

Les employés de Mazda sont des ambassadeurs de la marque

À sa première journée chez Mazda Canada Inc., un cadre supérieur s'est arrêté au bureau d'Amanda Goldenberg pendant qu'elle travaillait. « Il s'est arrêté près de moi et m'a souhaité la bienvenue. Il a dit qu'il espérait que ma première journée se passait bien et que si j'avais des idées qui pouvaient aider la compagnie, de ne pas hésiter à lui en parler. »

Cette brève conversation, il y a deux ans, a convaincu Amanda qu'elle s'était associée à la bonne compagnie au bon moment.

En tant que spécialiste du Développement des programmes de formation, Mme Goldenberg développe et administre des programmes de formation en ligne conçus pour les associés du siège social et pour les quelque 5 000 employés des 165 établissements concessionnaires Mazda franchisés au pays. Travaillant au siège social de Mazda à Richmond Hill, Ontario, Mme Goldenberg et son équipe de quatre personnes coordonnent aussi les programmes de formation en personne pour que près de 1 200 employés de concessionnaires apprennent à connaître les nouveaux véhicules de la compagnie et les conduisent sur une piste en circuit fermé. « Nous pouvons aussi les conduire », ajoute-t-elle.

Mme Goldenberg est arrivée chez Mazda après l'obtention de son baccalauréat en Éducation de l'Université York. Avec des milliers de diplômés luttant tous pour quelques emplois dans les conseils scolaires de la région, elle a regardé ailleurs et accepté un poste contractuel au service de la Garantie de Mazda Canada.

Puisqu'il y a des établissements concessionnaires Mazda et un bureau régional au Québec, elle a d'abord cru que ce poste temporaire lui donnerait la chance de pratiquer son français. « Mais les gens ici sont si amicaux et prêts à aider, dit-elle,

et je me sentais si bien soutenue que, lorsque mon contrat a pris fin, je ne voulais pas partir. »

Heureusement, alors qu'elle commençait à se chercher un autre emploi, une annonce interne de Mazda Canada parlait d'un poste au service de l'Engagement envers la marque.

« Nous sommes en croissance depuis trois ans, ajoutant cinq ou six personnes par année, et nous avons eu beaucoup de succès à trouver des gens exceptionnels », dit Brian McDougall, directeur principal, RH, TI et Administration.

Ceci n'a rien de surprenant. Les nouveaux employés de Mazda Canada obtiennent trois semaines de vacances dès leur première année, ainsi que des congés payés entre Noël et le jour de l'An. Ils profitent aussi des journées personnelles payées. « Nous avons tous besoin de congé de temps en temps pour gérer notre vie, dit M. McDougall, que ça soit à cause d'une maladie ou pour prendre soin d'un enfant. Ça permet aux gens de gérer leur propre temps. »

Des vacances généreuses et un programme d'avantages sociaux concurrentiel, y compris un régime de retraite à prestations déterminées, ne sont certainement pas les seuls facteurs qui attirent les employés chez Mazda. « Nous avons aussi d'excellents produits », dit M. McDougall, qui a 25 ans d'expérience en ressources humaines et qui a décidé, il y a huit ans de cela, de quitter l'un des trois grands fabricants automobiles nord-américains pour venir chez Mazda.

« C'est un secteur qui est très exigeant, poursuit-il. Nous n'essayons pas de le cacher. Il y a des jours où c'est difficile d'aller au travail. Mais nous sommes là pour nos employés et nous tentons de faire



SPÉCIALISTE, ÉLABORATION DU CURSUS DE FORMATION AMANDA GOLDENBERG PARTICIPANT À UNE SÉANCE DE FORMATION

138

Employés à temps plein au Canada

1,690

demandes d'emploi l'an dernier

43

ans, employé en service le plus longtemps

3

semaines, attribution de vacances lors de la 1^{ère} année complète

la différence dans leur vie. »

Amanda Goldenberg a remarqué cette différence lors de sa première journée chez Mazda. « J'ai commencé juste après que la compagnie ait lancé son initiative d'expérience client, dit-elle. Celle-ci recentre la culture de l'organisation sur le client, ce qui veut dire tous ceux avec qui vous interagissez, que ça soit une personne qui veut acheter une voiture ou celle assise près de vous au bureau. Nous sommes tous des ambassadeurs de la marque. »

Comme elle l'a découvert lors de son premier jour, Mazda Canada encourage ses employés à apporter à la compagnie un point de vue nouveau, « à partager mes idées, utiliser mes compétences et apprendre des choses nouvelles. »

Le tout a eu l'effet d'une révélation pour Mme Goldenberg, qui pensait qu'elle aurait une carrière traditionnelle d'enseignante dans un conseil scolaire public. « Je n'aurais jamais pensé me retrouver dans le secteur automobile, dit-elle. Mais je suis si heureuse d'y être. Et nous avons la chance de conduire des voitures fantastiques. »

AVEC LES BONNES
PERSONNES AU
VOLANT,
TOUT DEVIENT
POSSIBLE.

Merci à tous nos employés
d'avoir fait de Mazda Canada
un Employeur de choix de la
région du Grand Toronto.

