

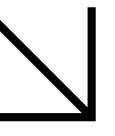


TOM STAPEL--CORTESERO, LOLA
NAVARRO, MAËL PROVOT, NILS PRIMET

L'ATELIER DU BOIS VIVANT

PROPOSITION DE STRATÉGIE DE MARQUE
EMPLOYEUR

SOMMAIRE



-
- 1- Contexte**
 - 2- Plateforme de marque**
 - 3- Stratégie de marque employeur**

CONTEXTE

L'ATELIER DU BOIS VIVANT, C'EST...

Une **PME familiale** basée à Nancy, 40 collaborateurs

Expertise : Fabrication artisanale de meubles en bois massif : menuiserie et marqueterie traditionnelle

Un siècle d'histoire perpétuant un savoir-faire ancestral, transmis de génération en génération



PROBLÉMATIQUE

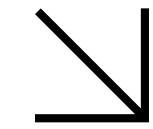
Un défi de transmission :

- Moyenne d'âge élevée parmi ses artisans
- Métiers artisanaux en déclin
- Perçus comme moins valorisants. physiquement, exigeantes, à rémunération limitée
- Concurrence des carrières modernes et numériques.
- Attirer et former une nouvelle génération d'artisans





PLATEFORME DE MARQUE



Mission de la marque : Créer des meubles uniques qui allient tradition artisanale et innovation technologique

Vision de la marque : Devenir un symbole inspirant de l'artisanat français. Convaincre que c'est une voie d'avenir pour les jeunes générations, tout en contribuant activement à la préservation du patrimoine culturel et environnemental.

Valeurs de la marque : Responsabilité, Écologie, Engagement social, Transmission du savoir et des valeurs, Ouverture d'esprit, Créativité.

Positionnement : Haut de gamme et cible les personnes à la recherche de qualité et de durabilité.

Personnalité / Ton : Chaleureux et Passionné, Responsable et Engagé.



STRATÉGIE DE MARQUE EMPLOYEUR

- a. Valeurs et culture
- b. Promesse employeur
- c. Plan de communication
- d. Slogan et diffusion





VALEURS ET CULTURE



TRANSMISSION DU SAVOIR-FAIRE

Enseigner le savoir-faire ancestral des artisans ayant déjà beaucoup d'expérience dans le domaine de la menuiserie et la marqueterie, des techniques transmises de génération en génération

ENGAGÉE

Environnemental : Provenance, transport et traitement du bois.
Inclusion : âge, ethnie, expérience, savoir-faire (égalité des chances).

CRÉATIVITÉ

Métier unique dans lequel chaque collaborateur apporte sa touche personnelle



PROMESSE EMPLOYEUR



CADRE SAIN ET DURABLE

Métier d'avenir qui est voué à être perpétué, rien ne remplacera l'artisanat. Montée en poste et en responsabilités.

APPRENTISSAGE AUPRÈS DE MAÎTRES ARTISANS COMPÉTENTS

Accompagnement complet d'un métier complexe mais unique par des employés qualifiés et bienveillants

APPRENTISSAGE CONTINU ET SANS FIN

Vaste étendue de techniques toujours renouvelées, l'art est intarissable

APPORTER SA TOUCHE PERSONNELLE

Raconter dans les créations l'histoire de l'employé et non de l'employeur, identité créative propre à chacun.





COOPTATION

Parrainage à l'emploi (Offre d'une prime au parrain et le parrainé)

PERSPECTIVE D'ÉVOLUTION

- Accompagnement des employés par les maîtres artisans dans leurs projets personnels
- Rôle évolutif dans l'entreprise en fonction de l'expérience

DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Partenariats avec des écoles dans les domaines de la menuiserie, ébénisterie pour des stages, masters, ateliers créatifs...

AVANTAGES EMPLOYÉ

- Contrats d'apprentissage rémunérés (supérieur aux normes),
- Flexibilité des horaires et choix de sa plage horaire
- Fond investi pour les projets personnels des employés
- Couverture des frais de déplacement
- Prime du 13^e mois



ACTIONS INNOVANTES





RECRUTEMENT SIMPLIFIÉ

Nouvelles manières de postuler (sans CV, en vidéo ou autre)
Accès grandement facilité

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

- Nouveaux Aménagement : salle de jeux, salle de sport
- Semaine d'intégration pour les nouveaux employés
- Visites médicales et contrôle du cadre de travail

