

# CAS MARKETING RH



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

**PRÉSENTÉ PAR :**

**attitude**<sup>MD</sup>  
marketing

**RÉDIGÉ PAR :**

Caroline Boivin, Professeure, Université de Sherbrooke  
Ana Dragović, VP Académique Happening Marketing  
Étienne Moreau, VP Académique Happening Marketing

## **L'entreprise**

Attitude Marketing, une agence de marketing numérique dont les bureaux sont situés à Saint-Lambert, a vu le jour en 2004. L'agence offre une variété de services, allant des conseils stratégiques à la publicité, la création de sites web, l'optimisation des écosystèmes numériques (tels que les médias sociaux, les sites web, les CRM, Google Ads), la programmation média, SEO, UX, et compte des clients dans une diversité de secteurs dont l'agroalimentaire, la mode et les produits de beauté, le pharmaceutique, l'environnement, l'éducation et les services professionnels s'adressant autant à des détaillants qu'à des fabricants ou à des organismes à but non lucratif.

L'entreprise se présente comme faisant partie d'une nouvelle race d'agence de marketing numérique, plus humaine et plus adaptée aux besoins et à la réalité de ses clients et souhaite être reconnue pour son attitude positive et son énergie communicative. Les fondateurs affirment avoir voulu créer une agence dans laquelle ils auraient aimé travailler lorsqu'ils étaient eux-mêmes clients.

Les valeurs mises de l'avant par Attitude Marketing sont l'écoute, l'initiative, la collaboration, une orientation vers les solutions et les résultats ainsi que le positivisme.

## **Mise en contexte**

Attitude Marketing sera bientôt dirigée par trois associés qui s'appuient actuellement sur 24 employés, hommes et femmes, âgés en moyenne de 37 ans. L'entreprise vise à ce que l'équipe s'agrandisse et compte une quarantaine d'employés d'ici trois ans. Attitude Marketing a des besoins variés pour assurer la croissance dans ses différentes sphères d'activités et cherche à combler des postes de toutes sortes.

Comme une majorité d'entreprises, Attitude Marketing fait face à une pénurie de main-d'œuvre, car les offres d'emploi surpassent la demande dans son secteur d'activités. Il s'avère ainsi crucial de se démarquer face à la concurrence pour espérer convaincre des candidats de rejoindre les rangs de l'agence.

Il est important de considérer que les postes qui sont à pourvoir sont essentiellement des postes juniors, c'est-à-dire, des postes qui sont généralement destinés à des nouveaux gradués ou des personnes n'ayant pas beaucoup d'expérience dans le domaine. Il ne faut pas prendre en considération les postes seniors dans le déploiement de la stratégie.

## **Marque employeur**

Attitude Marketing souhaite offrir à son équipe, un environnement de travail stimulant, agréable et axé sur la collaboration. Un milieu sain, convivial et sécuritaire pour tous.

Une refonte de la marque employeur a été réalisée à l'interne au cours de l'été 2021. En amont de la révision de sa marque employeur, Attitude Marketing a effectué un sondage auprès de ses employés afin de dresser un portrait de la situation en termes de satisfaction des ressources humaines. Plusieurs points positifs en sont ressortis. Les employés ont souligné la bonne écoute de la direction, une appréciation de leur travail et la valorisation des idées émises. De plus, l'entreprise n'adopte pas un style de gestion de type "micromanagement", ce qui permet, aux employés, d'évoluer dans une atmosphère de confiance et faire preuve d'autonomie.

Des améliorations ont été mises de l'avant afin de combler certains besoins essentiels pour les employés. D'abord, le processus d'ajustement salarial a été revu et propose maintenant une indexation annuelle du salaire, pour tous, selon l'indice du coût de la vie. En outre, une révision salariale basée sur une évaluation de la performance et de l'évolution de carrière de chacun des employés est prévue. Une échelle salariale pour l'ensemble des employés de l'entreprise a été mise en place de manière à assurer une équité entre eux.

Attitude Marketing offre des conditions avantageuses à ses employés :

- Un horaire flexible de 35 heures par semaine avec une latitude pour déterminer les heures de début et de fin de journée,
- La possibilité de faire du télétravail les lundis et vendredis
- Une journée de congé additionnel pour tous les longs weekends
- Cinq journées famille/santé sur une base annuelle
- Trois semaines de congé annuellement et une bonification d'une journée de congé supplémentaire par année d'ancienneté.
- Une offre de cours gratuits de yoga et de cross-fit.
- Une allocation pour l'installation d'un bureau à la maison et de 50% des frais de transport en commun.
- Un programme de formation et de développement des compétences.

La philosophie d'Attitude Marketing est bien résumée par les maximes suivantes :

***« Ce n'est pas notre aptitude, mais notre attitude qui détermine notre altitude. »***

***« Ça semble impossible jusqu'à ce ne le soit plus. »***

**« Si le défi ne vous fait pas peur, c'est peut-être qu'il n'est pas si important. »**

**« Sois tu prends le contrôle de ta journée ou ta journée te contrôlera. »**

**« Tout est plus simple avec un sourire ;) »**

**« La seule façon de devenir bon à résoudre des problèmes, c'est de les résoudre! »**

## **Type de personnalité recherchée**

Pour bien s'intégrer à l'équipe en place, les nouvelles recrues devraient posséder les caractéristiques suivantes :

- Une attitude positive générale dans la vie.
- Un esprit d'innovation, car le travail requiert de trouver des solutions à des problèmes.
- L'authenticité.
- Une attitude collaborative.
- La capacité et la volonté de continuer à apprendre car ce qui est vrai aujourd'hui ne le sera pas nécessairement dans six mois.

## **Le mandat**

L'Agence Attitude Marketing vous mandate pour lui suggérer un plan de communication mettant de l'avant la stratégie de contenu et la stratégie de diffusion qui entoure le recrutement et la promotion de l'image de marque de l'entreprise, dont le but ultime est l'acquisition et le recrutement d'employés.

Les points suivants doivent être pris en considération afin de vous assurer de viser juste :

- Le plan de communication proposé doit s'appuyer sur la refonte de la marque employeur. Attitude Marketing désire des propositions sur la manière de véhiculer, partager et communiquer sa marque employeur à l'externe afin de pouvoir acquérir les meilleurs talents de demain.
- Attitude Marketing souhaite sortir des sentiers battus et explorer des idées autres que les moyens de recrutement conventionnels comme les sites d'emploi et LinkedIn.
- Un budget de 50 000\$ est alloué à l'année 1 et de 25 000\$ annuellement par la suite. Il importe de garder en tête que le budget constitue la plus grande contrainte du mandat. Attitude Marketing s'attend à ce que les propositions puissent être mises en œuvre en utilisant les moyens financiers avec créativité.
- La cible de la campagne sera les finissants universitaires ou avec peu d'expériences, donc des postes d'entrée chez Attitude. L'objectif est donc de rejoindre et intéresser la nouvelle génération de travailleur.