

Leocare mise sur la formation pour prendre de l'avance dans la guerre des talents

Le combat fait rage entre les entreprises pour attirer les salarié·e·s aux compétences les plus recherchées. Pour se démarquer, la néo-assurance Leocare développe un cursus pour former directement ses futures recrues. Explications.

Dans la tech, « une guerre des talents » fait rage depuis quelques années en Europe, pour reprendre des confidences de plusieurs entrepreneuses et entrepreneurs. L'expression peut paraître déplacée mais elle semble pourtant bien représenter les tensions inhérentes autour du recrutement des profils les plus recherchés. C'est particulièrement vrai dans un contexte où des scaleups très bien financées continuent de se développer à des allures folles et cherchent à embaucher des salariés par centaine. Pour se démarquer les unes des autres, les entreprises rivalisent d'arguments. Certaines décident de gonfler leurs rémunérations, d'autres misent sur des politiques sociales et de qualité de vie avantageuses pour les salariés, ou encore sur la mission ou l'engagement sociétal de l'entreprise.

C'est une autre voie, plus originale, qu'a choisi de privilégier la néo-assurance Leocare, créée en 2017. Actuellement en hypercroissance, en témoigne sa récente levée de fonds de 98 millions d'euros, et ses 30 millions d'euros de

chiffre d'affaires en 2021 (+500%), Leocare a dû en effet trouver un moyen de soutenir son développement. « *Je voudrais bien rencontrer une seule entreprise qui ne peine pas à recruter ces temps-ci*, explique Anne-Marie Menez, DRH de Leocare. *Pour atteindre nos objectifs, il faut trouver un moyen non seulement de répondre aux besoins d'aujourd'hui, mais aussi d'anticiper ceux de demain* ». Prenant au pied de la lettre l'adage selon lequel « *on n'est jamais mieux servi que par soi-même* », la jeune entreprise française a décidé de développer son propre programme de formation pour ses futurs collaborateurs et collaboratrices.

Former des conseillers clientèle

Pour Leocare, la véritable tension se trouve dans les métiers de conseillers clientèles. « *Ce besoin demande de recruter des profils polyvalents, qui maîtrisent nos outils, ont une bonne élocution et expression écrite pour les échanges par chat, mais aussi une connaissance technique en assurance, et ça ne se trouve pas facilement, je peux vous le dire* », poursuit la directrice des ressources humaines.

Installée à Cesson-Sevigné, à côté de Rennes, la startup a fait la connaissance de sa voisine, l'École 301, avec laquelle l'idée de développer une formation personnalisée a germé. Créée par les fondateurs de Klaxoon, Hello Work et MV Group, cette structure se présente comme « *la première école dans l'entreprise, qui a pour objectif de former au mieux les étudiants aux attentes professionnelles* ». Originellement habituée à former aux métiers du numérique, du commerce, de la cybersécurité et des RH, cette école a cette fois travaillé main dans la main avec Leocare pour construire le programme le plus adapté aux besoins de l'entreprise.

À lire aussi

[Les Sourdoués, l'école qui forme les personnes sourdes aux métiers du numérique](#)

« *En échangeant avec eux, il m'a paru évident que la création d'une formation sur mesure serait la réponse à notre problématique* », poursuit Anne-Marie Menez. Cette formation de trois mois comprend quatre semaines d'apprentissage initial pour délivrer les fondamentaux du monde de

l'assurance, de la relation client et de la communication. Le reste du cursus s'effectue directement en alternance au sein de Leocare, « *pour avoir des personnes prêtes à être embauchées dès la fin des 12 semaines de formation, se réjouit la DRH. Cette co-construction est très vertueuse : l'École 301 s'occupe d'apporter son expertise sur les socles de compétences généraux et nous ajoutons notre touche sur la technique assurantielle et nos outils, grâce à deux de nos collaborateurs qui jouent le rôle de formateurs* ».

Financée par Pôle Emploi et accessible dès le niveau Bac, cette formation permet aussi à la néo-assurance d'élargir son *sourcing* de profils. « *Ce mode de fonctionnement nous permet d'aller chercher des salariés de manière plus élargie, notamment d'aller capter les travailleurs en quête de reconversion, les personnes en recherche d'emploi ou les étudiants qui ne se plaisent pas dans leur cursus actuel* », précise Anne-Marie Menez.

Vers un parcours pour les développeurs

La DRH de Leocare en est persuadée, cette stratégie est la meilleure pour répondre rapidement et de manière adaptée à ses besoins d'intégration continue de talents. « *Nous sommes actuellement 90 salariés, et comptons doubler nos effectifs d'ici la fin de l'année, et atteindre les 350 collaborateurs l'année prochaine, détaille-t-elle. Sur le métier de conseiller clientèle, nous avons déjà 15 postes à pourvoir, et 45 d'ici 2023. Former nous-mêmes des profils intégrables rapidement est un vrai atout dans ce contexte* ».

La première promotion d'apprentis conseillers clientèle devrait commencer son cursus en mai prochain, et déboucher sur une douzaine d'embauches en septembre. Pour anticiper les forts besoins qui existent aussi sur les métiers tech dans l'entreprise, Leocare est déjà en train de construire, avec un autre organisme, un parcours de formation dédié aux développeurs informatiques, qui permettra d'embaucher, Anne-Marie Menez l'espère, 5 ou 6 de ces profils d'ici la fin de l'année.

À lire aussi

Qu'est-ce qui fait encore vibrer les salariés ?

Article écrit par HELOÏSE PONS