

COHÉSION D'ÉQUIPE

DE L'INTENTION À L'ACTION



6 outils opérationnels

pour diagnostiquer, planifier et
réussir vos actions de cohésion
d'entreprise.



dotmap

Introduction

La cohésion ne s'improvise pas.
Elle se pilote.

Beaucoup d'entreprises investissent dans le team building par réflexe : une soirée en fin d'année, un séminaire quand la tension monte, un afterwork pour "remercier les équipes"...

*Ces moments ont leur valeur. Mais ils ne font pas une
politique de cohésion.*

La cohésion, c'est ce qui fait qu'une équipe traverse les difficultés sans se fracturer, qu'une nouvelle recrue se sent à sa place dès le premier mois, que les gens s'entraident sans qu'on le leur demande. C'est un **actif immatériel**, difficile à mesurer, mais immédiatement perceptible quand il manque.

*Ce guide a été conçu pour **les RH, managers et responsables** qui veulent passer **de l'intention à l'action.***

Pas de théorie : plutôt des outils directement utilisables, que vous organisiez votre premier team building ou que vous cherchiez à structurer une vraie démarche annuelle.

A découvrir, appliquer et partager sans modération.

L'équipe Dotmap



Outil 1 - Diagnostic rapide de cohésion

Avant d'agir, il faut savoir où vous en êtes. Cette auto-évaluation en **10 points** couvre les dimensions clés de la cohésion d'équipe : communication, reconnaissance, inclusion, leadership, rituels. **En moins de 5 minutes**, vous obtenez un score commenté et des premières pistes d'action adaptées à votre situation.

Évaluez chaque affirmation de 1 (jamais) à 5 (toujours).

Les membres de l'équipe se connaissent bien au-delà du rôle professionnel. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Lien humain

La communication entre collègues est fluide, même en période de tension. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Communication

Les conflits sont traités rapidement et de façon constructive. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Gestion des tensions

Chacun comprend et adhère aux objectifs collectifs. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Sens partagé

L'entraide spontanée est courante dans l'équipe. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Collaboration

Les nouvelles recrues sont intégrées efficacement et rapidement. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Onboarding

Les succès collectifs sont célébrés et reconnus. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Reconnaissance

Les équipes distantes ou en télétravail ne se sentent pas isolées. **1 - 2 - 3 - 4 - 5**

Inclusion



Les managers donnent l'exemple en matière de cohésion.

1 - 2 - 3 - 4 - 5

Leadership

Des moments informels (repas, activités) sont organisés régulièrement.

1 - 2 - 3 - 4 - 5

Rituels

Ce que votre score vous dit vraiment :

En dessous de 25/50 : La cohésion est fragilisée. Les actions de team building seules ne suffiront pas : elles risquent même d'être contre-productives si les tensions de fond ne sont pas adressées en amont. Commencez par un diagnostic qualitatif (entretiens individuels, baromètre anonyme) avant de planifier tout événement collectif.

Entre 26 et 38/50 : Vous êtes dans la zone de construction. Les bases existent, mais des angles morts persistent. Identifiez les 2 ou 3 indicateurs les plus faibles : ils vous donnent la priorité de votre prochaine action.

Au-dessus de 39/50 : Votre cohésion est solide. Le risque principal à ce stade n'est pas la dégradation brutale, mais l'érosion silencieuse : turnover, croissance rapide, changement de management. Votre enjeu est de pérenniser ce qui fonctionne et d'embarquer les nouveaux arrivants dans cette culture.

Un conseil méthodologique : refaites ce diagnostic tous les 6 mois, idéalement en janvier et en septembre. Comparer deux scores dans le temps est bien plus riche qu'un score isolé !



Outil 2 - Tableau comparatif des formats de team building

Escape game, atelier RSE, séminaire résidentiel, olympiades... Les options ne manquent pas. Mais tous les formats ne servent pas les mêmes objectifs. Ce tableau vous permet de filtrer par besoin (intégration, célébration, innovation, RSE) et de comparer d'un coup d'œil la durée et le niveau de budget associé à chaque format.

