

Dialogue

ASSOCIATION OF CANADIAN SEARCH EMPLOYMENT & STAFFING SERVICES
ASSOCIATION NATIONALE DES ENTREPRISES EN RECRUTEMENT ET PLACEMENT DE PERSONNEL

Driving The ECONOMY

Conference 2009: Details Inside

Des stratégies pour la NOUVELLE ÉCONOMIE

Congrès 2009 : Détails à l'intérieur

Setting Growth Goals for 2009

Objectifs de
croissance en 2009

PLUS

**Search
Engines,**
how to increase
survey responses
and improving
your interview skills

Moteurs de recherche,
comment améliorer les réponses
à vos sondages et poser les questions

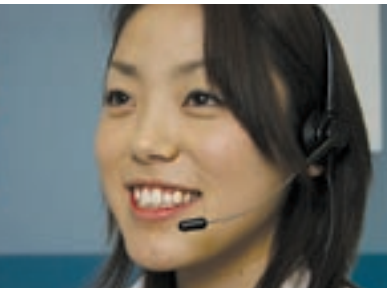


CANADIAN PUBLICATION
MAIL AGREEMENT: 41717012

Congrès annuel 2009 Montréal
Annual Conference 2009 Montréal
DES STRATÉGIES POUR LA NOUVELLE ÉCONOMIE
DRIVING THE ECONOMY



staffguard | **canada**



Exclusive to the Canadian Staffing Industry, this comprehensive insurance program bundles all your insurance requirements into ONE simple and convenient package.

Paul Kako, Managing Director Staffguard Program is a 10 year insurance professional with 10 years of recruitment experience.

To find out more contact Paul at 888.834.8587 or by email at paulk@dkcgroup.com.

BENEFITS OF USING THE STAFFGUARD PROGRAM

STAFFING SERVICES ERRORS & OMISSIONS

\$2,000,000 and \$5,000,000 Limits.

This policy covers your due diligence when selecting candidates for your clients.

COMMERCIAL GENERAL LIABILITY

\$2,000,000 and \$5,000,000 Limits.

This policy covers your office and your temps against lawsuits from Clients and other third parties. Unique to Staffguard, your *"Temps"* are specifically INCLUDED in the policy.

CRIME - EMPLOYEE DISHONESTY WITH THIRD PARTY FIDELITY

up to \$1,000,000 Limit.

This covers theft by employees, whether your own in-house staff or *"Temps"* on assignment. Many of your client contracts may require this. Higher limits as required for specific contract obligations may be available upon request.

PROPERTY/OFFICE CONTENTS - this covers your office contents, computers, phone systems, Leasehold Improvements. We also include Office Pak extensions to direct insurance dollars where they are needed most.

listen to what people are saying about the staffguard program

"Being a Staffguard client we were pleased to take advantage of their enhanced coverages and competitive rates. We recently had to make a number of changes to our policy and the Staffguard team was quick to respond. I encourage all recruitment professionals to consider Staffguard."

PAULINE KELTIKA
General Manager, Personnel by Elsie

features | articles de fond

- 8 Six Ways to Boost Survey Response**
 9 Six façons d'améliorer les réponses à vos sondages
 BY | PAR SHEL HOROWITZ
- 10 8 Essential Job Fair Tips for Recruiters**
 11 Huit conseils essentiels au sujet des salons de l'emploi pour les recruteurs
 BY | PAR ROBERT STEWARD AND MESIA QUARTANO
- 12 Winning the Search Engine Wars**
 13 Comment gagner les guerres des moteurs de recherche
 BY | PAR LEE TRAUPEL
- 14 What Are Your Growth Goals for 2009?**
 15 Quels sont vos objectifs de croissance en 2009 ?
 BY | PAR COLLEEN FRANCIS
- 20 Do You Have a Black Belt in Asking Questions?**
 22 Avez-vous une ceinture noire sur la façon de poser les questions ?
 BY | PAR KIMBERLY SCHENK
- 24 Celebrating Industry Achievements**
 25 Célébrons les réalisations dans notre domaine
- 26 Condemned to Never Work?**
 27 Condamné à ne jamais travailler?
 BY | PAR CYNTHIA PELLICCIOTTI
- 28 4 Motivational Tips that Work**
 BY | PAR JOE TAKASH



20 / 22 Do You Have a Black Belt in Asking Questions? / Avez-vous une ceinture noire sur la façon de poser les questions ?



departments | départements

- 4 President's Message**
 5 Message du président
 BY | PAR STEVE JONES, CPC
- 6 True to Our Mission**
 6 Dans la lignée de notre mission
 BY | PAR AMANDA CURTIS, CAE
- 16 Government Relations Report**
 16 Rapport sur les relations gouvernementales
 BY | PAR MARY MCININCH, BA, LLB
- 30 CPC Graduates**
 30 Diplômés du CPC

Industry Optimism Will Become Reality

BY STEVE JONES, CPC



STEVE JONES
NATIONAL PRESIDENT

“The staffing and recruitment industry is known for its hardworking professionals who demonstrate both vision and entrepreneurial leadership.”

DESPITE THE ECONOMIC UNCERTAINTY, IT IS VERY ENCOURAGING TO HEAR so many ACSESS members describe their personal optimism for this coming year and their confidence in the strength of our industry in Canada. The staffing and recruitment industry is known for its hardworking professionals who demonstrate both vision and entrepreneurial leadership. Our industry and the people within it will continue to serve an important role in Canada's economic success. ACSESS is committed to supporting our members to achieve their vision through information, training, professional certification, public policy development, public relations and the sharing of best practices, enabling us all to be our best, now and in the future.

ACSESS enjoyed an outstanding 2008. This success was due, in no small part, to the commitment and participation of our members.

- The Ontario Safety Group members collectively received a rebate exceeding \$1.7 million. This exceptional performance is a reflection of our members' commitment to putting people first when it comes to improving safety in the workplace.
- Our record-breaking National Conference demonstrated that ACSESS industry members value the importance of a forum for sharing information, recognizing excellence, strategizing and networking.
- Individuals demonstrated their personal commitment to professional development by setting both enrolment and attendance records for CPC modules, with outstanding subscription to the first offering of the program in the French language.
- The new *Dialogue* was launched, and while still in its infancy, our members have repeatedly expressed their appreciation for the rising standards for Canada's only magazine specifically written for and about our industry.
- ACSESS celebrated its 10th anniversary, marking 10 years since the important merger of two strong associations to give ACSESS an expanded mandate to represent all facets of the employment, recruitment and staffing services industry.

It is a privilege to serve as President of ACSESS. I am proud of what our industry does for both the clients and the candidates we serve. Making a difference in the lives of people through meaningful employment is an honourable calling. I would like to take this opportunity to thank you for doing your part in creating an industry and an industry association that we can all be very proud of.

Through continual focus on professional standards, member commitment, progressive vision and entrepreneurial leadership, I also believe that our industry optimism will become reality. Wishing our readers prosperity in 2009. ■

Steve Jones, CPC
National President

L'optimisme de notre secteur deviendra une réalité

PAR STEVE JONES, CPC

MALGRÉ L'INCERTITUDE ÉCONOMIQUE, IL EST TRÈS ENCOURAGEANT D'ENTENDRE tant de membres de notre Association exprimer leur optimisme personnel pour l'année qui s'amorce et leur confiance dans la force de notre industrie au Canada. L'industrie du recrutement et du placement est renommée pour ses professionnels acharnés au travail et faisant à la fois preuve de vision et de leadership entrepreneurial. Notre industrie et les gens qui l'animent continueront de jouer un rôle important dans les succès économiques du Canada. Notre Association est déterminée à aider ses membres à réaliser leurs objectifs par l'information, la formation, la certification professionnelle, l'avancement des politiques publiques, les relations publiques et la mise en commun des pratiques exemplaires qui nous permettent tous d'être à notre meilleur, maintenant et dans l'avenir.

