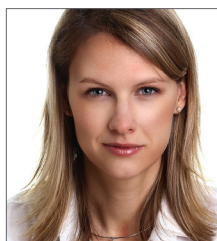


La Vitrine

TOUT SAVOIR SUR LES MILLÉNNIAUX AU TRAVAIL



Les milléniaux, ces jeunes de 16 à 36 ans qui révolutionnent le marché de l'emploi, font beaucoup jaser. Mais sont-ils si différents? **Détail Québec** s'est entretenu avec **Emilie Pelletier** et **Didier Dubois**, stratèges marketing et ressources humaines de la firme **HRM Groupe**. Les stratégies qu'ils proposent vous seront utiles pour attirer et fidéliser les employés de cette génération et pour mobiliser vos équipes.

Qu'est-ce qui différencie les milléniaux des générations qui les ont précédés?

Le contexte de travail dans lequel ces jeunes évoluent les influence beaucoup. L'accès à des technologies autrefois inexistantes et la rapidité d'accès à l'information teintent énormément les comportements de ce groupe générationnel. Il leur suffit d'interroger Google pour obtenir une réponse à tout. Le fait qu'ils n'aient pas eu à attendre pour obtenir quelque chose modifie les façons de faire. Ce n'est pas de l'impatience; ils ont grandi dans un monde multitâche où l'accès à l'information est instantané. Ce comportement se transpose en milieu de travail.

Leur rapport à la hiérarchie est différent de celui qu'entretenaient les générations précédentes et leurs attentes envers leurs gestionnaires sont plus élevées. Certains pourraient croire que les milléniaux sont irrespectueux à l'égard de leurs supérieurs hiérarchiques. Issus d'établissements où ils ont reçu une éducation basée sur un mode très égalitaire, ils valorisent les compétences et l'expertise d'un individu plutôt que son titre.



Comment les détaillants peuvent-ils intéresser les milléniaux à poursuivre une carrière dans leur commerce?

Cette génération s'attend à évoluer dans des milieux de travail qui sont très sociaux. Même si reproduire l'exemple des célèbres bureaux de Google n'est pas à la portée de tous, il est

possible de créer un environnement de travail ludique et favorable à la création de liens, ce qui permettra aux milléniaux de combler leurs besoins au travail plutôt qu'à l'extérieur. De la même façon, les activités sociales, comme les fêtes de Noël ou les repas d'équipe,

(Suite page 2)

(Suite de la une)

permettent de consolider les liens et d'inciter les employés à rester plus longtemps en poste, à préserver l'harmonie dans l'équipe et contribuer à la performance de l'organisation. Plus entrepreneuriale, cette génération est à la recherche de défis. Si un emploi ne lui offre pas suffisamment, le millénial n'aura aucune crainte à offrir ses services à une autre entreprise, et même à un concurrent, afin de continuer à s'épanouir. Ce n'est pas un geste déloyal à l'égard de l'entreprise; il cherche seulement à développer son employabilité et sa mobilité. L'idéal pour le motiver consiste à être en mesure de lui offrir une progression, pas nécessairement sur le plan hiérarchique. On recommande aussi aux gestionnaires de décortiquer les projets d'envergure en de plus petits afin de maintenir l'attrait de la nouveauté et de permettre aux employés d'avoir le sentiment d'évoluer constamment.

Comment peut-on fidéliser les jeunes de cette génération?

Les milléniaux seront plus fidèles s'ils progressent dans le poste qu'ils occupent. Il n'est pas nécessairement question d'avancement, mais plutôt de leur proposer une carrière évolutive. Ils souhaitent que leur poste présente des défis sur une base courante, un peu comme les mises à jour sur leur téléphone intelligent. Ils veulent que leur emploi évolue vers une version 2.0 tout en

demeurant dans la même fonction. C'est donc dire qu'ils peuvent occuper le même poste plus longtemps à condition qu'on puisse l'enrichir pour qu'ils puissent continuer d'apprendre et de se développer.

On recommande également aux gestionnaires d'adopter une attitude de coach avec cette génération. Ainsi, il est suggéré de leur offrir la latitude nécessaire pour qu'ils atteignent les objectifs en utilisant leur créativité, plutôt que de leur montrer la marche à suivre. Ils sont très efficaces en mode autoapprentissage et, souvent, ils nous emmènent beaucoup plus loin que ce à quoi on s'attendait au départ. Les faire participer aux décisions est également un bon moyen de mettre leurs connaissances et leur créativité au profit du succès de l'organisation, en plus de leur offrir une expérience stimulante.

