



Perrine CHARRIER - Eva LAURENT - Louis RIEBEL - Lana TAILLARD

Contexte

- Ouverture de **5 nouveaux magasins** en France
- Plus d'**une centaine de postes à pourvoir** dans de nombreux domaines d'activité
- **Refonte totale de l'image de marque** d'Ikea

Objectif

Renforcement de son image de marque afin de faciliter l'**attraction** donc le **recrutement** de talents pour les 5 nouveaux magasins.

ÉTUDE DE MARCHÉ

État des lieux du marché du travail

Nombre de personnes au chômage selon la tranche d'âge :

- 15-24 ans : 671 000
- 25-49 ans : 1 183 000
- 50 ans ou plus : 479 000

Taux de personnes en reconversion :

- **1,4 million d'actifs** changent de métier chaque année, soit environ **7,4 % de l'ensemble des actifs**.

(60 % des cadres au chômage et 45 % des cadres de moins de 35 ans déclarent vouloir se reconvertir)

Source : Jedha

État des lieux du marché du travail

7 secteurs d'activité présents chez Ikea

& le nombre de personnes y travaillant (en France) :

- | | |
|--|-------------|
| • Design, créa, communication | • 977 000 |
| • Finance, légal, immobilier | • 130 400 |
| • Vente | • 3 M |
| • RH | • 350 000 |
| • Production et chaîne d'approvisionnement | • 4 - 5 M |
| • Pilotage & Leadership | • 1,5 - 2 M |
| • Technologie et Innovation | • 3 - 4 M |

Analyse des concurrents

IKEA possède de nombreux concurrents en raison de la grande diversité de métiers qu'offre cette enseigne.

- **Fonction support** : ce métier est présent dans l'ensemble des entreprises, les principaux concurrents de ce secteur sont les hypermarchés.
- **Restauration** : les fast-food et autres restaurants tels que Burger King, KFC et Courte-Paille sont les principaux concurrents en ce qui concerne les postes liés à la restauration.
- **Vente** : les magasins d'ammeublement comme Maison du Monde ou But sont des concurrents, mais plus largement les magasins quel que soit le type de produits vendus. Ainsi, les magasins comme Darty ou encore Kiabi peuvent attirer les mêmes candidats potentiels qu'Ikea.
- **Production** : ce sont les usines les principaux recruteurs dans le domaine de la production, comme Stellantis, Bonduelle ou encore Schneider Electric.

Analyse de la structure

Vision des employés :

- Les employés donnent une note de 3,8 sur 5 à IKEA selon 14 665 avis anonymes publiés sur Glassdoor
- Globalement, 70 % des employés recommandent de travailler chez IKEA

Recommandation sur les JobBoards :

- Incorporer davantage de contenus marque employeur sur le site carrière et non pas uniquement sur le site commercial
- Mettre davantage en avant le site carrière sur le site commercial
- Améliorer la transparence en affichant les salaires sur les offres
- Montrez les opportunités de progression interne et les formations disponibles pour développer les compétences des employés
- Proposez des conseils sur la rédaction de CV, la préparation à un entretien, ou des explications sur le processus de recrutement chez IKEA

CIBLES



Candidats expérimentés

Possession d'un certain savoir-faire qui sont nécessaires pour "diriger" un nouveau magasin

Jeunes diplômés

Personnes motivés avec de très bonnes compétences / alternants, formation directe et possibilité de rester dans l'entreprise après la fin du contrat

En reconversion

Personnes ayant de l'expérience mais en recherche de nouveaux défis. Profils investis et curieux.

Restauration

Personnes à temps plein, temps partiel ou job étudiant pour travailler dans les restaurants. L'expérience n'est pas indispensable.

MARQUE

Marque employeur

Signature

L'assemblage des compétences.

Storytelling

Tout le monde possède des compétences, quelle que soit son expérience passée ou son âge. Les compétences complémentaires s'assemblent pour trouver tous ensemble le chemin de la réussite.

