



# 5 méthodes efficaces pour mobiliser vos employés de terrain

ebook



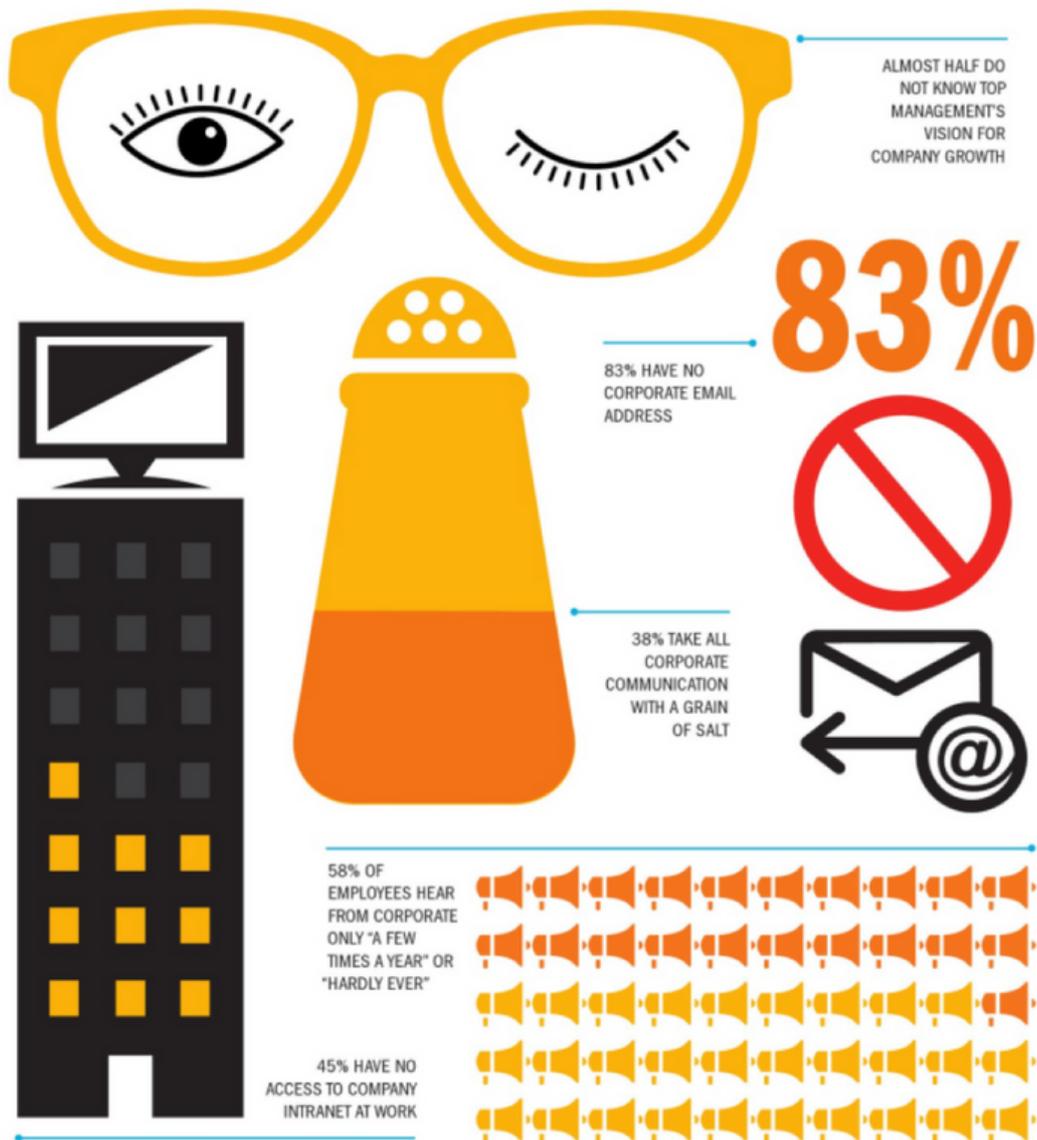
# Table des matières

Pourquoi nous avons créé ce guide ?	2
Qui sont les employés de terrain ?	5
Comment les atteindre ?	8
5 façons d'engager les employés de terrain	12
Mettez la technologies au service des efforts d'engagement des employés de terrain	17

