

Temps de lecture : 1'42''

L'OFFICE BRANDING EST UN MOYEN DE COMMUNIQUER EN UTILISANT L'ESPACE ET DES OBJETS. LOIN D'ÊTRE ANODINS, LES CHOIX DE MATÉRIAUX OU D'AMBIANCE ANNONCENT CLAIREMENT LES VALEURS D'UNE ENTREPRISE. PRIVILÉGIE-T-ELLE LES CODES DU LUXE OU CEUX DE LA START-UP ? ANNONCE-T-ELLE DU CONFORT OU DE LA RIGUEUR ? VOS MURS PARLENT DE VOUS. NE LEUR LAISSEZ PAS PRENDRE LA PAROLE À VOTRE INSU...

Par Anne-Laure JOUBAIRE

Chacun a en tête les merveilleux bureaux d'Apple, de Facebook ou de Google et les conditions de travail extraordinaires de leurs employés qui ont à leur disposition des crèches et de quoi se restaurer gracieusement. Ces sociétés ont parfaitement compris que la première impression est cruciale tant sur les clients que sur des employés potentiels. Signer l'aménagement de l'ensemble de vos bureaux peut être un vecteur majeur pour influencer sur cette première impression et, donc, de vous démarquer positivement. L'office branding est, en ce sens, un canal de communication plurifonctionnel : il permet d'affirmer son identité, d'impressionner ou de rassurer des clients, d'attirer et de retenir des talents. Selon la cible et les objectifs de l'entreprise, le type d'office branding est radicalement différent.

Cette politique d'aménagement de bureaux a également un impact sur les collaborateurs. Un environnement agréable est favorable à la créativité, stimule la motivation, contribue au bien-être au travail, diminue les tensions (notamment celles générées par l'open space) et concrétise l'appartenance à une entreprise unique.

COCONSTRUIRE UN PROJET D'OFFICE BRANDING EN INTERNE POUR FÉDÉRER

Avant de se lancer dans de quelconques changements, coconstruire un projet avec les différents membres de l'entreprise sera un moyen d'obtenir leur adhésion. Leur soumettre un questionnaire afin d'identifier leurs besoins quotidiens, par exemple, ainsi que les espaces qui leur semblent primordiaux. En effet, selon les âges des collaborateurs, les métiers ou encore l'emplacement géographique de l'entreprise, certains préféreront une grande salle de restauration, une bibliothèque cosy ou une salle de repos confortable ; d'autres attendront des salles de réunion équipées de technologies et insonorisées. Pour recueillir ces indices, des brainstorming donnent des résultats intéressants. À partir de questions simples, ces séances où chacun est invité à s'exprimer autour de l'histoire de l'entreprise ou de sa perception des clients, dévoilent comment chacun voit l'entreprise et comment il s'y sent.

Toutefois un office branding peut passer par de petites touches. Nul besoin d'un grand chambardement pour transformer un espace. Installer des plantes ou accrocher quelques tableaux d'inspiration suffisent à personnaliser un espace. Le logo, bien sûr, sans être omniprésent, doit être visible. Des références aux couleurs de l'entreprise peuvent être rappelées à travers les fauteuils ou la peinture. Des codes ou des citations pourront mettre en lumière ses valeurs et ses services.

POUR ALLER PLUS LOIN

Quelques conseils pour penser votre office branding sur blogs.findlaw.com

[Comment les avocats, les comptables et les conseillers financiers modernisent leurs bureaux](#)