

Séminaires d'entreprise : quelques erreurs à éviter – 1^{ère} partie



Dans le monde du travail, les séminaires d'entreprises occupent une place toute particulière. Véritables concentrés de culture d'entreprise, ils marquent souvent durablement (pour le meilleur ou pour le pire) les participants et les organisateurs.

Depuis plusieurs années, j'accompagne des entreprises dans la conception de «temps collectifs» (séminaires de direction, conventions de managers, assemblées

générales, universités d'entreprise, etc.). J'ai également l'opportunité, en tant que conférencier, d'intervenir lors de nombreux événements de cette nature. Cette double casquette m'a permis de relever quelques erreurs fréquemment commises (y compris par moi) dans la conception et l'animation de ce type d'événement.

Erreur n°1 : l'agenda surchargé ou irréaliste

« J'aimerais qu'à l'issue de la matinée, nous ayons bouclé notre plan stratégique »

« Chaque manager doit repartir de la journée avec un plan d'actions détaillé, les étapes, les livrables, les prospects à contacter, etc. »

« Si on supprime la pause de 10h et qu'on raccourci le déjeuner, on pourra caser la séquence XXX ».

Lorsqu'il accompagne une entreprise dans la préparation d'un séminaire, le consultant est souvent soumis à des demandes irréalistes ou inadaptées. De multiples raisons peuvent expliquer ce phénomène : stress de l'organisateur, volonté d'impressionner, etc.

Une des conditions de réussite de ce type d'événement réside dans la capacité du consultant à challenger voire à refuser certaines de ces demandes.

Les points d'achoppement classiques concernent les pauses et le temps libre. Dans des organisations droguées aux indicateurs, l'existence de séquences sans « livrable » fait parfois grincer des dents. Dans ces cas, le consultant peut avoir une vraie valeur en rappelant l'importance du networking informel (et pourquoi pas, en faire un indicateur de satisfaction du séminaire !).

Erreur n°2 : sous-budgéter (ou sur-budgéter) l'événement



« *Chantal apportera son appareil photo et Luc filmera la séquence avec son téléphone* »

« *On pourra mettre deux managers par chambre* »

« *Je n'ai pas prévu de budget pour les intervenants extérieurs* »

Organiser un temps collectif réussi requiert du temps et un budget adapté. Imaginer que l'on puisse faire l'impasse sur l'une ou autre de ces dimensions est illusoire.

Le « cheap » n'est pas condamnable en soi mais l'entreprise doit savoir que ce positionnement sera perçu par les salariés et largement répercuté en dehors de l'entreprise. Si l'entreprise dispose d'un budget serré, mieux vaut le dire simplement. Obliger des collaborateurs à partager une chambre au nom de la « convivialité » est une insulte à leur intelligence.

Quant au mythe du « conférencier gratuit », c'est une illusion de l'esprit. Ceux qui acceptent sont mauvais ou sont là pour faire la publicité d'un autre produit (logiciel, livre, etc.) de manière plus ou moins subtile. La palme de la malhonnêteté revenant aux organisateurs qui facturent un ticket d'entrée (très) élevé aux participants d'un événement tout en demandant aux conférenciers d'intervenir gratuitement. De façon amusante, je constate que ces demandes émanent souvent du secteur du Luxe.

A l'inverse, la venue d'une star des médias, du sport ou de la politique doit être envisagée avec précaution. Les cachets mirobolants de ces intervenants sortent de plus en plus dans la presse, avec le risque de choquer des salariés à qui l'ont demande parfois de se serrer la ceinture. Au-delà, les organisateurs prennent le risque de faire déplacer de piètres orateurs qui seront moqués par les participants. Ceci étant posé, s'entendre dire que « *l'esprit d'équipe et l'humilité, c'est important* » par un sportif individualiste et millionnaire est un plaisir de fin gourmet...

A SUIVRE...

Si vous souhaitez un accompagnement pour la conception ou l'animation de votre séminaire, n'hésitez pas à [prendre contact](#)