L'année 2008 a été extraordinaire pour ACSESS. C'est en grande partie à l'engagement et à la participation de nos membres que nous devons ces succès.

- Les membres du Groupement en sécurité de l'Ontario ont collectivement reçu un escompte s'élevant à plus de 1,7 million de dollars. Ce résultat exceptionnel traduit la détermination de nos membres à penser à la personne d'abord lorsqu'il s'agit d'améliorer la sécurité dans les lieux de travail.
- Le succès sans précédent du Congrès national a prouvé qu'il est important pour les membres de l'Association de notre industrie de disposer d'une tribune permettant de mettre en commun l'information, de récompenser l'excellence, de se donner des stratégies et d'étendre leur réseau.
- Nos membres ont aussi fait individuellement preuve de leur engagement à l'égard du perfectionnement professionnel en établissant des records d'inscription et d'assistance aux modules CPC, notamment par un taux d'inscription exceptionnel à la première session du programme offerte en français.
- Le lancement du nouveau *Dialogue* a eu lieu et, bien qu'il soit encore tout jeune, nos membres n'ont cessé d'exprimer leur appréciation pour le calibre supérieur offert par le seul magazine canadien écrit spécialement pour notre industrie et à son sujet.
- Notre Association a célébré son 10e anniversaire, soulignant les dix ans qui se sont écoulés depuis l'importante fusion de deux solides associations qui a permis à ACSESS de représenter avec un mandat élargi tous les secteurs de l'industrie des services d'emploi, de recrutement et de placement.

C'est pour moi un privilège de servir en tant que président de notre Association. Je suis fier de ce que notre industrie apporte à ses clients et aux candidats qu'elle dessert. Faire une différence dans la vie des gens en leur procurant un emploi épanouissant est une vocation honorable. J'aimerais profiter de cette occasion pour vous remercier de faire votre part dans la création d'une industrie et d'une association de l'industrie dont nous pouvons tous être très fiers.

Grâce à une attention de tous les instants portée aux normes professionnelles, à l'engagement des membres, à une vision progressive et à un leadership entrepreneurial, je crois aussi que l'optimisme de notre industrie se concrétisera dans la réalité. Je souhaite à tous nos lecteurs la prospérité en 2009. ■

Steve Jones, CPC
Président national

Dialogue is published by BB&C Management Services on behalf of



PUBLISHER

Amanda Curtis, CAE

ASSOCIATE PUBLISHER

Mary McIninch, BA, LLB

EDITOR

Dianne Werbicki

ART DIRECTION & DESIGN

Claire Triassi

PREPRESS/PRINTING

Maracle Press

Dialogue, the official publication of the Association of Canadian Search, Employment and Staffing Services (ACSESS), is published 3 times per year as a medium of communication between the Association and its members and as a forum for fair comment and discussion on all matters of general interest to the employment community. Readers are invited to comment and express opinions on relevant topics. Views and opinions expressed do not necessarily reflect the policies of the Association and are strictly those of the writers. Publication of advertisements, contributed articles and letters does not imply endorsement of the opinions expressed therein, and ACSESS, Dialogue, its publishers and staff do not accept any responsibility for them. All material submitted and published remains the property of the publishers and/or the Association of Canadian Search, Employment and Staffing Services. No reproduction of this publication in whole or in part is permitted without the written authorization of the publishers.

Information and opinions printed in Dialogue are brief summaries of complex topics provided by the publisher and authors without any liability whatsoever. Readers should obtain expert advice in specific situations. Dialogue is a controlled circulation professional trade publication distributed free of charge to members of ACSESS.

ADVERTISING INFORMATION

Advertising rates are available at editor@acsess.org
Other communications should be sent to:

The Editor
Dialogue
2233 Argentia Road, Suite 100
Mississauga, Ontario
L5N 2X7
Email: editor@acsess.org
Web: www.acsess.org

All reproduction rights reserved 2009.

True to Our Mission

BY AMANDA CURTIS, CAE



AMANDA CURTIS, CAE
EXECUTIVE DIRECTOR
DIRECTRICE GÉNÉRALE

The ACSESS new look Dialogue was introduced in 2008, a year that marked the Association's 10th anniversary and most successful conference to date. While we already know that 2009 will be challenging for all businesses, ACSESS is committed to supporting and representing our members in all sectors of the staffing and recruitment Industry.

Plans are in place to deliver a series of programs that will address challenges that are top of mind. In March, Barbara Bruno will present in Edmonton and Toronto, and in May the National Conference will be held in the heart of Old Montreal. A presenter at the Conference, Tony Hamway has already asked that members submit their areas of greatest concern in advance to enable him to plan an interactive, realistic and fun session. Tony also observed that now is the time to position companies and to invest in educational opportunities that will build a strong and engaged team.

“The overall mission of ACSESS is “To Promote the Interests and Growth of the Canadian Recruitment & Staffing Industry.”

The Conference theme Driving the Economy was chosen as a demonstration of the critical role our industry plays in driving the economy as it allows businesses to have the right people and the

right number of people (not too many, not too few) working for them. This same theme is reflected in the logo used for the ACSESS 2009 Awards, and we urge members to consider submitting nominations for this important program. We all know individuals and companies that have consistently excelled in areas of professionalism, business standards, and community outreach, and ask members to help in recognizing the contributions of these industry leaders.

2009 will no doubt also bring a series of new government relations files. In this arena ACSESS has been a strong and successful voice for the industry and we will continue to be vigilant in addressing the many and varied regulations that impact particularly the staffing services sector.

The overall mission of ACSESS is “To Promote the Interests and Growth of the Canadian Recruitment & Staffing Industry.” To bring value to members providing professional search and temporary and contract services, ACSESS will build on brand recognition and a clearer understanding of our industry by the media. We will also address as positively as possible any negative media messages.

Over the years ACSESS has developed a set of operating guidelines and Code of Ethics designed to promote professionalism, business integrity, and a high level of competence and respect within individual businesses and the industry. We thank you for your support in raising the standards within our industry and invite your direction for the future. ■

Dans la lignée de notre mission

PAR AMANDA CURTIS, CAE

Notre bulletin Dialogue a fait peau neuve en 2008, une année marquée par le 10^e anniversaire de notre Association et qui a vu son congrès le plus réussi jusqu'à maintenant. Tout en sachant déjà que 2009 sera difficile pour l'ensemble des entreprises, ACSESS reste déterminée à appuyer et à représenter ses membres de tous les secteurs du recrutement et du placement de personnel.

Nous avons prévu une série de présentations abordant les difficultés les plus présentes dans l'esprit de tous. Barbara

Bruno fera un exposé à Edmonton et à Toronto en mars, et le Congrès national aura lieu en mai au cœur du Vieux-Montréal. Conférencier au congrès, Tony Hamway a déjà demandé aux membres de lui faire part de leurs principales préoccupations afin de planifier une séance interactive, réaliste et amusante. Tony a aussi observé que c'était le moment pour les entreprises de se placer stratégiquement et d'investir dans des avenues d'apprentissage qui mettront sur pied des équipes solides et motivées.

Le thème du congrès, « Driving The Economy », a été choisi afin d'illustrer le rôle crucial que joue notre industrie pour relancer l'économie en permettant aux entreprises de disposer dans leur effectif des bonnes personnes en nombre requis (ni trop, ni trop peu). Le même thème revient dans le logo servant aux prix de 2009 de notre Association et nous pressons nos membres de penser à proposer des candidatures pour cet important programme. Nous connaissons tous des personnes et des entreprises qui font régulièrement preuve d'excellence dans les domaines du professionnalisme, des normes commerciales et de l'investissement communautaire et nous demandons aux membres de nous aider à souligner la contribution de ces chefs de file de l'industrie.