Format	Objectif	Durée	Budget	Idéal pour...
Rallye urbain / outdoor	cohésion intégration	2 à 3h	€€	Découverte, clôture de séminaire
RSE (atelier, fresque, clean walk)	sensibilisation	2 à 4h	€€€	Communication interne, valeurs
Escape game	cohésion motivation	1 à 2h	€€	Afterwork, célébration
Soirée gala / repas de fin d'année	célébration	4 à 6h	€€€€	Clôture annuelle, reconnaissance
Séminaire résidentiel	cohésion intégration	1 à 2 jours	€€€€	Alignement stratégique, réunion d'équipe
Atelier créatif	motivation inspiration	2 à 3h	€€	Brainstorm d'équipe, innovation
Défi sportif	cohésion dépassement de soi	2 à 4h	€€	Clôturer un séminaire, journée solidaire
Quiz interactif	célébration détente	1 à 2h	€€	Repas ou afterwork, format hybride



Le format le plus souvent choisi n'est pas toujours le plus pertinent. La bonne question à se poser : est-ce que ce format répond à mon objectif, ou est-ce qu'il me convient parce qu'il est rassurant ?

Quelques lectures utiles des résultats :

- Si votre objectif est **l'intégration** et que vous hésitez entre rallye urbain et séminaire, posez-vous la question du **volume** : pour 8 personnes, un dîner bien pensé peut faire plus de travail qu'un séminaire de 2 jours. Pour 50 personnes, c'est l'inverse.
- Si votre objectif est **RSE** et que votre **budget est limité**, une Clean Walk offre un rapport impact/coût très favorable et une crédibilité de fond que les activités "RSE-washing" n'ont pas.
- Si votre objectif est la **célébration**, résistez à la tentation d'y glisser trop de "contenu". Une soirée gala qui se transforme en réunion déguisée manque les deux cibles à la fois.
- Le **budget affiché** est un **indicateur**, pas une règle. Un format €€€€€ peut coûter moins cher qu'un format €€€€ si votre groupe est grand et que les économies d'échelle jouent. Demandez toujours un devis au réel.

Enfin, gardez en tête que **le meilleur format est souvent celui que votre équipe n'a jamais fait**. La nouveauté crée l'attention, et l'attention crée le souvenir.



Outil 3 - Modèle de brief prestataire

Un brief bien rédigé, c'est 50% du travail bien fait. Il cadre les attentes, évite les malentendus et vous place en position de commanditaire clair. Ce modèle structuré couvre le contexte de votre entreprise, l'objectif de l'événement, les contraintes logistiques et les livrables attendus.

Contexte entreprise			
Entreprise :	<i>Nom de la société</i>	Secteur :	<i>Ex : tech, industrie...</i>
Nbre de participants :	<i>Ex : 20 à 30 pax</i>	Profil des participants :	<i>Ex : managers, terrain</i>
L'événement			
Objectif principal :	<i>Intégration, leadership, célébration...</i>	Date souhaitée :	<i>Ou au moins la période de l'année ciblée</i>
Durée envisagée :	<i>1h à 2h, demi-journée, soirée...</i>	Budget :	<i>Votre budget max</i>
Localisation / contraintes :	<i>Ex : Paris intra-muros, accessible en transport...</i>		
Valeurs ou messages à incarner :	<i>Ex : collaboration, bienveillance, engagement RSE...</i>		
Contraintes particulières :	<i>Ex : mobilité réduite, régimes alimentaires, budget transport inclus...</i>		
Livrables attendus :	<i>Ex : proposition tarifaire, CGV, repérage...</i>		



Un brief bien rempli ne sert pas seulement à informer le prestataire. Il vous oblige, vous, à **clarifier ce que vous voulez vraiment**.

Les champs qui font le plus la différence :

- **L'objectif principal** est le champ le plus sous-estimé. Notez l'idée initiale puis détaillez ensuite lors du rendez-vous prestataire. Plus votre réponse est précise, plus les propositions que vous recevrez seront pertinentes.
- **Les contraintes particulières** sont souvent remplies trop vite. Au-delà des régimes alimentaires, pensez aux contraintes moins évidentes : les personnes qui ne boivent pas d'alcool, celles qui ont des enfants et ne peuvent pas rester au-delà de 19h, celles qui sont en situation de handicap invisible...
- **Les valeurs à incarner** ne sont pas un champ de communication interne. Elles guident concrètement les choix de lieu, d'animation et de ton. Une entreprise qui met en avant la bienveillance ne devrait pas organiser un paint-ball compétitif. Une entreprise qui valorise l'innovation devrait éviter les formats trop scriptés.

