

SOMMAIRE

PRÉFACES	11
REMERCIEMENTS	17
AVANT-PROPOS	21
PREMIÈRE PARTIE	
ENGAGEMENT : DE QUOI PARLE-T-ON ?	27
CHAPITRE 1. À LA RECHERCHE DU « GRAAL » DE L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS	29
Engagement et désengagement	30
La quête du « Graal » de l'engagement et ses paradoxes	32
Impact économique et humain de l'engagement des collaborateurs	37
CHAPITRE 2. LES MOTEURS DE L'ENGAGEMENT	41
Gérer les aspirations humaines	42
Satisfaction ou motivation ?	42
Motivation ou engagement ?	44
Engagement, contexte et diversité	48
Que veut dire l'engagement dans un monde digital ?	53
Maintenir l'engagement dans le temps	56
« Acteurs et systèmes » : de l'engagement individuel à l'engagement collectif	58
DEUXIÈME PARTIE	
UN MODÈLE HOLISTIQUE D'ENGAGEMENT DURABLE : SBME (SUSTAINABLE BODY-AND-MIND ENGAGEMENT)	61
CHAPITRE 3. GENÈSE ET APERÇU DU MODÈLE SBME	63
CHAPITRE 4. DIMENSIONS, NIVEAUX ET TERRITOIRES D'ENGAGEMENT	69
Dimensions de l'être engagé : qu'est-ce qui est engagé ?	70
Niveaux d'engagement : à quel point est-on engagé ?	73
Territoires de l'engagement : pour qui ? pour quoi ?	79

CHAPITRE 5. PROFILS D'ENGAGEMENT	87
Profils d'engagement : définitions	88
Profils d'engagement : combinaison des dimensions, niveaux et territoires	90
Analyse détaillée de chaque profil	92
TROISIÈME PARTIE	
VOYAGE AU CŒUR DES 8 PROFILS D'ENGAGEMENT	95
CHAPITRE 6. LE « PYROMANE »	97
CHAPITRE 7. LE « TOURISTE »	103
CHAPITRE 8. LE « 35 H »	109
CHAPITRE 9. LE « DILEMME »	115
CHAPITRE 10. LE « BÂTISSEUR »	121
CHAPITRE 11. L'« ALCHIMISTE »	127
CHAPITRE 12. LE « BURN-OUT »	135
CHAPITRE 13. LE « FANATIQUE »	141
QUATRIÈME PARTIE	
GÉRER LES PROFILS D'ENGAGEMENT	147
CHAPITRE 14. ÉVALUER LES PROFILS D'ENGAGEMENT	149
Quelle est votre identité d'engagement ?	150
Que faut-il évaluer ?	150
Le questionnaire et comment visualiser des résultats	151
Votre autoévaluation : quel est votre mix d'engagement ?	152
CHAPITRE 15. LE RÔLE CLÉ DU « MANAGER ENGAGEANT »	163
Le manager engageant	164
Gérer les différents profils d'engagement	165
Aligner l'engagement collectif	170
CINQUIÈME PARTIE	
ENGAGEMENT STRATÉGIQUE : CRÉER UNE ORGANISATION ENGAGEANTE	175
CHAPITRE 16. RÉSUMÉ DU MODÈLE HOLISTIQUE D'ENGAGEMENT DURABLE (SBME)	177
CHAPITRE 17. FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS POUR UNE « ORGANISATION ENGAGEANTE »	181
CHAPITRE 18. LE CADRE STRATÉGIQUE DE L'ENGAGEMENT (« MOST »)	187
Organisations engageantes, managers engageants / Équipes engagées, collaborateurs engagés	188
Le cadre stratégique d'engagement MOST basé sur le modèle SBME	189
Diagnostic stratégique de l'engagement	192

CONCLUSION ET PERSPECTIVES. DE LA QUÊTE DU « GRAAL » AU « <i>NEW DEAL</i> » DE L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS	201
BIBLIOGRAPHIE	211
CONTACTS	215
TABLE DES FIGURES	217