Avant tout, les milléniaux recherchent une qualité de vie. On leur a reproché d'être axés sur l'argent, mais, selon HRM Groupe, ce sont le niveau de vie et la capacité de consommer qui les attirent et les motivent, et non l'argent. La liberté financière est importante, mais si on leur propose quelque chose d'équivalent à leurs yeux, ils le considéreront tout autant. Par exemple, il peut s'agir d'un environnement social où ils vont développer des liens. Il n'en demeure pas moins que ce

groupe générationnel n'est pas friand des heures supplémentaires qui l'obligeraient à sacrifier du temps en famille ou entre amis. Leur temps est précieux. C'est pourquoi il faut leur offrir de la souplesse. L'horaire variable est d'ailleurs l'un des grands avantages du commerce de détail. ■

CONSEILS D'EXPERTS



- + Favorisez les activités sociales qui permettent de tisser des liens et de solidifier le sentiment d'appartenance à votre commerce.
- + Faites connaître les possibilités d'avancement à l'interne, offrez des formations et encouragez vos employés à participer à des projets spéciaux dans l'entreprise.
- + Adoptez une attitude de coach et offrez la possibilité aux employés d'apprendre en travaillant.
- + Impliquez vos employés dans les prises de décisions où leur opinion et leur créativité pourraient être mises à profit.
- + Demeurez flexible dans la conciliation travail et vie personnelle.
- + Faites connaître tous les avantages de travailler dans votre commerce afin de vous démarquer des concurrents.



L'art de gérer les clients difficiles

Détail Québec invite gracieusement les détaillants à déjeuner et entendre la conférence d'Éric Robidoux qui se tiendra le 16 mars à Laval et le 30 mars à Longueuil.



DÉJEUNER-CONFÉRENCE

De 7 h 30 à 10 h

16 mars 2017, Laval

30 mars 2017, Longueuil

Veuillez confirmer votre présence au 1 888 393-0222, poste 200, ou par courriel à info@detailquebec.com. Faites vite, les places sont limitées.

PROFESSION VENDEUR!

MES COMPÉTENCES MON AVENIR



PRENEZ LES MOYENS DE GRAVIR LES ÉCHELONS

Conseiller-vendeur ou superviseur, c'est un beau métier! Mais c'est encore mieux quand on reconnaît officiellement vos compétences. Prenez votre carrière en main et devenez un professionnel de la vente, grâce au programme *Mes compétences, mon avenir*.

Certification pour :

- Conseiller-vendeur
- Superviseur de premier niveau



Devenez vendeur ou superviseur certifié!
detailquebec.com/reconnaissance
1-888-393-0222, poste 200

L'utilisation du masculin a été choisie à des fins de lisibilité.



Avec la contribution financière de
Commission des partenaires du travail
du Québec

Exemple à suivre

Mère Hélène : la famille avant tout



En collaboration avec **Nathalie Poirier**,
copropriétaire de Mère Hélène

Mère Hélène est une entreprise familiale créée en 1983. D'abord spécialisée dans la confection de couches lavables, Mère Hélène offre aujourd'hui aux futurs et aux nouveaux parents une grande variété de produits de qualité pour le bien-être de leurs enfants. Mère Hélène compte quatre succursales situées à Brossard, à Repentigny, à Saint-Jérôme et à Québec.

Des expertes-conseils

Chez Mère Hélène, on s'assure de mettre en place du personnel passionné de la petite enfance et qualifié pour répondre à toutes les interrogations des parents. « Je veux que mon équipe ait des connaissances générales sur le monde de la maternité », confie Nathalie Poirier, copropriétaire des boutiques Mère Hélène. Pour y arriver, le programme de formation *Expert conseil* a été conçu à l'interne pour ses employées. Toutes les questions que pourraient poser les clients sont à l'étude : de la différence entre une couche lavable à velcro et un modèle à bouton-pression jusqu'à la température idéale dans la chambre de bébé. « C'est ultra complet et cela va au-delà de la connaissance des produits, explique-t-elle. Je veux que nos conseillères sachent ce qu'est une mastite et du muguet, et qu'elles puissent proposer des positions d'allaitement, par exemple. Ces connaissances ne rapportent pas de ventes directes, mais elles font de nos conseillères de véritables expertes, en plus de



contribuer à tisser un solide lien de confiance avec notre clientèle. » Pour couronner le tout, ce programme de formation est bonifié d'augmentations salariales à chaque module terminé.

