



The case for employee volunteer programs.

If They Give, You will Get Back

Donner pour recevoir

Le bien-fondé des programmes de bénévolat des employés.

by / par Mergé Gupta-Sunderji

IT'S A WEEKDAY MORNING, and six members of the sales team have arrived at the home of an elderly citizen. Recently out of hospital, advanced osteoporosis means that she must now use a walker or a wheelchair, and the front-door steps that she has climbed for over 20 years are now an insurmountable challenge. She may have to leave her home ... until the sales team comes to the rescue! Within a matter of hours, they have a secure solid ramp built from the sidewalk to her front door. By noon, the gang is done and gathered in a restaurant just a few kilometres away, enjoying lunch, comparing injuries, and laughing about the inevitable mishaps from earlier in the day.

In another part of the city, all eight accounts payable team members spend their afternoon in the local food bank, sorting through huge hampers of canned and packaged goods that arrived at the warehouse after last week's annual pre-Christmas push. It takes them almost five hours to finish their assigned section, and soon after, they make their way to the local pub for libations and snacks, where they swap stories and reminisce about the afternoon's adventures.

These employees are all participating in employee volunteer programs, feel-good, do-good initiatives endorsed and supported by their employers. Increasingly, organizations—small, large, and in-between—are recognizing the value of employee volunteerism. The

reality is that when a team of people works together in harmony and fun to achieve something useful and worthwhile, then they are more engaged and more productive. And when that “something” is a charitable pursuit that is important to one or more of the team members, then you've got a sure-fire recipe for success.

Research shows that volunteer projects (such as the two described above) encourage

Increasingly, organizations—small, large, and in-between—are recognizing the value of employee volunteerism.

teamwork, improve communication, promote leadership and other skill development, enhance employee loyalty and retention, increase job satisfaction and morale, and even improve productivity and performance. With all these positive outcomes, why are companies not clamoring to sign up? Here are the three most common reasons I hear.

Our Staff are too Busy

Well, of course they're busy! You're fulfilling an important need for your clients and customers, and everyone wants everything done yesterday. But just like everything else that matters, you've got to make time for the important. And encouraging and supporting your employees in

hands-on volunteer work is of consequence. Not only does it make for happier and more productive employees, but such volunteer efforts enhance your organization's image and reputation outside the company.

Our Employees aren't Interested

Really? Have you asked them? And I don't mean just a question in passing, but more of an “I'd like the team to participate in a volunteer

afternoon together. What do you think would be a good project?” Ask pointed questions, and don't be surprised if you get much more enthusiasm and interest than you expected.

We Don't Want to Set a Precedent

Methinks you are over-thinking this. Is the precedent that they'll want to do this every week or every month? You're the manager, you have the ability to limit it to whatever level you think is appropriate. Is it that they'll pick an inappropriate charity? Set a guideline that the project not be political or religious in nature, and you'll be fine. The truth: when your organization is seen as “doing good,” even at a local grassroots level, you build awareness and

affinity for your brand, and strengthen trust and loyalty among your customers.

So if you're convinced, what else do you need to know to maximize the value you'll get from a team volunteer project? First, the project needs to be something that the entire team can participate in. Everyone doesn't need to do every task equally, but everyone should be able to contribute in a meaningful way. Second, as a manager or supervisor, you need to be part of the team, rolling up your sleeves and joining in. If you can also get a more senior leader from your organization to participate, even if it's just for a fraction of the time, it sends a positive and uplifting message to the troops. Finally, your project doesn't need to be big or complicated. In fact, think about starting small. Ask your team members for ideas on what to do and you'll be pleasantly surprised by the abundance and variety of responses you will receive. ■

UN MATIN DE SEMAINE, six membres de l'équipe des ventes se rendent au domicile d'une personne âgée. Sortie depuis peu de l'hôpital, celle-ci souffre d'une ostéoporose avancée qui la contraint à se déplacer à l'aide d'une marchette ou en fauteuil roulant. Les marches qu'elle a gravies pendant 20 ans pour se rendre chez elle représentent désormais un défi insurmontable. Elle risquerait de devoir quitter son domicile... mais les membres de l'équipe des ventes sont là pour l'aider! En l'espace de quelques heures, ils installent une rampe d'accès solide et sécurisée reliant le trottoir à la porte. Vers midi, une fois les travaux terminés, ils se retrouvent pour dîner dans un restaurant situé à quelques kilomètres de là, où ils comparent leurs blessures et se remémorent en riant les mésaventures de la matinée.

