

Economie & entreprises

Vie au travail. Quelques conseils pour ne pas rater l'exercice des vœux 2022, qui, cette année encore, ne pourront se faire en face-à-face.

Les écueils à éviter pour les vœux aux salariés

Les vœux aux salariés ? Un exercice obligé pour tout dirigeant d'entreprise, mais qui peut vite se transformer en pen-sum pour ceux qui écoutent, et en épreuve pour l'orateur. « 46 % des salariés considèrent que la parole de leur dirigeant ne leur apprend rien et 43 % que celle-ci est chronophage », relève ainsi une étude OpinionWay réalisée pour Whistcom, un cabinet spécialisé en « stratégie orale ».

L'exercice 2022 sera d'autant plus délicat que le Covid empêche encore de renouer avec les traditionnels pots de débuts d'année. « Pourtant, les salariés attendent une prise de parole de leurs dirigeants, met en garde Charlie Clarck, président fondateur de Whistcom. Les trois quarts d'entre eux déclarent qu'un message oral de leur dirigeant a plus de poids qu'un message écrit. Et autant soulignent qu'elle a un impact sur leur implication dans l'entreprise. »

Il faut donc éviter le simple mail envoyé à tous les salariés. Mais aussi la vidéo préenregistrée. « 56 % des salariés regrettent que les prises de paroles de leurs diri-

geants soient trop descendantes et 41 % disent qu'elles ne permettent pas d'établir un dialogue », poursuit Charlie Clarck, qui invite à utiliser les outils numériques comme Zoom ou Teams pour « organiser le débat ». « C'est possible même dans les grandes entreprises », déclare-t-il, donnant l'exemple d'Engie où, en 2020, il posait en direct à la directrice générale d'Engie, alors Isabelle Kocher, les questions des salariés qui lui arrivaient par Internet. L'exercice suppose donc une vraie préparation. « L'oral, cela se travaille... à l'oral, insiste Charlie Clarck. Or, le plus souvent, on travaille son discours sur ordinateur, avec des formules qui claquent bien à l'écrit mais qui tombent à plat quand on les dit. »

Autre précaution : travailler son langage corporel, pour éviter que le non-verbal dise le contraire du message exprimé. « En visio, le dirigeant qui prend la parole doit se transformer en présentateur de télé », résume Charlie Clarck qui conseille, par exemple, de surélever la caméra en mettant « quatre ou cinq livres » sous l'ordinateur, afin d'éviter d'être filmé en contre-

plongée... et de donner l'impression d'un discours descendant. Il rappelle aussi l'importance de regarder la caméra plutôt que l'écran, sous peine de donner l'impression aux salariés de ne pas être regardés. « Quand vous parlez, la star, c'est le public face à vous : il est donc important que vous parliez seulement pour lui », développe-t-il.

Un conseil qui vaut autant pour la forme que pour le fond du discours : « Parlez de vous, il s'en fout, parlez de lui, son œil luit, sourit Charlie Clarck. Les étapes de la stratégie patiemment élaborée avec votre comité exécutif l'intéresseront moins que le bénéfice qu'il en tirera pour lui-même en termes de santé, de vie familiale, de bien-être, de salaire... » Il invite donc le dirigeant qui va prendre la parole à se poser quelques questions : « Quel est mon public ? Quel est mon objectif ? Quels bénéfices mon public va-t-il retirer de mes objectifs ? » « Pour finir, je demande toujours à ceux qui vont parler ce qu'ils diraient s'ils n'avaient qu'un SMS au lieu de vingt minutes de discours, conclut Charlie Clarck. Cela permet de se concentrer sur un seul message. Il faut en effet avoir conscience qu'on retient mieux l'attention avec une seule histoire. Avec deux, c'est deux fois moins sûr. »

Nicolas Senèze

« Quel est mon public ? Quel est mon objectif ? Quels bénéfices mon public va-t-il retirer de mes objectifs ? »

