

GUIDE À L'USAGE DES FREELANCES
ET DES ENTREPRISES POUR VIVRE
D'HEUREUSES COLLABORATIONS.

Les
entreprises
viennent
de *Mars*,

les
freelances
viennent
de *Vénus*.



Choice. The new work order.

Sommaire

Introduction

3

PARTIE I

**Mars et Vénus
se rencontrent**

CONSEIL N°1

Le cadrage de la mission
et le brief

CONSEIL N°2

Un processus de sélection
adapté aux freelances

CONSEIL N°3

Partager la vision macro
et la culture de l'entreprise

4

PARTIE II

**Mars et Vénus
en amour**

CONSEIL N°4

Préparer l'arrivée
des freelances

CONSEIL N°5

Le référent : interlocuteur
clé de la relation
freelance-entreprise

CONSEIL N°6

Quand et comment échanger

CONSEIL N°7

Se montrer à l'écoute des
conseils des freelances

CONSEIL N°8

Administratif,
sécurité et légal

10

PARTIE III

**Mars et Vénus
ensemble pour
toujours ?**

CONSEIL N°9

Le retour d'expérience

CONSEIL N°10

Attirer et fidéliser
les freelances

19

*Le quizz de la relation
freelance-entreprise*

23

*À propos de Malt
Méthodologie
Contributeurs*

25

Introduction

pour **53%**

Les freelances et les entreprises ne parlent pas la même langue ! Le freelance est autonome, il travaille pour lui-même. L'entreprise est un collectif, elle travaille pour le groupe. En théorie, rien ne les destine à s'associer et l'idée même d'une relation semble impossible. Pourtant, ces différences sont une source d'enrichissement mutuel plutôt que de conflit. Car oui, après des années à s'observer, **le temps est venu pour ces entreprises de Mars et ces freelances de Vénus, de se rencontrer.**

des freelances, le bonheur au travail constitue la 1^{re} raison pour laquelle ils choisissent une mission.

À l'ère du numérique, les entreprises se réinventent et de nouvelles compétences sont aujourd'hui recherchées. Un défi pour ces dernières qui font désormais face à une guerre des talents sans précédent. En 2018, Eurostat annonçait que 58 % des entreprises de l'UE déclarent avoir eu des difficultés pour recruter des experts dans le digital (contre 38 % en 2014). **Et si le freelancing, sur des missions plus ou moins longues, constituait l'une des solutions pour pallier la pénurie de ces talents si convoités ?**

Car, rappelons-le, les consultants indépendants sont des profils expérimentés. D'après notre étude Malt réalisée en novembre 2021 en partenariat avec le BCG : **Freelancing in Europe** auprès de plus de 2 324 freelances français, allemands et espagnols, 50 % d'entre eux cumulent en moyenne 8 années d'expériences en tant qu'indépendant dans leur domaine d'expertise.

Mais si les freelances sont des experts hautement qualifiés, pouvant apporter aux entreprises des

compétences en pénurie, allant de la tech, à la data, en passant par le marketing ou encore le design, ils aspirent à travailler sur des projets au sein d'organisations dans lesquelles ils se sentiront intégrés et épanouis. **Pour 53% des freelances que nous avons interrogés pour la réalisation de ce guide, le bonheur au travail constitue d'ailleurs la première raison pour laquelle ils choisissent une mission.**

Chez Malt, la relation freelance-entreprise est au cœur de ce que nous faisons depuis plus de 8 ans ! C'est pourquoi nous sommes fiers de vous présenter **le premier guide pour entretenir une relation saine et durable entre les freelances et les entreprises. Vous y trouverez dix conseils pratiques**, facilement actionnables, qui vous permettront de donner, ensemble, naissance à de beaux projets. Et pour ce faire, nous nous sommes basés sur les conseils de 124 consultants indépendants et sur les retours d'expériences de plus d'une vingtaine de clients partenaires déjà présents sur Malt.

Mars et Vénus se rencontrent

Conseil n° 1

Le cadrage de la mission et le brief

44,3%

des freelances
interrogés reçoivent
rarement un brief clair.

À la base de toute bonne collaboration freelance-entreprise se trouvent un excellent brief et une mission bien cadrée. En effet, avant de se lancer, l'entreprise doit prendre le temps de réfléchir concrètement à ses besoins et au choix de travailler avec un indépendant. C'est grâce à cette réflexion qu'elle pourra fixer un cadre clair à la mission, et rédiger un brief complet, qui lui permettra de trouver le freelance adéquat.




Le brief, ou cahier des charges, sert à la fois à attirer les meilleurs freelances et à débiter une collaboration dans les meilleures conditions. Il scelle en effet la vision commune des deux parties sur le projet, évitant alors les risques d'incompréhension. Mais si le brief semble en théorie "simple", la construction de ce dernier est en pratique souvent sous-estimée.

