

La fidélisation

Témoignages
Sociétés d'assurance

Les entreprises fidélisent notamment par la mobilité interne, des actions ciblées, une politique de bien-être à long terme et une communication interne renforcée

Peu de "parcours de fidélisation" formalisés partout, mais un renforcement des leviers existants

Plusieurs entreprises indiquent ne pas avoir créé de parcours dédiés au sens strict. La fidélisation repose surtout sur des fondamentaux déjà efficaces (rémunération, avantages, flexibilité), mieux explicités dès le recrutement.

"La fidélisation semble bien fonctionner avec les avantages et la rémunération compétitive"
CNP Assurances

Développement des compétences et mobilité interne comme piliers centraux

Lorsque des actions spécifiques existent, elles sont majoritairement liées à la formation continue, aux académies métiers, à la mobilité interne et aux parcours d'expertise (alternatives à la carrière managériale).

"Académies métiers (...) filières d'expertise (...) reconnaissance de l'expertise technique"
AXA

Dispositifs ciblés de rétention pour talents clés et dirigeants

Certaines organisations déploient des outils spécifiques pour retenir des profils exposés à la concurrence : augmentations off-cycle, bonus de rétention, intéressement différé et plans d'actionnariat.
La communication est individualisée, via entretiens RH et points dédiés.

"Augmentations de salaire et primes de fidélité (...) plans d'actions différées"
Swiss Re

Une politique de "care" et de bien-être pour fidéliser dans la durée

Au-delà du salaire, certaines entreprises structurent des programmes d'accompagnement des moments de vie (parentalité, aidance, santé, éducation financière, etc.).
Ces actions visent le bien-être durable et la projection long terme.

"Une politique RH de "care" pour accompagner les collaborateurs à différentes étapes de vie"
AXA

Cooptation, communautés et engagement collectif

La cooptation et les communautés internes (réseaux d'ambassadeurs, groupes métiers, innovation) renforcent l'engagement en faisant des collaborateurs des acteurs de la croissance et de la culture.

"La cooptation (...) transforme les collaborateurs en ambassadeurs"
SMABTP

Communication interne : managers-relais et canaux RH

La communication passe principalement par les managers (entretiens, points d'équipe), complétée par intranet, newsletters, ateliers et supports RH. L'objectif est la compréhension des dispositifs et leur appropriation concrète.

"Communication via outils internes et entretiens individuels"
Swiss Re