

# Mazda Canada avance avec une clarté renouvelée

Amanda Lewis, spécialiste principale du Développement du réseau chez Mazda Canada, était l'une des 10 membres d'une équipe interdisciplinaire qui a reçu cette année le mandat d'élaborer un nouveau programme de reconnaissance pour les employés de la compagnie.

« Chacun de nous venait d'un secteur différent de la compagnie », explique-t-elle, « avec un niveau différent d'expérience et d'ancienneté. »

Disposant de 60 jours pour compléter ce projet, l'équipe s'est organisée pour obtenir les commentaires d'une cinquantaine de personnes, dont celle du président, David Klan. « Nous avons tous nos tâches régulières à accomplir », explique Mme Lewis, « alors si quelqu'un devenait trop occupé pendant un certain temps, il fallait qu'un autre prenne la relève. »

Dix jours avant la date limite, l'équipe avait réalisé sa mission et présentait le nouveau programme de reconnaissance au directeur des Ressources humaines de la compagnie.

Le travail d'équipe est l'un des éléments de la formule de succès de Mazda Canada.

« On accorde beaucoup d'importance ici à la collaboration », explique Amanda Lewis. « Ça fait partie de l'initiative culturelle qui vise à briser les silos et encourage les équipes de travail interdisciplinaires ».

Active au Canada depuis 50 ans, Mazda Canada a résolu les défis en constante évolution de l'industrie de l'automobile en s'ajustant et en réinventant continuellement sa culture. Avec son siège social à Richmond Hill, des bureaux régionaux à Montréal et Vancouver, et 164 concessionnaires franchisés et propriétaires indépendants, la compagnie fait partie d'une organisation mondiale regroupant distributeurs, centres de recherches et compagnies affiliées.



LE PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MAZDA CANADA, DAVID KLAN, PRENANT LA PAROLE À L'OCCASION DU 50E ANNIVERSAIRE DE L'ENTREPRISE

« Voilà cinq ans de cela, nous avons établi clairement qui nous sommes et vers où nous nous dirigeons », dit David Klan, qui est devenu président et chef de direction de Mazda Canada en mars 2019. « Ensuite, nous avons pris une décision claire de changer.

Ce changement est aussi dramatique qu'il est ambitieux, et il implique non seulement les employés de Mazda Canada, mais aussi les partenaires concessionnaires de tout le pays.

Ce changement était déjà bien engagé au moment où Amanda Lewis a joint les rangs de la compagnie. En fait, sa culture de réflexion sur l'avenir était l'une des raisons pour lesquelles elle a décidé de travailler ici.

Lorsqu'elle était étudiante de quatrième année en Commerce à l'Université Queen's de Kingston, Amanda a assisté à

une présentation donnée par celle qui est aujourd'hui directrice principale des Opérations et des Ventes régionales de Mazda Canada. « C'était fantastique de voir une femme forte dans un rôle de leadership dans l'industrie de l'automobile », dit-elle.

Impressionnée par la conférencière et possédant une passion pour les voitures qu'elle avait développée plus jeune à Ottawa, ainsi qu'une Mazda CX-5 louée, Amanda a joint les rangs de la compagnie en 2015, moins d'un an après avoir obtenu son baccalauréat en études commerciales. Elle a découvert chez Mazda Canada une culture encore plus évoluée que ce à quoi elle s'attendait.

« Nous sommes diversifiés et très collaboratifs », explique celle qui supervise les contrats de vente et de service entre la compagnie et ses concessionnaires. « Nous avons défié le statu quo et rejeté la mentalité de silos. Tout le monde est

responsable de nos valeurs de leadership. »

Qu'il s'agisse des employés, des concessionnaires ou des vendeurs, tout le monde chez Mazda Canada fonctionne maintenant avec un objectif précis », explique David Klan, premier président canadien de la compagnie depuis 2006. « Ceci permet de stimuler, d'aligner, d'attirer et de retenir le personnel.

Tous nos partenaires savent clairement quelle est l'identité de Mazda et où elle s'en va », ajoute celui qui a été embauché par la compagnie il y a 28 ans de cela. Avec une emphase sur la culture et le leadership à tous les niveaux : « nous sommes une compagnie d'automobiles, mais aussi une compagnie expérimentielle. »

Regardant par la fenêtre à l'heure du midi, Amanda Lewis dit que la culture revitalisée et collaborative de Mazda Canada se constate aussi dans ses initiatives caritatives.

« Présentement, dit-elle, je suis en train de regarder un tournoi de hockey-balle dans le stationnement, organisé par notre comité interdisciplinaire d'oeuvres caritatives. »

<b>166</b>	<b>Employés à temps plein au Canada</b>
<b>52</b>	<b>semaines, indemnité complémentaire pour congé de maternité et congé parental</b>
<b>3</b>	<b>semaines, attribution de vacances lors de la 1ère année complète</b>
<b>34%</b>	<b>des employés sont des femmes</b>

