

ebook

Convaincre votre CEO d'investir dans un programme d'engagement des employés

Comment embarquer votre hiérarchie dans le changement ?





Table des **matières**

Comment faire valoir l'utilité de l'engagement solidaire en entreprise

- Savoir ce qu'est l'engagement _____ **5**
- Trouver des réponses au "pourquoi ?" _____ **9**
- Proposer des solutions _____ **12**
- Décrire le processus de mise en œuvre _____ **14**
- Dernière étape : présenter le projet en interne _____ **15**

Ces dernières années ont apporté leur lot d'incertitudes dans notre monde et ont mis en évidence la survenue de nombreux changements.

Les problèmes urgents ont fait boule de neige et se sont transformés en plans d'action positifs au sein de certaines des plus grandes entreprises du monde. Huit dirigeants sur dix estiment que les entreprises peuvent s'attaquer aux problématiques les plus importantes d'aujourd'hui.

Peut-être souhaitez-vous faire partie de ces entreprises de premier plan et lancer un programme d'engagement pour vos employés ? Peut-être que, comme beaucoup, vous avez également du mal à obtenir l'adhésion des parties prenantes de votre entreprise et, surtout, des décideurs ?

Ne vous inquiétez pas ! Vous êtes au bon endroit ! Pour étayer ce guide, nous nous appuyons sur les idées de notre conseil d'experts.

Nous avons recueilli des conseils et des expériences dans un panel afin de mieux comprendre comment les employés peuvent convaincre leurs CEO d'adhérer à des initiatives d'engagement des employés et de volontariat en entreprise.

Ce guide vous permettra d'obtenir des connaissances, des outils et des ressources pour présenter un dossier commercial... à votre patron ! C'est parti !

Comment faire
valoir l'utilité
de *l'engagement
solidaire* en
entreprise



Chaque entreprise est différente. Elle a une mission, une vision, des employés, des valeurs, des communautés et des clients différents. Cela signifie que son engagement est aussi différent et que l'analyse de la rentabilité pour investir dans des programmes d'engagement des employés doit être adaptée à la niche de l'entreprise.

Gardez ce qui précède à l'esprit lorsque vous lisez ce guide et les conseils de nos experts.

1. Savoir ce qu'est l'engagement

Avant même de commencer à rédiger une analyse de rentabilité pour investir dans un programme d'engagement des employés, vous devez savoir ce qu'est l'engagement.

Qu'est-ce que cela signifie pour vos employés ? Qu'est-ce que cela signifie pour votre entreprise ?



“Apporter du sens à travers l'engagement, c'est le bien-être général des gens. En tant qu'individu, c'est ce qui rend quelqu'un heureux et alimente chez cette personne un sentiment d'épanouissement.

Lorsque vous étendez l'engagement à une entreprise, il peut être vu comme un diagramme de Venn en quatre parties.

- De quoi le monde a-t-il besoin ?
- Qu'aiment les employés et les bénévoles ?
- Qu'est-ce que l'entreprise sait faire ?
- Quels sont les résultats que vous souhaitez atteindre en tant qu'entreprise ?

C'est le croisement de ces quatre cercles qui constitue le « sens » en matière d'engagement en entreprise. Si cela vous semble familier, c'est parce qu'il s'inspire du concept japonais d'« Ikigai ».

Chez Cognizant, notre engagement est de fournir des logiciels aux entreprises modernes pour améliorer la vie quotidienne. À partir de là, notre engagement a évolué et repose sur le fait d'améliorer la vie quotidienne.

Il s'agit d'une combinaison d'engagements organisationnels et personnels réunis pour produire des résultats sociaux et commerciaux. Nous l'appelons notre engagement Ikigai.”



PADMASINI DAYANANDA

Global Head - Volontariat chez Outreach
Cognizant

Neil Edwards partage l'approche de PwC à l'égard de l'engagement :

« L'engagement, c'est quelque chose de fascinant. Une des définitions qui circulent beaucoup le décrit comme la réponse au « pourquoi » chez chacun d'entre nous. Cependant, ce n'est souvent pas suffisant.

