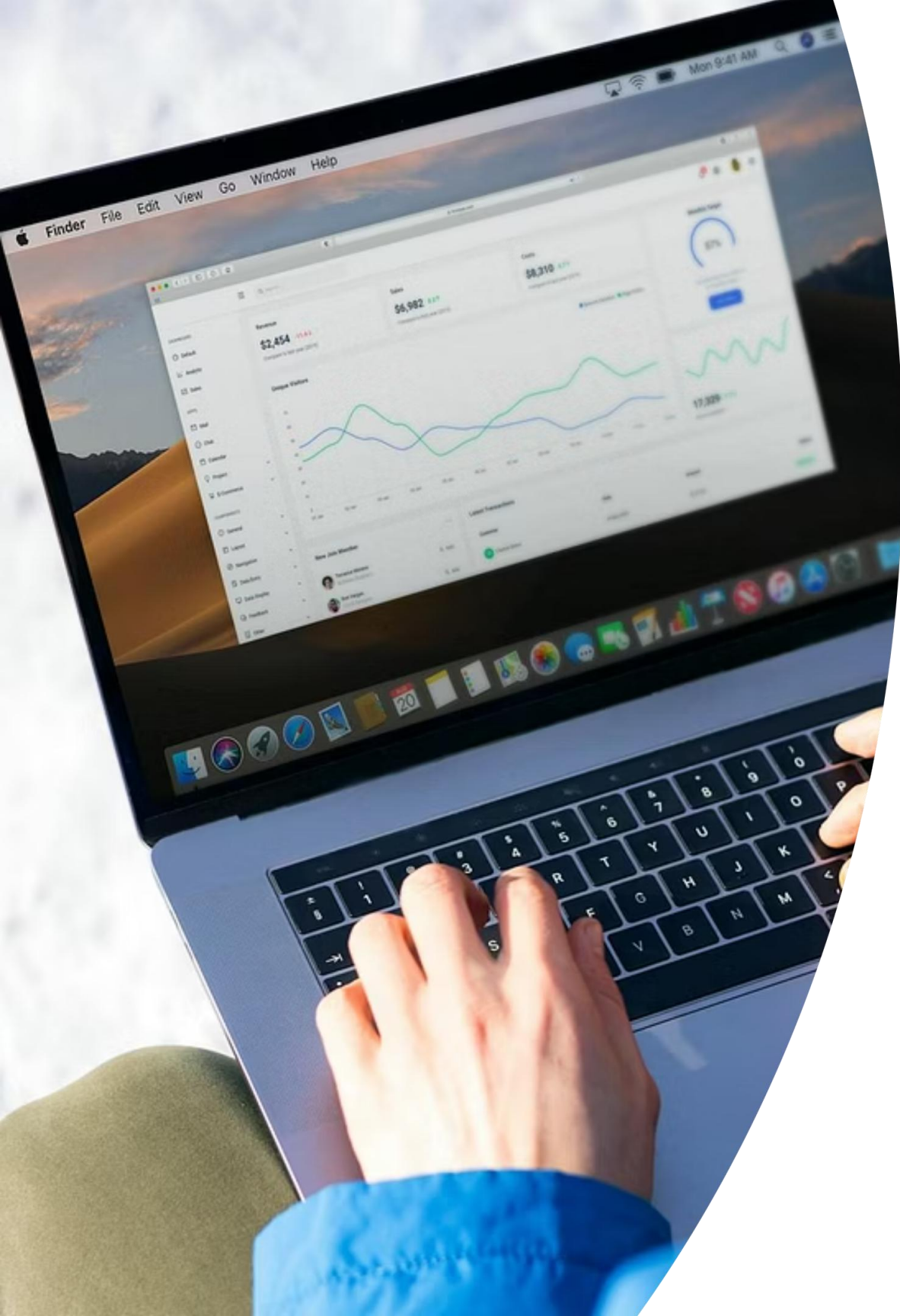


De l'intuition aux indicateurs

Démontrer la valeur stratégique des RH

Andrée Laforge · Kara Analytix





On mesure déjà beaucoup...

Démographie, mouvement interne, roulement, temps travaillé, absentéisme, recrutement, formation, mobilisation — les données RH s'accumulent. Mais une question s'impose :

Est-ce que ces mesures changent vraiment les décisions ?

Le vrai problème

Mesurer ≠ Comprendre ≠ Agir

Ce qu'on observe

- Beaucoup de données accumulées
- Peu d'insights exploitables
- Encore moins d'actions concrètes

Ce que ça coûte

C'est précisément là que la **valeur stratégique des RH se perd**. Les chiffres existent, mais ils ne parlent pas aux décideurs — et les RH perdent leur crédibilité.

