

FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

Comment mettre en place une opération de teambuilding

Une opération de teambuilding doit être un événement spécial qui sort les membres d'une entreprise de l'ordinaire. Elle ne doit donc pas être improvisée ou organisée au dernier moment.



1. Définir les objectifs du teambuilding

Mettre en place une opération de teambuilding n'est pas anodin. Le dirigeant doit savoir pourquoi il met en place cet événement.

- Quels sont ses objectifs ? Bien sûr, il s'agit toujours de renforcer la cohésion d'équipe afin d'améliorer son efficacité.
- Pourquoi maintenant ? Le dirigeant a peut-être constaté des problèmes d'organisation ou de management dans certains de ces services. Ou peut-être y a-t-il eu de nombreux mouvements dans ses équipes récemment et souhaite-t-il alors permettre à tout le monde de mieux faire connaissance.

Se fixer des objectifs va lui permettre de choisir un contenu.

2. Comment préparer le teambuilding ?

L'entreprise peut choisir d'organiser elle-même l'opération de teambuilding, mais le plus souvent, il est fait appel à une société spécialisée. Celle-ci rencontre alors le chef d'entreprise, afin d'analyser avec lui ses besoins. Elle rencontre aussi les potentiels participants, car elle devra proposer des activités qui leur sont adaptés. C'est aussi à ce moment-là que la société organisatrice peut affiner la demande du client en identifiant elle-même certains besoins. La proposition d'activité qu'elle fera devra dans tous les cas être validée par le commanditaire. Selon le budget que l'entreprise veut consacrer à cette opération et les disponibilités de chacun, il faudra aussi choisir la durée du teambuilding :

- une demi-journée ?
- Une journée ?
- Un week-end ?
- Une semaine ?

Comment bien choisir son idée de teambuilding



1. Pourquoi mettre en place une opération de teambuilding

Pourquoi mettre en place une opération de teambuilding ? Voilà la première question à laquelle doit répondre le dirigeant qui envisage une telle initiative. Cela ne se fait jamais par hasard. Globalement, il y a trois moments-clés au cours desquels ce genre d'opération s'organise :

- lors d'un succès de l'entreprise : après l'obtention d'un gros contrat, ou alors une fois les objectifs commerciaux atteints, une opération de teambuilding peut alors venir récompenser les salariés et les motiver à poursuivre leurs efforts ;
- lors de l'arrivée de nouveaux collaborateurs : dans les grandes entreprises accueillant régulièrement de nouveaux salariés, de telles opérations sont parfois organisées. L'objectif est d'accélérer l'intégration des nouveaux et de leur présenter l'entreprise dans un contexte à la fois détendu et immersif ;
- lors d'un moment délicat à traverser pour les salariés : une opération de teambuilding peut aussi se mettre en place dans un cadre de gestion de crise (nécessité de réorganiser les services, fusion avec une autre entreprise, etc.). L'objectif est de préserver la cohésion d'équipe malgré le contexte tendu.

2. Pour qui mettre en place une opération de teambuilding

Une fois que les objectifs de l'opération ont été fixés, encore faut-il qu'elle soit adaptée à ceux qui vont y participer. Car les sessions de teambuilding peuvent prendre toutes les formes possibles et imaginables :

- artistiques (théâtre, musique, danse...) ;
- thématiques (gestion du stress, communication, management, etc.) ;
- sportives (jeux d'aventures, sports collectifs, etc.) ;
- etc.

Il est déjà important de connaître les goûts et/ou les capacités physiques de chacun des participants, en ayant en tête que l'opération doit satisfaire deux critères :

- faire preuve d'originalité ;
- être accessible au plus grand nombre.

3. Avec qui mettre en place une opération de teambuilding

Le dirigeant aura enfin à choisir le mode d'organisation du teambuilding. Met-il en place une opération en interne ou fait-il appel à une société spécialisée en organisation d'événement ?

- Dans le premier cas, des petites initiatives peu coûteuses peuvent être prises de temps en temps afin de favoriser la cohésion d'équipe : par exemple, des repas en commun, ou encore des rencontres entre les différents services s'il s'agit d'une très grande entreprise où tous les salariés n'ont pas l'habitude de se côtoyer.

- Sinon, une société spécialisée peut organiser des stages sur-mesure, nécessitant de faire se déplacer les salariés à l'extérieur pendant une ou plusieurs journées.

