

La laiterie "Les Fayes"



a reçu le mardi 23 Novembre un club UDF sur la marque employeur.

Attirer des talents, fidéliser les collaborateurs, un sujet qui alimente quotidiennement les conversations dans nos différentes organisations. Les dirigeants ou collaborateurs de 7 entreprises UDF, de marchés variés (chaudronnerie, graveur/imprimeur, gannivelle, aménagement, recyclage, menuisier, aéronautique) ont été chaleureusement accueillis par le directeur du site et sa chargée de communication. Après un café et quelques viennoiseries (le limougeaud est accueillant) nous rentrons dans le vif du Club. Enfin pas tout de suite, pour ceux qui ne connaissent pas les Fayes (et ils ne sont pas nombreux), quelques gouttes blanches de données : Création en 1942 (bientôt l'anniversaire des 80 ans !), 36 millions de litres collectés pour fabriquer divers produits (beurre, fromage blanc, lait conditionné, produits frais), 50 collaborateurs, marché national (GMS, restauration, collectivité), appartenance au groupe TERRA Lacta

Les atouts stratégiques de l'entreprise qui attire et fidélise :

Une image de marque travaillée : un processus, une attention soutenue

- Travailler sur ses valeurs et osez le décalé, sortir de l'ordinaire
- Collaboration avec un prestataire spécialisé dans le design de marque
- Community manager externe pour la communication en étroite collaboration avec la chargée de communication interne à l'entreprise



*Une communication... en 3*8 !*

Parler de l'entreprise tout le temps ! Notoriété à travailler de manière constante : A La laiterie des Fayes, le slogan c'est « Chic, classe, décalé ».

- Interne pour fédérer, collaborer, impliquer : une newsletter interne
- Externe : revues mensuelle, participation à des événements, influenceurs/ambassadeurs (ex : MOF, restaurateurs), relations presse, site internet, réseaux sociaux, goodies, ouvrir le site aux visites par les écoles (collégiens, enseignants)



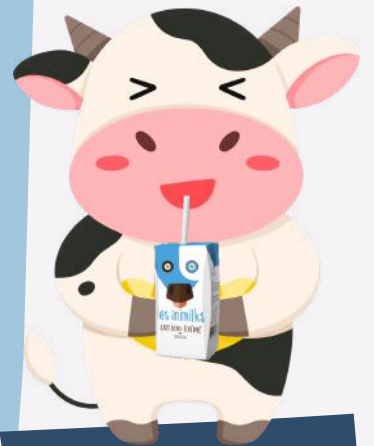
Un management à l'écoute du terrain

« Dire ce qu'on veut faire et faire ce que l'on dit » :

- Transparence – collaboration
- Ré évaluation des salaires
- Développer la fierté d'appartenance à une marque, à une entreprise
- S'ouvrir sur l'écosystème – faire collaborer salariés et écosystème pour contribuer à la création d'idées (événements, communication...)
- Formation, plan de progression interne

Une méthode de recrutement dépoussiérée : on est efficient ou on ne l'est pas !


- Recruter un ancien rugbyman pour faire le commercial ! il fallait oser... mais c'est logique, un rugbyman ça se voit, c'est un bon vivant...on peut difficilement lui dire non.
- Recrutement sur le savoir- être
- Offres de recrutement diffusés sur les réseaux sociaux. Les offres ne restent pas plus de 5 jours ! Les lauréats auront su se différencier par leur savoir être, leurs connaissances et leur potentiel d'adaptabilité à l'équipe en place.
- Cooptation



Une communication décalée et dynamique, des produits en phase avec des valeurs, une bonne ambiance, écoute et participation, une recette gagnante pour attirer et fidéliser. Il y a pas à dire, n'est pas limousin qui veut !



Il est 12h30, on est boosté par l'énergie communiquée par le duo.

Y a plus qu'à !...on va peut-être faire un 2ème club UDF sur la marque employeur avant de se lancer, au cas où on glanerait des conseils judicieux et complémentaires dans une autre entreprise...RDV au 1er semestre 2022 pour une 2ème dose  ...restez en veille pour la suite.

La 5 G en Limousin



La laiterie des Limousins depuis 1942