

Extrait

Best Practices du Relationnel

Reconnaissance et valorisation



Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023710700

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter

www.bookiner.com

Usage libre de droit (non marchand) avec mention «Bookiner.com»

BEST PRACTICES DU RELATIONNEL

Reconnaissance et valorisation

- . Une demande de reconnaissance
- . Féliciter le flagrant délit de «bien faire»

Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention «Bookiner.com». L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre **PERSONNEL** (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement, ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.

Une demande de reconnaissance

D'après Claude Lévy-Leboyer, psychologue du travail, «*Les ressorts de la motivation ont beaucoup évolué. Rémunérations, primes, etc., ne suffisent plus, les collaborateurs seraient, en réalité, de plus en plus demandeurs de «motivation intrinsèque» au travail lui-même*». D'une manière générale, les collaborateurs demandent plus de reconnaissance et plus de sens dans leurs activités quotidiennes afin de pouvoir mettre en œuvre «*leur moteur intérieur*». Il est néanmoins clair que le salaire occupe toujours la première place au palmarès des principaux motifs de rancœur vis-à-vis de l'entreprise, même si selon ce psychologue : «*La cristallisation des revendications autour de la rémunération n'est toutefois que l'expression d'une insatisfaction plus profonde*». Même avis pour Christophe Gadé, psychologue social au cabinet Stimulus, pour qui «*La frustration est un décalage entre les attentes et la réalité perçue. Elle peut être d'ordre matériel lorsque le collaborateur souffre d'un trop grand décalage entre son engagement et sa rémunération ou son évolution de carrière, mais il existe aussi une forme de frustration sociale qui consiste à ne pas se sentir assez reconnu, assez valorisé ou à ne plus voir le sens de son travail, de son utilité sociale.*» Il est clair que dans la conjoncture actuelle, les entreprises cherchent à limiter les augmentations de salaire. Pourtant, selon Gérard Silve du cabinet Towers Perrin, en dehors du champ des promotions, «*Les dirigeants ont tendance à l'oublier mais il existe d'autres leviers de motivation que l'argent*». C'est le cas notamment pour tout ce qui peut favoriser la motivation «intérieure» en faisant patienter 1 an de plus avant l'augmentation.

Méthodes de motivation par la reconnaissance et la valorisation des collaborateurs :

- . Améliorer les conditions de travail
- . Réviser le plan d'occupation des bureaux
- . Allouer une place de parking
- . Créer une meilleure ambiance (réunion croissants, dîner d'équipe, pots surprises...)
- . Inviter au restaurant
- . Favoriser les petits signes d'attention personnalisés
- . Permettre la flexibilité des horaires
- . Faire des compliments
- . Augmenter le nombre de petits signes de reconnaissance au quotidien
- . Féliciter en public ou par mail
- . Faire accéder au «club des meilleurs»
- . Remettre une distinction
- . Mettre dans la confiance de la direction
- . Déléguer un séminaire ou un colloque à son subordonné
- . Offrir un BlackBerry ou un iPad
- . Utiliser la formation-cadeau (coaching, stage non professionnel, MBA...)
- ...

FÉLICITER LE FLAGRANT DÉLIT DE «BIEN FAIRE»

Lorsque le manager exprime sa satisfaction à son équipe ou à un collaborateur méritant, il favorise et entretient directement un climat de confiance et de motivation. Pour Romain Bureau, DG adjoint du cabinet IDRH, «*Tout le monde a envie d'être apprécié. Mais ça ne s'arrête pas là. Si l'exercice est bien mené, il renforce la crédibilité du manager et permet au collaborateur de progresser*». C'est également le credo de Bernard Diridollou, auteur de «*Manager son équipe au quotidien*» (Ed. d'Organisation), qui affirme que le management ne voit le plus souvent «*Que ce qui ne va pas, ce qui pourrait être amélioré, ce qu'il faut changer*» mais plus rarement «*le flagrant délit de bien faire*». Pour ces deux spécialistes, il est rare que dans l'entreprise tout soit noir et qu'il n'existe aucun motif de satisfaction au niveau de l'équipe ou à l'échelle de chaque collaborateur. Ainsi Sandra Le Grand, présidente de CanalCE, témoigne qu'elle félicite régulièrement ses collaborateurs, car «*Souligner les points positifs, cela encourage les bonnes pratiques*». Elle insiste également sur le fait que les compliments doivent être distribués de manière équitable en ne se limitant pas seulement aux résultats quantifiables : «*Je félicite non seulement les commerciaux mais aussi des membres de l'informatique ou du marketing dont le travail, même s'il est moins visible, contribue au résultat*».

Les bonnes règles pour mener un entretien de félicitation :

- . Créer un moment de tête à tête en convoquant son collaborateur exclusivement pour le complimenter, sans aborder aucun autre sujet ni émettre une quelconque critique de type oui mais.
- . Expliquer de manière concrète les effets positifs du comportement tout en restant précis sur tel et tel aspect technique de la contribution.
- . Axer l'essentiel des arguments sur le talent et/ou les qualités personnelles du collaborateur.
- . Lui laisser le temps de s'exprimer et de se valoriser en lui donnant ainsi l'occasion d'expliquer son travail dans le détail.