

TÉMOIGNAGE CLIENT

COMMENT STEEPLA A PERMIS AU MAGASIN SUPER U DE PIPRIAC DE GÉRER SA COMMUNICATION INTERNE DURANT LA CRISE ?

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Super U Pipriac

85 collaborateurs



VANESSA
BOUVIER
DIRIGEANTE

SECTEUR
GRANDE DISTRIBUTION

DATE
JUILLET 2020

En première ligne pendant la crise sanitaire, les enseignes de grande distribution ont dû agir rapidement pour assurer le maintien de l'activité tout en rassurant leurs collaborateurs.

A travers le témoignage de Vanessa Bouvier, dirigeante du magasin Super U de Pipriac, nous allons découvrir comment la communication interne et, en particulier, l'utilisation de Steeple ont contribué à **maintenir le lien entre les dirigeants et les équipes du magasin.**



LE CONTEXTE

1

« Au début de la crise, nous étions livrés à nous-mêmes. Les informations arrivaient petit à petit et personne ne savait vraiment ce qu'il fallait faire. »

Comme l'ensemble du secteur, nous avons été **fortement impactés par la crise sanitaire**. Nous avons été confrontés à un **flux de clients inhabituel et incontrôlable**. On pensait que ça se serait calmé et finalement, ça n'a pas été le cas ! Le flux est resté important, avec énormément de commandes Drive sur internet.

Nous avons tout de suite mis en place des **mesures de protection**, comme le port du masque et des gants pour les collaborateurs et nous les avons communiquées via Steeple !

« Au plus fort de la crise, nous comptons 15 absents sur 85 collaborateurs. Il était important de garder le lien avec tout le monde pendant la crise. »

Nous avons aussi dû gérer les absences de certains collaborateurs pour garder leurs enfants. Nous avons communiqué sur Steeple auprès des salariés pour savoir qui serait présent ou absent. Nous avons cherché des solutions pour pallier les absences en sollicitant les personnes qui ont de grands enfants ou en faisant appel à des étudiants et à des personnes en CDD pour renforcer les effectifs.

Au début, la plupart des salariés ont trouvé des solutions de garde. Nous n'avions que 3 absents mais, au bout de quelques semaines, **le nombre d'absents a augmenté**. Les personnes fragiles sont restées chez elles. Certains n'avaient plus de solutions de garde.

Steeple

COMMENT COMMUNIQUER EN INTERNE ?

2

Face à l'ampleur de la crise, nous avons **pris la main sur la communication interne au niveau de la direction**. La communication de crise s'est faite essentiellement via Steeple.

Au départ, nous avons beaucoup publié sur les mesures sanitaires. Après chaque allocution présidentielle, nous avons **relayé les informations** essentielles le soir même.

Pendant la crise, les collaborateurs se sont aussi appropriés la solution. Certains ont partagé des idées d'actions organisées par d'autres magasins, glanées sur Internet. La convivialité s'est développée. Les salariés présents ont **partagé des moments de la vie de l'entreprise** avec les absents qui, en retour, les ont remerciés de maintenir le lien.

Nous avons également partagé aux collaborateurs les communications de l'Etat et celles de l'enseigne, en particulier leurs messages de soutien. Nous avons aussi **mis en avant les remerciements que les clients adressaient aux équipes**. Toutes les informations positives étaient les bienvenues pour donner du baume au cœur aux collaborateurs absents qui, en retour, les ont remerciés de maintenir le lien.

« Le vecteur de communication N°1 pendant la crise, c'était Steeple. En tant que dirigeants, nous avons fait le choix de prendre nous-mêmes la parole pour s'adresser directement aux collaborateurs. »

« Par la force des choses, nous avons été beaucoup plus sur le terrain, au plus proche de nos équipes. Nous avons pu constater les échanges et l'entraide entre les collaborateurs. On est revenu aux bases : le lien, la solidarité »

Au-delà du digital, nous avons aussi cherché à **maintenir le lien physique avec les équipes**. En interne, nous avons organisé un petit-déjeuner avec les collaborateurs, en maintenant la distanciation, évidemment ! Nous avons offert un repas aux équipes qui travaillaient tard. Nous avons aussi prévu un apéro pour remercier les caissières.