## *Pourquoi* nous avons créé ce guide ?

Pour de nombreux secteurs, comme l'industrie manufacturière, l'hôtellerie, la vente au détail, les soins de santé et les biens de consommation, une grande partie du personnel est sur le "terrain" et ne travaille pas depuis un bureau. Selon une [étude récente de Google](#), les employés de terrain représentent environ 80 % des employés dans le monde.

Aider ces employés à se sentir impliqués et motivés et apporter du sens à leur travail à travers l'engagement solidaire est un défi dans ces secteurs. Ils sont rarement impliqués dans les activités qui renforcent la culture d'engagement au sein de l'entreprise au même titre que les employés « de bureau » traditionnels.



Source

Ce guide présente des moyens d'atteindre et d'impliquer vos employés de terrain, afin de les aider à se réaliser, et à faire le bien au sein de l'entreprise et dans la société.

Pour aider à élaborer ce guide, nous avons interviewé Leigh Thompson. Leigh est une consultante qui travaille avec des chefs d'entreprise pour développer des stratégies axées sur l'engagement, afin de créer une culture positive sur le lieu de travail et une communauté forte et prospère.

Après avoir travaillé pour Sage Group plc, Leigh a fondé gotPurpose, une entreprise qui aide les clients à explorer, développer et intégrer des mesures ESG qui ont de l'impact et portent des valeurs en phase avec les activités de l'entreprise.



# Qui sont les employés de terrain ?



Les employés de terrain sont également ceux que l'on appelle les "travailleurs de première ligne". Par exemple, **le personnel d'un magasin, les représentants des ventes sur le terrain sur la route, les travailleurs d'usine, les employés de laboratoire, le personnel des hôpitaux, des restaurants et des hôtels.**

Les employés sur le terrain ne sont généralement pas beaucoup en contact avec le siège de leur entreprise de par la nature de leur rôle. 83 % des employés de première ligne n'ont même pas d'adresse e-mail d'entreprise.

## **Les difficultés d'engager les employés hors du bureau**

Certains de ces défis peuvent vous sembler familiers. Ne vous inquiétez pas, vous êtes au bon endroit pour commencer à les surmonter ! Vous reconnaîtrez probablement certaines de ces situations propres à vos employés de terrain :

- Ils n'ont pas d'adresse e-mail d'entreprise, ce qui rend la communication difficile.
- Ils utilisent rarement l'e-mail, car il n'est pas nécessaire à leur travail.
- Ils ont du mal à prendre quelques heures de congé en raison de leur charge de travail ; cela rend les activités comme le volontariat difficiles à mettre en place.
- Ils sont souvent sur la route ou en contact avec le client, ce qui signifie que les activités du siège ne sont pas leur priorité.
- Ils ne veulent pas manquer les objectifs de vente ou gaspiller des minutes facturables en participant à des activités non liées au travail.
- Ils travaillent en équipe et ne sont pas en mesure de se réunir simultanément, ce qui rend difficile l'organisation et la communication.
- Connaître les désirs, les besoins et les attentes de vos employés sur le terrain vis-à-vis de l'entreprise est difficile.

Les stratégies d'engagement des employés pour ce type de collaborateurs doivent être un peu différentes. Cependant, ce n'est pas parce qu'ils ne sont pas au bureau que leur désir de s'engager est différent de celui d'un employé de bureau.

Nous allons donc nous pencher sur la façon dont vous pouvez atteindre et mobiliser les employés de première ligne, sur la façon dont d'autres entreprises l'ont fait avant vous et dont vous pouvez atteindre des résultats en matière d'engagement.



