



Euro Attractions Show
January 23-25, 2008

23-Jan-08 Mercredi
15:30 - 16:15

Motivation des employés.
Comment maintenir un effectif heureux, en
forme et disponible pour le client ?

Euro Attractions Show

23 janvier -25 janvier, 2008 Nice France

The Disney APPROACH to Employee Retention

John Holland
General Manager,
Disney's Animal Kingdom



WALT Disney World Resort

La motivation et l'engagement émotifs: qu'est-ce que c'est ?

L'engagement, c'est le degré d'implication des membres du personnel vis-à-vis de leur travail ou d'une personne. Ce degré d'implication détermine leur capacité de travail et la durée de leur fidélité.

2 Types d'engagement



Engagement rationnel

La mesure dans laquelle les employés sont convaincus que leur supérieur, leur équipe ou leur employeur agit dans leur intérêt (financier, professionnel ou en matière de développement personnel).



Engagement émotif

La mesure dans laquelle les employés apprécient leur leader, l'entreprise ou leur travail, y prennent plaisir et y croient.

4 Objet de l'engagement

Travail quotidien

Equipe

Leaders directs

Organisation

Résultat

Effort voulu
Faire toujours plus et au-delà

Intention de rester
Envie de rester

WALT Disney World Resort

Engagement contre satisfaction

Employés satisfaits

Un employé satisfait se sent à l'aise, équilibré, son comportement est gratifiant car ses attentes ont été prises en compte

Employés engagés

Des employés engagés sont pleins d'énergie, de passion, ils se sentent impliqués et se consacrent à leur travail

WALT DISNEY World Resort

Quel est le niveau d'engagement de la population active?

13%

de la population active sont fortement démotivés.

'Les désabusés'

76%

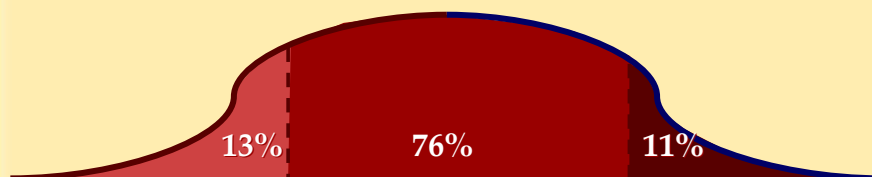
de la population active ne sont ni engagés ni désengagés.

'Les agnostiques'

11%

de la population active sont très engagés.

'Les convaincus'



Resources: Corporate Leadership Council, 2004 Employee Engagement Survey

WALT DISNEY World Resort

Les principes de base

- Former nos managers à promouvoir l'engagement et l'épanouissement de notre effectif, et à lui inculquer la responsabilité de l'expérience positive des visiteurs
- Uniformiser nos processus internes, la formation continue et les outils de travail
- Simplifier les objectifs de performance du personnel et mobiliser davantage ce dernier vis-à-vis de notre mission

thebasics

WALT DISNEY World Resort

Les principes de base du service Disney



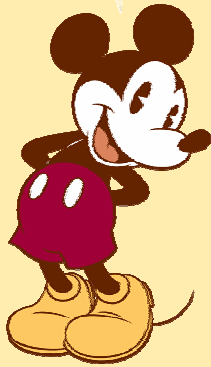
- Projection d'une image positive et énergique
- Courtoisie et respect vis-à-vis de tous les visiteurs, y compris des enfants
- Fidélité au personnage incarné et à son rôle
- Aspiration à une performance toujours plus élevée

"Je peux faire la différence du point de vue du client"

thebasics

WALT DISNEY World Resort

Les principes de base du leader Disney



- Montrer l'exemple aux membres de son équipe de personnages
- Maîtrise et mise en oeuvre de son rôle, et transmission de ce savoir-faire aux membres de son équipe de personnages
- Pilotage et contrôle de la performance et des optimisations opérationnelles de l'équipe

