

# [étude de cas]

Histoires à succès de Conseillers Buck

## Bell Aliant ou l'art de communiquer pour implanter avec succès le programme d'avantages sociaux des employés



*Une initiative bien planifiée en matière de communication incite les employés à mieux tirer parti de leur programme d'avantages sociaux. Le saviez-vous?*

### UNE INITIATIVE BIEN PLANIFIÉE EN MATIÈRE DE COMMUNICATION INCITE LES EMPLOYÉS À MIEUX TIRER PARTI DE LEUR PROGRAMME D'AVANTAGES SOCIAUX. LE SAVIEZ-VOUS?

C'est ce qui s'est passé quand Bell Aliant, le deuxième plus important fournisseur régional de services de télécommunication en Amérique du Nord s'est associé à ACS et Conseillers Buck pour mettre en œuvre son nouveau programme d'avantages sociaux.

Aliant a vu le jour en 1999 à la suite de la fusion de quatre compagnies de téléphone du Canada Atlantique. L'entreprise s'est rapidement développée et compte désormais 10 000 employés spécialisés en services-conseils en télécommunication et en technologie de l'information aux quatre coins du monde. En 2006, Xwave, le secteur de la téléphonie fixe d'Aliant, et Innovatia (solutions d'apprentissage électronique) se sont joints au secteur régional de la téléphonie fixe de Bell Canada en Ontario et au Québec et, de concert avec Bell Nordiq, société dans laquelle Bell détient une participation majoritaire ont constitué Bell Aliant Communications régionales, société en commandite, la plus grande fiducie de revenu au Canada.

Après la fusion de 1999, l'entreprise comptait au total 9 500 employés dans six provinces, était à la tête de six programmes d'avantages sociaux existants et faisait affaire avec 13 compagnies d'assurance. La direction cherchait désespérément à bénéficier des économies que permet de réaliser un seul et unique programme viable, assorti d'avantages sociaux flexibles, que tous les employés pourraient utiliser et comprendre.

« Fusionner quatre entreprises, s'occuper de l'administration, de l'évaluation et de l'harmonisation de multiples programmes et politiques de ressources humaines... autant d'activités qui engorgeaient le Service des ressources humaines. Pendant la fusion, nous ne nous étions pas montrés très efficaces en matière de communication avec les employés; il était désormais important pour nous de faire appel à des experts. La nouvelle entreprise ne se souciait guère de faire le point, ni de communiquer l'information chaque année; c'est à ce niveau qu'ACS et Conseillers Buck sont intervenus et nous ont véritablement permis d'ajouter de la valeur à nos activités », explique Hugh Paton, conseiller principal en avantages sociaux, Ressources humaines, Bell Aliant.

## **BELL ALIANT : LA COMMUNICATION À LA RESCousse DES OBJECTIFS GLOBAUX**

- Encadrement complet des cadres dans le but de passer en revue le traitement des messages, l'approche et la livraison des messages appropriés.
- Campagne de courriels, affiches, guides et bulletins à l'intention des employés.
- Site Web et relevés de rémunération globale en ligne.
- Nouvelle image de marque et nouveaux éléments graphiques pour tous les documents.
- Impression de tous les documents.
- Séances d'information à l'intention des employés.
- Sondage auprès des employés avant et après le lancement du programme.
- Suivi trimestriel continu pour informer les employés des changements apportés au programme.

## **MISE EN ŒUVRE DU NOUVEAU PROGRAMME PAR ACS ET CONSEILLERS BUCK : AVANTAGES POUR BELL ALIANT**

- Pour la première fois, l'entreprise s'est débarrassée des livrets sur papier destinés aux employés et a mis au point un système de communication complet en ligne.
- Le programme d'avantages sociaux a été conçu pour être plus simple et plus facile à comprendre tout en réduisant l'administration.
- Les communications avec les employés sont plus complètes et mieux ciblées.

## **AVANTAGES DU PLAN DE COMMUNICATION STRATÉGIQUE AU COURS DE L'ÉLABORATION D'UN NOUVEAU PROGRAMME D'AVANTAGES SOCIAUX**

- Toutes les communications destinées aux employés sont lancées en temps opportun de façon à atteindre les objectifs souhaités.
- Les employés connaissent mieux leurs avantages sociaux et comprennent le principe de la rémunération globale.
- Ils participent plus activement aux programmes, en maximisant ainsi l'utilité.

- Moins de questions sont adressées aux Ressources humaines, ce qui libère du temps pour traiter d'autres questions importantes.
- Le taux de fidélisation des employés augmente à mesure que ces derniers se rendent compte que leur programme d'avantages sociaux est concurrentiel.

## PRINCIPALES LEÇONS – HUGH PATON, BELL ALIANT

### Valeur d'un plan de communication complet destiné aux employés

« Nous n'avons pas pleinement pris conscience de la valeur d'un plan de communication complet puisque nous n'en avons jamais fait l'expérience à grande échelle auparavant. Nous savons que nous n'aurions pu remporter un aussi vif succès si nous n'avions pas planifié efficacement la communication. »

### Importance d'une communication directe

« Il s'agissait du plus grand déploiement d'un programme de ressources humaines de l'histoire de l'entreprise. C'était aussi la première fois que bon nombre d'employés entendaient parler d'avantages sociaux flexibles. C'est pourquoi nous voulions donner à chacun la possibilité de découvrir le nouveau programme directement et de poser des questions aux concepteurs mêmes du programme. Nous avons aussi pu éduquer les employés quant à la façon de consommer plus intelligemment des services médicaux et dentaires, ce qui nous a aidés à contrôler les coûts. »

### Importance de l'engagement des employés

« Les employés étaient ravis; nous n'avions jamais communiqué avec eux ainsi. Nous étions enchantés que ces derniers participent à la mise en œuvre du programme, qu'ils apprennent quelque chose de nouveau et voient l'information comme étant très importante pour eux. »

Le nouveau programme est en vigueur depuis tout juste un peu plus d'un an, et tous les employés en bénéficient. La facilité d'utilisation du nouveau programme et les nouvelles fonctions en ligne les séduisent. Bell Aliant continue d'aller de l'avant; l'entreprise examine en effet ses méthodes actuelles de communication des avantages sociaux aux employés, et veille à l'exactitude du message et à la convivialité des moyens utilisés. Elle travaille de concert avec ACS et Conseillers Buck pour créer et mettre à jour de nouveaux documents de communication.