

La MOBILISATION des EMPLOYÉS

Améliorez la performance, la productivité et la loyauté par la mobilisation des effectifs

avec la participation de

Amarrage RH-Inc.
Banque Nationale
Gestion 8020

Groupe Lacasse
La Société canadienne de Sel, Ltée
Ogilvy Renault

public cible

Vice-Présidents, Directeurs et Gestionnaires des Ressources Humaines, Diversité, Équité en emploi, Rémunération et Avantages Sociaux, Recrutement et Rétention, Gestion de talent, Gestion d'équipe, Gestion des effectifs et des stratégies, Développement organisationnel, Formation et Communications des Ressources Humaines

pourquoi participer ?

- Créez une culture de mobilisation chez vos employés
- Motivez vos employés pour améliorer la performance et la productivité
- Relevez les défis de la mobilisation
- Découvrez les bénéfices de la mobilisation de vos effectifs
- Faites le lien entre le développement de carrière avec la gestion du talent et de la rétention
- Outillez vos gestionnaires avec des habiletés de développement pour une mobilisation efficace



Chargé de Cours
Rénald
Rousseau,
Président,
Amarrage RH-
Inc.



Daniel Prince,
Chef
Leadership et
Développe-
ment
Organisa-
tionnel,
Groupe
Lacasse



Chantal
Tremblay,
Directrice
Régionale
Ressources
Humaines,
La Société
canadienne de
Sel, Ltée



Marie-Chantal
Perreault,
Directrice
Générale
Nationale,
Ressources
Humaines et
Communi-
cations
Internes,
Ogilvy Renault



Louis-David
Malo,
Gestion 8020

ainsi que:

Danny
Roberge,
Directeur
Service Direct,
Banque
Nationale

FACULTÉ

CHARGÉ DE COURS PRINCIPAL

RÉNALD ROUSSEAU

Rénald Rousseau, président d'Amarrage-RH Inc., est passionné de gestion et développement du potentiel individuel et organisationnel. Détenteur d'un BAA en GRH, et d'un MBA en développement organisationnel, il s'intéresse dès lors à la mobilisation des employés puisque sa thèse porte sur l'engagement organisationnel. Cette préoccupation pour la mobilisation du personnel le suit depuis le début de sa carrière et l'a amené à développer, au sein des organisations où il a œuvré, des stratégies de ressources humaines qui la favorise.

CHARGÉS DE COURS ADJOINTS

DANNY ROBERGE

Danny Roberge est un gestionnaire depuis 10 ans à la Banque Nationale. Il détient un MBA en service financier et un BACC en management. Il possède également une licence en valeur mobilière et depuis 2 ans, il occupe la fonction de directeur du centre d'appel de Banque Nationale Courtage direct. Dans le cadre de cette fonction, il a mis en place un programme de cheminement de carrière pour les courtiers qui lui a permis de diminuer de manière importante le taux de roulement des employés et de conserver le talent.

MARIE-CHANTAL PERREAULT

Marie-Chantal Perreault est Directrice générale nationale des ressources humaines et communications internes chez Ogilvy Renault. Elle possède plus de 15 ans d'expérience à la direction des ressources humaines. Titulaire d'un baccalauréat en relations industrielles et d'un second en communication organisationnelle, elle est aussi conseillère en ressources humaines agréée (CHRA). Au cours de sa carrière, elle s'est chargée de l'exécution de divers mandats, notamment en ce qui concerne la restructuration d'entreprise, la gestion du changement, la création de programmes de formation et de développement, l'établissement de structure d'attraction et de rétention d'employés, la satisfaction des employés et la planification en matière de succession et de carrière.

DANIEL PRINCE

Daniel Prince est Psychosociologue spécialisé dans les communications dans les organisations. Il possède une maîtrise en Administration publique avec une concentration en ressources humaines. Il a travaillé à l'élaboration d'un cadre théorique novateur relatif à l'absentéisme au travail et a réalisé de nombreuses recherches en la matière pour un organisme fédéral. Ces travaux sont encore utilisés comme référence par plusieurs organisations tant dans le secteur privé que dans le secteur public. Il se concentre maintenant sur le leadership, la gestion de talent, la gestion de la performance et l'engagement.

CHANTAL TREMBLAY

Chantal Tremblay, directrice régionale des ressources humaines pour la Société canadienne de Sel, Ltée, a développé une carrière axée sur le service aux employés tout en rencontrant les besoins grandissants des entreprises. Avocate, avec plus de 10 ans d'expérience concrète en gestion des relations de travail en milieu manufacturier et de service, elle donne un sens pratique et stratégique au développement des ressources humaines de son entreprise.