Conciliation travail-famille

Une atmosphère douce et familiale se dégage des boutiques Mère Hélène. Ce bien-être a motivé bien des mamans à y postuler. Sans qu'il s'agisse d'un critère d'embauche, madame Poirier assure que son personnel est composé à 95 % de clientes qui lui ont laissé leur curriculum vitæ. La majorité d'entre elles sont diplômées et ont laissé de côté leur carrière pour y travailler. « Pour nous, la conciliation travail-famille, ce ne sont pas des paroles en l'air, dit-elle. Si une employée doit s'absenter du travail pour une raison importante à ses yeux – souvent familiale –, ce l'est tout autant pour nous. Leur congé leur est toujours accordé. Nous demandons à notre personnel d'être empathique à l'égard de la clientèle et nous faisons la même chose en tant qu'employeurs. Nos employées sont passionnées et ont un fort attachement à l'entreprise, ce qui en fait des ambassadrices de rêve pour Mère Hélène. »

Pionnières du commerce en ligne

Depuis 2000, Mère Hélène exploite sa boutique en ligne, la première au Québec dans le domaine de la maternité. Elle peut ainsi rejoindre les consommateurs sur l'ensemble du territoire québécois. Fidèle aux valeurs de la boutique, Mère Hélène porte une attention particulière à chaque commande. « Si nous décelons une anomalie, nous passerons un coup de fil à la cliente pour nous assurer qu'il ne s'agit pas d'une erreur, explique madame Poirier. Si un produit n'est plus disponible, nous proposerons un équivalent au lieu de simplement livrer la commande avec un article en moins. » Les réseaux sociaux jouent un rôle majeur dans le succès de l'entreprise. Les 20 000 fans Facebook représentent une clientèle très engagée, et les propriétaires de Mère Hélène n'hésitent pas à les faire participer à leurs décisions. « À l'automne, nous sommes allées dans un salon d'achats à Las Vegas. Nous avons diffusé des vidéos en direct sur notre page Facebook et demandions l'avis de nos clientes sur les produits à faire entrer dans les boutiques, raconte Nathalie. C'est l'équivalent d'une étude de marché sur les réseaux sociaux, et nos clientes sentent que leur opinion compte réellement. » ■

Vos employés se démarquent? Votre entreprise a reçu un prix? Votre culture d'entreprise est différente et vous voulez en parler? Votre expérience nous intéresse. Contactez notre équipe de rédaction afin de partager vos bons coups, votre fierté : emilie@detailquebec.com.

Témoignage

Étoile du secteur



Maryka Laperle

Responsable d'équipe,
Mère Hélène, Brossard

Un coup de cœur

Maryka Laperle avait 18 ans et poursuivait des études en éducation spécialisée quand elle a été recrutée comme conseillère à temps partiel chez Mère Hélène. « Je cherchais un travail près de mon domicile, raconte-t-elle. J'ai été embauchée à la première boutique Mère Hélène, alors située à LaSalle. J'y ai été accueillie comme si j'étais un membre de la famille et, avec les années, j'ai pu explorer divers aspects de l'entreprise : réception de marchandises, envois postaux, web. »

Une occasion à saisir

Après avoir combiné sa carrière de technicienne en éducation spécialisée à son emploi à la boutique, son cœur a balancé. « Les propriétaires m'ont toujours offert la flexibilité nécessaire pour exercer les deux métiers. Aujourd'hui, je me consacre entièrement à Mère Hélène », explique Maryka. Dernièrement, les propriétaires de Mère Hélène ont délégué certaines tâches en créant des postes de responsable d'équipe dans chacune des quatre boutiques. C'est à Maryka qu'on a confié ce nouveau défi à la boutique de Brossard. Elle assure désormais la planification des horaires, la répartition des tâches et le maintien de l'harmonie entre les membres de l'équipe de son magasin, entre autres. C'est en quelque sorte l'équivalent d'un poste de gérante associé à un titre qui correspond davantage aux valeurs prônées par les boutiques Mère Hélène.

La famille avant tout

Le contact avec les clients, l'équipe avec laquelle elle travaille, les défis qui ne manquent pas, l'absence de routine : voilà ce à quoi carbure Maryka Laperle. Les avantages qu'elle tire de son emploi chez Mère Hélène sont également nombreux : horaire variable, rémunération supérieure au salaire minimum, relations respectueuses avec ses supérieures, qui sont toujours ouvertes et attentives aux idées et aux besoins des employés. À l'instar des jeunes de sa génération, Maryka accorde une place importante à la conciliation travail-vie familiale. L'équilibre, elle l'a trouvé chez Mère Hélène. « À l'Halloween, par exemple, comme nous sommes toutes des mamans, nous fermons la boutique à 16 h pour profiter de cette fête avec nos enfants, explique-t-elle. Chez Mère Hélène, nous sommes considérées comme des personnes, pas seulement comme des employées. On fait partie de la famille. »

Pour d'autres témoignages inspirants, consultez detailquebec.com.