Comment impliquer ses équipes grâce à une opération de teambuilding



1. Le teambuilding, pour que chacun trouve sa place

Une opération de teambuilding est avant tout une action de management. Le fil rouge d'un tel événement est le renforcement de la cohésion d'équipe. Mais au-delà de ça, il s'agit, pour le dirigeant, de faire prendre conscience à ses salariés que chacun doit trouver sa place, chacun a un rôle à tenir dans le projet global. Selon le type d'opération mis en place, le but peut par exemple être de :

- se sortir collectivement d'une difficulté ;
- réaliser une oeuvre commune.

Chacun doit savoir ce qu'il a à faire et comment les rôles sont répartis. Puisque le teambuilding s'organise généralement en dehors du cadre habituel de travail, une relation de confiance doit s'établir plus facilement entre coéquipiers et avec les managers. D'où :

- une meilleure communication ;
- une meilleure coordination ;
- une meilleure gestion de la pression.

2. Le teambuilding et la recherche de la performance

Pendant l'opération de teambuilding, les participants se détachent des objectifs qui leur sont assignés au quotidien dans l'entreprise. Toutefois, à partir du moment où on forme des équipes et qu'on instaure un esprit de compétition, il y a une recherche de la performance. Une telle opération permet de mettre en relief les étapes par lesquelles passent forcément une équipe pour devenir performante :

- la prise de contact : au moment de former l'équipe, les participants font connaissance. La glace n'est pas encore brisée, c'est une phase d'observation ;
- les premiers conflits : l'objectif a été annoncé, des propositions sont lancées, des initiatives sont prises et les premiers désaccords apparaissent. Chacun tente de défendre son point de vue, c'est l'étape la plus délicate, car la communication et la coordination entre les coéquipiers ne s'est pas encore mise en place ;
- l'apparition d'un esprit d'équipe : les participants réalisent qu'ils vont devoir se mettre d'accord pour avancer. Chacun est prêt à faire des concessions pour le bien commun. Les rôles sont distribués ;
- l'atteinte de la performance : chacun s'accomplit dans ce qu'il réalise, est à l'écoute des autres, vient en aide aux coéquipiers en difficulté. L'équipe a tout mis en oeuvre pour atteindre l'objectif.

3. Que garder du teambuilding ?

Une fois l'opération de teambuilding réalisée, il est important que les participants en gardent quelque chose.

- Un souvenir, déjà. Cet événement doit rester une expérience agréable que les membres de l'entreprise se sont appropriés et dont on doit espérer qu'ils en reparlent avec plaisir. Pourquoi ne pas afficher des photos dans l'espace détente de la société, par exemple ?
- Plus scientifiquement, cela peut être intéressant pour eux de réaliser une petite analyse de ce qu'ils ont appris sur eux-mêmes, sur le travail en équipe. C'est un retour sur expérience qui peut être organisé lors de petites réunions au sein de chaque service. Chacun aura sans doute retenu des éléments différents et en les rassem-

blant, cela donne la possibilité au manager de voir sur quels points l'opération de teambuilding a permis d'avancer et sur lesquels il subsiste encore des blocages.

Comment bien choisir son idée de teambuilding



1. Pourquoi mettre en place une opération de teambuilding

Pourquoi mettre en place une opération de teambuilding ? Voilà la première question à laquelle doit répondre le dirigeant qui envisage une telle initiative. Cela ne se fait jamais par hasard. Globalement, il y a trois moments-clés au cours desquels ce genre d'opération s'organise :

- lors d'un succès de l'entreprise : après l'obtention d'un gros contrat, ou alors une fois les objectifs commerciaux atteints, une opération de teambuilding peut alors venir récompenser les salariés et les motiver à poursuivre leurs efforts ;
- lors de l'arrivée de nouveaux collaborateurs : dans les grandes entreprises accueillant régulièrement de nouveaux salariés, de telles opérations sont parfois organisées. L'objectif est d'accélérer l'intégration des nouveaux et de leur présenter l'entreprise dans un contexte à la fois détendu et immersif ;
- lors d'un moment délicat à traverser pour les salariés : une opération de teambuilding peut aussi se mettre en place dans un cadre de gestion de crise (nécessité de réorganiser les services, fusion avec une autre entreprise, etc.). L'objectif est de préserver la cohésion d'équipe malgré le contexte tendu.

2. Pour qui mettre en place une opération de teambuilding

Une fois que les objectifs de l'opération ont été fixés, encore faut-il qu'elle soit adaptée à ceux qui vont y participer. Car les sessions de teambuilding peuvent prendre toutes les formes possibles et imaginables :

- artistiques (théâtre, musique, danse...) ;
- thématiques (gestion du stress, communication, management, etc.) ;
- sportives (jeux d'aventures, sports collectifs, etc.) ;
- etc.