Conseil n° 1




Le cadrage de la mission et le brief

Voici donc une check-list de tous les points clés à aborder pour réaliser un bon brief :




Introduire la mission et l'entreprise

-  **Présentation de l'entreprise**
Présentation globale de l'entreprise, du secteur, du nombre de collaborateurs, des enjeux macro, de sa culture (valeurs, type de management...).
-  **Contexte de mission**
Contexte, enjeux et problématique de la mission.
-  **Client et environnement**
Composition de l'équipe et niveaux hiérarchiques.




Le projet

-  **Les objectifs**
Définir les objectifs, à court et long terme, auxquels répond la mission, et leurs deadlines.
-  **Format attendu**
Définir avec précision la nature du livrable, sa diffusion souhaitée (géographie, durée...) et ne pas hésiter à enrichir d'éléments visuels ou graphiques (moodboards, schémas, maquettes...).
-  **Préciser à quelle étape du projet intervient le freelance**
Projet entier, démarrage, test/recette, déploiement, support.

Le déroulé de la mission

-  **Méthode de travail**
Définir le référent sur la mission, le mode de fonctionnement attendu, les points hebdomadaires qui seront organisés.
-  **Jours travaillés par semaine**
Préciser le nombre de jours travaillés par semaine.
-  **Télétravail**
Préciser si la mission requiert des jours en présentiel, et combien.

Les attendus

-  **Expérience attendue sur le projet**
Nombre d'années d'expérience, responsabilités passées, complexité du projet.
-  **Compétences techniques**
Indiquer 2 priorités (ex. Java et Python), et les compétences qui seront les plus utilisées (logiciels...).
-  **Compétences en gestion de projets**

À noter que : réaliser un bon brief et prendre le temps de bien fixer les contours de la relation freelance-entreprise avant le début de la mission est important mais cela n'a pas d'impact juridique. Ce sont vraiment **les conditions d'exécution de la mission qui définissent ou non l'existence d'un lien de subordination**. En savoir plus *Conseil n°8*.



J'ai un set de 4 questions que je pose avant même que le client ne me présente son projet, cela me permet de vérifier que la demande est bien cadrée : quoi ? (contexte) ; pour quand ? (deadline) ; pour qui ? (cible), à quel budget ?

Nicolas Ribero

Consultant en communication digitale et visuelle

@Freelance



Lorsque je prépare le brief, j'attache beaucoup d'importance à la présentation du contexte de France Boissons et de notre secteur d'activité. Nous avons préparé en interne une présentation qui nous permet de familiariser nos freelances partenaires avec le milieu des cafés-hôtels-restaurants. Je pense que cela participe beaucoup à leur intégration et à la compréhension de leur mission.

Amandine Pacaud

Responsable digital & e-commerce

@France Boissons

Conseil n° 2

Un processus de sélection adapté aux freelances

Pour attirer les meilleurs talents, les entreprises doivent les séduire. Mais, pour les engager, cela ne suffit plus, elles doivent aussi adapter leurs processus de sélection. En effet, **la réactivité est de mise si les entreprises veulent pouvoir collaborer avec les meilleurs consultants indépendants**. Les prises de décision doivent donc être rapides. Car, il faut garder en tête que les freelances sont à leur compte : s'ils ne travaillent pas, ils ne sont pas rémunérés. Par conséquent, ces derniers ne peuvent pas se permettre d'attendre plusieurs semaines, voire plusieurs mois avant de contractualiser avec un client.

Un bon processus de sélection d'un freelance doit durer moins d'une semaine, de la première prise de contact jusqu'à la signature du devis. Si bien sûr lors de la rencontre avec le freelance, les entretiens ne doivent pas être négligés, il faut cependant pouvoir les condenser sur un laps de temps réduit.

Lors de ces entretiens, les entreprises ont également tout intérêt à **faire intervenir les managers ou les opérationnels**. Ces derniers seront, en effet, à même de répondre à des questions très spécifiques sur le projet ou la mission, et le freelance se projettera aussi plus facilement au sein d'une équipe.

ZOOM SUR



Malt Plus : une solution pour accélérer les processus de sélection

Les solutions développées par Malt permettent aux clients comme aux freelances de gagner en rapidité, avec **une moyenne de 6 jours entre la première recherche et le début de la mission**. Si la messagerie intégrée est un élément clé de la fluidité des échanges entre client et freelance, la centralisation des tâches administratives (création et envoi de factures, génération de contrats, gestion des paiements) permet un gain de productivité et donc de temps.

Malt continue d'investir massivement en R&D, dans l'optique d'atteindre une expérience de sélection des freelances rapide, sans friction et avec un matching parfait. Le lancement de Malt Plus — solution de sourcing augmentée d'une IA — en est la première étape, et permet déjà à 95 % de nos clients d'obtenir sous 24h des candidatures de freelances pertinents et disponibles, sans qu'ils aient dû passer de temps à les rechercher, et sans surcoût.

Conseil n° 3

Partager la vision macro et la culture managériale de l'entreprise



43,5%

des freelances interrogés attachent une importance particulière au fait de connaître les enjeux macro de l'entreprise.