"Je peux faire la différence pour un visiteur ou un membre de mon équipe"

thebasics

WALT DISNEY World Resort

Je montre l'exemple à mon équipe en matière d'engagement

- S'intéresser sincèrement aux membres de son équipe
- Les traiter avec gentillesse et respect et valoriser leur diversité
- Etre à l'écoute de leurs attentes et assurer un suivi réel et rapide des solutions à leurs préoccupations
- Aspirer à devenir un leader plus efficace en évoluant et en s'adaptant à partir de l'expérience quotidienne

thebasics

WALT DISNEY World Resort

La maîtrise des opérations et la transmission de ce savoir-faire aux membres de son équipe

- Savoir où et quand il faut être présent
- Être disponible, visible, capable d'intervenir et d'aider dans la conduite des opérations en cas de nécessité
- Illustrer et enseigner les principes de base du service Disney sur scène et promouvoir l'interaction entre les personnages de l'équipe et les spectateurs
- Prendre des mesures pour assurer le transfert du savoir-faire et des compétences aux membres de son équipe
- Gérer efficacement les activités commerciales
- Interpréter l'information efficacement et expliquer clairement le pourquoi du comment de chaque décision

thebasics

WALT DISNEY World Resort

Piloter et contrôler la performance de l'équipe et les optimisations opérationnelles

- Reconnaître et rendre hommage aux améliorations et aux bonnes performances
- Décrire en quoi l'intervention de l'équipe change les choses du point de vue des spectateurs
- Communiquer systématiquement et équitablement les attentes, et défendre les critères en place
- Examiner la pratique, supprimer les obstacles et identifier des optimisations potentielles dans les processus quotidiens
- Savoir quand décider et quand déléguer les décisions à l'équipe
- Contrôler et évaluer efficacement les opérations

thebasics

WALT DISNEY World Resort

Pourquoi ce travail de base

- La stratégie Guest Service – ‘Un scénario unique’
- Une stratégie à long-terme de l’équipe des personnages et du leader qui permette de répondre aux attentes
- Uniformisation de nos processus internes, de la formation, des critères d’évaluation et des outils professionnels
- L’engagement sur le service . . . faire de notre produit une expérience différente

thebasics

WALT DISNEY World Resort



ASTRID LINDGREN'S VÄRLD

*Parc thématique situé dans le sud de la suède, inspiré des histoires
du célèbre auteur de littérature pour enfants*

*Astrid Lindgren
1907 - 2002*

Site: Vimmerby (petite commune de 7 000 habitants, population totale
de la municipalité 16 000)



Distances:

Vimmerby-Stockholm	290 km
Vimmerby-Göteborg	265 km
Vimmerby-Malmö	350 km

**3 à 4 heures de trajet en voiture jusqu'à Stockholm,
Gothenburg et Malmö**

Vimmerby-Linköping	100 km
Vimmerby-Växjö	125 km
Vimmerby-Jönköping	120 km

**La grande ville et l'aéroport les plus proches se situent
à environ 90 minutes de route**

Vimmerby-Oslo	556 km
Vimmerby-Copenhague	416 km
Vimmerby-Travemünde	682 km



Le cadre thématisé de notre parc propose des mises en scène quotidiennes de certains passages des livres les plus connus d'Astrid Lindgren. Plus de 60 personnages-enfants, issues de ses histoires les plus populaires, transforment le monde d'Astrid Lindgren's en un pays magique de contes et de divertissement.

Quelques chiffres

Surface 13 hectares au total
du parc

Effectif 20 salariés permanents et 330
saisonniers

Ouverture Mi-mai à fin août

Fréquentation 445 000 en 2007
(dont 31% de visiteurs étrangers)

Program. 6 spectacles et plus de 50 scènes issues de 8
histoires différentes /jour

