

STIMULEZ



L'ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS ET AMÉLIOREZ VOS RÉSULTATS !

AUTEUR: MIKLÓS BREITNER / FONDATEUR GOLF BUSINESS MONITOR

Le travail est une composante importante de notre vie. En moyenne, nous passons un peu plus d'un tiers de notre vie à travailler. Les expériences que nous vivons au travail contribuent à répondre à nos besoins d'épanouissement, d'appartenance, de sens et plus encore. En d'autres termes, elles ont le pouvoir d'enrichir notre vie.

Les professionnels de la PGA du Canada doivent reconnaître que leurs employés ne sont pas simplement des effectifs ou des travailleurs, mais des êtres humains ayant des besoins, des aspirations et des objectifs.

Les clubs de golf intelligents et progressistes et leurs dirigeants ont compris au cours des deux dernières années qu'ils devaient humaniser leur entreprise et faire preuve d'empathie et d'attention envers leurs employés. Croyez-moi, les employés de ces clubs de golf se souviendront de ce geste et l'apprécieront, car c'est leur côté humain, et pas seulement leurs performances professionnelles, qui est reconnu.

Les dirigeants des clubs de golf devraient (parmi les professionnels en titre) faire preuve de plus de transparence, d'ouverture et d'humanité dans leurs relations avec leurs employés. Il n'y a pas de retour en arrière possible.

En tant que professionnel en titre, vous devriez vous concentrer davantage sur la compréhension et l'amélioration de l'expérience humaine du travail. Considérez les employés de votre club de golf comme des clients internes et gérez votre relation avec eux avec autant de discipline que vous le faites avec nos clients externes.

Les dirigeants des clubs de golf - parmi lesquels les professionnels en titre - jouent un rôle énorme dans l'engagement, le bien-être, l'appartenance et la résilience de leurs employés.

Aujourd'hui, les principaux moteurs de l'engagement des employés sont le sentiment d'appartenance, la responsabilité sociale de

l'entreprise (je suis fier des efforts de mon club de golf pour avoir un impact positif sur le monde) et les "objectifs de carrière" (j'ai le sentiment que mes objectifs de carrière peuvent être atteints dans ce club de golf).

Ces dirigeants de clubs de golf ont également agi à juste titre parce qu'ils ont compris que s'ils veulent offrir une expérience client exceptionnelle à l'avenir, ils doivent investir dans leur avantage concurrentiel le plus important : leurs employés !

Nos employés ont le plus grand impact sur l'expérience client car ils ont le contact le plus direct avec nos invités et les membres du club de golf. La valeur est créée par des employés de club de golf satisfaits, loyaux et productifs.

L'étude de Gallup a conclu que "les comportements des unités d'affaires hautement engagées se traduisent par une rentabilité supérieure de 21 %".

En 2017, le rapport State of the Global Workplace de Gallup a conclu que 87 % des gens ne se sentent pas engagés dans leur travail. Ce faible niveau d'engagement est à la fois une menace et une opportunité pour les employeurs comme vous.

Cela me dit qu'il y a une nouvelle opportunité de croissance à notre disposition qui ne nécessite pas nécessairement un investissement en capital. Vous ne le croyez pas ? Je vais vous le démontrer dans ce qui suit.

Pour comprendre l'opportunité inhérente au développement de l'expérience des employés dans nos clubs de golf, je vais d'abord clarifier la différence entre l'engagement des employés et l'expérience des employés.



L'engagement est un engagement émotionnel d'un employé envers son organisation et ses objectifs. L'engagement requiert de la loyauté

Les moteurs de l'engagement des employés sont:

- Les gens,
- La nature du travail,
- L'avancement de carrière,
- La reconnaissance,
- La qualité de la vie professionnelle,
- Les pratiques de la compagnie.

En même temps, l'expérience de l'employé est la somme de toutes les interactions entre un employé et son employeur, telles qu'elles sont perçues, comprises et mémorisées par l'employé.

L'expérience des employés n'est pas quelque chose de nouveau. Elle est présente chez les humains depuis très longtemps. Ce qui s'est passé au cours des 5 à 7 dernières années, c'est que les organisations en général ont commencé à s'éloigner des pratiques centrées sur la gestion, pour intégrer davantage d'éléments humains dans le mélange.

La qualité de l'expérience des employés a une incidence sur trois domaines d'activité de notre club de golf :

- Recrutement,
- Rétention des employés,
- Expérience client globale.

L'expérience des employés consiste à concevoir une organisation où les gens ONT ENVIE de travailler en se concentrant sur les environnements culturel, technologique et physique. Aujourd'hui, de nombreuses organisations utilisent indifféremment l'engagement des employés et l'expérience des employés, sans faire de différence.

Cela n'est pas correct. L'engagement des employés a toujours été une question de changements cosmétiques à court terme que les organisations ont essayé d'apporter pour améliorer leur fonctionnement. Si l'engagement des employés est la piqure d'adrénaline à court terme, l'expérience des employés est la refonte à long terme de l'organisation (= club de golf). Les efforts d'engagement ne créent pas la confiance ou la fidélité !

Pour créer une expérience employé convaincante, les clubs de golf doivent comprendre les facteurs d'influence et reconnaître le système indépendant de plus en plus complexe dans lequel ils existent. L'expérience professionnelle des individus est influencée par leur façon de travailler, qui dépend à son tour du système organisationnel dans lequel ils travaillent, mais aussi des partenaires commerciaux du club de golf ou de l'organisation.

Pour mieux comprendre les besoins, les objectifs et les désirs de nos employés, nous pouvons utiliser la technique de la cartographie de parcours (entre autres) que nous utilisons déjà (je l'espère !) dans la conception et le développement de l'expérience client.