LOUIS-DAVID MALO

Louis-David Malo est un spécialiste de la gestion d'entreprise et du développement économique. Après huit années passées à travailler au développement économique des entreprises, il a développé une expertise pointue en gestion des affaires ainsi qu'en gestion du développement d'un territoire. Son expertise a rapidement été reconnue pour tout ce qui touche le marketing, les communications, la relève d'entreprise et la gestion d'entreprise. Sa mission: créer de la valeur dans votre entreprise.

PROGRAMME

CRÉER UNE CULTURE DE MOBILISATION CHEZ LES EMPLOYÉS

La mobilisation de l'employé est bien plus qu'une question de recrutement de talent ou de stratégie de rétention. Il s'agit en fait du résultat stratégique d'une entreprise qui reconnaît la valeur et le pouvoir de créer une culture corporative basée sur la confiance et l'attachement à une marque, ressentie à chaque niveau d'organisation.

- Culture corporative et comment bâtir une identité de marque
- De la zone de préparation des données au client : une mission à accomplir
- Mettre un accent renouvelé sur la valeur du capital humain
- Approches clés pour une mobilisation réussie
- Responsabiliser les gestionnaires dans leur mission de soutenir la mobilisation à tous les niveaux
- Impact de la mobilisation sur l'acquisition du statut d'employeur de choix
- La mobilisation comme incitatif dans le marché global

AMÉLIORER LA PRODUCTIVITÉ ET LA PERFORMANCE PAR LA MOBILISATION

L'impact de la mobilisation des effectifs sur la performance d'une entreprise est irréfutable et très vraie. Au travers de la mobilisation du personnel, votre compagnie peut inspirer et susciter un niveau plus élevé d'implication individuelle et de productivité qui contribueront au rendement de votre organisation en bout de ligne.

- Identifier ce qui motive et inspire réellement les employés
- Se concentrer sur les incitatifs favorables à l'accomplissement personnel en milieu de travail
- Canaliser l'enthousiasme de l'employé pour une productivité accrue
- Stratégies de mobilisation et d'autonomisation pour l'amélioration de la performance
- Augmenter les opportunités de reconnaissance du talent et de la performance de l'employé
- Partenariat avec les gestionnaires de première ligne pour le renforcement et le contrôle des stratégies de mobilisation

COMMUNICATIONS EFFICACES POUR AMÉLIORER LA MOBILISATION

Les communications efficaces sont un élément crucial dans le rehaussement de la mobilisation des employés. Comment intégrer un plan de communications dans le dialogue quotidien de votre entreprise pour encourager la mobilisation?

- Augmenter le niveau de dialogue pour un meilleur engagement de l'employé
- Utiliser la communication bilatérale pour la résolution de problèmes et la prise de décisions
- Améliorer la chaîne d'efficacité en impliquant l'auditoire à l'interne
- La mobilisation et les communications avec le personnel mobile
- Mesure l'efficacité des communications internes
- Créer des sondages sur la mobilisation des employés et en transformer les résultats en actions.

LA MOBILISATION PAR LE CHOIX DE LA MARQUE À L'INTERNE

De plus en plus de compagnies prospères ont implanté des stratégies de choix de la marque corporative afin d'augmenter l'implication des employés à l'interne et assurer leur support pour la marque. En d'autres termes, si vos employés s'identifient à la marque, leur niveau d'engagement et de loyauté sera plus élevé.

- Techniques de choix de la marque à l'interne: qu'avez-vous dans votre boîte à outils?
- Stratégies ayant pour objectif d'inciter les employés à s'identifier à la marque et à la promesse de la marque
- Augmenter l'implication de l'employé pour revitaliser la marque
- Stimuler la loyauté et la sensibilisation à la marque chez l'employé
- Augmenter et stabiliser votre équipe de talent par l'intermédiaire de la marque
- Accroître l'impact de la marque auprès des clients en favorisant l'engagement des employés

STRATÉGIES DE MOBILISATION POUR LES EMPLOYÉS GÉNÉRATIONNELS

Les changements récents dans les caractéristiques sociodémographiques de notre main-d'œuvre ont mené à une plus grande diversité et de plus grands défis qui vont à l'encontre de l'approche globale « une taille unique pour tous » pour motiver et mobiliser les employés. Chacun d'entre nous a cependant une perception différente des messages véhiculés, compte tenu de nos différentes valeurs, priorités et niveau d'expérience.

- Développer un noyau d'incitatifs qui fait le pont entre la division culturelle et générationnelle
- Faire en sorte d'apporter de la nouveauté pour les travailleurs plus âgés et expérimentés
- Identifier les voies pour stimuler des comportements et des valeurs aux plus jeunes employés
- Rehausser l'interaction favorable des employés dans le dialogue de la mobilisation
- Utiliser transparence et clarté pour augmenter la réceptivité à la mobilisation
- Optimiser les canaux de la mobilisation

RELEVER LES DÉFIS DE LA MOBILISATION

Il y a plusieurs défis de taille à surmonter pour la mobilisation des employés dans une organisation. Il peut s'agir du simple fait de vaincre le cynisme ou d'avoir à transiger avec les craintes des employés lors de changements ou de transition, ou même d'avoir à mobiliser des effectifs dispersés géographiquement.

