

MOT DU PRÉSIDENT

Des employés engagés

Selon la firme Towers Perrin qui vient d'effectuer un sondage auprès de 90 000 employés dans 18 pays, les employés désirent fortement être « engagés » dans leur travail, c'est-à-dire consentir un effort discrétionnaire pour aider l'entreprise à parvenir au succès. Or, malgré cela, à peine 21 % font la preuve d'engagement au travail. Ce chiffre démontre le peu d'efficacité avec laquelle les entreprises sollicitent cet effort en vue de dynamiser leurs résultats.

Nous consacrons beaucoup d'énergie et d'argent à mieux connaître nos clients. Or, dans notre industrie où la main-d'œuvre est primordiale, il serait temps de procéder à un examen aussi fin des employés afin de mieux savoir comment gérer nos ressources humaines. Avec le décret, notre industrie accorde de très bonnes conditions de travail, mais comme le disent les spécialistes de Towers Perrin : « Il est impossible d'acheter une main-d'œuvre engagée ».

Face aux difficultés de recrutement que nos entreprises ont déjà commencé à ressentir, nous devons faire preuve de leadership. Il n'y aura pas de formule miracle, mais des stratégies devront être clairement établies. À ce chapitre, la perception que les employés ont de la haute direction est importante, tout comme la réputation et l'intégrité de l'organisation.

Jean-Yves Roy, président

Le futur de l'entretien en 10 étapes

Roger Gauthier

Notre industrie a subi plus de changements dans les dernières années que depuis le début de l'entretien comme industrie. Que ce soit l'évolution des tapis, des vinyles, de la division de l'espace sans murs qui réduit dramatiquement le temps pour passer l'aspirateur, de la technologie informatique, de la défense de fumer qui réduit l'époussetage ou du courriel qui réduit la quantité de papier, tout concourt à changer le temps et nos techniques d'entretien.

Or, face à ces changements, notre industrie a-t-elle modifié ses façons de faire et ses équipements. Oui, sûrement un peu mais pas suffisamment selon M. Ian G. Greig de chez Daniels Associates, inc. qui, lors du dernier congrès de la WFBC à Séoul, livrait aux congressistes sa liste des dix étapes que l'industrie doit franchir pour se mettre au pas du futur. Je les laisse à votre réflexion.

- 1 Être agressif en disant au client ce qui a besoin d'être fait plutôt que d'être soumis comme nous l'avons été dans le passé.
- 2 Passer l'aspirateur dans toutes les salles, allées et corridors, qu'ils soient en tapis ou de surfaces dures avec un grand aspirateur de 24 à 32 pouces à batterie.
- 3 Passer la vadrouille humide sur toutes les surfaces dures avec une vadrouille plate à micro fibre.

- 4 Épousseter toutes les surfaces avec un chiffon micro fibre.
- 5 Adopter l'entretien de jour pour tout le nettoyage.
- 6 Étudier la possibilité d'utiliser de l'équipement robotisé pour l'entretien des grands espaces.
- 7 Accroître l'offre de services au client en fournissant le personnel et la gérance pour d'autres services que l'entretien.
- 8 Louer l'équipement à court ou à long terme.
- 9 Accroître la durée de la clause d'annulation dans nos contrats.
- 10 Envisager des partenariats et travailler globalement dans nos édifices sous contrats.

En terminant, M. Greig rappelle que pour mettre ces idées en pratique, il est vital de comprendre que le client que nous servons aujourd'hui est d'une race différente que celui que nous servions dans le passé. Le client d'aujourd'hui n'a aucune expérience en entretien et il n'a aucune idée sur le comment accomplir l'entretien de son édifice. Il vise un résultat final qui généralement excède son budget. À nous d'agir. ■

Vous voulez réagir à cet article? Nous attendons vos commentaires à fortier.gauthier@sympatico.ca

Le service à la clientèle

Roger Gauthier

Saviez-vous qu'il en coûte dix fois moins de vendre à un client actuel qu'à un nouveau client? Voilà la question que pose Patrick Leroux dans son bulletin hebdomadaire.

