

L'événementiel ou l'art de la gratitude corporative

par Nadine Ménard (Présidente, SUITE22 Événements),

le 4 octobre 2022

PARTAGER

L'humain est un être social qui a besoin de se sentir apprécié de ses semblables. Cette vérité est aussi valable dans la vie personnelle d'un individu que dans sa sphère professionnelle. L'événementiel est un instrument formidable pour vous aider à communiquer efficacement et souvent votre gratitude corporative.

Pour qu'un employé ait envie de vous offrir le meilleur de lui-même, il a besoin de se sentir valorisé. Bien sûr, des conditions de travail avantageuses et un salaire bonifié sont de bonnes mesures incitatives. Mais plusieurs études suggèrent que la reconnaissance est aussi un facteur déterminant. En effet, un employé qui se sent reconnu par ses supérieurs est plus heureux et plus enclin à demeurer au sein de l'entreprise qui l'embauche. Il performe davantage et son taux d'absentéisme fond comme neige au soleil. Des avantages substantiels pour tout employeur.

L'événementiel devient donc un outil de communication puissant pour faire connaître votre appréciation à vos employés et clients. Il ne s'agit pas d'octroyer des milliers de dollars en cadeaux ou bonis, mais plutôt de témoigner régulièrement et sincèrement de l'importance que ces gens ont pour vous et votre entreprise. Il importe aussi de varier la forme que prendront les remerciements. Le mot d'ordre de la gratitude corporative est «personnalisation».

Évidemment, vos rencontres annuelles, galas ou colloques sont de parfaits moments pour dire «merci» simultanément à un groupe de

personnes. Lors d'un événement à grand déploiement, on pense au comité d'accueil, mais très peu d'entreprises songent au comité de départ. Les patrons devraient toujours se poster à la sortie pour remercier personnellement les invités qui se sont présentés. Si les célébrations comprennent une partie protocolaire, songez à inclure un paragraphe senti dans le discours des têtes dirigeantes pour souligner le travail collectif ou les résultats d'équipe. Cela aura l'effet de motiver les troupes pour la suite.

Malgré tout votre bon vouloir, ces attentions particulières ne suffisent pas. Vos clients, fournisseurs ou travailleurs méritent plusieurs preuves de votre reconnaissance. Afin que le message soit communiqué de façon optimale, adjoignez-vous les services d'une agence événementielle reconnue qui dénichera pour vous des idées qui correspondent à votre entreprise et à votre type de gestion.

Un événement surprise est un bon point de départ. Les employés s'attendent aux réjouissances du temps des fêtes ou à la traditionnelle réunion annuelle. Surprenez-les en offrant un déjeuner d'équipe imprévu. Faites venir une massothérapeute qui prodigue des soins sur chaise. Offrez un service de lave-auto en entreprise et faites-leur profiter de ce petit luxe. À la fin de la journée, vous leur remettez personnellement leur clé et leur voiture est impeccable, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Surtout, ne négligez pas le pouvoir des mots. Réservez à votre horaire quelques minutes, chaque semaine, pour appeler personnellement deux ou trois employés et les remercier de leur apport à votre entreprise. Si vous préférez, écrivez un courriel ayant le même objectif. Lors de l'envoi des cartes de Noël ou d'anniversaire, de grâce, oubliez les messages génériques et composez quelques phrases personnalisées qui démontreront votre intérêt envers la vie personnelle de votre employé: joyeux Noël à toi et tes trois enfants, bon 32^e anniversaire de naissance, je te souhaite une saison de golf extraordinaire, etc.

La gratitude corporative demande un minimum d'effort, mais à force d'être pratiquée, elle devient une valeur d'entreprise et tous ceux qui gravitent dans votre entourage professionnel en seront, à leur tour, reconnaissants.