- Trouver un terrain d'entente commun pour la compagnie et les employés
- Mobiliser des employés physiquement absents ou dispersés
- Pratiques de coaching pour atteindre les moins performants et moins engagés
- Relever les défis de la mobilisation lorsqu'on fait face à un environnement syndiqué

- Résoudre de manière constructive les barrières imposées contre la mobilisation
- Prendre des mesures pour nettoyer "les mauvaises herbes" avant qu'elles ne poussent

FAIRE LE LIEN ENTRE LA MOBILISATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE

Les dernières recherches confirment et remettent en question l'opinion publique: le salaire n'est pas le facteur principal en ce qui a trait à la mobilisation ou à la satisfaction des employés.

- Attirer de nouveaux talents et de nouvelles habiletés puisque la mobilisation en augmente le potentiel
- Comprendre les raisons de la rotation des employés performants
- Utiliser des stratégies de mobilisation pour résoudre le risque de perte de talent
- Impliquer les employés dans la formulation des plans de développement de carrière
- Offrir aux employés des opportunités de développer certaines tâches qui favorisent leur développement de carrière

LA MOBILISATION ET L'AUGMENTATION DE LA LOYAUTÉ DU CLIENT

Ce n'est pas surprenant que le niveau de loyauté et d'engagement engendrés par le programme de mobilisation des employés ait un effet viral, touchant les clients directement en vous procurant un avantage concurrentiel sur les places du marché intérieur et mondial.

- Relier les stratégies de choix de la marque à l'interne et à l'externe
- Améliorer le service à la clientèle en sensibilisant vos employés aux besoins de vos clients
- Améliorer la confiance du client dans la relation d'affaires
- Transformer la mobilisation des employés en une stratégie de rétention du client
- Jauger l'amélioration dans la satisfaction du client
- Optimiser la mobilisation pour une croissance d'affaires continue

OUTILLER LES GESTIONNAIRES POUR STIMULER LA MOBILISATION

Le fait de fournir aux gestionnaires des analyses et données probantes pour les assister dans leurs efforts de transmettre, d'inspirer, motiver et mobiliser les employés, est doublement important puisque, du fait même ils deviennent eux-mêmes des modèles de rôle pour leur employés.

- Prendre en compte les commentaires d'employés pour raffiner les habiletés de leadership et les aptitudes à travailler efficacement avec les autres
- Améliorer les aptitudes des gestionnaires à communiquer de manière ouverte et crédible
- Stratégies éprouvées pour la mobilisation et la motivation des employés
- Arrimer la délégation avec la satisfaction au travail de l'employé et avec l'autonomisation

IMPACT DES AVANTAGES SOCIAUX ET DES PROGRAMMES DE RECONNAISSANCE

Les récents rapports ont analysé de près les nouveaux programmes de santé et de bien-être, introduits par les employeurs pour augmenter la mobilisation des employés. Les employés aussi bien que les employeurs reconnaissent l'importance de rester en santé dans le milieu de travail.

- Le lien entre le bien-être et la productivité
- Développer et communiquer les incitatifs au bien-être
- Mobiliser les employés à s'occuper de leur santé et bien-être
- Augmenter l'accès des employés au conditionnement physique et aux programmes de bien-être
- Avantages sociaux et programmes de rehaussement du bien-être pour le recrutement et la rétention des employés
- Réduire les déclarations d'assurance et contrôler les coûts des avantages sociaux en mettant sur pied des programmes qui favorisent le bien-être

PRÉSENTATIONS MULTIMEDIA

Inscrivez-vous au cours sur les La mobilisation des employés et recevez les présentations suivantes sur CD-ROM. Ces présentations proviennent de cours récents organisés par Federated Press. Elles sont présentées dans leur intégralité sur format audio avec les diapos Powerpoint correspondantes.

