

Comment la culture d'entreprise de Kapten participe t-elle au succès de la startup ?

L'équipe RH de Kapten nous dévoile comment la culture d'entreprise participe à ce succès et comment l'entreprise a su préserver son ADN dans un contexte d'hyper-croissance.

Temps de lecture : minute

24 avril 2019

Lancé en 2012 par trois entrepreneurs français, Kapten est devenu en quelques années l'un des leaders du VTC en France. Aujourd'hui, Kapten c'est 270 collaborateurs, 15 nationalités, une flotte de 22 000 chauffeurs partenaires, plus de 2 millions de clients, une présence dans les plus grandes villes d'Europe (Paris, Genève, Lisbonne, et bientôt Londres) et une seule ambition : devenir le leader européen de la mobilité urbaine.

Un rebranding en 4 mois... comment votre culture d'entreprise vous y a-t-elle aidé ?

Il était impératif pour nous de changer de nom afin d'accélérer notre internationalisation avec un nom plus accessible, facilement prononçable et une connotation moins haut de gamme qui nous a privé par le passé d'une partie du marché. Avant de lancer le rebranding, il a fallu embarquer nos 270 collaborateurs afin qu'ils puissent comprendre l'importance de ce projet, le porter et l'incarner.

Il est évident que le fait d'avoir pu nous appuyer sur une culture d'entreprise forte a été déterminant. Le goût du challenge fait partie de

l'ADN de Kapten et toutes nos équipes ont donné le maximum pour rendre ce rebranding possible.

Nous avions quatre mois devant nous afin d'être prêts pour notre lancement à Genève. Personne ne s'est dit "va-t-on y arriver ?" ou encore "Quatre mois pour lancer une nouvelle campagne de communication et convaincre nos clients, c'est impossible". Au contraire, tout le monde était prêt à relever le défi et l'impossible est devenu possible : Kapten a vu le jour en temps et en heure. Ce projet de rebranding a été porté par l'ensemble de nos collaborateurs, notamment grâce à la cohésion d'équipe et à l'agilité de notre organisation.

Quelles sont les origines de votre culture d'entreprise ? A t-elle changé au fil du temps ?

Lorsque nos trois fondateurs ont lancé Chauffeur Privé en 2012, l'ambition devait être la même pour tous les collaborateurs de l'époque : être le petit challenger franco-français du géant américain du VTC - y adhérer était une nécessité.

L'une des clefs de réussite a été dès le départ d'intégrer cette culture dans notre processus de recrutement afin d'embaucher des personnes qui diffuseraient au mieux cette culture à travers le temps. Les fondateurs ont fonctionné à l'unanimité sur l'ensemble des recrutements, et c'est toujours le cas aujourd'hui. Le principe est simple : toutes les personnes qui ont rencontré le candidat doivent être convaincues.

Aujourd'hui, nous avons grandi et ces choix culturels perdurent. Les bases de notre culture sont toujours là : audace, challenge, bienveillance, esprit d'équipe et communication ouverte.

Retrouvez les offres d'emploi de Kapten



Vous avez défini des valeurs il y a seulement quelques mois, pourquoi en avez-vous ressenti le besoin ? Qu'est-ce que cela vous a apporté ?

Lors de notre dernière enquête interne, 99% de nos collaborateurs ont indiqué qu'ils considéraient Kapten comme une "best place to work". Cela peut paraître beaucoup et pourtant ! Pour conserver ce statut, il nous a fallu être exigeant dans nos recrutements afin d'intégrer les bonnes personnes et surtout bien les intégrer ensuite pour leur montrer qu'ils avaient fait le bon choix.

Pour rendre cela possible, il a fallu que nous définissions nos valeurs car nous grandissons de manière exponentielle et il y a une différence entre transmettre notre culture à une équipe restreinte de 50 personnes et le faire à une échelle de 400 collaborateurs répartis dans plusieurs pays.

Il y a toujours eu une dynamique forte chez Kapten et nous avons décidé de mettre des mots dessus en mobilisant toutes les équipes lors d'un offsite à Marrakech en avril dernier. À travers un brainstorming, une discussion ouverte et des jeux de rôle, nous avons pu formaliser cette culture existante en se posant les bonnes questions : Qui sommes-nous ? D'où venons-nous ? Quelles sont nos forces ? Qu'apprécions-nous le plus en travaillant ici ? Quels sont les comportements qui représentent au mieux notre culture ? Quels aspects de notre culture ne voulons-nous surtout pas perdre ?

Aujourd'hui, notre culture d'entreprise repose sur trois valeurs : Be Bold. Take Care. Feel Free. C'est un portrait précis de notre environnement de travail qui, on l'espère, donnera envie aux candidats de nous rejoindre et à nos collaborateurs de rester.

Comment votre culture s'est-elle transmise malgré votre forte croissance et l'accueil régulier de nouvelles recrues ?

Le maintien d'une culture d'entreprise dans un contexte de croissance forte repose à nouveau sur un processus de recrutement pertinent et efficace, ainsi qu'une expérience collaborateur cohérente. L'idée n'est pas de recruter uniquement des candidats qui correspondent déjà à nos valeurs mais de déterminer si un candidat sera capable ou non de s'intégrer et de s'adapter à notre culture.

Pour cela, l'équipe RH a adopté un processus de recrutement qui reflète notre ADN : les échanges sont rythmés, fluides, transparents, les candidats reçoivent systématiquement un feedback après leur entretien ou cas pratique, qu'il soit positif ou négatif. Nous envoyons régulièrement des emails avec la petite touche Kapten, comme à l'occasion de la journée

mondiale du compliment ou du changement d'heure, toutes les occasions sont bonnes pour faire sourire nos candidats !

L'expérience candidat se transforme ensuite en expérience collaborateur. Lorsqu'une personne arrive, on récolte son feedback afin de voir s'il décrirait le processus de recrutement en utilisant les mêmes termes que ceux énoncés précédemment.

Tout nouvel arrivant fait partie d'une promo et participe à une semaine d'onboarding durant laquelle tous les départements présentent leur activité. Lors de son premier jour, un nouveau collaborateur est accueilli avec un petit-déjeuner et un tour des bureaux, suite à quoi il reçoit et installe son matériel avant la pause déjeuner... qui a lieu en équipe ! Nos nouveaux collaborateurs n'ont pas à se demander avec qui ils vont manger, c'est un point important pour diffuser dès le départ un sentiment #takecare et bienveillant.

Enfin, les nouveaux arrivants ont l'occasion de se présenter et de partager un fun fact lors des "all hands" tous les vendredis. C'est un rituel très attendu par les collaborateurs car eux-mêmes sont passés par là. Cela permet de repérer les nouveaux et de décoincer l'atmosphère dans l'ascenseur "Sympa ton fun fact !".

De quelle manière pensez-vous que votre culture et vos valeurs vont évoluer dans les mois / années à venir, notamment dans votre contexte d'internationalisation ?

Chaque nouveau bureau se met en place à travers ce prisme et décline des principes locaux cohérents avec cette culture globale tout en s'adaptant aux particularités des différents pays.

L'attention portée en interne à nos collaborateurs et à l'externe avec nos partenaires chauffeurs, clients et candidats est une particularité qui n'a pas de frontière.

[Kapten recrute ! Retrouvez leurs offres juste ici](#)

Article écrit par AzertyJobs