Les freelances n'ont pas à connaître par cœur l'organigramme de l'entreprise ou les objectifs à 10 ans. Cependant, **les informer sur les enjeux de leur mission à l'échelle de l'entreprise est essentiel et contribue fortement au succès de cette dernière.** En effet, les freelances sont extérieurs à l'entreprise et n'ont donc pas accès à l'ensemble des informations dont pourrait disposer, par exemple, un salarié à son arrivée.

Prendre le temps, au début du projet de rappeler certaines informations clés comme, par exemple, l'histoire de l'entreprise, le contexte actuel, ses concurrents, ses clients/utilisateurs et ses ambitions futures, permettra au freelance de gagner en efficacité sur le projet.

De plus, réaliser **une brève présentation de la culture managériale de l'entreprise** aidera le freelance à comprendre plus facilement le fonctionnement des équipes, les process en place ou encore les étapes de validation à respecter.



Comprendre une entreprise, cela fait partie de mon travail. Avant de foncer dans un briefing ou dans un call, je me renseigne sur ce qui vit et fonctionne dans le secteur concerné.

De plus, je parcoure tous les canaux, du site web à leur page LinkedIn, afin d'identifier ce qui y est dit ou plutôt ce qui n'est pas dit. Ensuite, je fais la même chose pour leurs principaux concurrents. De cette manière, j'identifie clairement les points d'amélioration.

Jill Mathieu

Copywriter & Member of kapitein van ink. copywriting @Freelance



Il est plus que nécessaire d'aller au-delà de la mission technique et opérationnelle, les freelances ont besoin de comprendre dans quelle finalité s'inscrit le projet. Il faut prendre le temps de présenter l'entreprise, son actualité, sa vision. Leur donner ces informations va d'autant plus les engager sur la mission.

Yoann Bourges

Responsable des usages numériques @Eramet

Mars et Vénus en amour

Conseil n°4

Préparer l'arrivée des freelances

Ce n'est donc plus un secret, l'arrivée du freelance en entreprise se doit d'être préparée. Et, aussi simple que cela puisse paraître, cela passe par le fait de **lui faciliter l'accès au matériel, aux outils et aux logiciels nécessaires pour la réalisation de la mission** et ce, dès le premier jour.

Car, si les entreprises font appel aux freelances pour leur capacité à être opérationnels tout de suite, elles doivent faire en sorte que cela puisse être possible.

24,3%

des freelances interrogés rencontrent souvent des difficultés à avoir accès aux outils de l'entreprise avec laquelle ils collaborent.

Conseil n° 4

Préparer l'arrivée des freelances

Il est donc préférable que le service informatique de l'entreprise soit prévenu de l'arrivée du freelance au sein de l'entreprise afin de préparer :

- ✔ **Un badge d'entrée dans les bureaux**
si le freelance est amené à travailler sur place.
- ✔ **Du matériel informatique**
(ordinateur, clavier, etc.) À noter que l'entreprise devra préciser si ce prêt de matériel est obligatoire – et détailler le motif du prêt – ou s'il s'agit d'une simple proposition que le consultant indépendant peut refuser.
- ✔ **Une adresse email externe**
Les freelances ne doivent pas être totalement intégrés dans l'organisation, ce qui inclut de leur donner une adresse email différente. La création d'un format unique pour les adresses email des freelances peut aider à les garder dans la boucle sans courir le risque de les présenter comme des employés.
(par exemple : *laura@malt-ext.com*)

Les entreprises doivent également s'assurer du partage des outils et logiciels :

- ✔ **Les accès à l'intranet**
ou documentation interne.
- ✔ **Les outils de partage de fichiers et de stockage**
Serveur interne, Google Drive, Dropbox, Microsoft Onedrive, etc.
- ✔ **Les outils de gestion de projet**
Trello, Asana, Notion, etc.
- ✔ **Les outils de planification des réunions, d'agenda**
- ✔ **Les outils de visioconférence**
Zoom, Meet, etc.
- ✔ **Les logiciels utilisés dans le cadre de la mission**
Suite Adobe, logiciels de programmation, etc.

Du fait de leurs expériences passées, au sein de structures diverses — startups, PME, grands groupes — les freelances ont l'habitude d'utiliser une grande variété d'outils ou logiciels. Bonne nouvelle ! Cela signifie qu'ils auront donc plus de facilité à appréhender de nouveaux outils et à rapidement se former sur ces derniers.



Le service IT de l'entreprise doit être au courant de l'arrivée du freelance au sein des équipes. Tous les accès aux outils techniques, administratifs et de communication doivent être partagés en amont de la mission. Les freelances doivent pouvoir travailler sur la mission en tant que telle mais aussi pouvoir fixer des réunions et réserver des salles s'ils en ont besoin.