Contexte PME : vos enjeux sont différents

Pénurie de main-d'œuvre

Trouver des candidats qualifiés est un défi constant.

Remplacement difficile

Chaque départ crée une pression immédiate sur les opérations.

Ressources limitées

Moins de personnel RH, moins d'outils, plus de polyvalence requise.

Décisions rapides

Les dirigeants ont besoin d'informations claires, maintenant.

i **Chaque décision RH a un impact direct sur l'opérationnel.** En PME, les marges d'erreur sont plus minces — et les données bien utilisées deviennent un avantage concurrentiel.



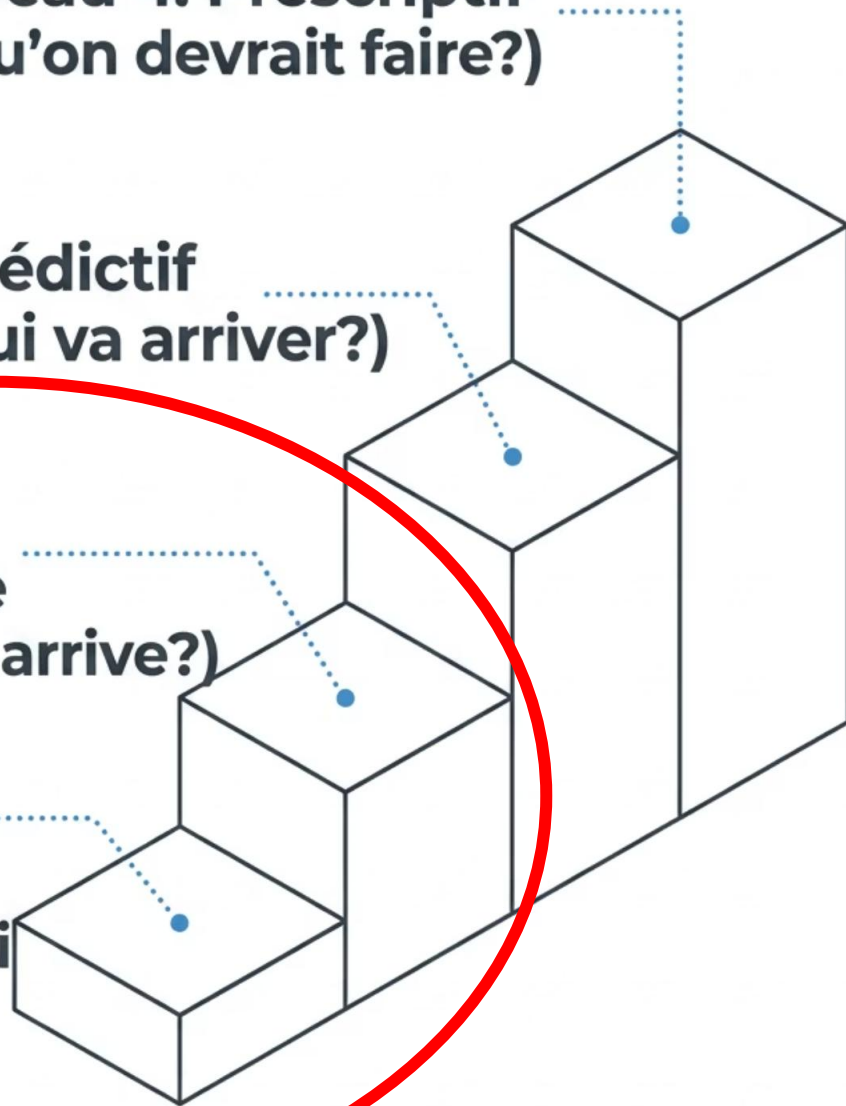
Les 4 niveaux de maturité analytique RH

Niveau 4: Prescriptif
(Qu'est-ce qu'on devrait faire?)

Niveau 3 : Prédicatif
(Qu'est-ce qui va arriver?)

**Niveau 2:
Diagnostique**
(Pourquoi ça arrive?)

**Niveau 1:
Descriptif**
(Qu'est-ce qui
s'est passé?)



La majorité des organisations se situent aux niveaux 1 et 2.
L'objectif : progresser vers l'analytique prédictif et prescriptif.