FORCE DE PROPOSITION INDIVIDUELLE

- A l'écoute de chacun, chaque personne a son mot à dire, participatif

COMMUNICATION INTERNE

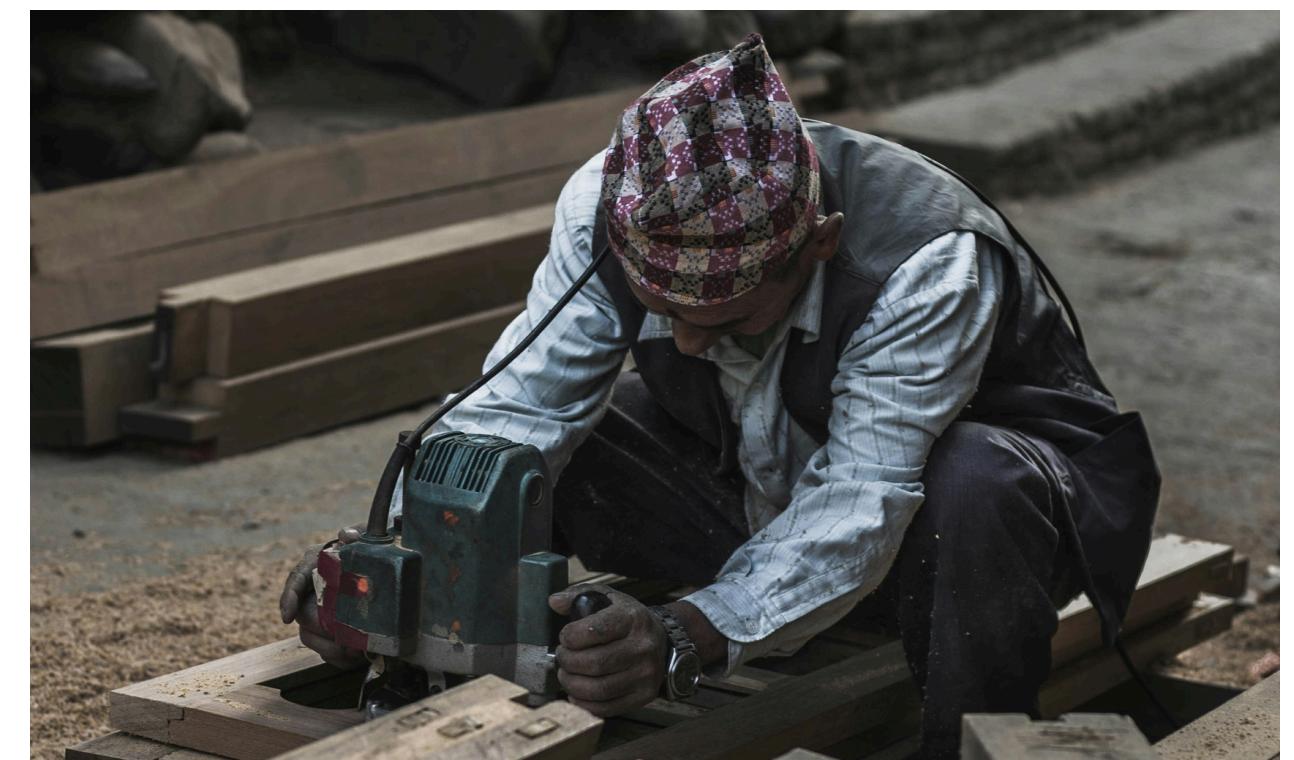
- Newsletter, shooting photo, interview portraits, communauté whatsapp

COMMUNICATION EXTERNE

- Réseaux sociaux
- Site web : jobboard, newsletter entreprise, candidatures spontanées



ACTIONS INNOVANTES



LE PLAN DE COMMUNICATION



PROBLÉMATIQUE
ET MESSAGE CLÉ



CIBLES



OBJECTIFS



CANAUX ET PLAN
DE DIFFUSION



PROBLÉMATIQUE DE COMMUNICATION ET MESSAGES CLÉS



PROBLÉMATIQUE

- Susciter des vocations et moderniser l'image de la fabrication artisanale de meubles en bois massif auprès des jeunes.
- Embaucher de nouveaux talents pour renouveler le personnel sortant de l'entreprise.

LES MESSAGES CLÉS

“Apprenez aux côtés de maîtres artisans pour devenir le gardien d'un savoir-faire unique où chaque création racontera votre histoire et transmettra votre héritage.”

“Évoluez au sein d'une entreprise qui vous accompagne de votre formation jusqu'à votre réussite, et au-delà.”



CIBLE 1



AGATHA LE CERISIER

Âge : 15 ans

Sexe : Fille

Lieu : Périphérie de Nancy

Profession : Collégienne

Revenus : Aucun (sa famille : Smic chacun)

Situation familiale : Habite avec sa famille

Comportements :

- Prends le bus tous les jours
- Aime faire de l'atelier manuel mais sans plus
- Aime beaucoup les objets réalisés main
- Ses parents ont un travail dans le domaine du numérique
- Pas beaucoup sensibilisée aux domaines artisanaux

Motivations :

- Trouver un domaine dans lequel elle sera passionnée
- Trouver un parcours d'études qui sera simple et déjà tout tracé pour elle

Besoins :

- Savoir en quel domaine s'orienter et trouver son projet de vie
- Savoir dans quelle école postuler en lycée
- Trouver un domaine dans lequel elle pourra être formée tout en apprenant à l'école (stage, alternance...)