Promesse employeur

Grandir humainement et professionnellement avec Ikea.

Incarnation du message

Référence à des produits phares de la marque et au personnage dessiné sur les notices de montage.

ACTIONS DE COM

Pre-onboarding

Escape Game virtuel dans lequel les talents résolvent des énigmes sur l'histoire et les valeurs pour "débloquer" leur accès à l'entreprise. Par exemple, ils devront trouver la signification des noms des produits ou résoudre un casse-tête logistique.

Journée d'intégration

S'agissant de l'ouverture de nouveaux magasins, la plupart des salariés effectuent leur première journée dans l'entreprise en même temps. C'est donc l'occasion de réaliser une journée d'intégration commune à tous les nouveaux talents.

Au programme de cette journée :

- Organisation d'une **chasse au trésor** dans le magasin et l'entrepot. En équipe, les talents devront retrouver des trésors emblématiques (produits phares) cachés à travers le magasin.
- Distribution du **welcome pack** contenant des goodies et un **livret d'accueil** qui inclut un organigramme avec des photos des managers, un plan des différents espaces du magasin, les règles internes, les avantages sociaux et les contacts clés.
- **Déjeuner typique suédois** avec tous les salariés afin de favoriser les liens sociaux
- Activités en groupes formés selon les équipes réelles afin de se rencontrer de façon plus informelle donc plus naturelle (course de montage de meubles, jeu de rôle, ...)
- Le jour suivant est dédié à la **présentation du fonctionnement** d'Ikea et à la **formation**

On-boarding

D'autres salariés effectueront leur première journée dans l'entreprise en dehors de la journée d'intégration. Il pourront tout de même profiter d'un accueil :

- **Petit déjeuner** d'accueil typiquement suédois
- Distribution du **welcome pack** contenant des **goodies** et un **livret d'accueil** qui inclut un organigramme avec des photos des managers, un plan des différents espaces du magasin, les règles internes, les avantages sociaux et les contacts clés.
- **Présentation** de l'entreprise et de ses valeurs, **visite** des locaux
- **Quizz interactif** avec sur le nom des produits : ils ont tous une signification, les nouveaux salariés doivent la deviner grâce à l'aide de leurs futurs collaborateurs
- **Doublage** avec les salariés de l'équipe déjà en poste

Feedback

- Réunions hebdomadaires avec le manager direct pour évaluer la prise de poste
- Planification des différentes formations à mettre en place selon les postes et besoins personnels
- Questionnaire anonyme en ligne après 30 jours pour mesurer la satisfaction

Team-building

Crucial pour renforcer la **collaboration** et améliorer la **communication** au sein des équipes. Cela crée un **sentiment d'appartenance**, favorise la résolution des conflits et **booste la motivation** des talents. Les activités de team building renforcent la **cohésion**, réduisent le stress et augmentent la **productivité** en cultivant un climat de **confiance** et d'entraide.

- **Activités informelles** pour renforcer la **cohésion** (soirées, défis ludiques)
- **Challenge interne** entre services, comme un concours d'aménagement ou de rapidité en cuisine

Réalisation d'un **site carrière unique**, ne pas parler du recrutement sur le site de vente mais mettre le lien vers le site carrière.

Ton employé

Le site doit être attractif. Pour cela, il est intéressant de :

- Utiliser des **références connues** : utilisation du suédois, du personnage des notices de montage pour toute partie explicative, etc.
- Mettre en avant le **partage** des **compétences**, le fait que chaque personne ait quelque chose à apporter à l'entreprise
- Utilisation de **call to action** comme la possibilité d'activer les notifications pour les offres d'emploi, des phrases d'encouragement, etc.

