apporteurs d'affaires. *“Chaque salarié touche un pourcentage du business qu'il apporte à l'entreprise”*, explique le CEO de la jeune pousse.

Une manière pour l'entreprise de créer une force commerciale diffuse, répartie sur l'ensemble des salariés, et donc d'autant plus redoutablement efficace. Tandis que, pour les collaborateurs, *“c'est une façon de récompenser leur implication et de partager les bénéfices de celle-ci”*, assure Jean-Charles Varlet. La preuve que, bien que l'argent ne fasse pas le bonheur, une bonne utilisation de celui-ci peut y contribuer.

Comment les entreprises s'adaptent à la Nouvelle Economie Mobile ?

Le monde de l'entreprise est à un tournant de son histoire. Une nouvelle génération vient aujourd'hui bouleverser les méthodes de travail traditionnelles. Les entreprises doivent s'adapter si elles veulent attirer et fidéliser les meilleurs talents. Dans ce rapport, Samsung définit comment les membres de cette génération “digital native” et extrêmement mobile pensent et travaillent. Et liste les solutions pour combler l'écart technologique croissant entre cette nouvelle génération et les cadres dirigeants. Ce qui implique un environnement adapté, mais aussi, et c'est crucial, des technologies leur permettant de remplir leurs objectifs dans la Nouvelle Économie Mobile (NME).

Pour en savoir plus, téléchargez le livre blanc de Samsung sur la Nouvelle Économie Mobile

Maddyness, partenaire média de Samsung

Article écrit par Maddyness, avec Samsung