Cela semble peut-être évident, toutefois, un récent article du Journal des affaires affirmait que seulement 40 % des entreprises québécoises se préoccupent vraiment du service à la clientèle. M. Leroux y va donc de quelques conseils.

- **Écoutez le client.** Écoutez leurs besoins, leurs désirs, leurs peurs, leurs frustrations. À quand remonte le dernier sondage fait auprès de vos clients?
- **Le client a toujours raison.** Le client a-t-il toujours réellement raison? Bien sûr que non! Le client a toujours raison dans le sens que s'il décide de dépenser son argent ailleurs...
- **Trois phrases à éviter.** Les trois pires phrases à dire à un client sont : « C'est pas notre job! », « On a toujours fait ça comme ça! », « Désolé, c'est notre politique! ». Ne jamais oublier qu'un client insatisfait en parle en moyenne à onze personnes. (suite à la page 3)

Membres associés
de L'AESEO



Naturellement...



Distributeur exclusif

TENNANT

Nouveau

Nettoyeuse à tapis
autoportée **R14**



- Technologie Ready-Space (séchage en 30 min.)
- Technologie « deep-extraction »
- Diminue la prolifération de bactéries
- Utilise 80 % moins d'eau
- Augmente la sécurité (temps de séchage)
- Ergonomique et facile à manoeuvrer
- Système performant délogeant un maximum de saleté
- Panneau de contrôle « soft touch »
- Productivité (par heure) 13000 pi²

Nouvelle série d'autolaveuses
L'incomparable série T

T3



T5



T7



SUCCURSALE MONTRÉAL

8253 Boul. Metropolitain Est, Arr. Anjou, Montréal (Québec) H1J 1K6

1-800-363-2776

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE (SUITE)

- **Bien gérer les plaintes.** Se rappeler que pour chaque client qui se plaint, 28 clients ont pensé la même chose mais qu'ils n'ont rien dit.
- **Dites merci.** Il ne faut surtout pas prendre les clients pour acquis. Il est recommandé d'organiser une activité de reconnaissance ou une sortie avec les meilleurs clients au moins une fois par année. L'idée est de créer un sentiment de loyauté auprès des clients actuels.

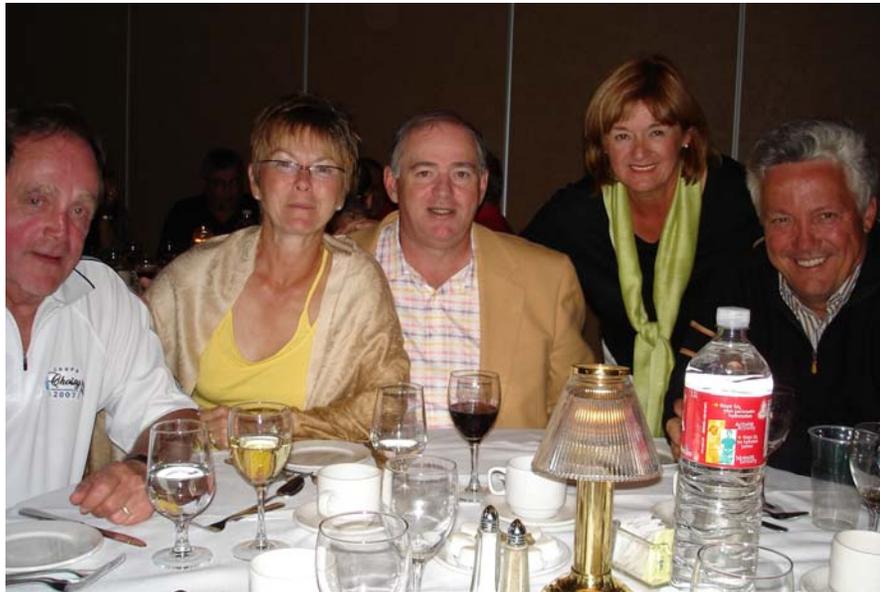
Fondamentalement, l'idée est d'offrir un service de qualité exceptionnelle afin qu'après un certain temps, grâce au bouche-à-oreille, il ne soit plus nécessaire de faire de la publicité. ■

