

Employeur **CERTIFIÉ** « humain »



La marque de l'employeur, c'est vous, c'est l'humain. Pas la campagne de communication finement planifiée, mais bien comment vous traitez les gens au quotidien. Soigner son image de marque, séduire les candidats, ça commence d'abord à l'interne : prendre particulièrement soin des gestionnaires de premier niveau et des responsables en ressources humaines. Il s'agit en fait de ceux qui ont à vendre, sur le plancher, au quotidien, la belle image d'employeur à ceux qui devraient être les plus grands ambassadeurs de votre établissement : vos employés.

PAR STÉPHANE SIMARD

En effet, c'est le superviseur direct plus que tout autre aspect (salaire, conditions de travail matérielles, culture organisationnelle, personnalité charismatique du grand patron) qui a le plus d'impact sur la motivation des employés. Plusieurs études font ressortir que les gens se joignent à une organisation, mais quittent leur patron.

Vox pop génération Y : Quelles sont les trois qualités d'un patron idéal ?

- Capacité d'écoute, respectueux et maintien d'un minimum de rigidité
- Respectueux, fait preuve d'ouverture d'esprit et de flexibilité
- Compréhensif, organisé et fiable
- Créatif, fait confiance et favorise le travail d'équipe
- Reconnaissant, visionnaire et exigeant
- Juste, humain et aime ce qu'il fait
- Sens de l'humour, franc et s'intéresse aux gens

Source : Dans le cadre de mes recherches pour la rédaction de mon premier livre (*Génération Y*), vox pop mené auprès de jeunes Y qui travaillent au sein d'entreprises ayant remporté différents prix d'excellence en gestion des ressources humaines.

Gérer comme mère Teresa

Vous avez peut-être appris qu'il ne faut pas être trop près des employés pour se faire respecter, que de conserver une certaine distance est essentiel au maintien de l'autorité. J'ai déjà

entendu un employé dire que son patron traînait sa « face d'air bête de boss » dans le coffre à gants de sa voiture, qu'il la mettait chaque matin durant le trajet à l'usine et qu'il la rangeait là le soir, au retour à la maison. La bonne nouvelle, c'est qu'avec l'employé de nouvelle génération, vous n'avez plus à vous arracher le cœur et à le mettre au frigo le matin pour le reprendre le soir au retour du boulot.

Engager sa sensibilité n'est plus seulement souhaitable, mais essentiel pour rejoindre la sensibilité de vos employés. Si vous arrivez à toucher le cœur des gens, aucun objectif n'est hors de portée, pourvu que ce soit fait avec fraîcheur, transparence et sincérité. L'employé de nouvelle génération ne veut plus d'un « super patron » invincible, au-dessus de tout et qui ne se trompe jamais. Il veut un humain vulnérable et qui n'a pas réponse à tout.

N'y a-t-il pas un risque de s'oublier en se consacrant entièrement aux autres ? Oui, et c'est justement ça la source du bonheur. Si on part de ce qu'on est, donc sachant ce qu'on aime, on ne peut se perdre en se mettant au service des autres. Comme patron, je peux comprendre que vous ne soyez pas nécessairement réceptif à l'idée d'être entièrement au service de vos employés. Il faut bien quelqu'un pour faire respecter les règles et faire la police. « Je ne suis quand même pas mère Teresa, nous sommes une entreprise et nos actionnaires exigent que nous atteignons nos objectifs »,



pensez-vous. Vous avez raison, mais pourquoi y aurait-il contradiction entre les deux ?

Prenez l'exemple de J.-Robert Ouimet qui dirige l'entreprise fondée par son père, il y a 75 ans, le groupe Ouimet-Cordon Bleu-Tomasso, comme le ferait justement mère Teresa. Son livre, *Tout vous a été confié*, regorge d'exemples et de leçons que vous pouvez tirer pour mieux motiver vos employés à atteindre vos buts communs.

Pratique génératrice d'engagement

Avant de prendre une décision, exercez-vous à établir le lien entre votre geste et vos valeurs organisationnelles et personnelles. Assurez-vous qu'il y ait une cohérence entre les deux, en rappelant aux employés les valeurs qui sous-tendent vos décisions, et invitez les membres de votre équipe à soulever les contradictions entre les actes et les paroles.

À titre d'exemple, les valeurs comme : confiance, honnêteté, respect et approche humaine, que prône l'entreprise L-IPSE Services conseil, ne sont pas seulement des écrits, mais bien vécues au quotidien. La firme de conseillers en technologies de l'information, lauréate en 2009 du Défi Meilleurs Employeurs au Québec, place véritablement l'être humain au centre de ses actions. Ainsi, les absences des employés n'ont pas besoin d'être justifiées, et les vacances ne sont pas comptabilisées. Deux exemples de pratiques qui visent à responsabiliser les employés (confiance) et à traiter ces derniers en adultes responsables (respect).

Source : *Les patrons sont-ils tous des menteurs ?*, SIMARD STÉPHANE, éditions Viséo.

Peut-être cet exemple vous paraît-il irréaliste dans votre contexte de gestion d'un établissement d'hôtellerie et de restauration. Vous avez sûrement raison, mais dites-vous que c'est également ce que pensent les concurrents de L-IPSE... De toute façon, l'idée n'est pas de vous inciter à copier cet exemple, mais plutôt d'illustrer l'importance et l'impact de la cohérence entre vos politiques en gestion des ressources humaines et vos valeurs organisationnelles.

Gestionnaires d'établissements d'hôtellerie et de restauration, n'oubliez pas qu'à la fin de la partie, le roi et le pion retournent dans la même boîte. (proverbe italien)

Stéphane Simard est l'auteur du best-seller *Génération Y*, finaliste du Prix iGénie 2008 et du Prix du livre d'affaires 2008. Son plus récent livre, *Les patrons sont-ils tous des menteurs ?*, vient tout juste de paraître. Visitez le www.StephaneSimard.com pour profiter d'une offre de lancement.

SPÉCIALITÉ DE LA MAISON : LA PAIE

1 800 361-8688 (0721)
bnc.ca/paie

ET ACTION !

SERVICES DE PAIE



Centre de services de paie CGI inc. est l'unique fournisseur des solutions et des services de traitement de la paie, commercialisés sous la marque Nethris^{MD}, à l'égard desquels la Banque Nationale du Canada agit uniquement à titre de distributeur. Nethris^{MD} est une marque de commerce déposée de Centre de services de paie CGI inc.