Anne-Clémence Sire
International Headhunter & Coach
@Freelance



Pour tous nos freelances, nous préparons un brief détaillé avec une présentation de l'entreprise, notre charte graphique, les outils que nous utilisons, notre fonctionnement... Pour les missions plus longues, nous préparons également des présentations détaillées et organisons des appels avec des collaborateurs, pour être sûr que le freelance puisse bien s'imprégner des sujets et qu'elle ou il sache qui contacter pour les besoins de la mission.

Séverine Wilson
Chargée de Communication Externe
@Heineken France

Conseil n° 5

Le référent, interlocuteur clé de la relation freelance-entreprise

Que ce soit pour les accompagner dans la réalisation de leur mission (accès aux outils, besoin d'informations) ou contribuer à leur intégration sociale au sein de l'entreprise, **les freelances doivent pouvoir s'appuyer sur un référent**. Avoir un interlocuteur clairement identifié au sein de l'entreprise, capable d'accorder quelques minutes par jour ou un temps dédié par semaine au freelance, lui permettra d'exécuter sa mission dans les meilleures conditions.

Afin de faciliter la collaboration, fluidifier la communication et le partage des informations, **il est préférable que ce référent fasse partie du projet, ou qu'il ait, a minima, une vision globale du périmètre de ce dernier.**

Le référent est aussi un "accompagnateur" pour le freelance au sein de l'entreprise qui pourra participer à son intégration sociale. Il doit pouvoir se rendre disponible à son arrivée dans l'entreprise, lui présenter les locaux et lui fournir un bureau si la mission se déroule en présentiel. **Le référent est également là pour le mettre en relation avec les bonnes personnes pour l'avancement du projet mais aussi pour qu'il se sente à l'aise et intégré aux équipes.**



La présence d'un référent est indispensable : il valide le travail, nous met en relation avec les bonnes équipes, veille au respect de notre statut d'indépendant... Ensuite, j'attends de lui qu'il soit ouvert, m'accorde un minimum de temps, notamment lors du début de mission, et enfin qu'il valide à temps les étapes et la fin de mission.

Pascal Caillerez
Brand Content Manager, Éditorial, Communication
@Freelance



Le fait de faire appel à un freelance est une grande liberté pour l'entreprise, mais ça l'est aussi pour le consultant. L'engagement pour l'un comme pour l'autre est volontaire. Il doit donc y avoir une compréhension commune, une certaine connivence, voire complicité entre les deux parties. C'est une union libre qui doit s'opérer.

Cécile Tuil
VP Communications
@Albéa Group

Conseil n° 6

Quand et comment échanger

Une communication fluide

Il va sans dire que **la communication est un élément clé de toute bonne relation**. Ainsi, l'entreprise ne peut pas se permettre de laisser le freelance dans la nature, sans informations, ni au contraire le saturer de réunions, l'empêchant ainsi d'être productif. Il faut donc trouver le juste milieu.


Tout d'abord, la fluidité doit être au cœur de la relation freelance-entreprise. **Le freelance doit savoir à qui s'adresser et par quel moyen**. Pour conserver un échange fluide, **mieux vaut éviter de s'éparpiller dans de trop nombreux moyens de communication** et se concentrer sur une ou deux plateformes et outils collaboratifs. La réactivité des interlocuteurs est essentielle : **le référent doit être le plus disponible possible**.

Des points d'étapes réguliers

La mise en place de points réguliers concernant l'avancée du projet est également cruciale. Le format hebdomadaire semble être le plus adapté, mais cela doit se définir au cas par cas et en considération du freelance. Il faut également mettre en place un espace commun (par exemple un Drive ou un serveur) où l'entreprise peut suivre l'évolution du projet et garder un œil sur la feuille de route.


Les retours sur le projet doivent être préparés afin d'être les plus efficaces possibles, permettant au freelance de garder sa productivité (il faut garder à l'esprit qu'un freelance travaille souvent sur plusieurs projets en même temps). Ils doivent être concrets et actionnables : décrire le problème, ce que cela engendre et quelles pourraient être les solutions. **Ces feedbacks doivent donc être les plus proactifs possibles**.

N'oublions pas que confiance et bienveillance sont mères de sûreté en termes de communication : **l'entreprise doit écouter le freelance et avoir confiance en lui**. Elle doit être la plus honnête possible quant aux délais de paiement et autres processus (CGV, date de livraison...). C'est également à l'entreprise de surveiller le respect du brief et du scope de travail, définis au début du projet. Et bien-sûr, il ne faut surtout pas hésiter à mettre de la bonne humeur dans les échanges, et dire lorsqu'on est satisfait du travail réalisé !




La transparence, c'est selon moi l'un des points clés de la réussite d'un projet à distance, d'autant plus sur des métiers Tech, généralement assez opaques. À titre d'exemple, tous les jours nous faisons ce que nous appelons des "Daily". Ce sont des micro-réunions qui nous permettent de passer en revue les choses qui ont été faites la veille, celles en cours et ce que nous avons prévu pour le lendemain. À la suite de ce Daily, nous envoyons un compte rendu à notre client. De cette manière, il sait exactement sur quoi nous travaillons, il n'y a pas de secret, ni de zones d'ombres.