Freins :

- Que ses parents ne soient pas d'accord
- Que ce ne soit pas proche de chez ses parents
- Que cela puisse être un domaine sans avenir

JEUNE COLLÉGIENNE À LA RECHERCHE D'UN PROJET PROFESSIONNEL POUR POURSUIVRE SES ÉTUDES

CIBLE 2



PIERRE OUI

Âge : 25 ans

Sexe : Homme

Lieu : Centre-Ville de Nancy

Profession : en cours de reconversion
(anciennement employé de bureau)

Revenus : Chômage

Situation familiale : en couple, mais
sans enfants

Comportements :

- Bricoleur à ses heures perdues
- Commence à s'intéresser au travail du bois, mais n'a pas la place dans son appartement de centre-ville pour s'y mettre réellement

Motivations :

- Trouver un travail qui lui donne envie de se lever tous les matins

Freins :

- Beaucoup de changements, perte de stabilité dans sa vie déjà construite
- Instabilité financière lors de la transition.

Besoins :

- Travail actif où il peut voir concrètement le résultat de ses efforts
- il veut pouvoir créer quelque chose de matériel

JEUNE ADULTE EN QUÊTE DE RECONVERSION PROFESSIONNEL QUI SOUHAITE SE FORMER DIRECTEMENT EN ENTREPRISE



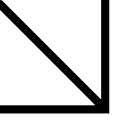
OBJECTIF 1



ATTIRER ET FORMER 50 JEUNES ET JEUNES ADULTES
VERS LE DOMAINE DE L'ÉBÉNISTERIE DU BOIS AVANT LA
FIN D'ANNÉE 2025

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE - KPI

- Nombre de visites aux salons étudiants
- Nombre de réactions aux publications
- Taux d'engagement
- Classement sur les moteurs de recherche
- Nombre de personnes en formation suite aux salons



OBJECTIF 2



**ENGAGER 25 CDI EN SORTIE DE FORMATION POUR
RÉPONDRE À LA DEMANDE DE PERSONNEL D'ICI 2027**

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE - KPI

- Nombre de candidatures aux offres d'emploi
- Avis
- Classement sur les moteurs de recherche
- Taux de conversion des candidatures en embauche
- Nombres de visites du site web



CANAUX ET PLAN DE DIFFUSION



MÉDIA

Réseaux sociaux (externe) :

- offre Linkedin, (réseau professionnel, 1 post par semaine)
- Crosspost facebook Instagram (2 posts par semaine) :
 - Vidéos portraits et interviews d'artisans
 - Photos montrant la réalité, que ce n'est pas si "ennuyant"
 - Photos esthétiques des créations en bois
- Tiktok (1 post par semaine)
 - Vidéos de la réalisation des pièces
 - Lives informatifs
 - Réponses aux questions des jeunes et interactions

Jobboard (externe) :

- Offres d'emploi, de stage ou d'alternance
- Mise en avant des avantages sur les offres d'emplois

Newsletter (interne) :

- Update régulière sur les avantages proposés par l'entreprise, les actions innovantes mises en place

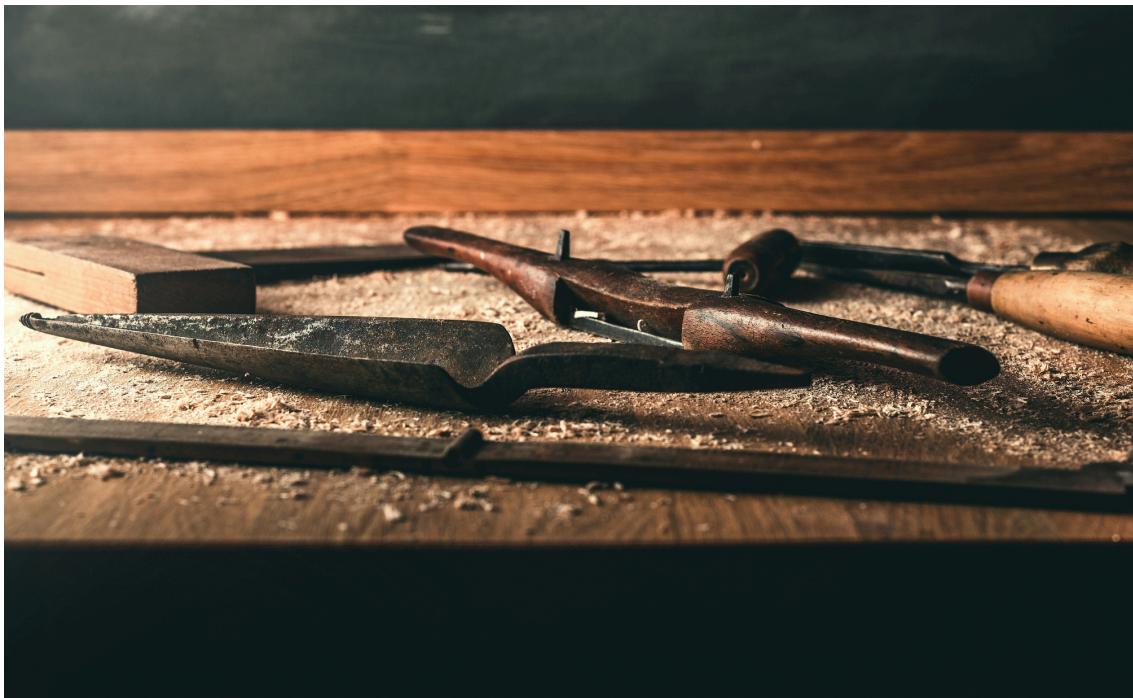
Site web de l'entreprise (interne & externe) :