Les acteurs en interne

1 LA DIRIGEANTE

🕒 Régulièrement

- Impact de la crise sur les aspects salariaux (heures, salaires, primes...)
- Relais des remerciements (de l'Etat, de l'enseigne, des clients)

2 LE DIRIGEANT

🕒 Tous les jours

- Chiffres du magasin
- Mesures sanitaires
- Relais des remerciements (de l'Etat, de l'enseigne, des clients)

3 LES COLLABORATEURS

🕒 Plusieurs fois par mois

- Partage de la vie de l'entreprise

LES PUBLICATIONS-PHARES

Les publications qui ont généré le plus d'interactions sont **celles qui répondaient directement à des interrogations des collaborateurs en termes de pouvoir d'achat** (maintien du salaire en cas d'absence, qui est concerné par les primes, que se passe-t-il si je travaille moins d'heures,...).

« Pendant la crise, l'implication et les interactions sur Steeple ont largement augmenté. On a senti que les équipes avaient besoin de lien et aussi d'essayer de se redonner le sourire ! »



Steeple

UN BON OUTIL !

3

94%

taux d'inscription
des collaborateurs

« *L'engouement pour Steeple a été très fort dès le lancement et s'est encore confirmé pendant la crise.* »

Nous avons lancé Steeple au début de l'année. Et les salariés ont rapidement adhéré. Nous avons invité un maximum de collaborateurs à s'inscrire. Nous les avons vus personnellement pour leur expliquer que ceux qui n'étaient pas inscrits risquaient de manquer des informations importantes.

Quand la crise a commencé, on était encore un peu dans l'euphorie des débuts, avec des collaborateurs très actifs. **La crise a encore renforcé l'adoption de la solution.** Tous ceux qui ne s'étaient pas encore inscrits ont rejoint Steeple pour avoir accès aux informations.

On utilise encore de l'affichage en magasin, par exemple pour le port du masque obligatoire, mais toutes les annonces importantes passent par Steeple.

Pendant la crise, Steeple a permis à certains collaborateurs de nous solliciter via la **messagerie privée**, alors qu'ils ne seraient certainement pas venus en direct. L'outil a renforcé notre proximité avec les équipes. Nous avons beaucoup utilisé la messagerie privée, dans les 2 sens.

Petite anecdote Steeple

Steeple a énormément servi à **recréer du lien**. Je pense en particulier à un salarié qui était en arrêt longue durée et devait revenir au moment de la fin du confinement. Il était dans un état de stress important avant son retour. Aussi nous lui avons envoyé une invitation Steeple pour renouer avec l'entreprise. Il s'est inscrit et a partagé plusieurs vidéos de lui jouant de la musique avec sa fille. Quand il est revenu, il était plus serein et a pu s'intégrer rapidement.

« *Steeple s'est révélé indispensable pendant la crise. On s'est posé la question de ce qu'on aurait fait si on n'avait pas eu cet outil.* »

Steeple

Les *chiffres* *clés*

94%

de collaborateurs inscrits

96%

d'utilisateurs actifs

5

publications/jour en moyenne

27 132

ouvertures de publications
en 3 mois

78%

des inscrits likent

PAS QUE DU NÉGATIF !

4

Les apports de la crise

Pendant la crise, les équipes se sont vraiment serré les coudes. Il y eu une grosse **solidarité** entre ceux qui étaient présents mais aussi entre les présents et les absents. Nous-mêmes, nous n'avions jamais ressenti un lien aussi fort avec nos équipes.

Pourtant, en tant qu'employeur, c'était un **challenge professionnel** et une situation très stressante. Nous sommes contents de l'avoir relevé et de ne pas avoir eu de personne infectée parmi nos collaborateurs.

Le point négatif, c'est que la crise a mis en lumière des difficultés dans certaines équipes. Certains collaborateurs ont eu du mal à gérer la situation.

« Avec la crise, nous avons constaté un retour à l'essentiel : le lien humain, l'entraide, le soutien. »

**« Steeple est un outil incroyable !
On se demande comment on aurait passé cette crise sans votre solution. »**

Désormais, la situation est de nouveau plus stable. Nous avons conservé les habitudes d'hygiène mises en places pendant la crise. Nous nous sommes aussi mis un peu plus en retrait sur la communication interne. **Nous avons invité par mail les managers à se réapproprier l'outil et à communiquer sur leurs rayons, leurs animations et la vie du magasin.**

Steeple

PRÊT À RÉINVENTER VOTRE
COMMUNICATION INTERNE
AVEC STEEPLE ?

DEMANDEZ UNE DÉMO

Steeple

WWW.STEEPLE.FR