Après l'envoi : la qualité de la réponse du prestataire est elle-même un signal. Un professionnel sérieux reviendra sans doute avec des questions de clarification avant de vous envoyer une proposition : c'est bon signe.



Outil 4 - Les 5 erreurs à éviter

Organiser un team building sans objectif, confondre fête et cohésion, oublier les profils introvertis... Ces erreurs sont courantes, souvent invisibles sur le moment, et coûteuses à corriger après coup. Pour chacune, vous trouverez une alternative concrète à appliquer dès votre prochain projet.

O1 Organiser un team building sans objectif clair

"On va faire quelque chose pour l'équipe" ne suffit pas. Sans cap défini (intégration ? réconciliation ? motivation ?), l'activité reste une parenthèse qui ne laisse pas de trace.

→ Avant tout brief : demandez-vous à quoi doit ressembler votre équipe après cet événement.

O2 Confondre fête et cohésion

Un bon repas ou une soirée festive crée de bons souvenirs, mais n'agit pas sur les dynamiques de fond. Célébrer et co-construire sont deux actions différentes.

→ Combinez les formats : une soirée peut inclure un moment de sens (bilan, projection, témoignage).

O3 Négliger l'inclusivité

Karaoké, paint-ball, sport intensif... Certains formats peuvent mettre des personnes en difficulté ou même les exclure. L'impact sur la cohésion peut être inverse à l'effet escompté.

→ Consultez votre équipe en amont, même via un simple sondage anonyme de 2 questions.



O4 Tout concentrer sur un seul grand événement

Un séminaire annuel ne remplace pas une culture de la cohésion au quotidien. L'effet retombe vite si aucun rituel régulier ne vient le prolonger.

→ Répartissez l'effort : 1 grand événement + des rituels mensuels (déjeuner d'équipe, célébration de wins...).

O5 Ne pas mesurer l'impact de ses actions

Comment savoir si votre team building a servi à quelque chose ? Sans avant/après, sans feedback structuré, vous répétez les mêmes formats sans savoir ce qui fonctionne vraiment.

→ Envoyez un questionnaire court après l'événement.
3 questions suffisent.

Prenez 5 minutes pour répondre honnêtement à ces questions :

- Lors de votre dernier événement, aviez-vous formulé un objectif précis avant de choisir l'activité, ou avez-vous choisi l'activité d'abord ?
- Avez-vous reçu un feedback structuré des participants dans les 2 semaines suivantes ?
- Y avait-il des personnes de votre équipe visiblement moins à l'aise, moins participatives, ou qui ont décliné ?
- Combien de temps s'est-il écoulé avant que l'effet de l'événement ne se dissipe ?



Outil 5 - Calendrier type annuel

La cohésion se construit dans la durée. Ce calendrier propose un rythme réaliste sur 12 mois : grands événements, moments informels, rituels managériaux, temps de bilan. Il intègre les cycles naturels de l'entreprise – rentrée, mi-année, fin d'année – pour que vos actions arrivent au bon moment.

Janvier

- Réunion de rentrée : partage des ambitions
- Enquête rapide sur le mood d'équipe

Février

- Atelier de travail "brainstorm d'idées" pour répondre aux ambitions de l'équipe

Mars

- Action RSE (fresque, clean walk)
- Points managériaux individuels

Avril

- Déjeuner d'équipe en semaine, ou afterwork

Mai

- Séminaire workshop avec point d'étape des objectifs collectifs

Juin

- Sport en équipe : *course, préparation à une compétition, balade à vélo...*

Juillet

- Clôture S1 : célébration légère
- Préparation agenda S2

Août

- Pause stratégique (congs) : recharge et préparation de rentrée

Septembre

- Réunion kick-off de rentrée
- Afterwork



Octobre

- Bilan et communication interne sur les réussites collectives de la rentrée

Novembre

- *Serious game* sur des thématiques inspirantes : IA, créativité, RSE...