La cartographie du parcours de l'employé vous incitera à vous poser - et à étudier - des questions importantes:



- ❑ Comment les personnes qui travaillent pour vous parlent-elles de votre entreprise/club de golf à leurs amis ?
- ❑ Ce qu'ils disent (ou ne disent pas) sur les médias sociaux?
- ❑ Quelle est votre marque employeur ? Que faites-vous pour attirer les bonnes personnes ?
- ❑ Quelles sont les bonnes personnes?
- ❑ Quelle sorte de reconnaissance avez-vous en tant que lieu de travail?
- ❑ Combien de fois vos employés vous présentent-ils leurs amis pour qu'ils viennent travailler chez vous ?

Regardez vos employés et demandez-vous:

- ❑ Combien d'initiatives majeures au cours des trois dernières années ont réellement apporté de la valeur aux employés?
- Nous devons être profondément convaincus de la capacité des personnes à contribuer & elles font partie intégrante de la stratégie de l'entreprise.
- Les employés travaillent en jours et en heures, et non en trimestres ou en années.
- Faites en sorte que les gestionnaires fassent partie du processus d'élaboration de la stratégie d'expérience des employés et de son amélioration avec les employés du club de golf.
- Le modèle unique ne fonctionne pas pour les clients, et il ne fonctionnera pas non plus pour les employés.

Pour réussir le développement de l'expérience employé dans votre club de golf, vous devez accepter ...



- 1 Les employés ne sont pas seulement des travailleurs/numéros/manœuvres ! Voir le programme de bien-être TakeCare de Marriott !
- 2 Les employés attendent des relations mutuellement bénéfiques avec leurs employeurs. Troon utilise par exemple la solution d'évaluation StrengthsFinder de Gallup pour découvrir ce que ses employés font naturellement le mieux.
- 3 Synchroniser et faire évoluer l'expérience, la marque et la culture.
- 4 Renforcer en permanence la promesse de la marque employeur.
- 5 Faites passer vos employés en premier!

D'après mon expérience, les sondages semestriels ou annuels ne sont pas suffisants pour mieux comprendre les besoins et les attentes des employés de nos clubs de golf. La raison en est que les employés travaillent en jours et en heures.

Nous devrions abandonner le traditionnel sondage annuel pour adopter des approches de rétroaction continue. Je dois dire qu'il n'y a pas de bonne réponse quant à la fréquence à laquelle vous devez mesurer l'engagement des employés. Tout ce qui concerne les personnes doit être mesuré en permanence.

L'écoute fréquente est devenue la nouvelle norme. Cela peut vous aider, en tant que chef de service, à mieux gérer

- Informer sur les nouvelles modalités de travail.
- Améliorer le bonheur et la santé.
- Naviguer dans le changement.
- Investir dans l'égalité, la diversité et l'inclusion.

L'une des dernières tendances en matière d'analyse RH est la mesure et l'analyse en temps réel de l'humeur des employés/de la main-d'œuvre. Il ne faut pas oublier de comprendre les causes de l'engagement. La CAUSE est l'expérience des employés ; l'EFFET est une main-d'œuvre engagée. Voici quelques excellents logiciels d'engagement des employés : Beekeeper, Clarity Wave, Officevibe, Branch Messenger, etc.

L'une des meilleures façons de créer des expériences attrayantes pour les employés est de connaître vos collaborateurs, et cela commence par l'ANALYSE DES PERSONNES. L'analyse des personnes est encore un domaine de pratique très émergent. Elle montre que les entreprises sont de plus en plus axées sur les personnes.

Tout ce que vous faites et toutes les données que vous examinez doivent être axées sur une meilleure connaissance de votre personnel.

- "Les questions quelle " : Quelle est la diversité de notre main-d'œuvre / Quelle est la durée moyenne d'occupation / etc.
- "Les question pourquoi" : Pourquoi un groupe a plus de succès qu'un autre ? Ou pourquoi les gestionnaires les plus performants font-ils les choses différemment ?

Comment débiter?

- 1 Définissez la raison d'être de votre club de golf / académie de golf : elle doit être axée sur l'impact sur le monde et les gens + être réalisable + rallier les employés + NE PAS être centrée sur le gain financier. Ce type de mission donne un sens au travail des individus, car il s'agit d'un objectif moral plutôt que commercial.
- 2 Créez une fonction d'analyse des personnes - cela vous aidera à prendre des décisions mieux informées sur la base de données et de recherches.
- 3 Déployez des outils/mécanismes de rétroaction. Une meilleure communication exige précision, ouverture et rapidité. Le contenu et la cohérence ne sont pas moins importants. Si vous apprenez à mener une conversation qui compte, vous avez de fortes chances d'améliorer l'engagement de vos collègues pro de la PGA envers vous et le club.
- 4 "Ce qui est mesuré est géré". L'expérience des employés n'est pas différente. Vous devez comprendre et mesurer leurs expériences actuelles, ce qu'est une expérience "idéale", les souhaits et les besoins des employés à différentes étapes de leur cycle de vie et à travers différents parcours, et dans quelle mesure leurs attentes sont (ou ne sont pas) satisfaites, et pourquoi. L'écoute de la "voix de l'employé" est au cœur de toute initiative d'engagement des employés réussie.

À PROPOS DE L'AUTEUR

Miklós Breitner est l'auteur de Golf Business Monitor, un blogue sur l'entreprise golf depuis 2009 qui couvre les derniers défis et initiatives de l'industrie du golf en se concentrant sur la gestion du club de golf et le marketing, le tourisme de golf et les équipements de golf. Miklos est un partenaire média officiel des PGA de l'Europe et de l'Association européenne des propriétaires de terrains de golf.

Blogue : www.golfbusinessmonitor.com