10 boutiques

4 restaurants et 15 enseignes de restauration
rapide

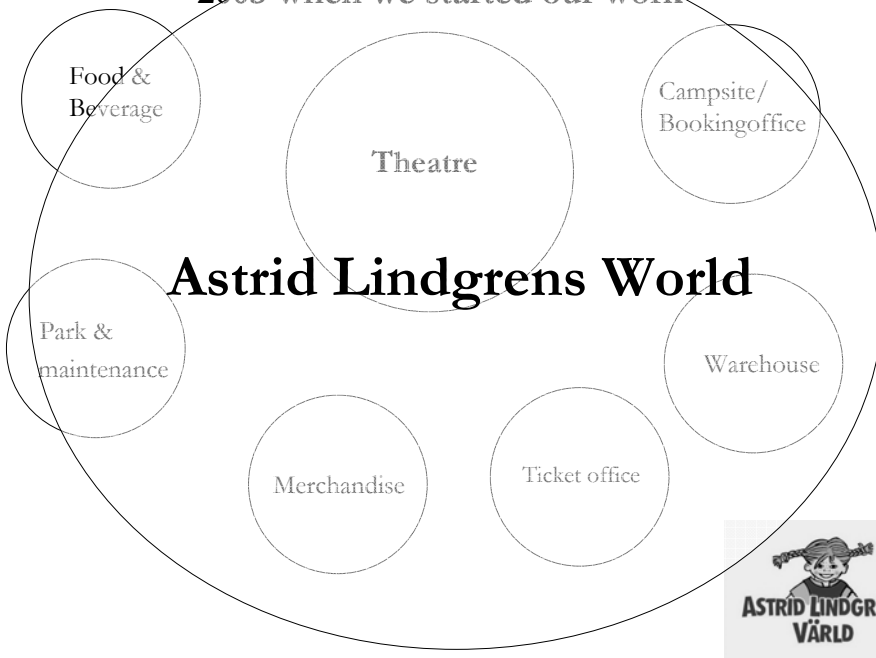
2,200 places de parking et une gare devant le parc

Notre propre village de vacances et terrain de camping à
proximité du parc avec une capacité d'accueil d'environ
1000 visiteurs.

Six hôtels partenaires à proximité



2003 when we started our work



Objectifs stratégiques 2003/2004

- Respect du credo Astrid Lindgren, à savoir que "chaque individu possède la même valeur".
- Si nos employés pensent qu'il est valorisant et plaisant de travailler pour notre entreprise, nous n'aurons pas à nous préoccuper de leur motivation ou de la qualité de leur travail.
- Faire comprendre à notre effectif que chacun d'eux est essentiel pour faire vivre le monde onirique que viennent chercher nos visiteurs.
- Mise en place d'une nouvelle organisation.
- Nouveau processus de recrutement.
- Recentrage sur notre coeur de métier et sur le travail RH.



....2004-2007..où en sommes-nous ?

- Externalisation de plusieurs services et différentes fonctions
- Mise en place de la nouvelle organisation et de nouvelles conditions opérationnelles
- Nouveau processus de recrutement, achat de biens immobiliers pour loger les saisonniers
- Création d'une association du personnel avec trois stations de ski
- Horaires d'ouverture et de travail souples et par équipes, conformément à la demande de la clientèle
- Mais le plus important, c'est que nous continuions d'investir dans notre personnel, afin que nos employés soient:

épanouis – motivés – en forme

épanouis – motivés – en forme

•EPANOUIS

- *Cercle du personnel, avec une nouvelle activité par semaine*

Exemples; soirée d'ouverture du parc, bowling, soirées-spa, paintball, visites d'autres parcs comme Liseberg, Grona Lund ou le parc aquatique de Skara, karting, tournois de football, visites de Västervik par la mer, concours de chant, soirée de fin de saison, anniversaires de tous les employés avec cadeaux, visite du lieu de naissance d' Astrid Lindgren.....