Même donnée, 4 niveaux de valeur

1

Descriptif

18 % de roulement cette année

2

Diagnostique

Roulement **plus élevé chez les nouveaux** employés (0 à 6 mois)

3

Prédictif

Risque élevé de départ dans le **département production** cet automne

4

Prescriptif

Actions ciblées : mentorat, révision de l'intégration, entretiens de rétention

✓ Un chiffre seul n'aide pas. Une décision éclairée, oui.

Ce qui fonctionne vs ce qui échoue

✗ Ce qui ne fonctionne pas

- Trop d'indicateurs à suivre
- Définitions floues et incohérentes
- Données peu fiables ou incomplètes
- Aucun lien avec les enjeux d'affaires

Résultat : perte de crédibilité RH

✓ Ce qui fonctionne

- Peu d'indicateurs, mais **bien choisis**
- Définitions claires et partagées
- Données fiables et à jour
- Directement alignés sur les priorités d'affaires

✓ **« Si ça ne mène pas à une action, on ne le mesure pas. »**

5 indicateurs à forte valeur pour les PME

COMMENCEZ SIMPLE



Roulement (dont 90 jours)

Identifiez les départs précoces pour agir sur l'intégration.



Délai d'embauche

Mesurez l'efficacité du recrutement face aux besoins opérationnels.



Absentéisme

Fréquence, durée et segmentation par équipe



Taux d'heures supplémentaires

Un signal d'alerte sur la charge de travail et la planification.



Taux d'engagement

Reliez-le aux résultats : roulement, productivité, absentéisme.

  **Mais surtout : suivez les tendances et interprétez le contexte.** Un chiffre seul ne vaut rien sans comparaison.

L'erreur la plus fréquente

Regarder un chiffre isolé

5 % d'absentéisme — bon ou mauvais ? Impossible à dire seul.

Comparer

Par rapport à l'industrie, au secteur, à l'historique interne



Segmenter

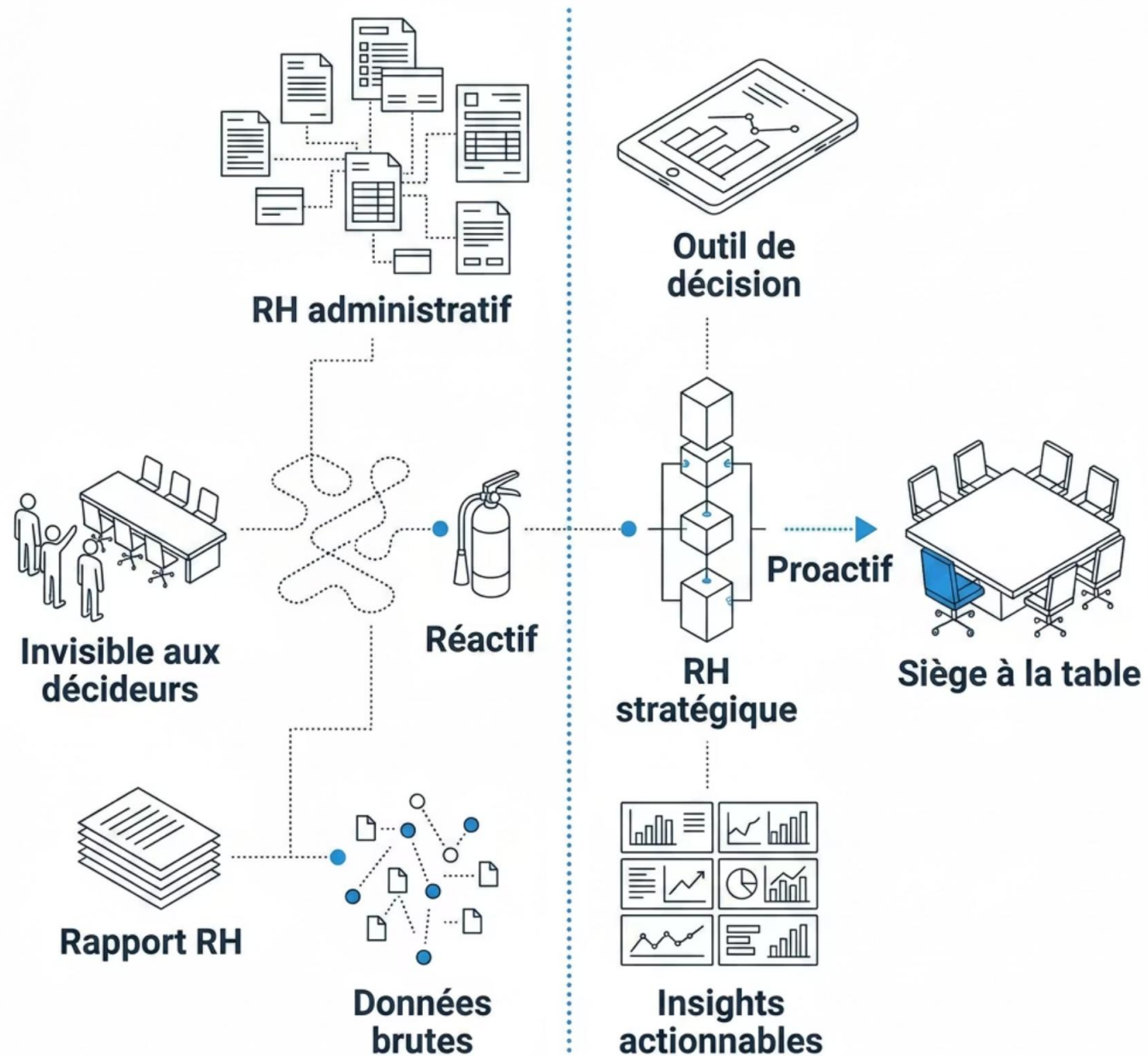
Par département, ancienneté, équipe de gestion

