

Sachez démontrer votre reconnaissance

Rien de tel qu'un employé motivé! On peut facilement imaginer qu'un client qui sent que vos employés sont bien dans leur travail se fera une meilleure image de votre établissement. Et que vos employés auront moins tendance à vouloir vous quitter s'ils sont heureux chez vous. Afin de contribuer à ce bonheur, la reconnaissance est un facteur non négligeable.



Pour créer un haut niveau d'enthousiasme chez les membres de votre équipe, il ne faut pas seulement leur dire qu'on est content, il faut le montrer.

La clé est d'abord l'authenticité. Il faut que les employés perçoivent que vous voulez les remercier sincèrement du fond du cœur et non pas seulement leur donner une carotte afin de les forcer à en faire encore plus la prochaine fois.

N'essayez pas de toujours faire les choses en grand : il n'est pas

nécessaire de faire monter le grand chapiteau et d'offrir un concert rock privé aux employés. Rappelez-vous cependant que l'engagement du grand patron sera toujours perçue comme une marque de reconnaissance supplémentaire.

Il s'agit simplement de créer de fréquentes occasions de célébrer qui soient amusantes et vraies. Donnez aux employés tout le crédit pour les résultats : si vous prenez soin de vos employés, ces derniers prendront

soin de vous et vos intérêts mutuels seront bien servis.

Ne traitez pas nécessairement les gens comme vous voudriez être traité. Rappelez-vous que nous sommes tous uniques. Certains préfèrent être félicités en privé plutôt qu'en public, d'autres privilégient une note écrite plutôt qu'un commentaire verbal. Considérez aussi que l'objectif n'est pas seulement de renforcer la relation entre le gestionnaire et l'employé, mais aussi entre ce dernier et ses collègues.

Respectez le principe d'équité. Pour un jeune de la génération Y, âgé de 18 à 30 ans, l'équité, ça ne veut pas dire de traiter tout le monde de manière égale, mais plutôt de traiter chacun comme il mérite d'être traité. D'après les témoignages que j'ai recueillis, les jeunes s'attendent, d'une manière générale, à une rémunération personnalisée en relation directe avec leurs compétences et les résultats qu'ils obtiennent.

Le Québec à votre table

L'environnement et la crise alimentaire qui sévit actuellement dans le monde sont sans contredit deux sujets qui suscitent beaucoup d'intérêt. Une partie de la solution pourrait-elle reposer sur l'approvisionnement alimentaire local? D'autant plus que d'afficher le logo d'Aliments du Québec peut s'avérer un bon outil de marketing et de promotion.

UN GRAIN DE NOUVEAUTÉ



Linda Montpetit, Dt.P. Nutritionniste-conseil

Non seulement l'achat d'aliments locaux est bénéfique à notre économie, mais a aussi un effet sur l'environnement puisque près de 40% de l'émission des gaz à effet de serre émis au Québec est lié au transport. De plus, selon l'organisation *D'abord nourrir notre monde* qui fait la promotion de la souveraineté alimentaire, la consommation locale permet notamment aux pays de se protéger en fixant des tarifs aux frontières contre le dumping et la concurrence déloyale des États qui subventionnent à outrance leur agriculture. Elle permet une meilleure vérification des aliments consommés, car les aliments produits chez nous font l'objet d'un contrôle très strict sur la qualité, l'un des meilleurs au monde.

Afficher Aliments du Québec... pourquoi?

- Il a été démontré que sept consommateurs sur dix estiment qu'il est important d'identifier les produits du Québec;
- Pour 81% des consommateurs, le fait de pouvoir identifier aisément les produits du Québec représente un incitatif suffisamment important pour les stimuler à acheter ces produits plutôt que d'autres;
- Si chaque famille remplace 20\$ d'achat de produits étrangers par la même valeur en produits québécois, nous contribuerons à créer des dizaines de milliers d'emplois ici, pour les gens de chez nous.