Il est déjà important de connaître les goûts et/ou les capacités physiques de chacun des participants, en ayant en tête que l'opération doit satisfaire deux critères :

- faire preuve d'originalité ;
- être accessible au plus grand nombre.

3. Avec qui mettre en place une opération de teambuilding

Le dirigeant aura enfin à choisir le mode d'organisation du teambuilding. Met-il en place une opération en interne ou fait-il appel à une société spécialisée en organisation d'événement ?

- Dans le premier cas, des petites initiatives peu coûteuses peuvent être prises de temps en temps afin de favoriser la cohésion d'équipe : par exemple, des repas en commun, ou encore des rencontres entre les différents services s'il s'agit d'une très grande entreprise où tous les salariés n'ont pas l'habitude de se côtoyer.

- Sinon, une société spécialisée peut organiser des stages sur-mesure, nécessitant de faire se déplacer les salariés à l'extérieur pendant une ou plusieurs journées.

Comment impliquer ses équipes grâce à une opération de teambuilding



1. Le teambuilding, pour que chacun trouve sa place

Une opération de teambuilding est avant tout une action de management. Le fil rouge d'un tel événement est le renforcement de la cohésion d'équipe. Mais au-delà de ça, il s'agit, pour le dirigeant, de faire prendre conscience à ses salariés que chacun doit trouver sa place, chacun a un rôle à tenir dans le projet global. Selon le type d'opération mis en place, le but peut par exemple être de :

- se sortir collectivement d'une difficulté ;
- réaliser une oeuvre commune.

Chacun doit savoir ce qu'il a à faire et comment les rôles sont répartis. Puisque le teambuilding s'organise généralement en dehors du cadre habituel de travail, une relation de confiance doit s'établir plus facilement entre coéquipiers et avec les managers. D'où :

- une meilleure communication ;
- une meilleure coordination ;
- une meilleure gestion de la pression.

2. Le teambuilding et la recherche de la performance

Pendant l'opération de teambuilding, les participants se détachent des objectifs qui leur sont assignés au quotidien dans l'entreprise. Toutefois, à partir du moment où on forme des équipes et qu'on instaure un esprit de compétition, il y a une recherche de la performance. Une telle opération permet de mettre en relief les étapes par lesquelles passent forcément une équipe pour devenir performante :

- la prise de contact : au moment de former l'équipe, les participants font connaissance. La glace n'est pas encore brisée, c'est une phase d'observation ;
- les premiers conflits : l'objectif a été annoncé, des propositions sont lancées, des initiatives sont prises et les premiers désaccords apparaissent. Chacun tente de défendre son point de vue, c'est l'étape la plus délicate, car la communication et la coordination entre les coéquipiers ne s'est pas encore mise en place ;
- l'apparition d'un esprit d'équipe : les participants réalisent qu'ils vont devoir se mettre d'accord pour avancer. Chacun est prêt à faire des concessions pour le bien commun. Les rôles sont distribués ;
- l'atteinte de la performance : chacun s'accomplit dans ce qu'il réalise, est à l'écoute des autres, vient en aide aux coéquipiers en difficulté. L'équipe a tout mis en oeuvre pour atteindre l'objectif.

3. Que garder du teambuilding ?

Une fois l'opération de teambuilding réalisée, il est important que les participants en gardent quelque chose.

- Un souvenir, déjà. Cet événement doit rester une expérience agréable que les membres de l'entreprise se sont appropriés et dont on doit espérer qu'ils en reparlent avec plaisir. Pourquoi ne pas afficher des photos dans l'espace détente de la société, par exemple ?
- Plus scientifiquement, cela peut être intéressant pour eux de réaliser une petite analyse de ce qu'ils ont appris sur eux-mêmes, sur le travail en équipe. C'est un retour sur expérience qui peut être organisé lors de petites réunions au sein de chaque service. Chacun aura sans doute retenu des éléments différents et en les rassem-

blant, cela donne la possibilité au manager de voir sur quels points l'opération de teambuilding a permis d'avancer et sur lesquels il subsiste encore des blocages.

Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence
des décideurs
La communauté
Marketing
& communication



Le média
cross canal
Ecommerçants
et commerce
connecté



Le média
orienté
100% client



Le service
d'information
des commerciaux
et des business
developers

Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent
des acheteurs
privé / public



La solution
d'information
des directeurs
administratifs
et financiers

Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source
d'information
des entrepreneurs
et
des dirigeants PME



Le magazine
des entreprises
artisanales



Le magazine
des entreprises
artisanales