

Management de la génération Y Les 10 clés d'une intégration réussie

- 

Miser sur la diversité des tâches

Pour fidéliser des jeunes élevés dans un contexte de crise et de contrats courts, mais aussi d'ouverture sur le monde, **certains réflexes doivent évoluer**. Ainsi, le temps où un collaborateur se voyait assigner une mission précise, une tâche particulière semble dépassé. Dotés d'une maîtrise des outils informatiques et habitués à la manipulation d'une multiplicité de fenêtres sur leur écran, les jeunes se montrent rétifs à la réalisation d'une seule mission ou tâche. **Diversifier le travail pour éviter la répétition ou la monotonie est devenu un rouage d'attractivité**. De même, pour conserver une attention un peu « flottante », mieux vaut faire preuve d'imagination : par exemple, en lieu et place de réunions interminables autour d'une table, proposer des meeting debout, de quelques minutes.
- 

Opter pour la mixité générationnelle

Pour éviter les chocs de culture, rien de mieux que la création d'équipes intergénérationnelles. Elles se nourrissent en général de cette diversité, voire capitalisent sur elle. Au lieu de s'inquiéter de divergences d'opinions sur des méthodes de travail ou des regards sur tel ou tel sujet, les PME pourraient s'enrichir de ces différences. Si toutes les générations partageaient les mêmes modes de pensées, l'immobilisme pourrait guetter le monde de l'entreprise. Pour réussir la mixité et faire naître une vraie synergie, le système de tutorat représente une solution digne d'intérêt.
- 

Faire écho à une quête de sens

Intégrer des jeunes dans une équipe revient souvent à bousculer des méthodes appliquées de manière routinière. Les GenY ont tendance à questionner leurs collègues ou leur hiérarchie sur la finalité de la tâche à accomplir. Pour ces jeunes biberonnés à la surinformation et habitués à être en permanence connectés, le fait de connaître les raisons et enjeux d'un travail représente en effet, une condition sine qua non. **Cette génération du « Why » a beaucoup de mal à admettre des directives sans explications**. Expliquer l'utilité et l'importance d'une mission les aide à mieux se l'approprier.
- 

Proposer des feed-back sur le travail accompli

Les jeunes issus de la génération Y ont soif de reconnaissance de la part du management de proximité. Pour ces ex enfants-rois, coutumiers du « je veux tout, tout de suite », le fait d'avoir un retour sur leur travail est essentiel à leur implication, qu'il s'agisse de félicitations ou de mises au point. Il faut, dès le départ, bien expliquer les règles et fixer des objectifs à court terme. *Comme le précise Benjamin Rowson, patron de Modulo Digital : « la reconnaissance peut être d'ordre financier, certes, mais elle commence par une forme morale : il faut savoir féliciter ces jeunes, c'est important pour eux. Ils attendent aussi des observations pour savoir ce qui ne va pas et les aider à s'améliorer. »*
- 

Mettre à profit un tropisme pour l'international

Programmes Erasmus, enseignement mieux maîtrisé des langues, apparition d'offres de transport moins cher... **Les jeunes présentent des profils de plus en plus internationaux, en phase avec le monde des affaires**. Pour mieux répondre aux attentes de clients eux aussi de plus en plus internationaux, les entreprises y compris les PME ont tout intérêt à s'appuyer sur leurs jeunes recrues, pour les aider à concocter des offres adaptées.
- 

Soigner l'environnement de travail

Un cadre de travail attractif, moderne, une ambiance agréable, détendue : tels sont les critères les plus appréciés par les jeunes. Pour preuve, la société classée en 2015 « entreprise la plus attractive auprès des jeunes étudiants européens des écoles de commerce, de management ou encore d'ingénieurs », est Google. Cantine gratuite, salles de sport, espaces détente... Autant d'éléments séduisants pour la jeune génération.
- 

Savoir faire preuve de flexibilité

Moins à cheval que leurs aînés sur des horaires de travail stricts, **les jeunes préféreraient se voir jugés sur la réussite de leur mission et leur performance plutôt que sur leurs heures de départ et d'arrivée**. De même, ils sont très attirés par la notion de mobilité, aussi bien au sein de l'entreprise que dans le monde du travail en général ou à l'international.
- 

Faire place à l'innovation

Equipés d'outils informatiques performants chez eux, les GenY considèrent les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) comme un élément de leur quotidien. Hyper-connectés, ils consacrent une partie de leur temps aux réseaux sociaux, à Internet, à leur Smartphone, leur tablette, etc. Ils s'attendent donc à un équipement de pointe sur leur lieu de travail. **Rapides, ils sont démotivés si la PME propose des systèmes vieillissants ou trop lents**.
- 

Moderniser les modes de recrutement

Il n'est aujourd'hui plus possible de se baser uniquement sur les voies traditionnelles du recrutement. Les jeunes de la génération Y commencent par chercher des annonces sur Internet et les réseaux sociaux. Ils sont attirés par des annonces modernes, interactives et dynamiques et par des entretiens de recrutement offrant **une large place à l'échange et au dialogue constructif**.
- 

Mettre l'accent sur la formation

Evoluer rapidement, s'enrichir de nouvelles compétences : tels sont les souhaits exprimés par les GenY. Pour y répondre **les PME doivent actionner le levier de la formation**, mais aussi celui des entretiens d'évaluation à une fréquence plus élevée qu'avant.