Contenu

Plusieurs éléments à mettre en avant sur le site carrière :

- Offres d'emploi : **précises** et **transparentes**, avec un système de candidature simple
- Présentation **détaillée** de l'organisation des futurs sites de production
- Contenu vidéo **attractif**, similaires à celles publiées sur les réseaux sociaux

Professionnels

Les réseaux sociaux professionnels permettent de toucher des personnes qui sont en recherche d'emploi active.

LinkedIn : essentiel car il permet de cibler précisément des professionnels selon leurs compétences et leur localisation. C'est un outil efficace pour promouvoir la marque employeur, en valorisant la culture d'entreprise et les opportunités de carrière. De plus, LinkedIn renforce l'image d'IKEA comme employeur attractif, fédérant une communauté professionnelle autour de ses valeurs et projets, notamment en matière d'innovation et de durabilité.

Idées de publications

- Témoignages de salariés actuellement en poste
- Présentations des métiers
- Zoom sur les valeurs -> posts sur des projets liés au développement durable, l'inclusions
- Behind the scenes -> coulisses des magasins
- Chronologie des ouvertures de magasins IKEA en France
- Vidéo : "Un jour dans la vie de..."

Grand public

Les réseaux sociaux destinés au grand public permettent de renforcer sa marque employeur, et de toucher une cible large, y compris des candidats déjà en emploi qui pourraient être intéressés de venir travailler dans l'un des nouveaux magasins Ikea. Ils permettent de toucher des talents qui ne sont pas forcément en recherche d'emploi.

Choix des réseaux : Facebook, Instagram, TikTok, Twitter

Idées de publications

Reprise des affiches des différentes campagnes de recrutement :



Autres idées de publications

- **Présentation des métiers**, notamment ceux en tensions comme dans la restauration avec le format “une journée dans ma peau”
- **Témoignages** de salariés
- **Visite virtuelle** des futurs locaux pour une meilleure immersion et projection des talents
- **Sondages** pour impliquer les talents
- Story avec une **boîte à question**
- Mise en avant des **avantages** offerts aux employés
- Mise en avant des **promesses** de l'entreprises (assemblage des compétences, grandir ensemble)
- **Behind the scenes** : montrer les coulisses des magasins

CAMPAGNES

Campagne de recrutement

5 campagnes

1 campagne dédiée à chaque cible



Candidats expérimentés

Jeunes diplômés

Candidats en reconversion

Restauration

& une campagne de recrutement commune

Présentation du visuel



**Et si vous aussi vous
inventiez le futur
KALLAX ?**



<https://jobs.ikea.com/fr>

Des visuels épurés :

- Le visuel met en avant l'un des produit phares d'Ikea.
- Le second met en avant les illustrations des notices de montage.

“Et si vous aussi vous inventiez le futur KALLAX ?”, cette phrase interpelle directement le lecteur avec le vouvoiement.

Elle invite à imaginer que chacun, en rejoignant IKEA, peut contribuer à **l'innovation** et au **développement** des produits de demain.

Ce message souligne l'importance de la **créativité** et de **l'impact** des employés dans l'entreprise.



**Et si vous aussi vous
inventiez le futur
KALLAX ?**



<https://jobs.ikea.com/fr>

Canaux de diffusion

Affichage :

- Salons professionnels
- Cabinets de recrutement et agences d'intérim

Réseaux sociaux :

- Facebook
- LinkedIn

JobBoard

- Cadremploi
- Apec
- JobLeads

Événementiel

Participation à des salons professionnels dans les 5 villes :

- Salon Carrefour des Carrières Commerciales : managers, commerciaux dans le retail (toutes les villes)
- Salon Supply Chain Event : logistique et chaîne d'approvisionnement (Paris)
- Forum Emploi Retail : commerce, design d'intérieur (Paris)

Présentation du visuel

Jeunes diplômés



**Grandissons
ensemble**



<https://jobs.ikea.com/fr>

Un visuel épuré :

Le visuel met en avant deux **produits phares** d'IKEA.

