



VISITE

D'ENTREPRISE,

LES CLÉS

de la

RÉUSSITE

Atout Thiers

Vous avez une entreprise, et vous en êtes fier ? Vous souhaitez ouvrir vos portes afin de la faire découvrir au plus grand nombre mais ne savez pas comment organiser et sécuriser ces visites ?

Ce guide vise à lever les derniers freins en répondant à vos interrogations : pourquoi, comment, quand... Il offre une vision d'ensemble de l'organisation d'une visite d'entreprise et les clés pour vous lancer !



AVANT LA VISITE

Pourquoi ouvrir vos portes ?

Pour l'entreprise

Selon la nature de votre activité et des objectifs préalablement définis, la visite de votre entreprise peut vous permettre de :

- Valoriser vos métiers et savoir-faire,
- Capitaliser sur votre image, accroître votre notoriété,
- Motiver votre personnel autour d'un projet commun et valoriser leur travail,
- Susciter des vocations et rencontrer vos futurs collaborateurs,
- Fidéliser votre clientèle ou toucher de nouveaux clients,
- Communiquer autrement, vous différencier de la concurrence,
- Mettre en avant votre ancrage territorial,
- Montrer la qualité de vos produits, votre démarche développement durable,
- Contribuer à rapprocher les jeunes et le monde de l'entreprise.

Quels que soient vos objectifs, l'organisation de cette visite s'inscrit entièrement dans une stratégie de communication auprès des jeunes, des consommateurs, des élus locaux, des habitants du territoire, des partenaires.

Pour les visiteurs

En fonction des profils, la visite d'entreprise permet de :

- Découvrir l'envers du décor d'une entreprise dont ils consomment les produits,
- Apprécier le savoir-faire des industries,
- Connaître les entreprises de leur territoire,
- Découvrir le lieu de travail d'un parent ou d'un ami,
- Identifier des opportunités d'emplois,
- Retrouver de l'authenticité.

Cette opération de communication ne sera un **succès** que si votre public est bien identifié au préalable et **SI VOS OBJECTIFS SONT EN ADÉQUATION AVEC LES ATTENTES DES VISITEURS.**

Comment communiquer et auprès de qui ?

Afin de travailler la notoriété de votre entreprise et consolider son image de marque, les visites sont l'opportunité de communiquer auprès de :

Vos salariés

Impliquez vos collaborateurs pour échanger et organiser le projet de visite d'entreprise : circuit le plus approprié, cibles visées, période de visite, moyens matériels et humains à disposition.

Vos clients, vos fournisseurs, votre voisinage, les élus locaux

Envoyez-leur des invitations et proposez des créneaux horaires spécifiques afin d'adapter votre discours.

Les visiteurs

Faites apparaître votre projet de visite dans une programmation plus large. Engagez des démarches de communication ciblée auprès des différentes typologies de visiteurs :

- **Public scolaire** : rapprochez-vous des collèges, écoles, lycées, rectorat (pôle école-entreprise)...

- **Futurs collaborateurs** : rapprochez-vous de Pôle Emploi, la Mission locale, les centres de formation...

- **Grand public** : voyez avec l'office de tourisme, les collectivités locales, les partenaires institutionnels ou privés...

La presse locale

Envoyez un communiqué de presse, des invitations. Des modèles sont à votre disposition sur simple demande. La presse est friande de ce genre d'opération. Informez également vos partenaires (CCI, branches professionnelles...).

SOLLICITER VOTRE PERSONNEL

à chaque stade du projet permet de le valoriser et de le motiver.

Comment organiser une visite d'entreprise ?

Votre démarche doit être volontaire et partagée avec l'ensemble des collaborateurs impliqués.

Le circuit dans l'entreprise

Le circuit doit être logique afin de faciliter la compréhension, l'écoute et la circulation des visiteurs.

Identifiez les espaces à valoriser et à intégrer dans la visite ainsi que les espaces sensibles à exclure du parcours (espaces que vous ne souhaitez pas montrer pour des raisons de confidentialité, espaces pouvant représenter un risque pour la sécurité des visiteurs). **Matérialisez ces espaces.**

Pour vous aider dans la construction de votre discours et de la visite,

FAITES UN PLAN DE VOTRE PARCOURS DE VISITE.

Le discours de visite

**Que dire aux visiteurs ? A quel moment ?
Quels supports utiliser ?**

Proposition de votre prise de parole :

- Souhaitez la bienvenue aux visiteurs,
- Présentez-vous : expliquez votre fonction dans l'entreprise, votre formation, votre parcours dans l'entreprise...
- Rappelez les règles d'hygiène et de sécurité qui doivent être respectées durant la visite (droit ou pas de faire des photos/films...) et distribuez les équipements de protection individuelle (EPI) si besoin.

ADAPTEZ-VOUS À VOTRE PUBLIC,
soyez concis et pédagogique, ne les perdez pas avec des explications trop détaillées et techniques. Utilisez des métaphores pour expliquer plus simplement vos activités.