L'objectif de PwC est de gagner la confiance de la société et de résoudre des problèmes importants. Il y a eu une grande recherche et une profonde introspection pour comprendre cet engagement. Ce qu'il s'est passé, c'est qu'en tant qu'entreprise, on s'est questionnés :

- Qu'est-ce qui nous intéresse ?
- Qu'est-ce qui est important pour nous ?
- Quelles sont nos valeurs et comment les diffuser dans le monde ?

Notre engagement est basé sur l'identité de notre entreprise, comme si celle-ci était un être vivant. »



NEIL EDWARDS

Senior Manager Purpose & Inclusion PwC

Ce que PwC et Cognizant ont en commun, c'est que leur définition de l'engagement social est le fruit d'une combinaison de leurs collaborateurs et de leur entreprise, et non l'un ou l'autre.

Suivez une voie similaire et effectuez des recherches sur ce qu'est votre raison d'être à travers le spectre d'individus et de valeurs au sein de votre entreprise. Définissez ensuite votre engagement d'entreprise, et vous pourrez alors vous pencher sur l'élaboration d'un dossier commercial.

« Chez PwC, nous reconnaissons que l'engagement social est également axé sur les individus et leur identité. L'identité, c'est ce qui nous guide.

Lorsque nous parlons d'engagement, nous établissons un lien entre l'objectif et l'identité. L'engagement est personnel.

C'est ce que vous êtes, ce qui est important pour vous, et ce que vous exprimez au monde. Nous pensons qu'une entreprise qui veut apporter du sens a besoin de personnes qui s'engagent. »



NEIL EDWARDS
Manager Senior Engagement & Inclusion
PwC



2. Trouver des réponses au "pourquoi ?"

Afin d'obtenir l'adhésion de votre équipe, vous devez expliquer les raisons qui sous-tendent votre processus de réflexion. La première étape consiste à déterminer quel est le problème ou l'opportunité, à l'expliquer et à proposer une solution assortie d'une échéance pour y remédier.

Mettre en évidence les avantages pour l'entreprise et les employés

Assurez-vous de souligner l'impact positif que peut avoir un programme d'engagement des employés à bien des égards.

Ça ne fait jamais de mal de les énumérer ! Voici quelques idées, avec des sources fiables à l'appui.

Les recherches montrent qu'un programme d'engagement des employés peut :

- Augmenter l'engagement des employés, ce qui conduit à une meilleure performance de l'entreprise - McKinsey a rapporté que les employés ayant trouvé un sens à leur engagement sont 4 fois plus engagés dans ce qu'ils font et les employés engagés obtiennent de meilleurs résultats commerciaux.
- Augmenter l'acquisition et la fidélisation des clients.
- Créer de la valeur pour les actionnaires - Une étude a montré que les missions sociales peuvent accroître la valeur marchande d'une entreprise jusqu'à 6 % sur une période de 15 ans.
- Améliorer votre marque employeur
- Améliorer le bien-être des employés - un rapport de McKinsey a révélé que les employés qui disent « avoir trouvé un sens au travail » ont des niveaux de bien-être 5 fois plus élevés que ceux qui ne s'engagent pas.
- L'engagement des employés peut également réduire le stress, améliorer la santé générale, créer des relations plus fortes et prolonger la durée de vie !



« Lorsque vous faites du bien aux autres, vous réduisez le stress, améliorez la santé mentale, améliorez la santé physique, réduisez la douleur, augmentez votre popularité, construisez des mariages plus heureux, décuplez votre bonheur - même à partir de cinq minutes de bénévolat et de petits dons, ce bonheur peut durer des semaines.

On a également constaté que le fait d'avoir un objectif dans la vie prolonge la durée de vie et réduit de 24 % le risque de mourir. Au travail, vous avez 40 % plus de chances d'obtenir une promotion et 10 % plus de chances d'obtenir une augmentation !

Alan Rozanski (cardiologue) a déclaré : « Trouver un sens est le moteur le plus important du bien-être. C'est plus important que de faire de l'exercice et d'arrêter de fumer. »



BEA BOCCALANDRO

Autrice de '[Do Good At Work](#)'

Il existe une multitude d'informations, c'est à vous de décider quels sont les arguments qui intéressent le plus votre CEO.