Linking Career Development with Engagement & Engaging Metrics for Gauging ROI

Dave Rocheleau,
Senior Manager for Talent Management & HR Initiatives,
Royal Bank of Canada
Minutes: 87 Diapos: 20

Creating an Employee Engagement Culture

Leslie Dutton, Principal,
Hewitt Associates
Minutes: 45 Diapos: 28

Generational Employee Engagement Strategies

Leslie Dutton, Principal,
Hewitt Associates
Minutes: 40 Diapos: 26

Equipping Managers to Engage

Nicole Bendal, Partner,
Kinect
Minutes: 45 Diapos: 15

Engagement Through Internal Branding

Mark Thompson, CEO, Chief Engagement Officer,
McKinley Solutions Exchange
Minutes: 49

Overcoming Engagement Challenges

Julie Ruben Rodney,
Maximum People Performance Inc.
Minutes: 34 Diapos: 28

Talent Retention - Lessons from the Trenches

Diana S. Golss, Manager, Organizational Development and Client Services,
The Art Gallery of Ontario
Minutes: 32 Diapos: 24

Panel Discussion: Engagement & Increased Customer Loyalty/Talent Retention

Nicole Bendaly,
Kinect;
Diana S. Gollis,
The Art Gallery of Ontario;
Julie Ruben Rodney,
Maximum People Performance Inc.
Dave Rocheleau,
Royal Bank of Canada
Leslie Dutton,
Hewitt Associates
Minutes: 40

Possibilité de choisir de courts segments audio ou vidéo
Toute la documentation écrite est incluse
Possibilité d'imprimer tout le matériel pour votre usage personnel



Inscription : Pour réserver votre place, appelez Federated Press sans frais au 1-800-363-0722. De Montréal, vous pouvez également composer le (514) 849-6600, ou encore télécopier le présent formulaire au (514) 849-0879. Expédiez ensuite votre paiement en y joignant le formulaire d'inscription. Le nombre de places est limité. Votre réservation vous sera confirmée avant le cours.

Emplacement : CENTRE DE CONFÉRENCES FEDERATED PRESS, LA TOUR L'INDUSTRIELLE VIE, 2000 AVE MCGILL COLLÈGE, MONTRÉAL, QC, H3A 3H3

Frais : Les frais de participation sont de 1195\$ par personne. Les frais incluent également le repas du midi le premier jour, les pauses-café des deux journées et les boissons offertes pendant les pauses.

Horaires : Les inscriptions au cours commencent à 8:00. Les séances du matin débutent à 9:00. Le 2e jour finit à midi

Annulation : Le remboursement des frais d'inscription sera possible pourvu qu'un désistement soit communiqué par écrit avant le 3 septembre 2009. Notez toutefois que les frais administratifs équivalents à 15% du montant initial seront retenus en cas d'annulation. Aucun remboursement ne pourra être effectué après cette date. Veuillez noter que le fait de ne pas se présenter au cours ne donne droit à aucun remboursement. Dans l'éventualité où un participant inscrit constate, après la date limite pour le désistement, qu'il lui sera impossible d'assister au cours, il peut désigner une personne de son choix pour le remplacer. Veuillez communiquer aux Publications FP, dans les meilleurs délais, tout changement pertinent. Les Publications FP se dégagent de toute responsabilité en cas de changement dans le programme du cours ou l'identité des conférenciers.

Rabais de groupe : Si vous inscrivez quatre personnes à la fois, vous êtes admissible pour un rabais. Afin de bénéficier de cette offre spéciale, le paiement pour l'ensemble des participants doit être effectué par chèque ou par carte de crédit. Communiquez avec Sandra Frattolillo à : 1-800-363-0722, poste 223, pour obtenir davantage d'information.

Le paiement doit être reçu avant le 9 septembre 2009

Tél: (514) 849-6600 C: info@federatedpress.com Fax: (514) 849-0879

POUR VOUS INSCRIRE AU COURS: LA MOBILISATION DES EMPLOYÉS

Nom _____
Titre _____
Organisation _____
Adresse _____
Ville _____ Province _____ Code postal _____
Téléphone _____ Télécopieur _____ Courriel _____
Paiement par carte de crédit : AMEX VISA Mastercard
_____ Expiration : ____ / ____
Signature : _____
Paiement inclus: Please invoice. PO Number: _____

Pour inscrire plus d'une personne, veuillez utiliser une photocopie de ce formulaire.

LORS DE VOTRE APPEL, VEUILLEZ MENTIONNER LE CODE PRIORITAIRE: MEM0909/E

Expédiez le formulaire d'inscription et le paiement par poste à :

Les Publications FP Tour de la Bourse, C.P. 885
Montréal (Québec), H4Z 1K2, Canada

FRAIS D'INSCRIPTION

NOMBRE DE PARTICIPANTS :
COURS : 1195\$
COURS + CÉDÉROM : 1195\$ + 125\$ = 1320\$
CÉDÉROM : 499\$
NOTE: Veuillez ajouter la TPS et la TVQ aux coûts.
Le Cédérom des séances du cours sera disponible environ 60 jours après le cours
Chèque ci-joint à l'ordre des Publications FP au montant de :

N° d'inscription TPS : R101755163
N° d'inscription TVQ : 1002076639TV000MK
NEA: 101755163PG0001