«La mission globale de notre Association est de « favoriser les intérêts et la croissance de l'industrie canadienne du recrutement et du placement ».

L'année 2009 ne manquera pas d'ouvrir une série de nouveaux dossiers dans les relations gouvernementales. Dans ce domaine, notre Association parle d'une voix forte et écoutée pour l'industrie et elle continuera à faire preuve de vigilance en abordant les règlements nombreux et diversifiés touchant particulièrement le secteur des services de placement.

La mission globale de notre Association est de « favoriser les intérêts et la croissance de l'industrie canadienne du recrutement et du placement ». Pour ajouter de la valeur aux services donnés aux entreprises, l'Association capitalisera sur la reconnaissance de marque et une meilleure compréhension de notre industrie dans les médias. Nous répondrons aussi de manière aussi constructive que possible à tous les commentaires défavorables dans les médias.

Au fil des ans, notre Association a mis au point un ensemble de lignes directrices d'exploitation et un code d'éthique visant à favoriser le professionnalisme, l'intégrité commerciale et un degré élevé de compétence et de respect au sein de chaque entreprise et de l'industrie. Nous vous remercions de votre appui à cet objectif d'élever les normes de l'industrie et nous vous invitons à nous guider dans l'avenir. ■

MERGERS & ACQUISITIONS
FOR THE STAFFING INDUSTRY

WE UNDERSTAND YOUR OBJECTIVES.



Whether you are buying or selling, we understand.

We approach M&A from a strategic perspective as well as from your perspective. We are relationship oriented, not just focused on transactions, we focus on your values and needs, supported by our awareness of the industry trends.

We understand the many challenges facing you, given the rapidly changing staffing industry landscape.

We have walked in your shoes.


***r.a.cohen* consulting**

M & A experience when you need it most.

Contact us at:

BOB COHEN 416.229.6462 or bob@racohenconsulting.com
SAM SACCO 910.509.0691 or sam@racohenconsulting.com
or visit www.racohenconsulting.com

OVER ONE HUNDRED
TRANSACTIONS COMPLETED



Six Ways to Boost Survey Response

BY SHEL HOROWITZ



YOU SPEND TIME AND EFFORT PUTTING TOGETHER A SURVEY SO YOU CAN HAVE REAL INFORMATION ABOUT WHAT YOUR CANDIDATES AND CLIENTS ARE ACTUALLY LOOKING FOR. And you send the survey to your in-house list – but the flood of responses you’re expecting is only a trickle.

While direct-mail marketing typically enjoys response rates of 0.5 per cent to 2 per cent for sales pieces, survey responses are often far lower.

You’re never going to get 100 per cent participation. People are too busy, or some of them are simply not your target audience.

But still, you want to do better than a few hundredths of a per cent. How can you boost responses up to meaningful levels?

Make it EASY to Respond

The less work your respondent has to do, the more responses you’ll get. One click should go right to the survey form, without requiring registration. You can easily use software to flag duplicate responses, so ballot-stuffing is not a problem.

And the form itself should be simple, clearly worded, easy to understand, easy and quick to fill out. Unless there is a strong

business reason for using them, avoid distractions such as animated GIFs and Flash intros. Depending on your audience, they could get in the way of the survey or increase the likelihood that the form will give error messages.

Explain Why Responding HELPS the Respondent

You want this information to better serve your clients – to offer products and services that more closely meet their exact needs. Use effective copywriting to convey this point: that not only do you sincerely value their input, but that their responses will help you bring candidates/services to market that directly reflect their exact needs. Help them to feel “ownership” of their role in making these new things happen.

This may be the most crucial factor: your headlines and body copy should convey that you see your respondents as allies in solving their problems or increasing their convenience together. It’s all about them, not about you.

REASSURE Your Participants

Everybody worries that if they participate in surveys, they’re going to be hounded after the fact. Do it differently; earn your prospects’ respect by promising them that salespeople won’t bother them. And keep your promise! If you design the entire process properly, survey respondents will seek YOU out to do some business together.

You will, of course, provide them with every tool they need to follow up with you.

Provide the Chance for REAL Feedback

Include at least one comment field, where respondents can explain or qualify their answers. You'll get extremely meaningful information from this technique – well worth the extra labour in hand-analyzing the results. You also make your respondents feel valued and important, so that they have a vested interest in feeling that they're a part of your enterprise.

FOLLOW UP With the Best Respondents

People who make useful comments are prime candidates for focus groups, beta testing, or simple one-to-one follow-up – focused on additional research. They'll be so grateful that you really value their opinions that they may become evangelists for your company.

Won't they be surprised and delighted to get a telephone call or a personal email from the president of your company, thanking them for their response and asking if they'd like to help you refine your research?

Offer INCENTIVES For Responding

Offer thank-you gifts to every entrant, or add all your respondents to a raffle drawing. The prizes should be relevant to your company.

The more people participate honestly in a survey, the more useful your market research. And if the incentives are strong and relevant enough, you know that the responses you get will be honest, identifiable and useful.

So there you have it: Make your surveys user-friendly, show why answering the survey benefits the participant, reassure them that you won't unleash the sales dogs, offer prospects the chance to actually influence the direction of your products and your marketing, follow up appropriately, and offer incentives. Then watch your survey numbers grow, and put all that useful information into practice in your product development, customer service, and of course, your profits. ■

SOURCE: www.bestmanagementarticles.com

Marketing consultant/copywriter Shel Horowitz is founder of the international Business Ethics Pledge campaign and author of seven books including the Apex Award winner Principled Profit: Marketing That Puts People First.

Six façons d'améliorer les réponses à vos sondages

PAR SHEL HOROWITZ

VOUS CONSACREZ BEAUCOUP DE TEMPS ET D'EFFORTS À PRÉPARER UN SONDAGE DE FAÇON À OBTENIR DE VÉRITABLES INFORMATIONS QUANT À SAVOIR CE QUE VOS CLIENTS ET CANDIDATS RECHERCHENT VRAIMENT. Et, vous envoyez ce sondage à votre liste personnelle – mais les réponses reçues se limitent à quelques-unes seulement.

Le marketing de publi-postage obtient généralement des taux de réponses de 0,5 à 2 pour cent pour les ventes. Les réponses au sondage sont beaucoup moins élevées.

Vous n'obtiendrez jamais une participation à 100 per cent. Les gens sont trop occupés, ou certains d'entre eux ne sont tout simplement pas le genre d'audience que vous recherchez. Pourtant, vous voudriez faire un peu mieux que quelques centièmes d'un pour cent. Comment pouvez-vous augmenter vos réponses à des niveaux valables ?

Arrangez-vous pour que ce soit FACILE à répondre

Moins vos répondants auront du travail à faire et plus vous aurez de réponses. Un seul clic devrait vous amener au formulaire de sondage, sans qu'il soit nécessaire de s'inscrire. Vous pouvez facilement utiliser un logiciel pour retenir les réponses en duplicata, évitant ainsi les problèmes.

De plus, le formulaire lui-même devrait être simple, le texte clairement rédigé, facile à comprendre et le formulaire devrait être facile et rapide à remplir. À moins qu'il y ait de fortes raisons d'affaires de les utiliser, évitez les distractions comme les formats d'échange graphique et les introductions flash. Selon votre audience, de tels accessoires peuvent aller à l'encontre de ce que vous recherchez dans le sondage ou augmenter les possibilités

que le formulaire crée des messages d'erreurs.

Expliquez pourquoi le fait de répondre AIDERA les répondants

Vous tenez à ce que cette information offre un meilleur moyen de servir vos clients en leur offrant des produits et des services correspondant exactement à leurs besoins. Utilisez un texte efficace pour expliquer : non seulement vous appréciez les renseignements donnés mais que les réponses obtenues aideront à choisir les candidats/services à un marché reflétant directement leurs besoins exacts. Aidez-les à se rendre compte de leur «rôle» et participation quant aux résultats finals.