« Grâce à nos recherches, nous avons découvert beaucoup de choses.

Plus de 82 % des employés affirment qu'ils croient que leur épanouissement est de leur responsabilité. Pour qu'ils aient une expérience de travail enrichissante, les entreprises doivent faire un certain nombre de choses.

Elles doivent avant tout supprimer les obstacles pour permettre aux individus de s'engager et de trouver un sens par eux-mêmes.

L'employeur doit créer un espace et offrir des possibilités d'exploration commune et de création de relations par le biais d'expériences partagées, qui découlent de l'engagement social.

L'engagement est le facteur a le plus d'influence sur la longévité. Quelle que soit votre durée de vie prévue, si vous voulez la maximiser, il faut y apporter du sens.

C'est un fait de santé publique. »



NEIL EDWARDS

Senior Manager Purpose & Inclusion PwC

Une fois que vous avez défini votre raison d'être et que vous avez compris pourquoi vous avez mis en place une structure plus formelle pour votre programme d'engagement et vos initiatives de volontariat, vous pouvez vous atteler aux solutions.

3. Proposer des solutions

Vous avez peut-être déjà quelques idées en tête sur la façon dont vous pouvez gérer votre programme. Peut-être que vous voulez essayer de l'exécuter manuellement ? Ou, peut-être voulez-vous tirer parti d'un partenaire pour maximiser l'impact et la participation ?

Dans tous les cas, vous pouvez proposer plusieurs options aux parties prenantes de votre entreprise, avec des détails spécifiques sur chacune d'elles. Il est également important de mettre l'accent sur les avantages et les inconvénients de chacune des options pour montrer que vous avez fait vos recherches et donner aux parties prenantes autant d'informations que possible.

Lorsque vous proposez des solutions, voici quelques éléments clés à ne pas oublier.

Faites le lien avec les valeurs de votre entreprise

Il est possible que l'une des solutions que vous proposez corresponde bien aux valeurs de votre entreprise, par exemple :

- Team building
- Améliorer l'engagement à travers le monde entier
- Mettre vos valeurs en action
- Vous rapprocher des communautés
- Redonner à la société



Assurez-vous de mentionner ce lien avec vos valeurs dans votre présentation ou votre argumentaire, car cela aidera vos interlocuteurs à mieux envisager la solution au sein de l'entreprise.

Appuyez-vous sur des initiatives internes existantes

Il y a de fortes chances que vous ayez déjà des initiatives en cours, qu'elles soient formellement organisées ou non.

Cette solution ne ferait qu'intensifier et stimuler la participation et l'engagement à l'égard de ces initiatives.

C'était le cas de PwC, comme l'explique Neil Edwards.

Assurez-vous de choisir une solution qui s'intègre bien aux services qui travaillent sur la RSE, l'engagement et l'impact communautaire. Cette solution pourrait apporter une réponse à plusieurs de leurs besoins, à leurs initiatives et aux défis qu'ils rencontrent pour y parvenir.

« Pour nous, la solution est née d'une analyse inspirante et menée depuis la base. Cela a commencé avec des humains et une idée. Nous l'avons façonnée autour du mécénat de compétences. Nous avons vu le lien entre l'inclusion et l'implication sociale et nous avons plaidé pour continuer à se développer autour de cela. »



NEIL EDWARDS
Manager Senior Engagement & Inclusion
PwC



Recommandez une solution

Une fois que vous avez partagé les différentes solutions disponibles, il est temps de faire part de votre recommandation et de donner vos raisons. Veillez à mettre l'accent sur les avantages et les bénéfices que cela apportera à votre entreprise en interne et en externe.

Si vous proposez d'utiliser un outil ou une plateforme, voici quelques-uns des avantages que vous pouvez souligner :

- Accroître la participation au programme en offrant plus d'options
- Mettre à l'échelle le programme pour avoir plus d'impact avec plus d'actions
- Améliorer l'efficacité de votre programme et économiser les coûts du programme
- Être à jour avec les dernières tendances dans ce domaine et s'inspirer des succès d'autres entreprises
- Améliorer la production de rapports et accéder à des outils de mesure du succès

4. Décrire le processus de mise en œuvre

Maintenant que vous avez partagé votre solution favorite, il est temps d'expliquer le processus de mise en œuvre. Il y a des questions clés auxquelles chaque CEO ou décideur doit répondre :

- Combien de temps faudra-t-il pour la mise en œuvre ?
- Qui doit participer ?
- Quels seront les résultats attendus ?
- Quels sont les principaux indicateurs de performance ?
- Comment allez-vous communiquer la mise en œuvre ?