Qu'en dites-vous? Envoyez vos commentaires à fortier.gauthier@sympatico.ca

EN BREF

Tournoi de golf annuel

Pour la deuxième année, l'AESEQ a tenu son tournoi de golf annuel pour ses membres entrepreneurs et ses membres associés. C'est donc dans la bonne humeur que tout ce beau monde s'est retrouvé au Club de golf les quatre domaines à Blainville sous un soleil radieux de début septembre. Un tournoi sans compter les points, sans prix, juste du plaisir. Un tournoi pour se reposer des tournois. Les participants ont apprécié se retrouver sur la terrasse en fin d'après-midi pour un cocktail où il était question de tout sauf de travail. La journée de golf s'est terminée par un excellent souper. Une belle façon de terminer la saison estivale. À l'an prochain !



Un groupe d'heureux golfeurs et golfeuses. Dans l'ordre habituel, Yves Famelart (Laboratoires Choisy), Francine et Normand Charrette, Denise Bouchard et Jean-Yves Roy (Services ménagers Roy)

Acquisition à l'échelle mondiale

L'industrie de l'entretien d'édifices ne fait pas exception au mouvement d'acquisition d'entreprises à l'échelle mondiale. La dernière en date est l'achat de l'américaine Unicco Service Company (revenus de 72 millions en 2007) par la firme australienne United Group qui veut ainsi étendre ses opérations en Amérique du nord.

Trois nouveaux membres

L'AESEQ souhaite la bienvenue à trois nouveaux membres.

En effet, lors des derniers mois, l'AESEQ a eu le plaisir d'accueillir deux nouveaux membres entrepreneurs et un nouveau membre associé. Du côté des entrepreneurs, il s'agit de **Service d'entretien Fany inc.** de Sainte-Mélanie représenté par M. Richard Larivière et de **Entretien Astoria (9138-4479 Québec inc.)** de Montréal représenté par M. Alex Stamatopoulos.

Du côté des membres associés, il s'agit du courtier en service d'assurance **AON** représenté par Messieurs Marc Nadeau et Maxime Felton. Pour en connaître davantage sur ces entreprises, rendez-vous à www.aeseq.org

Pour des informations sur un membership à l'AESEQ, l'adresse est fortier.gauthier@sympatico.ca

Commandite du dîner de Noël de Boma

Suite au succès de l'an dernier, l'AESEQ renouvèle sa commandite du dîner de Noël de Boma. Cet organisme regroupe les propriétaires et dirigeants des immeubles de Montréal.

Le logo et le nom de l'AESEQ ainsi que le logo et le nom des entreprises membres participantes seront en évidence sur la lettre d'invitation et sur les écrans électroniques lors du dîner. Voilà un exemple où le fait d'être membres de l'AESEQ permet de partager les coûts d'une commandite importante et où de plus petits entrepreneurs peuvent jouir d'une plus grande crédibilité en associant leur nom aux grandes entreprises.

PROCHAINE ACTIVITÉ

L'AESEQ tiendra son assemblée générale le 5 décembre prochain à l'hôtel Intercontinental à 16 h. Cette assemblée réunit les propriétaires et dirigeants des entreprises membres ainsi que les membres de leur équipe cadre, particulièrement les responsables des ressources humaines.

Se joignent également aux entrepreneurs, les représentants des fournisseurs qui sont membres associés de l'AESEQ.

Après l'assemblée générale, tous les membres présents se retrouveront au bar Chez Plume pour un cocktail de Noël.

RESPONSABLE DE LA PUBLICATION : ROBERT BARBEAU | RÉDACTEUR EN CHEF ET COORDINATION : ROGER GAUTHIER | MISE EN PAGES : RITA ALDER

ENTRETIEN AVEC L'AESEQ EST PUBLIÉ PAR L'ASSOCIATION DES ENTREPRENEURS EN SERVICES D'ÉDIFICES QUÉBEC INC.
9000, RUE DE L'INNOVATION, ANJOU (QUÉBEC) H1J 2X9
WWW.AESEQ.ORG | FORTIER.GAUTHIER@SYMPATICO.CA | TÉLÉPHONE : (514) 524-1039 | TÉLÉCOPIEUR : (514) 523-4194