Ceci est peut-être le facteur le plus crucial : vos titres et votre texte devraient préciser que vous considérez vos répondants comme des alliés et que vous les aiderez à résoudre leurs problèmes ou faciliter leur travail, dans leur intérêt et non pas le vôtre.

RÉASSUREZ vos participants

En participant à des sondages, tout le monde se méfie un peu, ayant peur d'être sollicité par la suite. Agissez différemment ; obtenez le respect des personnes dont vous essayez d'attirer l'attention en leur promettant qu'aucun vendeur ne les dérangera. Et tenez votre promesse ! Si vous avez conçu le processus convenablement, les répondants au sondage seront prêts à faire affaires avec VOUS par la suite.

Vous devriez, bien sûr, leur fournir tous les outils dont ils ont besoin pour faire un suivi avec vous.

Suite à la page 30

8 ESSENTIAL JOB FAIR TIPS FOR RECRUITERS

BY ROBERT STEWARD & MESIA QUARTANO



WHETHER YOU'RE LOOKING FOR ENTRY-LEVEL HIRES, tech talent or experienced executives, job fairs are an increasingly important strategy for recruiters seeking employees at all levels. Here are some tips to improve your career fair recruiting results while promoting a positive public image for your company:



Plan as a team

Make sure there's no disconnect between those planning the exhibit and the recruiters actually attending the event. All members of an exhibiting company need to work together to ensure that everything runs smoothly and nothing falls through the cracks.

Ask about advertising opportunities

Almost every job fair provides a variety of opportunities to publicize your company, often at no additional cost. You may be able to publish your open positions on the event website, include your company logo in printed materials, get listed as an exhibitor in radio or TV ads, or receive additional exposure as an event sponsor.

Don't put all your marketing materials in one basket

If you ship your booth, display graphics and all your printed materials together, what will you do if they don't make it to the event on time? At the very least, make sure some marketing materials and brochures travel with you. Then if there's a shipping snag, you won't be empty-handed.



Be on time

Get directions to the job fair location in advance and give yourself plenty of extra time for missed turns, elusive parking, event registration, booth set-up and last-minute errands. You should have all your prep work completed before candidates are scheduled to arrive.

Stay until the end of the event

Make sure your travel plans and other arrangements leave enough time for you to exhibit for the entire job fair. Breaking down your booth early is a distraction to other attendees, and it could cause you to miss top-notch candidates who arrive at the end of the event.



Greet candidates when they approach your exhibit

Sounds like common sense, but some recruiters seem to prefer chatting with their booth co-worker instead of welcoming candidates. Remember why you're there and be a good host. When someone visits your booth, introduce yourself, shake the candidate's hand and start a conversation!

Never leave your booth unattended

If one recruiter goes to lunch, the other should stay at your exhibit. The same goes for coffee breaks and trips to the bathroom. You never know when outstanding candidates will visit your booth, and you can't guarantee they'll come back if you're missing in action.



Always accept paper resumes

The biggest complaint from career fair candidates involves recruiters who refuse to take paper resumes and instruct jobseekers to apply online at a company website. You should always accept resumes from job fair candidates; just explain that they must also apply online as part of your company policy. This courtesy shows candidates that their effort to meet you in person is appreciated. ■

Robert Steward and Mesia Quartano are experts at diversity job board LatPro.com.

Huit conseils essentiels au sujet des salons de l'emploi pour les recruteurs

PAR ROBERT STEWARD ET MESIA QUARTANO

QUE VOUS RECHERCHIEZ DES EMBAUCHES AU NIVEAU D'ENTRÉE, des talents techniques ou des cadres expérimentés, les salons de l'emploi constituent une stratégie de plus en plus importante pour les recruteurs qui recherchent des employés à tous les niveaux. Voici certains conseils qui vous permettront d'améliorer votre carrière de recrutement dans les salons de l'emploi, tout en vous permettant de maintenir une image publique positive pour votre compagnie :



Tirez vos plans à tant qu'équipe

Assurez-vous qu'il n'y ait pas d'avis contraire entre ceux qui planifient l'exposition et les recruteurs qui participent à l'événement proprement dit. Tous les membres d'une compagnie faisant une exposition doivent travailler ensemble pour s'assurer que tout fonctionne sans anicroche et que rien ne viendra créer des problèmes.

Renseignez-vous au sujet des possibilités de publicité

Presque tous les salons de l'emploi fournissent une variété d'occasions qui vous permettront de faire la publicité de votre compagnie, souvent sans coût supplémentaire. Il est possible que vous soyez capable de publier vos postes ouverts sur le site web de l'événement, y compris le logo de votre compagnie dans la documentation imprimée. Vous pourrez peut-être voir votre nom apparaître en tant qu'exposant dans les annonces à la radio et à la télévision ou recevoir une exposition supplémentaire en tant que commanditaire de l'événement.

Ne mettez pas tout votre matériel de marketing dans le même panier

Si vous expédiez votre kiosque, vos dessins

de présentation et tout le matériel imprimé dans un même envoi, que feriez-vous si cet envoi n'arrive pas à temps ? Vous devriez au moins, prendre une partie de la documentation de marketing et des brochures avec vous lorsque vous voyagez. Ainsi, au cas où l'expédition se ferait mal, vous n'aurez pas tout perdu.



Soyez à l'heure

Obtenez des instructions concernant l'emplacement du salon de l'emploi bien à l'avance et laissez-vous du temps supplémentaire pour tenir compte des difficultés de stationnement, de l'inscription à l'événement, le montage du kiosque et les difficultés de dernière minute. Vous devriez avoir tout votre travail de préparation terminé avant l'arrivée des candidats.

Restez jusqu'à la fin de l'événement

Assurez-vous que vos plans de voyage et autres arrangements vous laissent suffisamment de temps pour être présent pendant tout le salon de l'emploi. Si vous démontez votre kiosque trop tôt, vous risquez de créer une distraction pour les autres participants et de perdre des candidats valables qui pourraient arriver à la fin de l'événement.



Accueillez les candidats lorsqu'ils s'approchent de votre kiosque

Cela pourrait sembler évident, mais pourtant, certains recruteurs semblent préférer discuter avec leurs collègues du kiosque au lieu d'accueillir les candidats. N'oubliez pas la raison pour laquelle vous êtes là et soyez un hôte efficace. Lorsque quelqu'un vient visiter votre kiosque, présentez-vous, serrez la main du candidat et entamez la conversation !

Ne laissez jamais votre kiosque sans surveillance

Si un recruteur va prendre son repas du midi, l'autre devrait rester dans le kiosque. La même chose est vraie pour les pauses-café et les déplacements à la salle de bain. Vous ne savez pas à quel moment les candidats exceptionnels viendront visiter votre kiosque, et vous n'avez aucune garantie qu'ils reviendront si vous n'êtes pas là au moment où ils arrivent.



Acceptez toujours les cv sur papier

La plainte que l'on reçoit le plus souvent de la part des candidats se rendant dans un salon de l'emploi implique les recruteurs qui refusent de prendre des cv sur papier et demandent aux candidats de soumettre leur demande en ligne sur le site web de la compagnie. Vous devriez toujours accepter les cv que vous offrent les candidats à un salon de l'emploi; expliquez-leur simplement qu'ils devraient également envoyer leur cv en ligne pour se conformer à la politique de la compagnie. Cette preuve de courtoisie montre aux candidats que vous appréciez l'effort qu'ils ont fait en vous rencontrant. ■

Robert Steward et Mesia Quartano sont des experts à diversity job board LatPro.com.

Winning the Search Engine Wars

BY LEE TRAUPEL

CREATING AND BUILDING EFFECTIVE SEARCH ENGINE MARKETING CAMPAIGNS IS LIKE TRYING TO NAIL JELL-O TO THE WALL.