Analyser la tendance

Est-ce que ça monte, ça descend, ça stagne ?



Avant / Après : la transformation RH



Le rôle des RH ne change pas
c'est la **façon de communiquer** la valeur qui évolue.

i Passer de rapporteur de données à **conseiller stratégique**,
c'est un changement de posture, pas seulement d'outils.



PARLER LE LANGAGE DES AFFAIRES

Traduire les RH en dollars

Pour capter l'attention des dirigeants, les RH doivent parler en termes d'impact financier :

Coûts

Combien coûte l'inaction ?

Risques

Quels risques opérationnels on expose ?

Gains

Quelle économie génère-t-on en agissant ?

Exemple PME : l'impact financier du roulement

ROULEMENT EN PRODUCTION

60K\$

Salaire moyen

Par poste en production

30K\$

Coût du roulement

~50% du salaire annuel

15

Départs par an

Dans ce scénario type

Impact total

450 000 \$

par année en coûts de roulement

✓ Réduire le roulement de 3 % = 90 000 \$ d'économie.

Voilà comment transformer un indicateur RH en argument financier qui influence les décisions.

Heures supplémentaires : derrière le chiffre

✘ Avant l'analyse

Constat : **on paie plus d'heures supplémentaires** ce trimestre.

Réaction : budget dépassé, frustration des gestionnaires.

✔ Après analyse approfondie

- **Cause réelle** : manque de main-d'œuvre dans un quart de travail
- **Signal caché** : mauvaise planification des horaires
- **Risque identifié** : épuisement professionnel imminent

Actions posées : ajustement des horaires + embauche ciblée d'un poste à temps partiel.

Taux de roulement : le pouvoir d'un bon indicateur

✘ Avant l'analyse

Constat : **On a un problème de roulement...** mais on sait pas pourquoi ?

✔ Analyse – on a segmenté

- **Roulement dans les 90 jours** : majorité des départs, pas un problème de rétention
- **Risque identifié** : problème d'intégration

Actions posées : ajustement du programme d'accueil

Quelque mois plus tard :

- Baisse significative du roulement



Ce qui fait vraiment la différence

Ce n'est pas la technologie. C'est la **qualité des questions posées.**

01

La qualité des données

Des données fiables, cohérentes et bien définies

02

Les bonnes questions

Partir des enjeux d'affaires, pas des données disponibles

03

La capacité d'interpréter

Contextualiser, comparer, raconter une histoire

04

Le courage d'agir

Formuler une recommandation claire et l'assumer

Simple, concret, actionnable



Pas besoin d'être une grande entreprise. Pas besoin d'un logiciel RH sophistiqué. Il suffit de **commencer petit, et de parler le bon langage.**



Les 3 messages à retenir

1 Mesurer ne suffit pas

Les données sans interprétation n'ont aucune valeur décisionnelle

2 Les indicateurs doivent mener à des décisions

Chaque métrique doit répondre à la question : « Qu'est-ce qu'on fait avec ça ? »

3 Les RH doivent parler le langage des affaires

Coûts, risques, gains — c'est ainsi qu'on gagne sa place à la table des décideurs

Merci

"Les RH qui auront le plus d'impact ne seront pas celles qui ont le plus de données... mais celles qui savent les transformer en décisions."

Question de réflexion : Qu'est-ce qui vous empêche aujourd'hui d'aller plus loin avec vos données RH ?



Andrée Laforge · Kara Analytix
Andree.laforge@kararh.com