Source

Comment les  
atteindre ?



Le plus grand défi que vous avez probablement rencontré avec votre personnel de terrain est un manque de communications internes.

Des études montrent que seulement 1 % des dépenses des entreprises sont consacrées aux **besoins technologiques dédiés aux employés de terrain**.

Une chose que vous remarquerez dans chacune de ces initiatives d'engagement est l'importance d'avoir un processus de communication interne mature et réfléchi. L'engagement et la communication vont de pair.

Vous pouvez vous appuyer sur la mise en place de votre programme d'engagement des employés pour communiquer avec eux - c'est le pouvoir de la technologie !

## 1. Fournir un accès à la technologie

Vous devrez tenir compte de l'accès à la technologie pour les communications. Votre personnel dispose-t-il généralement d'un accès à Internet ? Si ce n'est pas le cas, comment pouvez-vous les aider à y parvenir d'une manière économiquement responsable et inclusive ?

Par exemple, la mise à disposition d'une petite suite informatique dans une usine, une allocation pour les smartphones pour les employés en déplacement ou des tablettes communautaires, comme des iPads dans les salles de pause.

## 2. Essayer les affichages

Ne sous-estimez pas le pouvoir des outils de communication physiques. Si vos employés de terrain sont concentrés au même endroit, essayez des moyens tels que des bannières déroulantes, des affiches ou des écrans numériques pour atteindre les employés et les encourager à s'engager.



### **3. Organiser des réunions « en présentiel »**

Seuls 56 % des employés sans accès à un bureau se sentent connectés et engagés avec leurs employeurs. Le fait d'organiser des réunions est un excellent moyen de renforcer le moral de l'équipe et la communication.

En particulier lorsqu'il s'agit de sujets d'engagement, les réunions d'équipe, les webinaires ou les visioconférences sont des excellents moyens de rendre les choses concrètes pour les employés qui n'ont pas l'occasion de voir leur impact au quotidien.

### **4. Diversifiez vos outils**

Soyez créatif dans la façon dont vous diffusez ou obtenez des informations de la part de vos employés. Les formulaires en ligne et les sondages envoyés dans leur boîte de réception peuvent être un excellent moyen d'accroître l'engagement et de connaître les attentes des employés.

Si vos collaborateurs n'ont pas d'e-mail d'entreprise, donnez-leur des liens faciles à retenir. Ou essayez les codes QR imprimés que les employés peuvent numériser directement sur leur smartphone.



Source

## **5. Capitalisez sur une politique d'avantages incluant des appareils professionnels**

Enfin, si vos employés de terrain ont des smartphones qu'ils utilisent au quotidien, comment pouvez-vous en tirer parti pour rendre leur processus de communication plus fluide et plus agréable avec votre entreprise ?

S'ils n'ont pas encore de smartphone ou s'il est peu probable qu'ils veuillent utiliser leur appareil personnel, pouvez-vous introduire une allocation pour téléphone professionnel dans le plan d'avantages sociaux de votre entreprise ?

Une fois que vous avez pris en charge l'accès, vous pouvez introduire des applications et des plateformes de communication pour faciliter vos efforts d'engagement des employés .



# 5 façons d'engager les employés de terrain



## 1. Définissez l'engagement porté par l'entreprise et diffusez-le à tous les niveaux

En fonction de la culture et du pays, l'idées que l'on se fait de l'engagement n'est pas la même. Si vous gérez des stratégies à impact dans différents endroits, vous aurez besoin de définir ce qu'est l'engagement pour votre entreprise.

Tous les employés n'y adhéreront pas immédiatement. Il est de votre devoir de trouver des façons de transmettre ces valeurs efficacement dans toute l'entreprise, quel que soit le lieu de travail de vos collaborateurs.