The challenge can be daunting to many, requiring very specialized knowledge of process that must be blended with unique and disparate technology. Here are some insights gained from years of experience providing these services to clients:

1 | SE marketing is very effective in driving qualified traffic to a website – over 85 per cent of global surfers utilize search engines to find goods and services.

2 | What can you expect from search engine ranking via back-end conversions or desired responses?

There is no “silver bullet” answer to this question; we’ve seen results vary from a low of 1.4 per cent to a high of 22 per cent. You’ll make a dangerous assumption if you measure results by focusing solely on SE marketing – your back-end response mechanisms (sales rep interaction, e-commerce fulfillment, newsletter signup, website, etc.) will greatly affect the ROI – assess and critique from a holistic perspective.

3 | It’s a zero sum game if you use any of the low cost “we submit to thousands” of search engines service companies – these submissions do very little to drive viable rankings. If you aren’t achieving rankings in

the top 20–30 (page 1–3) listings then you’re wasting marketing resources.

4 | Don’t make the mistake of focusing solely on search engine marketing to drive market awareness (online branding) and revenue – develop mutually reinforcing processes that are synergistic by utilizing directory submissions, Usenet/Newsgroup seeding, newsletter sponsorships, opt-in email, PR and other offline marketing processes.

5 | Stringent keyword analysis for HTML text is one of the underlying foundations of a successful search engine ranking campaign – it’s analogous to the importance of ad copy for a conventional print campaign. Most good SE firms use a commercial database service like WordTracker, which enables them to analyze the relative popularity of keywords and then build a submissions and optimization process around the selected keywords.

6 | The actual title for your index and interior pages will also have a significant impact on whether or not a campaign works. It needs to be the right length, typically 10–20 words, have no hyperbole and pique a searcher’s curiosity.

7 | Contrary to endless marketing hype there are no quick solutions in this form of interactive marketing – it will take at least one to two months before you see any immediate results. And, for significant

results i.e., page 1–3 listings via top tier engines add another two to three months on top of this on average.

8 | Website content development impacts good SE rankings – the more the better. Develop content that is relevant to keywords.

We use linguistic analysis software for our clients and then build a standalone “stealth website” that has content expressly designed for SE spiders (bots). But, this level of sophistication and proprietary process is expensive and time-consuming, but very effective.

9 | Remember the Armand Hammer quote about Russia? “An enigma wrapped inside a box buried deep in the ocean.”

This is apropos to the search engine world, as the top tier SE’s all change their submission rules and algorithms on a regular basis. So, hire a search engine firm that understands the market – or be prepared to invest a great deal of time to achieve tangible results. ■

SOURCE: www.bestmanagementarticles.com

Lee Traupel is the co-founder of a Northern California and Brussels, Belgium-based, privately held, marketing services and software company (www.intelective.com) which focuses exclusively on providing services to small to medium sized companies that need strategic and tactical marketing services.

Comment gagner les guerres des moteurs de recherche

PAR LEE TRAUPEL

CRÉER ET METTRE AU POINT DES campagnes de marketing efficaces, basées sur les moteurs de recherche, c'est un peu comme essayer de clouer du Jell-O sur un mur.

Le défi peut être énorme et il demande des connaissances très spécialisées du processus, qui doivent être mariées à une technologie unique et hétéroclite. Voici quelques aperçus glanés au cours d'années d'expérience à fournir ce genre de services aux clients :

1 | Le marketing MR est très efficace lorsqu'il s'agit d'amener un trafic qualifié vers un site web – plus de 85 pour cent des surfeurs globaux utilisent des moteurs de recherche pour trouver des biens et des services.

2 | À quoi pouvez-vous vous attendre d'un classement par moteur de recherche concernant les conversions finales ou les réponses désirées ?

Il n'y a pas de «solution facile» à cette question ; nous avons vu les résultats varier de 1,4 pour cent jusqu'à un maximum de 22 pour cent. Vous feriez une supposition dangereuse si pour mesurer les résultats, vous vous concentriez seulement sur le marketing de moteur de recherche – le mécanisme de réponse finale (interaction des représentants, réalisation du commerce électronique, préparation de bulletins, site web, etc.) affectera beaucoup la région d'intérêt – l'accès et la critique d'une perspective holistique.

3 | C'est un jeu à somme zéro si vous utilisez des compagnies de services de

moteur de recherche à bas prix «prétendant qu'elles font des soumissions à des milliers de sites» – ces soumissions ne permettent pas d'accomplir des classements viables. Si vous n'atteignez pas des classements dans les 20–30 listages (pages 1–3), vous gaspillez vos ressources de marketing.

4 | Ne faites pas l'erreur de vous concentrer seulement sur le marketing de moteur de recherche pour obtenir la connaissance du marché (marque en ligne) et le revenu – en développant des processus mutuellement renforcés qui sont synergétiques en utilisant des soumissions de répertoire, l'ensemencement Usenet/Newsgroup, le parrainage de bulletins, le courrier électronique à option, le PR et autres processus de marketing hors ligne.

5 | L'analyse exigeante des mots clés pour le texte en HTML est l'une des bases sous-jacentes d'une campagne de classement réussie avec moteur de recherche – c'est à peu près aussi important que le texte lui-même dans une campagne de publicité imprimée. La plupart des bonnes maisons de moteur de recherche se servent d'un service de base de données commercial comme WordTracker, qui leur permet d'analyser la popularité relative des mots clés, puis de construire une soumission et un processus d'optimisation en se servant des mots clés sélectionnés.

6 | Le titre réel de votre index et de vos pages intérieures aura également un impact significatif sur le bon fonctionnement ou l'échec de la campagne. Il doit être de la bonne longueur, en principe de 10 à 20 mots, ne pas comprendre d'hyperbole et éveiller la curiosité du chercheur.

7 | Il n'y a pas de solutions rapides dans cette forme de marketing interactif – il faut compter

au moins d'un à deux mois avant de pouvoir voir des résultats immédiats. Et aucun résultat important, par ex., listages pages 1–3 via les principaux moteurs peut ajouter un autre deux à trois mois à cette moyenne.

8 | Le développement du contenu du site web a un impact sur un bon classement de moteur de recherche – plus il y en a, meilleur c'est. Développer le contenu qui se rapporte aux mots clés.

Nous utilisons un logiciel d'analyse linguistique pour nos clients, puis nous construisons un «site web furtif» autonome qui a son contenu expressément conçu pour des inforobots de recherche (bots). Mais ce niveau de sophistication et de processus breveté est coûteux et demande beaucoup de temps, par contre il est très efficace.

9 | Vous souvenez-vous de la citation d'Armand Hammer au sujet de la Russie ? «Une énigme emballée à l'intérieur d'une boîte reposant au fond d'un océan».

Ceci est bien à-propos dans le monde des moteurs de recherche, car les meilleurs moteurs de recherche changent tous leurs règles et algorithmes de soumission sur une base régulière. Embauche donc une maison de moteur de recherche qui comprenne le marché – ou soyez prêt à investir beaucoup de temps pour obtenir des résultats tangibles. ■

SOURCE: www.bestmanagementarticles.com

Lee Traupel est le cofondateur d'une compagnie privée de services de marketing et de logiciel dans le nord de la Californie et à Bruxelles, Belgique (www.intelective.com) qui se concentre exclusivement à fournir des services à des compagnies petites à moyennes ayant besoin de services de marketing stratégiques et tactiques.

What are your **2009** *growth* goals?



BY COLLEEN FRANCIS

BETWEEN THE LEAFLESS TREES, KNEE-DEEP SNOW AND SEEMINGLY NEVER-ENDING GREY SKIES, IT CAN BE DIFFICULT TO THINK OF ANYTHING GROWING AT THIS TIME OF THE YEAR. Yet while we may be months away from spring flowers *outside*, this is actually the perfect time to do a little growing on the *inside*!