Nadia Bouchkoud
Développeuse Back-End
 @Freelance



Il faut que les freelances soient uniquement présents aux réunions vraiment nécessaires pour le projet qu'ils mènent. Les inclure dans trop de réunions, ce serait prendre le risque qu'ils se sentent forcés de participer à des entretiens qui débordent du cadre de leur mission. Pour leur faire économiser du temps, j'essaie de cadrer le besoin au maximum en amont du projet et je leur fais un compte-rendu des éléments évoqués qui seraient utiles pour leur mission lors de notre point hebdomadaire.

Jean-Loup Portal
Responsable Éditorial
 @Roche



Il faut être conscient que le freelance ne sera pas tout le temps disponible pour vous et garder en tête qu'il collabore avec d'autres entreprises, sur d'autres projets. Il faut trouver cet équilibre dans la relation et être souple sur l'organisation : avoir des points réguliers permet de se réajuster.

Amandine Pacaud
Responsable Digital et E-commerce
 @France Boisson

Conseil n° 7

Se montrer à l'écoute des conseils des freelances

Collaborer avec un freelance, c'est aussi pouvoir profiter d'un regard extérieur sur son organisation. Il faut donc être prêt à recevoir les conseils et autres suggestions permettant d'évoluer et d'entrevoir, peut-être, des perspectives nouvelles.

En effet, **fort de ses diverses expériences, le freelance peut challenger les différents processus et suggérer d'autres outils, logiciels ou méthodologies.** Ces conseils peuvent prendre la forme de rapides retours lors de points réguliers. Le référent dans l'entreprise peut également le demander directement, via des entretiens d'évaluation. **Néanmoins, c'est bien une écoute ouverte et attentive du freelance qui doit être mise en place pour retirer le plus de cette opportunité.**

Bien entendu, **cela dépend de la mission attribuée au freelance et de ses objectifs.**

On attendra, par exemple, plus de proactivité de la part d'un consultant en conduite du changement, restant 6 mois au sein de l'entreprise (même si chaque freelance peut avoir des suggestions intéressantes) que de la part d'un traducteur intervenant sur une mission très ponctuelle. De plus, même si le freelance peut apparaître comme un pollinisateur de compétences, ce n'est toutefois pas son rôle principal, et certains ne cherchent pas forcément à le faire.



Nous avons eu une Directrice de Création en freelance, collaborant avec nous une fois par semaine, qui nous aidait au contrôle qualité et au respect de notre charte graphique. Elle nous a suggéré qu'on mette en place un planning de création, via l'outil Trello, afin de dispatcher directement les demandes entre les graphistes. Ce n'était pas dans le cadre de sa mission à la base, mais cette suggestion nous a énormément aidé.

Jean-Loup Portal
Responsable Éditorial
@Roche



En étant freelance, je me sens plus apte à donner ces conseils, car j'apporte un regard neutre sur l'organisation, ne connaissant pas en détail l'histoire et la culture d'entreprise. J'ai pu, par exemple, aider une entreprise à sortir de la "réunionite" et l'aider à s'adapter au télétravail. Les clients étaient très à l'écoute de mes conseils, donnés de manière plutôt informelle. De plus, en tant qu'indépendant, je me sens plus libre de donner ces conseils, car j'ai moins d'implication personnelle dans l'entreprise, et moins peur de froisser les sensibilités.

Pierre Mériaux
Développeur Frontend
@Freelance

Conseil n° 8

Administratif, sécurité et légal

Conformité administrative

C'est normalement à l'entreprise de vérifier, pour pouvoir facturer, que le freelance dispose bien d'une entreprise (ID, statut et numéro d'entreprise...), que ce soit la sienne ou via une société de portage. Il faut également vérifier qu'il ait procédé aux déclarations auprès de la BCE et des Caisses d'assurances sociales.

Absence de lien de subordination

Suivre les conseils de ce guide permet de fixer le caractère spécifique et le cadre ponctuel des missions freelances. S'il faut veiller aux aspects matériels (le freelance n'a pas accès aux mêmes avantages sociaux...), c'est vraiment sur l'aspect comportemental et relationnel que l'on distingue bien ses salariés de ses freelances. En effet, le freelance ne fait pas l'objet d'un lien hiérarchique et n'est donc pas sujet aux sanctions ou à une forme de management direct. En affirmant cette absence de lien de subordination, l'entreprise évite les risques de requalification en contrat de travail et le prêt de main-d'œuvre illicite.

Eviter la dépendance économique

Enfin, pour écarter les risques de dépendance économique, l'entreprise doit éviter d'être dans une relation d'exclusivité avec un freelance et doit donc lui laisser des jours de prospection chaque mois.

Chez Malt, nous vérifions systématiquement l'ensemble des documents du freelance avant qu'il puisse émettre un devis et donc effectuer une mission. Notre partenaire MangoPay nous accompagne ainsi dans la vérification de l'ensemble des documents qui prouvent l'existence de la société du freelance (ID, statut, numéro d'entreprise...). Nous avons également mis en place un système de notifications pour que le freelance puisse être prévenu lorsqu'il doit mettre à jour ses documents.