Lorsque vous réfléchissez aux zones géographiques et aux types de causes ou de bénéficiaires que vous souhaitez aider, il est important de penser à la manière dont cela sera reçu dans les différents secteurs de votre entreprise, notamment ceux qui opèrent dans différents pays et cultures.

Par exemple, vous pourriez choisir de concentrer votre impact social sur les anciens combattants. Bien que cela soit extrêmement populaire dans des pays comme les États-Unis, des collègues en Europe peuvent avoir du mal à s'identifier à cette cause.

Vos efforts doivent tenir compte de l'ensemble du personnel, des cultures distinctes et du contexte. Il est donc recommandé, dans la mesure du possible, de se concentrer sur des éléments qui ne sont pas trop spécifiques et qui peuvent être transposés localement.

Il est important de partager correctement la vision de l'entreprise dès le départ afin d'éviter le désengagement et de devoir remettre en question les fondements de vos stratégies plus tard.

La communication relative à l'engagement des employés ne doit pas seulement être numérique. Envisagez des réunions d'équipe et de l'affichage dans les salles du personnel, par exemple.



## 2. Impliquez la hiérarchie

84 % des employés de terrain s'accordent à dire qu'ils ne reçoivent pas assez d'information de la part de leur direction , et 74 % d'entre eux déclarent que cette communication au niveau supérieur est importante pour eux.

D'une manière descendante, essayez de faire vivre l'engagement à tous les niveaux de la hiérarchie. Les cadres intermédiaires, en particulier, jonglent avec de nombreuses pressions provenant de toutes les directions. Ils sont déchirés entre leur volonté de soutenir les initiatives d'engagement solidaire et l'atteinte de leurs objectifs opérationnels. Cependant, quand ils s'impliquent, ils deviennent souvent les plus grands défenseurs des initiatives d'impact social et des programmes de RSE de l'entreprise.

Si vous vous concentrez sur la recherche et la mise en valeur des talents à ce niveau de gestion intermédiaire, non seulement ils ouvriront la voie, mais ils travailleront également avec vous pour engager et inspirer leurs pairs à s'impliquer. Le fait de voir à quel point leur mobilisation et celle de leurs équipes peut accélérer la réalisation des objectifs opérationnels plutôt que de les en détourner, les incitera à s'impliquer également.

De plus, pensez à fournir aux cadres intermédiaires des boîtes à outils, des scripts et d'autres ressources à utiliser dans leurs réunions d'équipe hebdomadaires ou quotidiennes pour sensibiliser leurs équipes.



Source

### **3. Trouvez vos ambassadeurs ou "champions" sur le terrain**

Trouvez une personne dans chaque équipe qui a à coeur de contribuer à pousser les initiatives de l'entreprise en plus de son travail quotidien. Vous devrez identifier ceux qui ont une véritable passion pour le sujet, qu'il s'agisse du bien-être, de la diversité et de l'inclusion, du volontariat ou d'autre chose.

Pour vous aider à trouver vos champions, restez constamment en contact avec les équipes de tous les services. Participez à leurs réunions d'équipe, prenez connaissance de l'emploi du temps des services, restez à l'écoute des initiatives émergentes et contactez les organisateurs.

Une fois que vous aurez trouvé ces champions, ils pourront ouvrir la voie, inspirer les autres et susciter un plus grand intérêt pour ces sujets. Rassemblez des témoignages de champions sur les raisons pour lesquelles les initiatives ciblées sont importantes pour eux, sur leur expérience et sur la différence qu'elles font ; puis partagez-les virtuellement ou physiquement avec leurs équipes ou leur service.

Écouter l'histoire d'une personne travaillant dans le même domaine peut parfois résonner davantage que celles de personnes que vous ne connaissez pas ou à qui vous ne pouvez pas vous identifier. Utilisez à la fois les communications des champions et celles des leaders pour créer une approche bidirectionnelle pour engager les gens.