Si votre suggestion est de mettre en place une plateforme, vous pourriez expliquer les avantages, les étapes à suivre pour lancer le programme et les ressources qui seront nécessaires. (Votre partenaire technologique peut même être en mesure de vous aider avec certaines de ces étapes.)

Voici quelques informations complémentaires que vous pouvez communiquer :

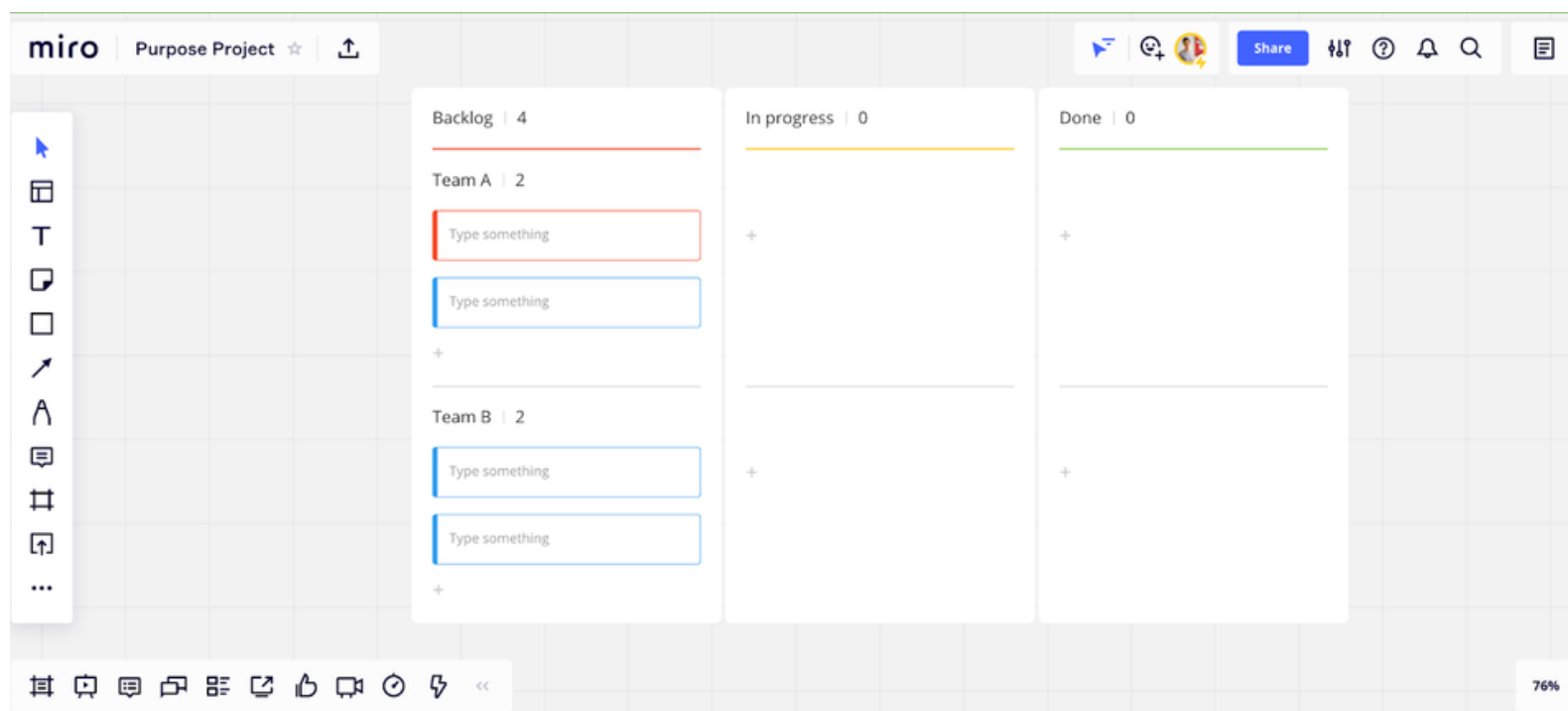
- Pensez aux domaines d'intérêt (causes, type d'activités, etc.) et aux objectifs clés du programme
- Identifier les partenaires à soutenir et les outils pour promouvoir le programme
- Préparer la communication interne pour le lancement et au-delà
- Suivez et mesurez les résultats du programme, puis améliorez-le !