Cette affiche illustre bien l'idée de **grandir** avec IKEA, soulignant les **opportunités d'évolution** au sein de l'entreprise, même pour ceux qui y débutent jeunes.

Présentation du visuel

Alternants



Trouve ton chemin

Chez IKEA nous accueillons des alternants sur l'ensemble de nos métiers et statuts.



<https://jobs.ikea.com/fr>

Ce visuel s'inspire des caractéristiques du système de **fléchage** présent dans les **magasins** IKEA.

La phrase "Trouve ton chemin" est mise en avant, invitant à explorer les **opportunités professionnelles**.

Il met également l'accent sur l'engagement d'IKEA à accueillir des **alternants** dans une grande **diversité** de **métiers**.

Canaux de diffusion

Affichage :

- Sur les arrêts de bus vers les universités/campus
- Dans les villes étudiantes proches des emplacements des nouveaux magasins

Réseaux sociaux :

- TikTok : mise en avant de la bonne ambiance entre les salariés, présentation décalée des salariés au parcours inspirant (évolution en interne), etc.
- Instagram :
- Stories Instagram et Facebook : questions/réponses, interview avec des jeunes travaillant chez IKEA, présentation des métiers dont le recrutement est difficile, etc.
- LinkedIn : publication des offres d'emploi

JobBoards

- Welcome to the jungle
- StudentJob
- Studyrama-Emploi (dédié aux jeunes en recherche de stage, alternance ou jobs étudiants)
- 1jeune1solution.gouv.fr

Relations Presse et Média

Encarts publicitaires :

- Pour les étudiants : L'étudiant, Studyrama
- Autres médias : Society, Neon, Challenges

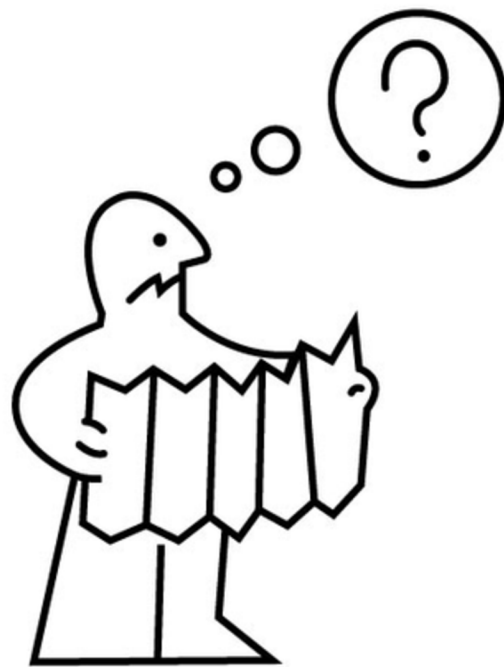
Événementiel

Pour toucher une cible sortant d'école, il est intéressant d'organiser des événements :

- Challenge en lien avec les différentes écoles
- JobDating dans les universités
- Visite d'entreprise réservée aux étudiants et jeunes diplômés

Présentation du visuel

Donnez une seconde vie à votre carrière



<https://jobs.ikea.com/fr>

Ce visuel met en scène le **personnage** iconique des **notices** IKEA dans une posture interrogative. La phrase "**Donnez une seconde vie à votre carrière**" établit un parallèle avec l'**espace seconde vie** d'IKEA.

Le choix du **vouvoiement** interpelle directement le lecteur, **renforçant** son **implication**.

Et le lien situé en bas de l'affiche dirige vers le **site** dédié aux **carrières**.

Canaux de diffusion

Affichage :

- Centres de formation et d'accompagnement à la reconversion : mission locale, Pôle emploi, etc.
- Transports publics

JobBoard

- Indeed
- Pôle emploi
- Apec
- Régions jobs

Événementiel

Visite d'entreprise type "une journée dans ma peau" : permet aux candidats de confirmer leur choix de reconversion et les rassurer sur leurs compétences. Leur donne envie de prolonger l'expérience en allant travailler dans l'un des nouveaux magasins et de profiter de l'offre de formation en interne.