### **Élaborer un programme de reconnaissance des champions/ambassadeurs**

Une fois que vous avez trouvé vos champions, développez un programme de reconnaissance. Offrez des avantages physiques ou virtuels pour reconnaître leur contribution à faire avancer le programme d'engagement de l'entreprise.

Sage a poussé ses efforts d'engagement des employés un peu plus loin avec un programme de jumelage des dons, c'est-à-dire que les employés qui collectaient de l'argent pour une œuvre caritative pouvaient voir leur collecte de fonds complétée jusqu'à 200 £.

Cela a permis d'accroître et de renforcer l'engagement des employés, car non seulement ils étaient soutenus en temps, mais les causes qu'ils avaient choisies étaient également soutenues financièrement.

Les initiatives de ce type fonctionnent parfois et d'autres fois, moins, mais si vous suivez ces étapes, nous pensons que vous aurez de bonnes chances de réussir.



*« Lorsque vous essayez d'impliquer les employés et de leur dire : « voici la cause que nous défendons et voici ce que nous allons faire comme volontariat ou collecte des fonds pour cela », vous n'irez pas loin. Seule une petite partie de votre personnel sera naturellement acquise à cette cause. **Vous devez également manifester de l'intérêt pour les causes importantes pour vos employés.** »*

# Mettez la technologies au service des efforts d'engagement des employés de terrain

La bonne nouvelle, c'est que les investissements dans les technologies pour les employés qui ne travaillent pas depuis un bureau devraient progresser, 31 % des employeurs prévoyant d'augmenter leurs dépenses en ce sens. Il est important d'optimiser tous les canaux de communication dont vous disposez entre-temps, comme les réunions en face-à-face, les supports imprimés, les ambassadeurs - ils jouent tous un rôle important dans votre stratégie d'engagement.

Une fois que vous avez mis en place vos outils technologiques, associez-les à votre marque et assurez-vous qu'ils offrent une expérience fluide aux employés, quel que soit l'appareil qu'ils utilisent.

Soutenez vos efforts à l'aide d'études de cas, de témoignages et de boîtes à outils/modèles prêts-à-l'emploi afin d'attirer les employés vers la plateforme et la mission d'impact social à plus grande échelle.

Intégrez autant d'employés de terrain que possible à votre solution technologique grâce à leurs appareils professionnels. S'ils n'ont pas accès à un appareil, soyez stratégique sur la façon dont vous pouvez leur en procurer un et montrez les avantages de votre plateforme d'engagement solidaire aussi rapidement que possible.

N'oubliez pas que la technologie ne vaut rien sans les données et les informations que vous y mettez ! Alors alimentez votre plateforme au maximum, appropriez-vous l'interface, et en retour, vous aurez tout en main pour faire fonctionner votre programme. Soutenez vos stratégies en ligne avec des communications hors-ligne pour donner à vos initiatives d'engagement les meilleures chances d'aboutir.

# Des questions ? Nous sommes là pour vous aider.

[Demandez un démo](#)



Benevity est une entreprise certifiée B Corporation leader mondial des logiciels d'engagement solidaire des entreprises, offrant la seule suite intégrée de solutions d'investissement communautaire et d'engagement des employés, des clients et des organisations à but non lucratif. Reconnue comme l'une des 20 entreprises du classement du magazine Fortune, Benevity offre des solutions Cloud qui permettent à de nombreuses marques emblématiques d'attirer, de retenir et d'engager la main-d'œuvre diversifiée d'aujourd'hui, d'intégrer l'action sociale dans l'expérience de leurs clients et d'avoir un impact positif sur leurs communautés. Avec un logiciel disponible en 22 langues, Benevity a traité plus de 10 milliards de dollars de dons et 46 millions d'heures de bénévolat pour soutenir 326 000 organisations à but non lucratif dans le monde. Les solutions de l'entreprise ont également facilité 770 000 actions positives et accordé 1,2 million de subventions d'une valeur de 12 milliards de dollars. Pour plus d'informations, visitez [benevity.com](https://www.benevity.com).