Malt organise régulièrement des événements pour informer les entreprises sur le sujet (ex : ateliers juridiques en partenariat avec des cabinets d'avocats, webinars).

ZOOM SUR



Malt Insights est un outil de pilotage et de centralisation de l'ensemble des données freelances et des documents légaux. Grâce à cette solution, toutes les informations freelance sont consultables sur une interface unique, offrant ainsi une sécurité avancée et un risque d'erreur considérablement diminué pour l'entreprise. Un système d'alertes est également prévu et des emails sont envoyés à l'entreprise à partir d'un certain chiffre d'affaires ou au-delà de 18 mois de mission, pour lutter contre les risques de dépendance économique.

Mars et Vénus, ensemble pour toujours ?

Conseil n° 9

Le retour d'expérience

Le retour de mission est malheureusement souvent un élément oublié de la relation freelance-entreprise. En effet, peu de collaborations se clôturent par un retour d'expérience où les deux parties dressent le bilan de la mission. Or, cet échange permettra par la suite aux deux parties de mettre en valeur leurs points forts et de corriger leurs points faibles.

Ce retour, véritable discussion entre le freelance et son référent, doit être préparé, et s'organiser de manière bienveillante. **Il s'agit à la fois d'un contrôle et d'un avis final sur le livrable, ainsi qu'une vérification de la bonne tenue de la relation freelance-entreprise.**

Pour l'entreprise, **ce point de fin de mission doit d'abord s'axer sur la qualité du livrable** : remplit-il bien le cahier des charges ? L'entreprise est-elle satisfaite du résultat ? C'est également le moment de vérifier que la passation ait été réalisée et que le travail soit bien disponible et partagé aux équipes internes sur un espace partagé (ex. sur le Drive), avec tous les accès.

Ensuite, le référent pourra faire un retour sur la manière dont le freelance a mené la collaboration : est-il suffisamment proactif ? Ses conseils ont-ils été utiles ? La communication s'est-elle bien déroulée ? Quelles soft skills ont été appréciées, et quelles sont celles qu'il pourrait développer davantage ?

Du côté du freelance, le retour doit s'axer autour de la collaboration et du déroulement de la mission. Le brief et les attentes étaient-ils clairs ? L'entreprise a-t-elle bien organisé l'accueil du freelance (accès aux outils et logiciels...) ? La communication s'est-elle bien déroulée ? Quels sont les points positifs et les points d'amélioration ?



Nous demandons aux freelances un retour sur l'accueil quelques semaines après le début de la mission. Les freelances collaborent avec beaucoup d'entreprises, c'est donc toujours intéressant d'avoir un retour sur leur perception de notre organisation, de nos pratiques, de nos outils en place. Cela nous permet de mieux comprendre là où nous devons nous améliorer.

Edouard Salathé
Information Technology Governance Manager
@Eramet



Les avis sont très importants pour moi, j'aime toujours pouvoir m'améliorer et proposer une meilleure expérience à mes clients. C'est pourquoi je trouve les avis laissés sur Malt particulièrement utiles !

Cloélia Quillent-Elinguel
Rédactrice de contenus éthiques
@Freelance

Conseil n° 10

Attirer et fidéliser les freelances

Attirer et retenir les talents est un sujet désormais bien connu des services RH. Que ce soit par la culture d'entreprise, la rémunération, la renommée, l'engagement... **l'entreprise doit se doter d'avantages pour attirer les talents, maximiser leur expérience et les fidéliser.** Si cela est valable pour les salariés, c'est également le cas pour les freelances. Ces derniers, en quête de sens, **souhaitent aujourd'hui participer à un projet ou collaborer avec une entreprise qui partage leur vision et leurs valeurs.**

Valoriser la raison d'être et les engagements de l'entreprise

Les freelances seront attentifs à la RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise), et les entreprises ont tout intérêt à mettre en lumière les actions mises en place tout au long de la phase de sélection. Les entreprises doivent en effet prendre le temps de **présenter la vision de l'entreprise, sa raison d'être et ses engagements en termes d'impact social et environnemental.** Présenter cela permettra de **donner du sens à la mission donnée.**

Offrir un environnement de travail attractif

De plus, **l'environnement de travail que l'entreprise va proposer est un élément clef de son attractivité. Une politique de travail adaptée aux freelances et à leur bien-être doit être implémentée et mise en avant.** Par exemple, cela peut passer par la présence d'un chargé de l'accueil et de l'expérience freelance au sein du département Ressources Humaines ou à la Direction des Achats de l'entreprise.