- Valeurs de la marque mises en évidence sur le site pour les visiteurs
- Outils pour la mise en place des avantages pour les employés





CANAUX ET PLAN DE DIFFUSION



HORS MÉDIA

Evènements

- Salons étudiants, salons des métiers, salons de réorientation professionnelle, ...
- Interventions en lycées pour sensibiliser et susciter des vocations
- Partenariats avec des écoles dans le domaine de l'ébénisterie pour des ateliers créatifs, alternance, ...

Affichage et Flyers

- Affiche En mairie
- Sur les salons
- Dans les établissements scolaires
- Dans les centres de formation spécialisés

Bouche à oreille

- Parrainage
- De famille en famille





SLOGAN ET VISUELS



“Sculpez votre avenir dans un cadre durable et passionnant”



“Je n'ai jamais autant progressé que depuis que je suis à l'atelier.”

- Cameron, 26 ans

Lorsque j'ai rejoint l'Atelier du Bois Vivant, je ne savais pas à quel point cette expérience allait changer ma vision du travail et de l'artisanat. Dès mes premiers jours, j'ai été frappé par l'importance accordée à la transmission des savoir-faire. Ici, chaque pièce de bois raconte une histoire, et chaque artisan joue un rôle crucial pour perpétuer un héritage vieux de plusieurs générations. Les maîtres artisans m'ont accueilli avec bienveillance, partageant non seulement leurs techniques mais aussi leur passion inépuisable pour le métier. Apprendre à leurs côtés, c'est bien plus que maîtriser des gestes précis ; c'est comprendre le respect du matériau, l'art du détail, et l'impact durable de notre travail. Ce savoir, transmis avec patience et pédagogie, m'a donné un profond respect pour l'histoire et les traditions que nous portons.

Ce qui distingue l'Atelier du Bois Vivant des autres entreprises, c'est son engagement fort envers l'environnement et la société. Chaque pièce de bois utilisée provient de forêts gérées de manière durable, et tout le processus de fabrication est pensé pour minimiser notre empreinte écologique.

Mais cet engagement ne s'arrête pas là. L'entreprise valorise également la diversité et l'inclusion : quel que soit notre âge, notre parcours ou nos origines, chacun trouve sa place ici.

Personnellement, je me suis toujours senti écouté et respecté. Cet environnement inclusif crée une dynamique de travail collaboratif où chaque employé peut apporter ses idées et sa créativité. Nous ne sommes pas simplement des artisans ; nous sommes des acteurs d'un changement positif, conscients de notre impact sur le monde.

L'un des aspects que j'apprécie le plus à l'Atelier du Bois Vivant, c'est la qualité de vie au travail. L'entreprise met un point d'honneur à garantir un environnement sain et éprouvant. Les horaires flexibles me permettent de mieux équilibrer ma vie professionnelle et personnelle, et les espaces de travail sont aménagés pour maximiser notre confort.

Des initiatives comme les séances de massage, les activités d'équipe et la salle de sport sont autant de moyens pour nous aider à nous sentir bien, physiquement et mentalement. De plus, les événements organisés par le comité d'entreprise, comme les semaines d'intégration et les ateliers créatifs, renforcent les liens entre collègues. Je me sens partie intégrante d'une grande famille, où chacun est soutenu et encouragé à donner le meilleur de lui-même.

Ce soutien constant m'a permis de m'épanouir professionnellement tout en réalisant des projets qui me tiennent à cœur.





MERCI DE VOTRE
ÉCOUTE !

DES
QUESTIONS?

PROPOSITION DE
STRATÉGIE DE MARQUE
EMPLOYEUR

TOM STAPEL--CORTESERO,
LOLA NAVARRO, MAËL PROVOT,
NILS PRIMET