

HR CHALLENGES IN NON-PROFIT



How to Leverage People Management Competitiveness in the Non-Profit Sector?

Compensation approach and alternative benefits,
people development, volunteer management and retention,...

WITH THE SUPPORT OF:

Hudson

 **Edenred**
For an easier life


stillmovin

24 novembre 2009

Première journée d'étude sur la GRH dans le secteur non-marchand
Objectif: décoder l'ADN des pratiques RH du secteur

Principales conclusions

1. Le secteur non-marchand a de sérieux atouts à faire valoir en matière de GRH (dont son orientation sociétale très 'tendance'), mais peine encore à les mettre en valeur

24 novembre 2009

Première journée d'étude sur la GRH dans le secteur non-marchand
Objectif: décoder l'ADN des pratiques RH du secteur

Principales conclusions

2. Le non-marchand s'est résolument engagé sur la voie de la professionnalisation de la GRH mais à des rythmes différents vu la grande diversité des organisations en présence

Trois zones de tensions:

- | | | |
|--|--------|-------------------------|
| - Déficit en ressources/rigueur budgétaire | versus | Missions en croissance |
| - Centralité des valeurs/engagement fort | versus | Besoin de changement |
| - Sens de la mission | versus | Gestion professionnelle |

24 novembre 2009

Première journée d'étude sur la GRH dans le secteur non-marchand
Objectif: décoder l'ADN des pratiques RH du secteur

Principales conclusions

3. *Plusieurs axes de travail:*

- Attractivité/employer branding
- Construction d'une offre salariale (plus) attrayante
- Gestion des compétences
- Gestion des performances
- Leadership et management
- Engagement
- ...

3 juin 2009

Atelier: Comment construire son Employer branding

Quelques "key learnings"

1. La marque employeur ne se travaille pas uniquement vers l'externe, mais aussi vers l'interne: cohérence!
Opportunité: faire de vos collaborateurs des "ambassadeurs"
2. La marque employeur se travaille dans la durée, sur le long terme

3 juin 2009

Atelier: Comment construire son Employer branding

Quelques "key learnings"

3. Plusieurs étapes à franchir:
 - définir sa "value proposition" sur base de la culture d'organisation/le vécu dans l'entreprise
 - construire son message
 - le communiquer

4. Etude sur les facteurs déterminants pour les candidats
 - certains sont "naturels" (1. Sécurité d'emploi, 5. Equilibre de vie, 7. Qualité des défis, 8. Orientation sociétale, 12. Valeurs fortes,...)
 - d'autres à travailler davantage/à compenser (2. Santé financière, 4. Salaires élevés, 13. Carrière à l'étranger,...)

9 décembre 2010

Deuxième journée d'étude sur la GRH dans le secteur non-marchand
Objectif: partage de pratiques inspirantes autour des axes de travail identifiés

Programme

- 10h00 Introduction académique: **Sybille MERTENS**, HEC-Ecole de gestion de l'ULg:
Changements à l'oeuvre dans le non-marchand et réponses en matière de gestion
- 11h Cas d'entreprise n°1: Hôpitaux universitaires de Genève, **Antoine BAZIN**, adjoint à la
direction des ressources humaines
- 12h30 Lunch
- 13h30 Cas d'entreprise n°2: Ville de Gand, **Tonia VANQUICKENBORNE**, département Personnel
& Organisation
- 15h Table ronde interactive avec:
- **Gunther BROUCKE**, intendant de Brussels Philharmonic – Vlaams Radio Orkest
 - **Christine THIRAN**, directrice RH et de la communication des Cliniques universitaires Saint-Luc et HR Manager de l'année 2010
 - **Stéphane KODECK**, Executive Director Corporate Services de l'Union Nationale des Mutualités Libres
 - **Tonia VANQUICKENBORNE**, département Personnel & Organisation, Ville de Gand
- 16h30 Fin