La question du management est aussi importante : même s'il n'existe pas de lien de subordination entre le freelance et l'entreprise, **savoir que les salariés sont heureux au travail pourra convaincre les freelances de démarrer une collaboration.**

Entretenir le lien

Enfin, **l'entreprise a tout intérêt à rester en contact avec les freelances** (et vice versa) avec lesquels elle a travaillé, voire même à se créer un "réseau de freelances" qui connaissent parfaitement le fonctionnement de l'entreprise et ses enjeux. **Maintenir le contact est alors un pari gagnant-gagnant pour l'avenir.**



“

En tant qu'entreprise, il faut savoir “se vendre”. Il faut expliquer aux freelances en quoi cette expérience sera un challenge sur le plan professionnel mais aussi une belle aventure humaine.

Edouard Salathé
Information Technology Governance Manager
 @Eramet



“

Lorsque je rencontre pour la première fois un potentiel client, je prépare en amont une liste de questions afin d'en savoir plus sur les valeurs et les engagements de l'entreprise : quelle est la raison d'être de l'entreprise ? Combien de freelances ont déjà travaillé sur cette mission ? Quel est le turn over au sein de l'entreprise ? Quelle est la politique en matière d'inclusion, de parité, etc. ? Ces questions vont en partie guider mon choix de collaborer avec l'entreprise ou non.

Nassim Merzouk
Social Business Développeur
 @Freelance



“

C'est un luxe en tant qu'entreprise de pouvoir choisir non pas une agence mais un vidéaste freelance capable de travailler aussi bien en français qu'en anglais et, en plus, spécialiste du secteur de la mode, par exemple. Or, si on souhaite collaborer avec un expert, il faut pouvoir lui donner les moyens de travailler dans les meilleures conditions. Cela peut passer par le fait de l'accueillir et de l'intégrer aux équipes, mais surtout de lui donner tous les éléments de contexte dont il aura besoin pour la réalisation de sa mission. Il est également important de comprendre et respecter son fonctionnement et donc de s'assurer au préalable de la bonne adéquation avec les attentes de l'entreprise.

Cécile Tuil
VP Communications
 @Albéa Group

À vous de jouer !

10 questions pour tester votre collaboration freelance-entreprise.

1. Prenez-vous le temps de préparer un brief détaillé de la mission ?

◆ Rarement. Les freelances me posent d'ailleurs beaucoup de questions au début de la collaboration pour en savoir plus sur la mission.

■ Parfois. Je ne prends pas toujours le temps de réaliser un brief détaillé notamment si la mission est de courte durée.

● Toujours. Je trouve que c'est primordial avant de démarrer une mission.

2. Veillez-vous à ce que les processus de sélection des freelances soient de courte durée ?

◆ Rarement. Les processus de sélection des freelances sont souvent assez longs (<1 mois).

■ Parfois. Certains processus de sélection des freelances dépassent 2 semaines.

● Toujours. Je peux débiter une collaboration avec un freelance au bout de seulement quelques jours suivant la première prise de contact.

3. Partagez-vous la vision macro de l'entreprise au freelance avec qui vous collaborez ? (contexte, environnement, enjeux, etc.)

◆ Rarement. Je n'y pense pas et/ou ne trouve pas que les freelances en aient besoin.

■ Parfois. Je trouve que cela peut aider les freelances dans la réalisation de leur mission.

● Toujours. Je trouve que cela contribue fortement au succès de leur mission.

4. Préparez-vous l'arrivée des freelances au sein de l'entreprise ?

◆ Rarement. C'est souvent la veille ou le matin du début de leur mission que je prépare leur arrivée.

■ Parfois. Quand c'est une mission longue, je prends le temps de préparer leur arrivée mais pas forcément lorsque c'est une mission de courte durée.

● Toujours. Je prépare leur arrivée quelques jours avant le début de la mission, le service IT en est informé pour faciliter les accès aux outils et une réunion d'accueil est organisée (en physique ou à distance).

5. Les freelances avec qui vous collaborez disposent-ils d'un référent qui les accompagne tout au long de leur mission ?

◆ Rarement. Ils sont autonomes et s'ils ont besoin d'infos, les RH sont à leur disposition.

■ Parfois. Mais uniquement sur des missions de longue durée.

● Toujours. Car pour moi ce référent participe aussi bien à la réussite de leur mission qu'à leur intégration sociale.

6. Organisez-vous des points réguliers avec les freelances ?

◆ Rarement. Au début de la mission et à la fin de cette dernière.

■ Parfois. Lorsque les freelances me le demandent.

● Souvent. Toutes les semaines j'organise au moins un point d'étape sur le projet.

Quizz de la relation freelance - entreprise

7. Êtes-vous ouverts aux conseils que pourraient vous apporter les freelances pour améliorer vos méthodes de travail et/ou outils en place ?

- ◆ Rarement. Ils n'ont pas ce rôle sur les missions qu'ils effectuent au sein de l'entreprise.
- Parfois. S'ils ont des bonnes idées, pourquoi pas !
- Toujours. C'est souvent moi qui suis demandeur et qui souhaite connaître leurs avis.