When my brother and I were kids, we used to stare at the sky and ask each other how high we thought it went. Paul thought it was endless. I wasn't so sure. To this day, I'm still intrigued by the thought that the universe is essentially endless. I often find myself wondering what else in our lives might be endless? How high could we all go, if we only allowed ourselves to really believe it was possible?

Think about your first few days as a recruiter. Did you start out with the attitude that the opportunities for someone with your talent and expertise were nothing short of endless? Most of us did. That's what got us where we are today. But where is that attitude now? Have the grim realities and daily tasks that go into making a business successful replaced the shout "how high can I go?" with the cry of "the sky is falling!"

Some days, this might feel like a more realistic summary of the challenges that come with building or running a business. The problem is, adopting a "sky is falling" mentality can severely limit potential growth for both you and your career. In a year where I suspect your income goals are higher than last year's there's simply no time to allow this kind of negative thinking to get in your way.

During my 15 years in sales, I have talked with many successful recruiters who lament the loss of the excitement and energy they

had when they were just starting out. Sure, they are successful and they still enjoy what they do. But many of them have lost some of the thrill they used to feel when it was time to work with new customers.

If this sounds familiar, ask yourself: what are your own goals for your agency? Have you reached them? Do you have a 3- or 5-year plan? What is your exit strategy? Or are you just settling for whatever time and the marketplace bring your way?

Even if, to an outside observer, you might seem to be living the dream, it's worth taking the time to ask yourself if the dream you're currently living is the same as the one you had at the start of your career – when you were certain that nothing would ever hold you back. It's easy to become complacent when you are earning what you wanted to earn this month, quarter or year. But who's to say you couldn't do just a little bit better this year than you did the last, if you set your sights just a little higher?

After all, it's a new year. That means a whole new start to do something profitable with. So here's my challenge for you this year. Find a way to get one more order each month to grow your revenues higher than your 2008 results.

Find a comfortable, nurturing environment to reflect on your past goals, stretch into new goals and review your accomplishments. Think about where you wanted to be when you started out, and what you are going to do to get there this year. Ask yourself: what are your growth goals for 2009? And what are you going to do to make sure they come true? ■



Colleen Francis is president of Engage Selling Solutions based in Ottawa, Ontario. She has been distinguished by the Canadian Professional Sales Association as a Certified Sales Professional (C.S.P.) and is a past president of the Canadian Association of Professional Speakers.

Colleen Francis est présidente de Engage Selling Solutions de Ottawa (Ontario). Elle a reçu la désignation de vendeur professionnel certifié de l'association canadienne des professionnels de la vente et a été présidente de la Canadian Association of Professional Speakers.

Quels sont vos objectifs de croissance en 2009 ?

PAR COLLEEN FRANCIS

EN CETTE PÉRIODE DE L'ANNÉE, parmi les arbres dénudés, dans la neige jusqu'aux genoux et sous un ciel d'un gris apparemment éternel, il peut être difficile de croire que quelque chose puisse pousser. Pourtant, même si nous ne verrons les fleurs du printemps que dans plusieurs mois seulement à l'extérieur, il s'agit d'un moment propice pour faire un peu de croissance intérieure !

Lorsque mon frère et moi étions enfants, nous regardions le ciel et nous nous demandions jusqu'où il s'élevait. Paul croyait qu'il était infini. Je n'en étais pas si sûre. Encore aujourd'hui, j'ai de la difficulté à imaginer un univers essentiellement sans bornes. Je me demande souvent s'il y a d'autres choses dans nos vies qui sont sans limites ? Jusqu'à quels sommets pourrions-nous monter si seulement nous nous permettions de croire vraiment que c'est possible ?

Pensez à vos premiers jours à titre de recruteur. Vous êtes-vous lancé avec l'idée que les occasions s'offrant à quelqu'un possédant votre talent et votre expertise étaient illimitées ? C'est ce qu'ont fait la plupart d'entre nous. C'est ce qui nous a mené où nous sommes aujourd'hui. Mais où est passée cette confiance ? Les dures réalités et la routine allant de pair avec la bonne marche d'une entreprise ont-elles remplacé le cri « Jusqu'où puis-je aller ? » par celui de « Le ciel nous tombe dessus ! » ?

Certains jours, cela peut sembler résumer de manière plus réaliste les difficultés associées à la croissance ou la gestion d'une entreprise. Le problème, c'est que la mentalité « Le ciel nous tombe dessus » peut entraver sérieusement votre épanouissement potentiel et celui de votre carrière. En cette année où, je le soupçonne, vos objectifs en matière de revenu sont plus élevés que l'an dernier, vous n'avez tout simplement pas le temps de laisser ces pensées négatives se mettre en travers de votre chemin.

Au cours de mes quinze ans de carrière dans les ventes, j'ai parlé à bien des recruteurs prospères qui regrettaient d'avoir perdu l'enthousiasme et l'énergie de leurs débuts. Bien sûr, ils ont du succès et leur travail leur plaît. Mais beaucoup d'entre eux ne ressentent plus le plaisir qu'ils avaient en commençant à travailler avec de nouveaux clients.

Si cela vous semble familier, demandez-vous quels sont vos objectifs pour votre agence; les avez-vous atteints ? Avez-vous un plan triennal ou quinquennal ? Avez-vous prévu des positions de retraite ou vous contentez-vous de ce que les temps et le marché vous réservent ?

Même si, pour l'observateur extérieur, vous semblez avoir réalisé un rêve, il vaut la peine de prendre le temps de vous demander si votre rêve actuel est le même que celui vous aviez au début de votre carrière, lorsque vous étiez convaincu que rien ne pouvait vous arrêter. Il est facile de devenir complaisant lorsque l'on atteint son objectif financier pour le mois, le trimestre ou l'année. Mais qui peut dire que vous ne pourriez pas faire juste un peu mieux cette année par rapport à l'an passé, si vous visez juste un peu plus haut ?

Après tout, c'est une nouvelle année. Cela signifie un tout nouveau début dont on peut tirer profit. Voici donc mon défi pour vous cette année : trouvez une façon d'obtenir une commande de plus chaque mois afin d'atteindre un revenu plus élevé que celui de 2008.

Trouvez un environnement confortable et inspirant pour penser à vos objectifs passés; de là, passez à de nouveaux objectifs et examinez vos réalisations. Pensez au point où vous vouliez vous rendre quand vous avez débuté et à ce que vous ferez cette année pour y arriver. Demandez-vous quels sont vos objectifs de croissance en 2009 et ce que vous ferez pour les atteindre. ■

GOVERNMENT RELATIONS REPORT

RAPPORT SUR LES RELATIONS GOUVERNEMENTALES

BY / PAR MARY MCININCH, BA, LLB, DIRECTOR OF GOVERNMENT RELATIONS,
DIRECTRICE DES AFFAIRES PUBLIQUES

A primary objective of ACSESS is to actively represent the industry and our membership before governments by providing input on employment legislation and regulations at the national and provincial levels. At the same time, ACSESS assumes a leadership role in ensuring that industry members are aware of legislation and regulatory changes which may affect their businesses and responsibilities as employers.

La représentation active de l'industrie et de nos membres auprès des gouvernements par une rétroaction sur les lois et règlements du travail est un objectif primordial de notre Association. Simultanément, notre Association prend un rôle de leadership pour veiller à ce que les membres de l'industrie soient informés des modifications législatives et réglementaires pouvant avoir une incidence sur leurs activités et leurs responsabilités en tant qu'employeurs.

