

Article n . 12638 du 22 juillet 2021

France : "Nous voulons développer notre propre intelligence artificielle, ce qui implique d'avoir des données structurées et qualifiées", Sophie Sanchez, directrice générale de Synergie (Interview)

Le groupe français de ressources humaines Synergie met en œuvre un plan de transformation digitale qui repose sur la création, dès septembre, d'un data lab afin de développer sa propre intelligence artificielle. Sophie Sanchez, directrice générale du groupe, détaille pour Planet Labor les grands axes de ce projet qui s'étendra sur quatre ans. L'objectif est d'offrir une expérience 100 % digitale aux entreprises, aux candidats et aux intérimaires qui le souhaitent tout en conservant ses 300 agences en France, mais aussi d'améliorer la qualité de vie des 4 200 collaborateurs du groupe (dont 2 000 en France), aujourd'hui présent dans 17 pays (2 550 M€ de CA, dont 53 % à l'international).

En quoi la crise sanitaire a-t-elle été un catalyseur ?

La crise sanitaire a fortement accéléré les usages digitaux même si, dans l'intérim, nous avons commencé à voir arriver sur notre secteur d'activité des acteurs 100 % numériques dès 2015. Fin 2020, nous avons donc décidé de donner un nouveau tournant à notre transformation digitale. C'est un gros enjeu pour un acteur traditionnel comme Synergie. Certes, nous offrons déjà quelques briques de digitalisation à nos parties prenantes - clients, candidats et intérimaires - mais, là, on s'ouvre vers une transformation beaucoup plus profonde. Il ne s'agit pas seulement d'une transformation digitale, mais d'une transformation de notre organisation. Car quand on pense digital, on pense expérience utilisateur. Cela veut dire, ne pas travailler en silos mais de manière transverse et donc, de mettre en place de nouvelles méthodologies de travail, ainsi que de mobiliser des savoir-faire que les starts-up et nouvelles générations déploient beaucoup plus facilement que des acteurs traditionnels comme nous le sommes.

Quels sont les grands axes de ce plan de transformation digitale ?

Nous avons quatre projets. Le premier est la création d'un data lab car nous voulons développer notre propre intelligence artificielle, ce qui implique d'avoir des données structurées et qualifiées. L'objectif est de construire un réservoir de données. Nous sommes donc en train de monter une équipe de cinq personnes, constituée de développeurs et de data scientists, qui évoluera en fonction des besoins sur quatre ans. Le deuxième concerne nos collaborateurs car nous souhaitons optimiser et digitaliser nos processus internes afin d'améliorer leur qualité de vie au travail, leur permettre d'avoir des outils plus efficaces, plus rapides et plus conviviaux, afin qu'ils puissent se focaliser sur la phase de sélection dans le processus de recrutement, le contact humain et le développement commercial. Le troisième projet s'adresse à nos clients qui, depuis la crise sanitaire, expriment plus fortement le besoin de dématérialiser leurs processus administratifs. Les entreprises veulent pouvoir accéder à une plateforme pour gérer leur vivier de candidats, avoir de la visibilité sur le processus de recrutement que l'on gère pour eux, signer leurs contrats, disposer de statistiques... Le tout sur un portail. A cet effet, nous sommes en train de travailler sur un projet de marque blanche par l'intermédiaire de We are Innov (BNP Paribas), un prestataire spécialisé dans la transformation digitale. Nous avons lancé un appel d'offres pour sourcer des starts up - une trentaine - qui peuvent nous apporter des premières solutions de plateformes. Enfin, le quatrième, qui me tient particulièrement à cœur, est un projet de marketing digital : que deviennent nos marques et nos valeurs et comment les préserver dans cette transformation digitale ? Si l'on travaille sur ces quatre projets en parallèle, la priorité porte sur la mise en place du data lab car ce premier projet est au cœur de notre plan et va ensuite déclencher les autres.

Vous avez opté pour un modèle hybride en offrant des services 100% en ligne tout en conservant vos agences physiques. Pourquoi ce choix ?

Nos agences sont notre ADN et notre élément de différenciation par rapport à la concurrence. Cette très grande proximité que nous entretenons avec nos clients, avec les candidats et avec les intérimaires est notre force. Et c'est notamment ce qui est ressorti de l'audit que nous avons mené, début 2021, auprès de nos collaborateurs (car ce projet de transformation digitale est un projet collaboratif). Cela nous a renforcé dans l'idée qu'il fallait offrir un mixte d'expérience digitale et physique. Nous allons d'ailleurs continuer à renforcer notre maillage territorial pour être toujours plus près de nos clients mais aussi de certaines populations car nous travaillons avec des profils d'intérimaires et de candidats qui pour certains ne sont pas 100% digitalisés, pas forcément à l'aise sur une application mobile et ont besoin de rencontres physique. C'est le cas des seniors sur lequel Synergie est positionné. Mais on voit aussi arriver sur le marché du travail les digital natives auxquels on doit offrir une expérience davantage digitalisée. Nous envisageons de proposer à ces derniers des missions et des formations, au travers d'une application mobile, mais aussi de leur permettre d'évaluer leurs soft skills et d'avoir accès à un coffre-fort électronique pour accéder à leurs fiches de paie et à un certain nombre de documents administratifs.

Planet Labor, 22 juillet 2021, n°12638 – www.planetlabor.com

[Accéder à votre article](#)

© 2021 Planète Travail

Si vous rencontrez des problèmes dans l'utilisation de notre site, merci de contacter le [support](#)