Choisissez les collaborateurs qui vont s'exprimer (une personne à l'aise à l'oral).

La gestion des réservations

La gestion des visites (réception des appels, échange avec les groupes, programmation des visites, constitution des groupes...) doit être suivie régulièrement.

Pensez aux modalités de réservation :

- Quelle est la taille maximum des groupes que je peux accueillir ?
- Quel est le nombre minimum de visiteurs pour démarrer la visite ?
- Une préinscription est-elle nécessaire avant les visites ?

LE TEMPS DE LA VISITE NE DOIT PAS DÉPASSER 1H30. Faites des simulations de visite avec des proches ou vos employés pour vérifier le discours et le temps nécessaire pour la visite.

- Présentez l'entreprise : son histoire, son activité, son développement, ses marchés, ses produits, ses technologies, sa culture, ses valeurs + une approche thématique en fonction des espaces déterminés,
- Ponctuez la visite par des anecdotes, des séquences interactives ou ludiques de mise en situation en sollicitant les visiteurs : ils recherchent l'authenticité,
- Gardez un temps d'échange avec vos visiteurs à la fin de la visite.

Pour vous faciliter la tâche, **PRÉPAREZ UN PLANNING DE VISITES** (noms et coordonnées des participants, dates et horaires des visites, type de visiteurs selon les plages horaires, nombre de personnes prévues...)

Des modèles de planning sont à votre disposition sur notre site internet ou sur simple demande.



PENDANT LA VISITE

Accueil des visiteurs

Outre le circuit de visite et le discours dispensé, la satisfaction des visiteurs dépend de différents facteurs :

- **L'espace d'accueil** : essayez d'aménager un espace d'accueil agréable pour les visiteurs où vous reviendrez à la fin de la visite pour échanger.
- **Le comportement des collaborateurs** qui vont accueillir les visiteurs : souriants, disponibles, à l'écoute.
- **Facilitez la venue des visiteurs** : soignez la signalétique et l'accessibilité à votre entreprise (pensez à faire une signalétique routière, nettoyez et rangez vos locaux à l'intérieur comme à l'extérieur).
- **Matérialisez des espaces de stationnement** à proximité de votre entreprise.

Tous ces éléments influent sur l'image de votre entreprise.

Informations et guidage des visiteurs

Avant d'entamer le parcours de visite, rassemblez le groupe de visiteurs dans l'espace aménagé à cet effet et pensez à faire :

- **Un mot de bienvenue,**
- **Une présentation rapide du guide** (nom, fonction dans l'entreprise, formation, parcours dans l'entreprise...),
- **Un rappel des règles d'hygiène et sécurité** et éventuellement une remise de matériel de sécurité
- **Une présentation générale** du déroulement de la visite.

Durant le parcours de visite, impliquez les visiteurs pour créer de l'échange et les rendre ainsi plus réceptifs à vos messages.

A la fin de la visite, réservez un moment d'échanges et profitez-en pour distribuer des documents de présentation de l'entreprise, éventuellement des échantillons de produits ou des objets publicitaires.

Offrir un rafraîchissement à la fin de la visite peut être un plus selon le public accueilli (élus locaux, clients, fournisseurs, voisins...), mais ce n'est pas indispensable (grand public).



APRES LA VISITE

Dressez un bilan

Évaluez la satisfaction des visiteurs au travers d'un questionnaire et faites un débriefing des visites avec l'ensemble des personnes impliquées dans ce projet afin de faire remonter les remarques positives ou négatives et ainsi améliorer les prochaines éditions.

Des modèles de questionnaires de satisfaction sont à votre disposition sur simple demande ou sur notre site internet.

Continuez de communiquer

Auprès de la presse

Prolongez l'action de communication autour de l'évènement, en faisant parvenir un « Bilan Presse » aux médias avec des photos illustrant la visite.

En interne

Faites un point avec vos collaborateurs sur leur ressenti, leurs remarques. N'oubliez pas qu'un tel projet nécessite l'adhésion de tous.

Sur vos supports de communication

Valorisez votre action au travers de photos, d'articles de presse, d'un bilan, et publiez sur votre site internet, vos réseaux sociaux, votre newsletter...

CONCLUSION

Ouvrir vos portes vous séduit mais vous n'avez pas le temps de vous en occuper ?



En complément de ce guide, les interlocuteurs d'Atout Thiers" proposent de vous **accompagner individuellement** afin de vous aider à mettre en place une visite d'entreprise. **Pour des visites ponctuelles, nous vous proposons des visites "clés en main"** et assurons la promotion de l'évènement, la gestion des réservations et l'organisation de la visite à vos côtés.

Atout Thiers

Votre contact :

Laurence Magnol – T. 04 73 51 66 50

laurence.magnol@puy-de-dome.cci.fr

Retrouver ce guide et les modèles proposés sur le site :

www.accompagnement-entreprises-thiers.fr