Highlights of this report include:

- ACSESS and Bill 139: January meetings with Ministry staff and Minister of Labour Fonseca
- ACSESS Quebec: October 2008 CSST industry consultations; Ongoing Meetings with the Ministry of Labour policy team
- ACSESS Ontario Safety Group Program: 2007 Rebate Announcement; WSIB Accreditation Program 2009
- ACSESS submission to HRSDC/ ongoing discussions with Federal government re: Temporary Foreign Worker Program; September and October meetings with the Director of the Temporary Foreign Worker Program
- ACSESS Alberta: Renewal of Partnerships Agreement (2008-09), Launch of Health and Safety Toolkit and ongoing promotion of the principles of Partnerships

Faits saillants du présent rapport :

- ACSESS et le projet de loi 139: Réunions de janvier avec le personnel du ministère et le ministre du Travail, M. Fonseca;
- ACSESS Québec: consultations d'octobre 2008 de la CSST auprès de l'industrie; rencontres régulières avec l'équipe du ministère du Travail chargée de l'élaboration des politiques;
- Programme de Groupement en sécurité de notre Association en Ontario : annonce des escomptes de 2007; Programme d'accréditation 2009 de la CSPAAI;
- Mémoire de notre Association à RHSDC/ discussions régulières avec le gouvernement fédéral à propos du Programme des travailleurs étrangers temporaires; rencontres de septembre et d'octobre avec le directeur du Programme des travailleurs étrangers temporaires;
- ACSESS Alberta: Renouvellement de l'entente des partenariats (2008-2009); lancement de la boîte à outils en santé et sécurité et promotion permanente des principes des partenariats.

WCB/OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY COMMITTEE WCB/CSST/Comité sur la santé et la sécurité au travail



ACSESS Alberta Partnerships: October, 2008 Launch of Staffing Industry Health and Safety Toolkit

ACSESS and the Alberta government recently concluded a revised Partnerships Agreement and set new goals and objectives for 2008-09. A key objective in the Partnerships program is to develop a health and safety resource tool that will provide a summary of industry best practices and procedures. Over the course of 2007-2008, ACSESS, the Alberta Association for Safety Partnerships, WCB and other committee members worked diligently to draft content and compile sample policies and procedures for inclusion in our industry specific resource tool.

The industry launch of our Alberta Staffing Industry OH&S Toolkit was held in Calgary on October 15, 2008. Our ongoing objective is to actively promote COR and educate our members on the importance of leadership in the area of health and safety.

Partenariats ACSESS Alberta : Lancement de la boîte à outils en santé et sécurité de l'industrie du placement

Notre Association et le gouvernement de l'Alberta ont récemment conclu une entente de partenariat révisée et fixé de nouveaux buts et objectifs pour 2008-2009. Un objectif principal de notre programme de partenariats est de mettre au point un outil de référence en santé et sécurité, qui offrira un sommaire des pratiques et procédures exemplaires de l'industrie. Pendant l'exercice 2007-2008, notre Association, l'Alberta Association for Safety Partnerships, la WCB et d'autres membres du comité ont œuvré avec diligence à en rédiger le contenu et à colliger des exemples de politiques et

de procédures à inclure dans cet outil de référence spécifiquement destiné à notre industrie.

Le lancement auprès de l'industrie de notre Alberta Staffing Industry OH&S Toolkit a eu lieu le 15 octobre 2008. Notre objectif permanent est de faire la promotion active de COR et de sensibiliser nos membres à l'importance de prendre l'initiative en matière de santé et sécurité.



ACSESS BC: Staffing Industry Health and Safety Guide Supplements now available for

BC members

British Columbia supplements to the Ontario Staffing Industry Health and Safety Guide are now complete. ACSESS (in partnership with the IAPA) revised materials and amended legislative references to ensure compliance with provincial requirements. This resource tool, designed to assist members in understanding their responsibilities as employers of temporary help, includes a summary of industry best practices and a wealth of policies and procedures.

ACSESS Colombie-Britannique : les suppléments au Staffing Industry Health and Safety Guide maintenant disponibles pour les membres de C.-B.

Les suppléments pour la Colombie-Britannique du guide de santé et sécurité des services de placement de personnel de l'Ontario sont maintenant prêts. Notre Association (en partenariat avec l'IAPA) a révisé le matériel et modifié les renvois aux textes législatifs afin d'assurer la conformité aux exigences provinciales. Cet outil de référence, visant à aider les membres à comprendre leurs responsabilités en tant qu'employeurs de main-d'œuvre temporaire, comprend un sommaire des pratiques exemplaires de l'industrie et une foule de renseignements sur les politiques et procédures.



Ontario: WSIB Safety Groups 2007 Rebate and Accreditation for Ontario Workplaces 2009 - MOL Advisory Committee

We are pleased to announce that members of the 2007 ACSESS-sponsored

safety group received rebates totaling \$1,723,205.92. The safety group, comprised of 88 ACSESS member firm accounts, was awarded the rebates for initiatives that significantly reduced both the severity and frequency of workplace injuries in 2007.

ACSESS continues to work closely with the Director of Occupational Health and Safety Policy, Ministry of Labour and assumes an important role on the Ministry's provincial advisory committee.

Ontario: WSIB Safety Groups 2007 Rebate and Accreditation for Ontario Workplaces 2009 - MOL Advisory Committee

Nous sommes très heureux d'annoncer que les membres du Groupement en sécurité, parrainé par notre Association en 2007 ont reçu un escompte s'élevant à 1 723 205,92. Le Groupement en sécurité, regroupant 88 des firmes clientes des membres de notre Association, a reçu l'escompte en retour d'initiatives ayant grandement diminué à la fois la gravité et la fréquence des blessures au travail en 2007.

Notre Association continue de collaborer étroitement avec le directeur des politiques sur la santé et la sécurité au travail du ministère du Travail et prend une place importante au sein du comité consultatif provincial du ministère.

EMPLOYMENT STANDARDS COMMITTEE Comité sur les normes du travail



Ontario - ACSESS and Bill 139 Employment Standards Amendment Act (Temporary Help Agencies), 2008

On December 9, 2008, the Ontario government tabled Bill 139, the Employment Standards Amendments Act (Temporary Help Agencies), 2008. ACSESS supports the intent of Bill 139 which is to ensure that Ontario's employment legislation recognizes the needs of temporary employees and staffing firms that employ them in a fair and balanced way. There are many sections of Bill 139 that are very positive and constructive yet there are also a few areas that, if implemented, may cost thousands

of jobs and cause significant hardship for the people the Bill was designed to protect. In early January, ACSESS will be meeting with Ministry policy advisors and Minister Fonseca for a technical review of Bill 139. These meetings will provide us with an opportunity to share our concerns and request clarification on legislative intent and application prior to formulating association positioning and response. We will focus on the key areas requiring clarification including the provisions related to Termination and Severance.

The government has already passed a regulation that will ensure that "elect to work" employees will have the same rights to public holiday entitlements as other workers effective January 2, 2009. This regulatory amendment does not apply to the notice of termination and severance provisions. Bill 139, if passed, will allow government to enact similar regulations so that elect to work employees also have the same rights to notice of termination and severance.

All employees will be entitled to public holidays when the regulation is in force after January 2, 2009. After January 2, 2009 elect to work employees will have the same rights to public holidays as other employees in Ontario.

Our Ontario government relations committee has submitted a detailed response to the Ministry. We attached letters of support for our position from key stakeholders including the Canadian Federation of Independent Business (CFIB) and the Canadian Manufacturers and Exporters Association (Ontario).

Ontario - ACSESS et le projet de loi 139 La loi modifiant les normes du travail (agences de placement temporaire), 2008

Le 9 décembre 2008, le gouvernement de l'Ontario a présenté le projet de loi 139, la loi modifiant les normes du travail (agences de placement temporaire), 2008.

Notre Association appuie l'intention du projet de loi 139 qui consiste à s'assurer que la législation sur l'emploi en Ontario reconnaisse les besoins des employés temporaires et des services de placement les employant d'une façon honnête et équilibrée.

