

# La to-do du manager pour un onboarding réussi

*Place à la rentrée et à sa vague de nouveaux collaborateurs à intégrer... mais surtout à engager ! Et pour ne pas rater cette première marche aussi cruciale que stratégique, le processus d'onboarding établi doit impérativement être rodé, adapté à chaque arrivant et placé sous le signe de la communication et du partage.*

Temps de lecture : minute

---

6 septembre 2019

Recruter, c'est bien. Onboarder c'est encore mieux. Si de nouveaux talents séduits par leur " expérience candidat " ont fait le choix de votre entreprise, ils ont aussi - comme 1 cadre sur 3 en France - le pouvoir de la quitter rapidement, faute d'une intégration réussie. Un écueil qui représente en moyenne un salaire annuel et peut sévèrement nuire à votre marque employeur.

## La check-list qu'il vous faut

Pour optimiser l'intégration des nouvelles recrues, tout est dans la check-list, qui reste le meilleur moyen de tirer parti de la phase d'onboarding et de maintenir le cap sur votre programme. Si l'entreprise ne dispose pas de logiciel ou de CRM dédié, des outils simples et gratuits - comme [Slite](#) - existent pour guider les grandes étapes de l'incorporation des nouveaux employés : annonce de l'arrivée, préparation du poste de travail, point " outils ",... Veuillez néanmoins à personnaliser ces listes génériques, à éliminer ce qui vous semble superflu et à les enrichir pour alimenter le parcours.

## Le kit d'arrivée : oui, mais...

Exit les welcome kits avec un mot impersonnel du directeur, deux stylos et un trombinoscope à rallonge. Un pack d'accueil bien pensé, c'est avant tout un bon dosage entre corporate et marque employeur, entre ludique et professionnel. Le message à faire passer à travers lui ? La promesse d'un cadre de travail bienveillant et studieux. Le kit " parfait " est celui qui reflète la culture de l'entreprise. L'idée n'est pas de faire l'impasse sur les grands classiques qui marchent (mug, tote bag, stickers,...), le kit opérationnel (badge, codes d'accès, cartes cantines),... mais de veiller à y intégrer quelques petites attentions qui initieront un sentiment d'appartenance dès les premiers pas dans la structure. Nul besoin pour cela de disposer d'un budget XXL : un mot de bienvenue écrit à la main par toute l'équipe, un goodies personnalisé, un cadeau en lien avec les loisirs qu'il ou elle auraient évoqué (pla ce de ci néma, cours de sport,...),...

## Le planning idéal et sur-mesure

Prédéfini, l'emploi du temps du nouvel arrivant est - à l'image du kit d'arrivée - un savant dosage entre l'opérationnel et l'immersion dans la vie de l'entreprise. Proposez un parcours optimisé et organisez des journées diversifiées. On évite les journées 100% administratives et on alterne les rendez-vous RH et le déjeuner avec l'équipe, les phases de découverte du fonctionnement de l'entreprise et les points logistiques.

## Toute l'équipe sur le pont !

Pas évident de prendre ses marques dans une équipe où les liens sont déjà tissés. On essaye de ne pas trop en faire, d'observer, de rester soi-même mais ce sera bel et bien à l'onboarder de faciliter cette immersion. Petit déjeuner d'accueil, one-to-one avec chaque membre de l'équipe,

activité sportive, culturelle ou de loisirs (escape game, apéro Molki, etc.), misez sur les échanges formels et informels... tout en évitant de sur-solliciter les collaborateurs.

## La communication avant tout et tout au long du processus

N'attendez pas le jour J pour communiquer avec le nouvel arrivant. Un appel téléphonique ou un rendez-vous " hors des murs " quelques jours avant son entrée peut être une excellente manière de poser les premières pierres de la collaboration, voire de le rassurer en levant ses éventuelles appréhensions. Pas d'onboarding sans disponibilité ! Prévoyez des moments d'écoute et d'échanges réguliers et fixez un rendez-vous clé dans les semaines qui suivent son arrivée : celui du bilan d'intégration qui fera figure de rapport d'étonnement. Cela vous permettra de valider le succès de cette première étape, d'ajuster ce qui doit l'être et d'être certain que tout est clair pour le collaborateur (du fonctionnement de l'entreprise jusqu'au périmètre de ses missions).

*Guillaume Quaetaers est cofondateur de Move Your Buddy*

---

Article écrit par Guillaume Quaetaers