Dans une autre partie de la ville, les huit membres de l'équipe des comptes créditeurs passent l'après-midi à la banque d'alimentation du quartier. Ils trient d'énormes quantités de conserves et d'emballages arrivés la semaine précédente, pendant la campagne annuelle de fin d'année. Il leur faut presque cinq heures pour terminer leur tâche, après quoi ils se rendent à la brasserie du quartier pour prendre une bouchée, boire un verre et parler de leur après-midi.

Tous ces employés participent à des programmes de bénévolat. Ces initiatives, adoptées et appuyées par leurs employeurs, leur permettent de faire une bonne action et d'en tirer une grande satisfaction. De plus en plus, les organisations — qu'elles soient petites, moyennes ou grandes — reconnaissent la valeur du bénévolat en milieu de travail. Lorsqu'ils travaillent ensemble dans l'harmonie et la convivialité pour réaliser quelque chose d'utile, les employés sont plus motivés et plus productifs. L'opération est d'autant plus concluante si ce « quelque chose » est un acte

de bienfaisance qui revêt un caractère important aux yeux d'un ou de plusieurs des membres de l'équipe.

Des études révèlent que les projets de bénévolat (comme les exemples décrits ci-dessus) encouragent le travail d'équipe, la communication et le développement de compétences en leadership ainsi que dans d'autres domaines, sans compter qu'ils favorisent la fidélisation des employés. Ces derniers éprouvent une plus grande satisfaction au travail, ont un meilleur moral et améliorent

De plus en plus, les organisations — qu'elles soient petites, moyennes ou grandes — reconnaissent la valeur du bénévolat en milieu de travail.

même leur rendement. Compte tenu de tous ces résultats positifs, comment se fait-il que les entreprises ne manifestent pas plus d'intérêt pour ces programmes? Voici les trois raisons les plus souvent invoquées.

Nos employés sont trop occupés

Évidemment! Les besoins de vos clients sont importants et les échéances sont toujours trop serrées. Comme pour tout ce qui compte, il faut libérer du temps pour les activités qui ont de l'importance. Or, il est important d'encourager vos employés à faire du bénévolat et de leur donner votre appui. Le bénévolat permet non seulement d'améliorer la productivité et le bien-être de vos employés, mais aussi de rehausser l'image et la réputation de votre organisation.

Le bénévolat n'intéresse pas nos employés

Vraiment? Leur avez-vous posé la question? Je ne parle pas d'une question à la va-vite, mais d'une question bien formulée, par exemple : « J'aimerais que l'équipe participe à des travaux bénévoles. Selon vous, quel projet pourrait-elle réaliser? » Si vous posez des questions précises, vous serez surpris de l'enthousiasme et de l'intérêt que manifesteront vos employés.

Nous ne voulons pas créer de précédent

Peut-être exagérez-vous un peu la situation. Craignez-vous que vos employés souhaitent faire du bénévolat chaque mois ou chaque semaine? Vous êtes le chef d'équipe; c'est à vous de définir une fréquence appropriée. Craignez-vous qu'ils choisissent un organisme de bienfaisance inapproprié? Il vous suffit d'établir des lignes directrices afin d'écartier les projets de nature politique ou religieuse. En réalité, lorsque votre organisation se montre bienveillante, même à petite échelle, vous faites connaître votre marque et renforcez la confiance et la fidélité de vos clients.

Vous êtes convaincu? Voici ce qu'il vous reste à savoir pour maximiser la valeur des projets de bénévolat de votre équipe. D'abord, le projet doit être accessible à tous les membres de l'équipe. Il n'est pas nécessaire d'assigner des tâches égales à tous les membres, mais chacun d'entre eux doit pouvoir apporter une contribution pertinente. Ensuite, à titre de superviseur ou de chef d'équipe, vous devez vous joindre à vos employés, retrousser vos manches et prendre part aux travaux. Si vous pouvez de plus faire en sorte qu'un gestionnaire

de niveau supérieur se joigne à vous, même pour une courte durée, vous enverrez un message positif et motivant à vos troupes. Enfin, votre projet ne doit pas nécessairement être grand ou compliqué. Commencez plutôt par de petits projets. Consultez les membres de votre équipe pour connaître leurs idées de projets et vous serez agréablement surpris par l'abondance et la diversité des réponses que vous obtiendrez. ■

.....
MERGE GUPTA-SUNDERJI, MBA, CSP, CGA, turns managers into leaders. This speaker/author gives people practical tools to achieve leadership and communication success. Join the conversations at www.mergespeaks.com/blog or contact her at 403.605.4756.

► **MERGE GUPTA-SUNDERJI, MBA, CSP, CGA, transforme les gestionnaires en leaders. Conférencière et auteure, elle fournit des outils pratiques aidant à mieux communiquer et diriger. Participez aux discussions à www.mergespeaks.com/blog ou contactez Merge au 403.605.4756.**