Décembre

- Événement de fin d'année
- Célébration des réussites d'équipe

Pour que votre calendrier tienne :

- **Budgétisez** dès janvier. Définissez une enveloppe annuelle cohésion, même modeste, et répartissez-la sur l'année.
- Désignez **un responsable par action** : un calendrier avec un porteur devient un engagement.
- **Distinguez les temps obligatoires des temps optionnels.** Certains moments (kick-off, bilan annuel) ont une dimension collective structurante. D'autres (afterwork, déjeuner informel) gagnent à rester légers et non contraignants.
- **Révisez en juillet.** Le bilan de mi-année est le meilleur moment pour ajuster le second semestre : annuler ce qui ne fait plus sens, renforcer ce qui a bien fonctionné, intégrer les changements d'équipe intervenus depuis janvier.



Outil 6 - Questions à poser avant de signer

Un bon prestataire se reconnaît autant à ses réponses qu'à sa proposition commerciale. Cette liste de 15 questions – organisées par thème (références, offre, adaptation, logistique, impact) – vous donne les clés pour évaluer sérieusement un partenaire, éviter les mauvaises surprises et sécuriser votre décision avant de signer.

Références

1. Pouvez-vous nous fournir 3 références clients avec des groupes de taille et secteur similaires ?
2. Avez-vous déjà travaillé avec des équipes en télétravail ou hybrides ?
3. Quels sont vos cas d'échec ? Comment les avez-vous gérés ?

Offre

4. Quelles sont les prestations incluses dans le tarif annoncé ?
5. Que se passe-t-il en cas d'annulation ou de report de notre côté ?
6. L'animation est-elle assurée par un salarié de votre structure ou un prestataire externe ?
7. Proposez-vous une visite ou démo du dispositif avant le jour-J ?

Adaptation

8. Comment personnalisez-vous l'expérience à notre contexte et à nos valeurs ?
9. Comment gérez-vous les contraintes spécifiques à notre équipe (régimes alimentaires - PMR - horaires) ?
10. Êtes-vous en mesure d'adapter le programme en temps réel si besoin ?

Logistique

11. Qui est notre interlocuteur pour le jour J ?
12. Quels sont vos délais de confirmation et signature de devis ?
13. Quels équipements ou matériels sont à notre charge ?

Impact

14. Comment mesurez-vous la satisfaction des participants ?
15. Proposez-vous un débrief ou un bilan post-événement ?



Les signaux positifs :

Un bon prestataire parle de ses échecs avec lucidité, cite des références précises sans hésiter, reformule votre objectif avec ses propres mots avant de vous proposer quelque chose, et admet volontiers ce qu'il ne sait pas faire. Il pose des questions sur vos équipes avant de parler de son catalogue.

Les signaux d'alerte :

- Il répond à toutes vos questions avec enthousiasme, sans nuance ni réserve.
- Il vous présente une offre packagée sans vous avoir demandé vos contraintes spécifiques.
- Il ne mentionne aucun moment de débrief ou de bilan post-événement dans son approche.

Sur la question de l'impact : c'est souvent la plus révélatrice.

Un prestataire qui répond simplement que *"les participants étaient contents"* travaille sur l'ambiance.

Un prestataire qui répond *"on vous propose un questionnaire J+15 et un échange de débrief avec vous"* travaille sur la cohésion.

Dernier critère, souvent négligé : **la relation humaine avec l'interlocuteur**. Vous allez confier votre équipe à cette personne pour une demi-journée ou une journée entière. Est-ce qu'elle vous inspire confiance ? Est-ce qu'elle vous écoute vraiment ? Le feeling compte, à condition qu'il ne soit pas le seul critère.



Et maintenant ?

Vous avez entre les mains tous les outils pour vous accompagner dans **la stratégie de cohésion** de vos équipes.

Mais ces outils seuls ne suffiront pas : une équipe fédérée se construit avec de **l'attention** :

L'attention portée à celui qui arrive et qui ne connaît encore personne. À celle qui performe mais qui s'isole. Aux équipes qui ne se croisent jamais parce que les process ne les y invitent pas.

Les outils de ce guide sont des **accélérateurs** qui vous libèrent de l'énergie pour l'exercer là où elle compte le plus.

N'hésitez pas à consulter notre équipe pour vous accompagner dans vos stratégies de cohésion !

L'équipe Dotmap





dotmap

Activités de cohésion partout en France.

**Gaspard
Normani**



+33 6 78 95 99 94
gaspard@dotmap.fr

**Maëlle
Devisscher**



+33 7 59 57 29 10
maelle@dotmap.fr

+33 1 84 60 19 12

PRENDRE RDV EN LIGNE