Lorsque vous définissez le processus de mise en œuvre, vous soulagez la charge de travail des autres. Vous montrez ainsi que vous avez déjà tout prévu et que vous n'exigerez rien d'autre du décideur. Il vous suffit d'obtenir le feu vert.

5. Dernière étape : Présenter le projet en interne

Fantastique ! Vous avez fait un excellent travail jusqu'à présent et maintenant vous pouvez présenter tout votre travail acharné et vos recherches aux personnes qui sont en mesure de vous donner le "go". Comment vous y prenez-vous ?

Tout d'abord, rassemblez vos résultats dans un seul document, afin d'avoir une vue d'ensemble de tout votre travail. Choisissez l'outil qui convient le mieux à votre façon de travailler, qu'il s'agisse d'une carte numérique visuelle (avec un outil comme Miro), d'une carte sur un outil de gestion de projet (comme Trello), ou encore d'un simple Google Doc ou une feuille de calcul.



Il y a plusieurs étapes pour partager votre plan.

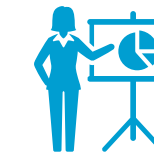
Pour commencer :

- Un e-mail à votre responsable/décideur avec l'idée initiale
- Une présentation adaptée à votre image de marque interne



Un e-mail à votre responsable/décideur avec l'idée initiale

TÉLÉCHARGEZ UN MODÈLE*



Une présentation adaptée à votre image de marque interne

TÉLÉCHARGEZ UN MODÈLE*

Nous avons créé des modèles d'e-mail et de présentation pour chacun d'eux afin de vous aider à vous préparer à ce processus.

Si vous souhaitez accéder à ces modèles, cliquez simplement sur ce lien et nous vous les enverrons !

Padmasini a partagé son point de vue sur la façon dont ils présentent l'engagement des employés chez Cognizant.

*en anglais

« Il y a trois arguments que j'avance lorsque je persuade quelqu'un d'investir dans l'engagement des employés.

Le premier, c'est que « donner, c'est la nouvelle marque ». Vous pouvez dépenser des millions pour votre image de marque, mais lorsque les bénévoles sortent, c'est une véritable image de marque, avec un impact social.

Le deuxième concerne l'acquisition de talents. Pour les milléniaux et la génération Z, le développement durable est important et l'engagement des employés est donc un argument de poids pour les RH et la rétention des talents.

Le troisième, c'est la cohésion d'équipe. Votre plateforme d'engagement des employés est également une plateforme de mise en relation - elle fait tomber les barrières départementales. Arrêtez de payer pour emmener une équipe dîner et boire un verre, et sortez plutôt pour faire quelque chose de bien et créer une véritable cohésion d'équipe. »



PADMASINI DAYANANDA

Global Head - Volontariat chez Outreach
Cognizant

Bien sûr, toutes les ressources que nous partageons ici doivent être adaptées à votre programme et à votre image de marque, mais nous vous fournissons des outils de base pour que vous puissiez les utiliser facilement.

Il est temps de convaincre votre patron d'investir dans l'engagement des employés

C'est tout ce que vous devez savoir pour mettre toutes les chances de votre côté pour réussir à convaincre votre patron et les décideurs importants de votre entreprise de commencer à investir sur le terrain.

Si le programme n'est pas mis en place tout de suite, cela ne signifie pas que vos idées n'ont pas été prises en compte. Aussi grandes qu'elles soient, les entreprises peuvent avoir du mal à mettre en application les propositions.

Cependant, s'ils savent que vous dirigez les opérations en toute sécurité, vous donnez les meilleures chances à la concrétisation de ce projet !



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).