

ONBOARDING DAY

Nom de l'entreprise : Concept Factory s.a.

Secteur d'activité : Information et communication

Catégorie de l'entreprise : PME

Description de l'action

Le Onboarding day est organisé par les membres de la direction, l'évènement se déroule hors bureaux, sur une journée entière divisée en trois phases.

Pour la première, la partie académique, seuls les nouveaux collaborateurs sont conviés. Durant la matinée, les membres de la direction et les responsables d'équipes animent une série de courtes présentations sur les thèmes de l'histoire de l'agence, ses valeurs, sa vision, son fonctionnement, son réseau et ses membres,...

L'après-midi est consacrée à un team building avec l'ensemble de l'équipe. Des petits groupes (préalablement formés par l'organisation afin d'assurer un maximum de mixité), se challengent sur des épreuves sportives et intellectuelles.

Pour clôturer la journée et afin de prolonger les échanges mais de manière libre et spontanée, toute l'équipe est conviée à un apéro et repas.

Contexte

Les objectifs sont multiples mais l'un des principaux est l'intégration des nouveaux collaborateurs. La partie académique a pour but de leur permettre une meilleure compréhension notre fonctionnement, de leur transmettre nos valeurs et notre histoire ainsi que de partager notre vision. Cette matinée en groupe restreint doit favoriser les échanges directs avec la hiérarchie et ainsi faire tomber certaines barrières qui nuisent à une communication horizontale.

Le team building de l'après-midi avec l'ensemble de l'équipe a pour objectif de provoquer un dialogue entre tous les collaborateurs, nouveaux et anciens ainsi que la direction, afin que chaque catégorie puisse partager son expérience, son point de vue,... et ainsi éviter tout type de stéréotypes liés aux diverses tranches d'âge, aux origines géographiques ou aux types de bagages professionnels.

Nous visons également une optimisation des échanges au sein de l'agence, nous voulons favoriser la diffusion d'expériences et l'ouverture à des discussions à propos de nouveaux process de collaboration.

Nous désirons assurer une communication fluide entre tous les collaborateurs, nouveaux comme anciens, vers et avec les responsables d'équipe et la direction, afin d'ouvrir et participer à des débats sur le fonctionnement au quotidien de l'agence.

Objectifs

Les objectifs sont multiples mais l'un des principaux est l'intégration des nouveaux collaborateurs. La partie académique a pour but de leur permettre une meilleure compréhension notre fonctionnement, de leur transmettre nos valeurs et notre histoire ainsi que de partager notre vision. Cette matinée en groupe restreint doit favoriser les échanges directs avec la hiérarchie et ainsi faire tomber certaines barrières qui nuisent à une communication horizontale.

Le team building de l'après-midi avec l'ensemble de l'équipe a pour objectif de provoquer un dialogue entre tous les

collaborateurs, nouveaux et anciens ainsi que la direction, afin que chaque catégorie puisse partager son expérience, son point de vue,... et ainsi éviter tout type de stéréotypes liés aux diverses tranches d'âge, aux origines géographiques ou aux types de bagages professionnels.

Nous visons également une optimisation des échanges au sein de l'agence, nous voulons favoriser la diffusion d'expériences et l'ouverture à des discussions à propos de nouveaux process de collaboration.

Nous désirons assurer une communication fluide entre tous les collaborateurs, nouveaux comme anciens, vers et avec les responsables d'équipe et la direction, afin d'ouvrir et participer à des débats sur le fonctionnement au quotidien de l'agence.

Impact

Le Onboarding day a permis de recréer une cohésion sociale, celle-ci ayant un impact direct sur l'ambiance générale de travail, sur la qualité et l'efficacité.

L'ouverture à la communication et aux débats internes sur notre organisation ont abouti à une révision de notre fonctionnement dans lequel nous essayons d'atteindre le meilleur compromis entre vision et objectifs de l'agence d'une part et l'équilibre vie professionnelle - vie privée des collaborateurs, le bien-être au travail et notre impact sociétal d'autre part.

« A faire »

Le contexte général était particulier et unique. Le nombre de collaborateurs et le turnover de notre agence ne justifie pas l'organisation d'une grande journée annuel d'onboarding. Par contre, le travail réalisé pour la préparation de cette journée a permis l'élaboration d'une feuille de route pour un meilleur accueil des nouveaux membres de l'équipe. Des actions de moindre ampleur mais plus fréquentes permettent le maintien d'unité et d'intégration sociale au sein de l'agence.

« Ne pas faire »

Que ce soit pour journée entière ou pour des actions de moindre ampleur, l'organisation est primordiale, pas de place à l'improvisation. Lors de la formation de petits groupes, par exemple pour les épreuves de team building, il ne faut pas laisser les collaborateurs former ces groupes. Ni le hasard.