Réseaux sociaux :

- Facebook
- Twitter

Présentation du visuel



Cette affiche met en scène le **personnage emblématique** des **notices** IKEA, représenté en train de servir un plat, établissant ainsi un lien direct avec les **métiers de la restauration**.

Les **boulettes** évoquent le **produit phare** de l'enseigne, renforcé par la présence du **drapeau suédois**, symbole de son identité.

Le slogan "**Servez des plats typiques**", formulé avec un vouvoiement, interpelle directement le lecteur, le rendant personnellement concerné.

Et le lien placé en bas de l'affiche renvoie vers le **site** dédié aux opportunités de **carrière**.

Canaux de diffusion

Affichage :

- À proximité des universités pour toucher les étudiants
- À proximité des zones commerciales ou centre-villes pour toucher des personnes travaillant déjà dans la restauration rapide

Réseaux sociaux :

- Instagram
- TikTok
- Twitter

JobBoards

- Indeed
- Glassdoor

Relations Presse et Média

- Articles sponsorisés sur des sites comme Mister Resto ou Cuisine Collective
- Campagne digitale auprès de médias locaux tels que Le Progrès, Le Parisien & La Provence
- Reportages sur les coulisses de la cuisine suédoise chez IKEA avec des apparitions sur France 2 (Télématin), sur YouTube et Kombini afin de toucher les jeunes actifs.

Événementiel

Les salariés actuellement en poste lancent des défis aux potentiels candidats, via les réseaux sociaux. Ils les encouragent par exemple à cuisiner les boulettes, etc.

Présentation du visuel



**Hej !
söker jobb?***

**Bonjour ! Vous cherchez un travail ?*

<https://jobs.ikea.com/fr>



**Hej !
vi rekryterar***

**Bonjour ! Nous recrutons*

<https://jobs.ikea.com/fr>



Reprise d'une campagne commerciale avec le **"Hej !"**.

Le **drapeau suédois** fait référence au pays d'origine d'Ikea et rappelle les couleurs de l'enseigne. Le **texte** en suédois **interpelle** le lecteur.

L'emplacement du **logo** en bas permet d'indiquer qu'IKEA recrute, tout en restant **discret** et **peu visible** au premier regard grâce à l'utilisation de références.

Canaux de diffusion

Affichage :

Cette affiche est diffusée dans les 5 villes dans lesquelles vont ouvrir les magasins. Il n'y a pas de ciblage plus précis d'un point de vue géographique afin de toucher une cible large.

Réseaux sociaux :

La cible étant l'ensemble des candidats potentiels, il est préconisé d'utiliser l'ensemble des réseaux sociaux dédiés à la marque employeur d'Ikea, qui s'agisse des réseaux professionnels ou non.

Médias :

Ce visuel est également diffusé dans la presse grâce à un encart publicitaire.
Le choix des médias se porte sur la presse généraliste principale de chacune des villes.

REPORTING

Chiffres de recrutement

Établir un tableau qui répertorie le nombre de personne recrutées, afin de savoir si la campagne de recrutement a bien fonctionné.

KPIs

- Nombre de candidatures reçues à la suite de la diffusion de la campagne
- Taux de rejet des candidatures (bonne correspondance de la cible)
- Engagement des candidats (envoi de candidature et poursuite de la phase d'entretien)
- Taux de fidélisation des recrues (pourcentage des employés qui restent dans l'entreprise passé un certain délai)
- Satisfaction de l'expérience candidat

Analyse des résultats de la campagne

À la suite des résultats de ces indicateurs, IKEA pourra améliorer ses futures campagnes de recrutement en adaptant au mieux son message, ses cibles ainsi que les différents canaux de diffusion.

AVSLUTA*

*Fin