8. Faites-vous attention aux aspects légaux lors de la collaboration avec un freelance ?

- ◆ Rarement. Je traite les freelances comme des salariés et les laisse gérer leur documents administratifs, seuls.
- Parfois. J'essaie d'éviter la création d'un lien de subordination, et vérifie quelques-uns de leurs documents.
- Toujours. Je vérifie leur conformité administrative et veille au respect de leur statut d'indépendant.

9. En fin de mission, prenez-vous le temps d'effectuer un retour d'expérience aux freelances avec qui vous collaborez ?

- ◆ Rarement. Je n'y pense pas.
- Parfois. Lorsque les freelances me le demandent.
- Toujours. Je souhaite systématiquement connaître leur retour d'expérience, cela me permet d'améliorer mon fonctionnement.

10. Votre entreprise a-t-elle mis en place une politique RH spécifique pour les freelances ?

- ◆ Pas encore. Notre politique RH se concentre sur les salariés.
- Nous y réfléchissons mais nous ne savons pas comment faire.
- Oui. C'est l'un des sujets phares pour notre entreprise afin de pouvoir recruter les meilleurs freelances.

Solutions

Vous obtenez un maximum de ◆

Le temps des premiers émois

L'attirance entre vous existe et l'envie de collaborer est bien présente. Malheureusement, vous ne consacrez pas suffisamment de temps et d'efforts pour que cette relation perdure. Mettez toutes les chances de votre côté en commençant par un bon brief, des échanges réguliers et un retour d'expérience en fin de mission. L'amour avec un grand A est plus proche que vous ne le pensez...

Vous obtenez un maximum de ■

Le temps de l'engagement

Votre relation devient sérieuse et vous n'imaginez d'ailleurs plus votre vie sans freelances. Vous vous engagez de plus en plus dans votre collaboration et mettez un point d'honneur à ce que le freelance s'intègre à votre équipe. Bien sûr, des ajustements pourraient être apportés (par exemple, un temps de sélection plus court, un point de fin de mission systématique, etc.) mais vous êtes sur la bonne voie.

Vous obtenez un maximum de ●

Le temps de la maturité

Vos collaborations se déroulent à merveille et il n'y a aucun nuage à l'horizon. Vous veillez à ce que la mission se déroule au mieux et vous avez su créer un environnement agréable pour le freelance. Vous êtes à l'écoute de ce dernier et vous lui laissez aussi toute l'autonomie et l'espace dont il a besoin. Et si vous deveniez le référent freelance de votre entreprise et insuffliez les bonnes pratiques dans tous les départements ? On croit en vous !

Méthodologie

Ce premier guide à l'usage des entreprises et des freelances pour vivre d'heureuses collaborations a été réalisé grâce à **une enquête menée en juin 2021 auprès de 124 freelances Super Malters**, freelances ayant réalisé le plus de missions sur Malt, appartenant à des familles de métiers très diverses (tech, data, gestion de projets et coaching, web et graphic design, image & son, marketing, communication, business & conseil, jeux vidéo, etc.).

Il a également été nourri de témoignages et de retours d'expériences de **20 clients partenaires (Eramet, Le Parisien, Albéa Services, Crédit Agricole, Heineken, France Boissons, Roche, etc.)** ayant l'habitude de collaborer avec des freelances depuis plusieurs années.

Enfin, rappelons-le, il n'existe pas de manière unique de travailler avec les freelances. De par leurs métiers et expériences, ils ont tous une façon différente de fonctionner. **L'équilibre de la relation freelance-entreprise se joue donc sur l'approche donnée à cette individualité.** De plus, cela dépendra de plusieurs facteurs : type de mission, durée, etc.

Réalisation

Direction Éditoriale

Paule Daurat
Content Manager – Malt

Thomas Ménoret
Chef de Projet Content
et Affaires Publiques – Malt

Victoire Rivaton
Directrice de la communication
et des Affaires Publiques – Malt

Direction Artistique

Lucie Ménétrier
Directrice Artistique – Freelance

Contributeurs

Olivier Valin
VP Sales France – Malt

Théodore Chauveaux
Account Manager France – Malt

Léna Caliarì
Customer Success Manager – Malt

À propos de Malt

Malt est une marketplace européenne où plus de 310 000 consultants freelances mettent leurs compétences et leurs expertises au service des entreprises qui recherchent des talents externes pour accélérer leurs projets. Elle compte déjà plus de 30 000 clients parmi lesquels 36 entreprises du CAC 40. Avec 300 employés (50 % de femmes et d'hommes), en France, en Espagne, en Allemagne, en Belgique et aux Pays-Bas, Malt a créé une technologie unique qui fait correspondre instantanément le besoin d'une entreprise avec le profil d'un consultant freelance. Elle propose ensuite des solutions qui permettent aux indépendants et aux entreprises de gérer en toute sécurité leur relation : de l'émission du brief jusqu'au paiement de la mission. Malt s'est donné pour mission d'offrir à sa communauté de freelances et d'entreprises un lieu d'opportunités, de choix, d'expertises et de moyens pour devenir plus agile, innovant et compétitif.



malt.fr



malt

Choice. The new work order.