En contactant les différents organismes (Veau de grain du Québec certifié, Aliments du Québec et autres à l'UPA), il est possible d'obtenir leurs logos pour les apposer sur le menu de votre restaurant et ainsi inciter les consommateurs à l'achat de produits locaux. Bien qu'il n'existe actuellement pas de données sur l'achat des aliments du Québec sauf dans les épiceries, il est probable que cet intérêt des consommateurs puisse aussi se refléter jusque dans nos restaurants et nos services alimentaires.

Affichons avec fierté nos produits d'ici!

Ressources :
www.alimentsduquebec.com
www.veaudegrain.com
www.upa.qc.ca
www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/accueil
www.nourrirnotremonde.org/souverainete_alimentaire



**Veau de grain
du Québec certifié**

www.veaudegrain.com

À titre de gestionnaire d'un établissement d'hôtellerie et de restauration, vous encouragez sûrement vos employés à offrir à vos meilleurs clients certains privilèges particuliers. De la même façon, vous devriez être en mesure d'offrir également des marques de reconnaissance aux employés qui le méritent. Cela peut prendre différentes formes :

- Offrir une pause allongée ou un jour de congé
- Organiser une journée reconnaissance avec des prix offerts aux méritants
- Diffuser un montage photo ou vidéo des moments forts d'une période particulière
- Nommer un héros du jour en lui accordant des privilèges particuliers
- Remettre des prix mensuels et annuels d'excellence du service
- Interviewer un employé pour un article dans le journal interne
- Offrir un cadeau d'anniversaire personnalisé à l'employé
- Écrire une note de remerciement à la main
- Envoyer une lettre personnelle à la famille de l'employé
- Offrir un lunch ou un séjour gratuit, des fleurs, des billets de spectacle, un livre...
- Octroyer un certificat honorifique ou un trophée pour une certaine période

D'une manière plus générale, il est important de se rappeler qu'un renforcement positif doit être fourni le plus rapidement possible suivant le comportement qu'on veut encourager et qu'un compliment ne devrait pas être suivi d'une correction. Dites simplement pourquoi la contribution de cet employé est particulièrement appréciée cette fois-ci. |



12 conseils des « Y » aux gestionnaires

1. Instaurer une «boîte» ou un autre système pour que les employés puissent s'exprimer, sous le sceau de la confidentialité, sur n'importe quel sujet touchant l'entreprise et en tenir compte.
2. S'assurer que chacun des chefs d'équipe suit de très près les employés à sa charge et prendre le pouls de la situation régulièrement.
3. Maintenir l'ambiance familiale d'une petite entreprise.
4. Bien choisir les employés responsables du recrutement et de la formation initiale.
5. Ne pas rencontrer les employés seulement lorsqu'il y a un problème.
6. Encourager la convivialité, l'ouverture, les interactions et une structure organisationnelle souple.¹
7. S'entourer de personnes plus en contact avec la génération Y.
8. Prendre ses responsabilités : ne pas dire oui aux caprices de chacun.
9. Ne pas laisser un employé en difficulté, l'aider à s'orienter.
10. Jumeler des gens passionnés avec d'autres qui le sont moins.
11. Mettre à contribution la perspective de chacun selon son groupe d'âge et sa culture.
12. S'assurer que tous aiment ce qu'ils font, peu importe la raison pour laquelle ils le font.



Stéphane Simard est auteur du livre finaliste du Prix du livre d'affaires 2008 dans la catégorie « Ressources humaines », *Génération Y : Attirer, motiver et conserver les jeunes talents*, et président de ConneXion Y. Visitez www.conneXionY.com pour découvrir comment la société appuie les entreprises dans la mise en place de stratégies pour attirer, motiver et retenir les employés afin de réduire leur taux de roulement.

Gratuit! Visitez www.conneXionY.com pour écouter une entrevue exclusive de 30 minutes avec Kazimir Olechnowicz, président-directeur général de CIMA+, dans laquelle il nous dévoile quelques-uns de ses secrets pour susciter l'engagement chez ses employés.

¹ Une structure organisationnelle souple favorise le travail par projet en équipes multi-disciplinaires, plutôt qu'en silos séparés, ou favorise l'accessibilité directe au grand patron.