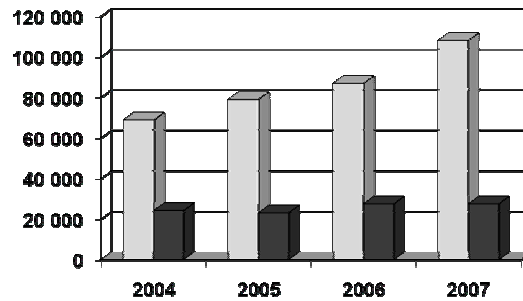
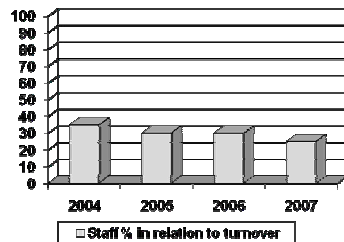
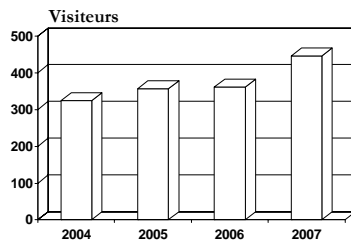
•MOTIVES

- *Présentation détaillée pour cadres et non-cadres*
- *Informations sur Astrid Lindgren par les proches*
- *Membres de la direction dans l'opérationnel en haute saison*
- *Réunions hebdomadaires avec feedback sur la performance au travail, les entrées et le CA*
- *Intranet*

•EN FORME

- *Embauche d'une infirmière pour le personnel*
- *Tarifs préférentiels dans les clubs de gym locaux*
- *Semaines santé avec séminaires, équitation et autres activités*
- *Service santé interne*
- *Spinning matinal, massage, cours de yoga ...*

Fréquentation, CA et personnel 2004 - 2007

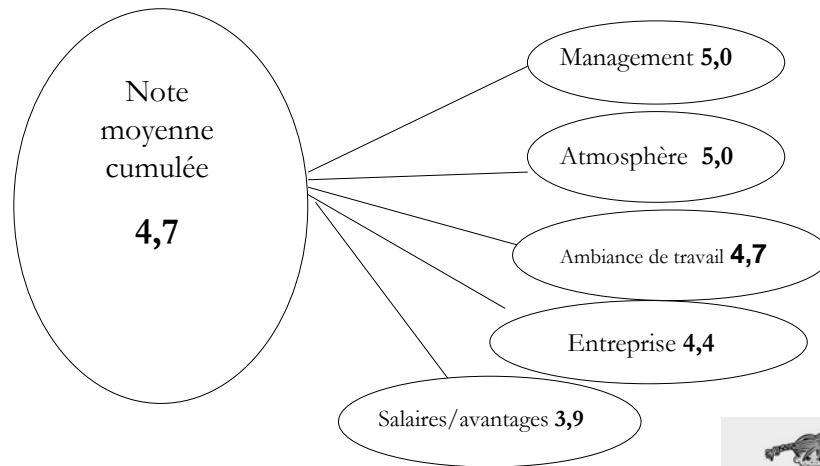


□ Turnover ■ Staff



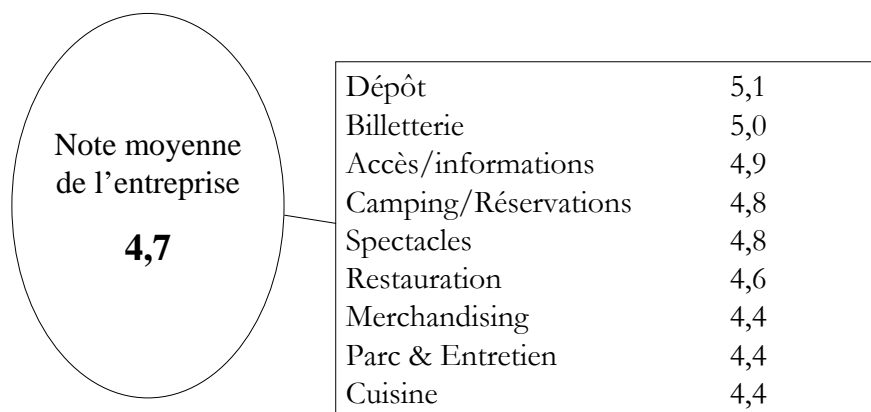
L'avis de notre personnel....

18 notations de 1 à 6



Ce qu'en pensent les différents services....

18 évaluations, de 1 à 6



**96 % des visiteurs déclarent avoir l'intention de revenir
en 2008.....**

