

15/02/2024

**Tous
vélo
actifs!**

Comment motiver le personnel à participer aux activités organisées en interne ?

▶▶▶ Colette Pierard

▶▶▶ 20240215-PV-CMOB-CP-VF

Comment motiver le personnel à participer aux activités organisées en interne (formation, check-up, animation, activité de mise en selle, réunion de cyclistes...)?

Les prérequis

- Avoir le soutien de la direction pour le projet en général et l'informer des événements que vous envisagez d'organiser pour avoir son accord à chaque fois. Il faut que les travailleurs soient libres d'y participer, qu'ils aient toutes les autorisations nécessaires (y compris celle du N+1).
- Collaborer bien en amont avec le service communication pour élaborer avec lui la stratégie de communication de votre projet et les événements tout au long de l'année. Il est important que la communication générale sur les sujets de mobilité soit régulière.
- Si l'entreprise prévoit une communication thématique (semaine de la mobilité, bien-être au travail, sécurité, semaine du développement durable ...) ou toute autre activité thématique, voir comment y intégrer l'une de vos activités. Cela lui donnera plus de sens, de la légitimité, une visibilité accrue et pourrait susciter plus d'engagements.
- Attention, si des événements sont prévus tous les jours d'une même semaine, il y a des risques qu'il y ait moins de monde à certains de ces événements en raison du télétravail. Il vaut peut-être mieux étaler les événements sur une période un peu plus longue.
- La communication est primordiale. Il est important de communiquer avant, pendant et après l'événement.

Ce qui fonctionne

- Prévoir une collation, un sandwich... quelque chose à manger !
- Proposer des concours, des jeux, des défis, des énigmes, des quizz avec à la clé des distributions de cadeaux ou goodies.
- Et pourquoi pas un bikewash pour ceux qui viennent à vélo.
- Comptabiliser la formation dans les heures de travail et le signaler (mais il faut pour cela avoir l'accord de la direction).
- Vérifier qu'il n'y a pas le même jour un événement/une activité/une visite... qui va solliciter une partie du personnel et ne lui permettra pas de participer.
- Inclure l'événement lors d'un teambuilding ?

Bien préparer l'événement en amont



Tous
vélo
actifs!



1. Choix de l'événement

- Demandez à quelques participants 'types' de vous donner des idées et de vous faire part de ce qu'ils aimeraient apprendre. Cela peut être aussi le rôle des réunions de cyclistes dans les entreprises ou les réunions d'ambassadeurs vélo.
- Sélectionner le public cible et adapter l'événement en fonction de lui.
- Clarifier l'objectif de l'événement et le construire en fonction de cela. Les participants potentiels doivent savoir à quoi s'attendre (il faut éviter le flou d'une « réunion entre cyclistes », par exemple). Ils doivent aussi comprendre quel est l'avantage d'y participer.

2. Organisation de l'événement

- Choisir le jour où l'on sait qu'il y aura le plus de monde au travail.
- Trouver l'horaire le plus approprié en fonction de la disponibilité des travailleurs.
Réflexion : est-ce qu'un petit-déjeuner pour les cyclistes est pertinent, sachant qu'en général, le cycliste mange avant de prendre la route ?
- Ne pas oublier les travailleurs en pause de nuit.
- Veiller à organiser l'événement (si cela s'y prête) dans un lieu de passage ou en tout cas le rendre visible pour les autres collègues. Pensez à la signalétique.
- Veiller à donner des informations précises sur l'événement (lieu et horaire). Respecter les horaires.
- Procéder par inscription (surtout s'il est prévu de faire venir un opérateur externe). Si pas ou peu d'inscriptions, on annule.
- Procédure d'inscription ultra facile, bien communiquée à tous.
- Pour toucher plus de monde et en particulier les télétravailleurs et si la thématique le permet, organiser la formation en Teams/Zoom ou en mode hybride.
- Si vous organisez un événement sur un site de l'entreprise où vous ne travaillez pas vous-même et où vous n'êtes pas très connu, il est important de trouver une personne relais sur place pour l'organisation pratique, la communication directe, etc.
- Impliquer les partenaires sociaux peut s'avérer bien utile dans certains cas.

3. Comment promouvoir un événement ?

- Innover, surprendre et séduire l'audience
- Nudge.
- Organiser un parrainage : toute personne qui inscrit un collègue reçoit un cadeau ou autre.
- Capturer et fidéliser les leads.

4. Communication de l'événement

- Avoir des invitations avec des visuels attirants (mettre le programme en valeur)
- Communiquer avec un teaser
- Prévoir un matériel de communication (par exemple, les entreprises TVA ont, pour la plupart, reçu un beach flag).
- Varier les canaux de communication : mailing, affiches, intranet, écrans, valves, etc. Ne pas oublier les affiches (avec QRCode) dans les toilettes, les coffee corners et les parkings vélo !

- Diversifier les modes de communication en fonction des profils à atteindre.



Tous
vélo
actifs!



- Commencer par un mailing général et puis au moment des rappels, personnaliser le mail davantage vers les gens que l'on connaît et qui ne se sont pas encore manifestés.
- Veiller à ce que, dans le message de communication, les collaborateurs se sentent concernés.
- Privilégier, quand c'est possible une communication orale et individuelle.
- Relayer l'événement sur les réseaux sociaux
- Demander aux personnes déjà inscrites et surtout aux ambassadeurs de relayer l'événement de leur côté en utilisant leurs propres mots.
- Mettre soi-même en avant un participant sur les réseaux sociaux et en lui demandant pourquoi lui participe et ce qu'il attend de l'événement.

Pendant l'événement

- Faire des photos pendant l'événement
- L'organisateur est présent et disponible.
- Inviter la direction à passer lors de l'événement et mieux à y participer
- Profiter de l'événement et de la rencontre avec les participants pour les interroger sur leurs attentes et leurs besoins afin de sélectionner en connaissance de cause les futures animations.

Après l'événement

- Lancer un sondage auprès des participants pour évaluer la qualité de l'événement.
- Communiquer sur l'événement, publier les photos, en parler sur les réseaux sociaux internes
- Demander à ceux qui s'étaient inscrits et qui ne sont pas venus, pourquoi. Utile pour envisager un autre événement.