Organisme à découvrir

Un vent de nouveauté pour le programme Fringues & Cie du Y des femmes de Montréal



Une participante au programme Fringues & Cie.

Depuis 141 ans, le Y des femmes de Montréal (YWCA) veut contribuer à réduire l'exclusion et les inégalités sociales et de genre, ainsi que l'ensemble des violences faites aux femmes et aux filles. Parmi les actions posées par le Y des Femmes de Montréal pour remplir cette mission, nous retrouvons le programme d'employabilité Fringues & Cie et son école-entreprise Fringues Friperie.

En collaboration avec Malorie Sarr, coordonnatrice-formatrice à Fringues & Cie, Y des femmes de Montréal (YWCA Montréal)

Une école-entreprise

Créée en 1998, l'entreprise d'insertion Fringues & Cie offre une expérience professionnelle reconnue et rémunérée en vente et en service à la clientèle à des femmes éprouvant des difficultés à intégrer le marché du travail. Depuis sa création, l'entreprise a permis à environ 420 femmes d'être formées au métier de commis-vendeuse. Financé par Emploi-Québec, le programme de 26 semaines est offert en collaboration avec le Centre de ressources éducatives et pédagogiques de la Commission scolaire de Montréal. Il propose aux participantes un encadrement personnalisé, une formation complète en vente et service à la clientèle, un entraînement pratique et un stage d'un mois à l'externe. Au terme de ce programme, les participantes reçoivent une attestation de formation d'insertion socioprofessionnelle (ISP).

Une formation revisitée

Fringues & Cie a récemment apporté des améliorations à son programme afin de répondre adéquatement aux besoins du marché. L'entreprise a notamment adapté le contenu de ses cours, éliminé la limite d'âge des participantes et augmenté le nombre d'heures de formation théorique. De plus, l'ensemble des activités est donné en alternance avec le travail en boutique afin qu'une consolidation optimale des acquis soit assurée. L'école-entreprise utilise d'ailleurs plusieurs guides d'apprentissage conçus par Détail Québec, dont celui portant sur le service à la clientèle, qui est grandement apprécié des participantes.

Des employées de qualité et certifiées

Pour accueillir des stagiaires ou pour recruter de la main-d'œuvre qualifiée, communiquez avec les responsables du programme Fringues & Cie, au 514 866-9941, poste 284, ou écrivez à msarr@ydesfemmesmtl.org.

FORMATIONS

AVEC REMBOURSEMENT SALARIAL

DES ATELIERS CONÇUS À PARTIR
DES ENJEUX DU COMMERCE DE DÉTAIL!



Expérience client et conclusion de la vente

Améliorez l'expérience de vos clients pour augmenter vos ventes

2 mars 2017 - Montréal

Maîtriser les techniques de merchandising visuel

Utilisez les techniques les plus efficaces

21 février 2017 - Montréal

Bâtissez votre stratégie de merchandising

Favorisez l'acte d'achat tout en affirmant l'identité
de votre entreprise

28 mars 2017 - Saint-Jean-sur-Richelieu

Prévenez le vol et la fraude en magasin

Réduisez vos pertes grâce à un plan d'action approprié

26 avril 2017 - Québec

Caissiers : Meilleures pratiques de service client et de prévention de la fraude

Apprenez comment agir avec des clients difficiles
et en situation de vol/fraude

12 avril 2017 - Montréal

NOUVEAU!

INSCRIVEZ PLUS
DE 3 PARTICIPANTS
À UN ATELIER
PAYANT ET OBTENEZ
UNE LICENCE DE
FORMATION EN LIGNE
SUR L'ÉTIQUETAGE ET
L'EXACTITUDE
DES PRIX

(valeur de 100 \$ + tx,
valide un an).

Limite d'une licence (forfait
illimité) par entreprise

COÛT : 235 \$ + tx
par participant (250 \$ + tx
pour les non-membres)
(cahier de formation, le repas
du midi et attestation inclus)

Le salaire des participants sera
remboursé jusqu'à un maximum*
de 75 \$ par participant.

*Calculé à partir du salaire horaire
du participant

FORMATION GRATUITE SANS REMBOURSEMENT SALARIAL

Réussir sa transition vers le commerce en ligne

Découvrez les meilleures pratiques du commerce électronique

28 février 2017 - Québec • 19 avril 2017 - Laval

Formation d'une demi-journée exclusive aux entreprises de 10 employés et plus

ACTIVITÉ GRATUITE

(maximum de 2 participants
par entreprise)

INSCRIPTION

Visitez detailquebec.com sous Mutuelle de formation (calendrier des formations) ou communiquez avec
madame Syndie Zamor au 1 888 393-0222, poste 204, ou à syndie@detailquebec.com.

