



La confiance importe plus que jamais pour un important fournisseur de services d'accueil

Le secteur du tourisme d'accueil a été durement touché par la COVID-19, et la confiance est un important catalyseur de la reprise. Elle se gagne au moyen de l'expérience offerte, tant aux clients qu'aux employés.

C'est chez soi que l'on se sent le plus en sécurité et protégé. La vie durant la pandémie nous en a fait prendre davantage conscience. Mais qu'en est-il de notre deuxième chez nous, là où nous logeons quand nous sommes en déplacement? Comment pouvons-nous faire confiance à ces lieux?

C'est là une question cruciale avec laquelle un important fournisseur de services d'accueil était aux prises. Le secteur a été perturbé par les restrictions de sécurité mises en place en raison de la crise de la COVID-19. Le fournisseur en question, une marque bien connue dans le domaine, a compris qu'il serait essentiel pour sa prospérité future d'intégrer la confiance à toutes les facettes de ses activités.

Les services de Deloitte ont été retenus par le chef des ressources humaines. Dans le cadre d'ateliers virtuels, Deloitte devait aider l'organisation à favoriser la confiance à l'égard des initiatives de transformation de la main-d'œuvre et du milieu de travail.

De la réaction à la prospérité

Nous sommes d'avis que la confiance est un facteur de différenciation qui s'étend à l'ensemble des régions, des services et des secteurs. Le fournisseur savait que Deloitte s'engageait à favoriser la confiance et à établir un dialogue mondial sur le sujet.

La première étape a été de présenter aux cadres supérieurs et au personnel des RH, chez le fournisseur de services d'accueil, un atelier sur la stratégie en gestion des talents qui intégrait le cadre axé sur la confiance de Deloitte. Alors que la marque se préparait à revenir avec plus de vigueur, le client devait explorer les principaux éléments du travail, de la main-d'œuvre et du lieu de travail. L'atelier a intégré les quatre dimensions de la confiance — physique, émotionnelle, financière et numérique — aux conversations sur un large éventail de sujets, notamment les suivants :

- Comprendre le changement de mentalité qui s'impose pour passer de la « réaction » à la « prospérité »
- Déterminer et gérer les incertitudes du contexte actuel, ainsi que leurs répercussions
- Instaurer la confiance comme catalyseur de la reprise
- Optimiser la productivité afin de maintenir un rendement élevé

Les discussions ont couvert beaucoup de matière, notamment la façon de reprendre la prestation des services et de rehausser



Nous sommes d'avis que la confiance est un facteur de différenciation qui s'étend à l'ensemble des régions, des services et des secteurs.

l'expérience du fournisseur dans les canaux physiques et numériques, le fardeau émotionnel pour le personnel et les tendances actuelles en capital humain, ainsi que les tactiques pour respecter des normes strictes de sécurité et d'hygiène.

Notre travail était associé à trois catalyseurs de la confiance : leadership authentique et résilient, expérience de la main-d'œuvre et lieu de travail de l'avenir, ainsi que culture et raison d'être.

Guidé par le cadre axé sur la confiance

« Il se trouve que le fournisseur de services d'accueil est particulièrement avancé pour ce qui est de comprendre la confiance », a indiqué Jennifer Lee, associée directrice de la plateforme de croissance des Propositions de valeur axées sur les enjeux (PVAE).

« La discussion était centrée sur "comment" intégrer la confiance dans tous les aspects des activités : les clients, les fournisseurs, les employés, les collectivités et les actionnaires, et nous nous sommes très rapidement orientés vers la façon dont le client peut évaluer la confiance au fil du temps dans l'ensemble de ces groupes. »

« Dans toutes les décisions que les membres du conseil ou de la direction avaient à prendre, le cadre axé sur la confiance a été utile pour les guider et pour valider le travail qu'ils accomplissaient déjà », a ajouté Fatima Laher, associée leader mondiale du service à la clientèle.

L'équipe responsable de la confiance chez Deloitte et nos collègues à l'échelle mondiale, de Monitor Deloitte et des groupes Capital humain et Avenir du travail, ont présenté des perspectives et des études propres au secteur, qui ont servi à informer le client et à obtenir son engagement. L'atelier a aidé le client à comprendre comment il peut appliquer les *quatre dimensions humaines de la confiance* dans les interactions entre tous les groupes de parties prenantes. ◯

Personnes-ressources

Nick Galletto

Associé
ngalletto@deloitte.ca

Fatima Laher

Associée
flaher@deloitte.ca

Praveck Geeanpersadh

Associé
prgeeanpersadh@deloitte.ca

Michael Cherny

Directeur principal
micherny@deloitte.ca