Devenez membre de la Mutuelle de formation et profitez de prix avantageux.

L'adhésion est gratuite et aucun engagement n'est requis.

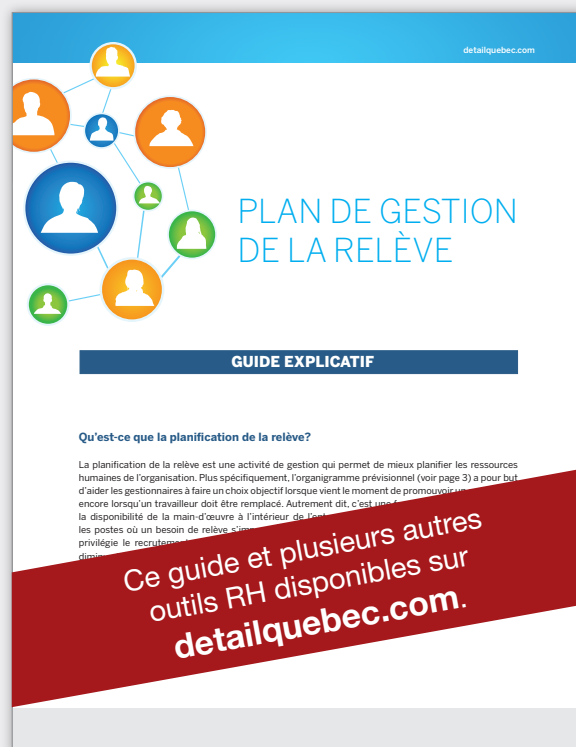
Programme SAQ-HEC Montréal en commerce de détail

Le programme SAQ-HEC Montréal en commerce de détail sera offert pour une huitième année, à compter de janvier 2017.

D'ailleurs, dans le cadre de ce programme, Patricia Lapierre, directrice générale de Détail Québec, et Manuel Champagne, directeur adjoint, présenteront un atelier sur la gestion des ressources humaines.

Ce programme intensif de formation s'adresse aux gestionnaires et aux propriétaires-détaillants. Il vise à améliorer les connaissances et les habiletés des gestionnaires en commerce de détail afin de les aider à mieux assurer la rentabilité de leur entreprise et à mieux adapter leurs pratiques à l'évolution de leur environnement d'affaires.

Pour en savoir plus, consultez le hec.ca/ed/saq, ou composez le 514 340-5673.



la | Événements les affaires

Sommet Marketing à l'ère de la transformation numérique

21 février 2017 | Centre-ville, Montréal

10% de rabais avec le code promo 1DÉTAIL

Hop! le Sommet du commerce de détail

- **1 300** participants;
- **70** conférenciers de haut niveau;
- **75** exposants ayant des solutions concrètes pour vous;
- **1** soirée réseautage pour échanger et pour discuter d'affaires;
- **2** journées bien remplies qui valent pleinement l'investissement.

Profitez d'un rabais de **20 %** jusqu'au **13 janvier 2017**
> sommets.cqcd.org/#HOP17

21-22 mars 2017 au Palais des congrès de Montréal



Rédactrice en chef
Émilie Carle, coordonnatrice aux communications

Collaborateurs
L'équipe de Détail Québec
Émilie Pelletier, réviseuse

Conception graphique
Tic Tac Communications

La Vitrine est tirée à 6 000 copies et est aussi disponible sur detailquebec.com.

Détail Québec
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail
550, rue Sherbrooke Ouest, tour Ouest, bureau 590
Montréal (Québec) H3A 1B9
Téléphone : 514 393-0222
Sans frais : 1 888 393-0222
Télécopieur : 514 393-9037

Cette publication a été produite grâce à la contribution financière de la Commission des partenaires du marché du travail et avec l'appui des partenaires du commerce de détail.

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec et Bibliothèque nationale du Canada
ISSN 1910-1252 version imprimée
ISSN 1923-5089 version en ligne

Commission des partenaires du marché du travail
Québec



NOTE

L'utilisation du masculin a été choisie pour des fins de lisibilité. Il inclut le féminin et ne se veut aucunement discriminatoire.



Groupes de produits issus de forêts bien gérées, de sources contrôlées et de bois ou fibres recyclés.
www.fsc.org Cert no. XXX-XXX-000
© 1996 Forest Stewardship Council