Il y a de nombreux articles du projet de loi 139 très positifs et très constructifs, mais par contre, il y a d'autres domaines qui, s'ils sont appliqués, risquent de coûter des milliers d'emplois et causer des difficultés très grandes aux gens mêmes que ce projet de loi a été conçu pour protéger. Au début de janvier, l'Association rencontrera les conseillers en politique du Ministère et le ministre Fonseca pour une révision technique du projet de loi 139. Ces réunions nous fourniront l'occasion de partager nos préoccupations et de demander des éclaircissements sur l'intention et l'application de la loi avant de formuler un point de vue et une réponse pour l'Association. Nous nous concentrerons sur les domaines clés qui ont besoin d'être éclaircis, y compris les dispositifs liés à la cessation d'emploi et à la séparation.

Le gouvernement a déjà passé un règlement qui s'assurera que les employés ayant «opté de travailler» auront les mêmes droits aux congés fériés que les autres travailleurs à partir du 2 janvier 2009. Cette modification au règlement ne s'applique pas aux clauses de préavis et de séparation. Le projet de loi 139, s'il est passé, permettra au gouvernement de préparer un règlement similaire, de façon à ce que les employés qui ont choisi de travailler auront également les mêmes droits au préavis et à la séparation.

Tous les employés auront le droit à des jours fériés lorsque le règlement sera en vigueur après le 2 janvier 2009. Après le 2 janvier 2009, les employés qui auront choisi de travailler auront les mêmes droits aux jours fériés que les autres employés en Ontario.

Notre comité des relations gouvernementales de l'Ontario a présenté une réponse détaillée au ministère. Nous avons joint des lettres d'appui à notre position provenant d'intervenants clés, tel que la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante et les Manufacturiers et exportateurs du Canada (Ontario).



Ontario - ACSESS Position Upheld! Revised Ministry Policy on the Requirements for JHSC's in Temporary Help Firms

ACSESS met with the Ontario Director of Industrial Health and Safety to discuss the treatment of temporary employees with respect to the application of s. 9 (Joint Health and Safety Committees) of the Occupational Health and Safety Act. Section 9 of the Act includes the requirement for a joint health and safety

committee at a workplace at which 20 or more workers are regularly employed. The counting of temporary employees for the purposes of the committee poses some difficulties because the Act refers to workers that are "regularly employed" at the workplace.

In a detailed submission, ACSESS requested that the Ministry review its policy on the requirement for JHSCs as it relates to staffing services firms. The Director of Occupational Health and Safety responded and confirmed that staffing firms will not be required to establish committees for temporary employees. An official notice confirming Ministry position will be released by ACSESS and the Ministry later this month.

Ontario - La position de notre Association prévaut ! Politique révisée du ministère en ce qui a trait à l'exigence relative aux comités mixtes sur la santé et la sécurité pour les firmes de placement temporaire

Notre Association a rencontré le directeur de la Direction de la santé et de la sécurité dans l'industrie de l'Ontario afin de discuter du traitement des employés temporaires, en application de l'article 9 (comités mixtes sur la santé et la sécurité) de la Loi sur la santé et la sécurité au travail. L'article 9 de la Loi prescrit de mettre sur pied un comité mixte sur la santé et la sécurité dans les lieux de travail employant régulièrement vingt (20) travailleurs ou plus. Dénombrer les employés temporaires pour les fins de cet article comporte certaines difficultés parce que la Loi mentionne les travailleurs « à l'emploi régulier » du lieu de travail.

Dans son mémoire détaillé, notre Association a demandé au ministère de réviser sa politique en ce qui a trait à l'exigence relative aux comités mixtes pour les firmes de placement temporaire. Le directeur de la Direction de la santé et de la sécurité dans l'industrie nous a répondu et a confirmé que les firmes de placement ne seront pas tenues de mettre sur pied des comités mixtes pour les employés temporaires. Un avis officiel confirmant la position du ministère sera publié par notre Association et le ministère plus tard ce mois-ci.



Alberta - Review of Employment Agency Business Licensing Regulation

ACSESS continues to correspond with Service Alberta on the issue of industry standards and licensing.

The Director of Fair Trading has announced that the government will be reviewing the Employment Agency Business Licensing Regulation in January 2009 and has invited ACSESS to provide input on proposed changes to enforcement mechanisms under the Act.

Alberta - Examen du Règlement sur la délivrance des permis des entreprises de placement

Notre Association poursuit sa correspondance avec Service Alberta sur la question des normes et de la délivrance des permis à l'industrie.

Le directeur du Fair Trading a annoncé que le gouvernement examinerait le Règlement sur la délivrance des permis des entreprises de placement en janvier 2009 et a invité notre Association à soumettre ses commentaires sur les changements proposés aux mécanismes d'application de la Loi.



British Columbia - New Employment Agency Licensing Application

ACSESS will be meeting with the Director of the BC Employment Standards Branch to discuss the new Employment Agency Application form and other industry specific policy issues. ACSESS released correspondence to the Ministry of Labour, Employment Practices Branch and requested a meeting to discuss the proposed changes to the licensing application process in BC. The Ministry has prepared a questionnaire as part of their new licensing application process.

Colombie-Britannique - Nouveau formulaire de demande de permis d'agence de placement temporaire

Notre Association rencontrera le directeur de la Employment Standards Branch de la C.-B. afin de discuter du nouveau formulaire de demande

de permis d'agence de placement temporaires et autres enjeux des politiques spécifiques à l'industrie. Notre Association a fait parvenir une lettre au ministère du travail, Employment Practices Branch, pour demander une rencontre afin de discuter des changements proposés à la procédure de demande de permis en C.-B. Le ministère a préparé un questionnaire dans le cadre de la nouvelle procédure de demande de permis.



**Federal Government -
Temporary Foreign Worker
Program: ACSESS September**

**2008 Meeting with Andrew Kenyon,
Director General, TFW Program**

In December, ACSESS met with Andrew Kenyon and senior policy staff to further discuss association recommendations including our request for member firms to be recognized as employer of record/LMO holders from the application stage until the conclusion of the employment relationship. Currently the client firm undertakes this responsibility resulting in increased delays.

Key recommendations in the ACSESS detailed submission include:

1 | At present, staffing firms are excluded from applying for/holding Labour Market Opinion (LMO)

We request that our member firms be recognized as employer of record/holders of LMOs from the application stage until the conclusion of the employment relationship. We provide an overview of our members' status as employers for the purposes of the application of all provincial and federal legislation, WSIB/WCB, Revenue Canada, etc.

2 | Current assignment of LMOs confusing - agent
In order to make a clear determination of employer status - and for accountability purposes - there is a need to identify and recognize one legitimate holder. It is necessary to ensure there is one recognized employer of record and to set higher standards and accountability in the area of foreign recruitment.

3 | Reinforcement of Fee Prohibition

It is contrary to the ACSESS Code of Ethics to charge a fee - direct or indirect - to candidates or employees. Legal fee prohibitions currently exist in some provincial jurisdictions - ACSESS continues to work to promote the adoption of similar prohibitions in other provinces. In order to raise the bar and maintain the integrity of the system, ACSESS recommends the adoption of a legal fee prohibition as part of the federal LMO/Immigration process.

4 | Status of Worker

Personnel are being brought into the country as employees and quickly switched to self employed. This practice is prevalent in Western Canada and, as by definition a self employed individual is not the employee of the company named in the LMO, a ruling must be made as to the legality of this process. Companies performing in this manner have a significant price advantage over those companies that do not operate in this manner due to the grey area surrounding this issue.

5 | Lengthy Delays and Processing Times
Loosening up legislated requirements and restrictions. ACSESS applauds government for recent initiatives taken to ensure the ongoing integrity of the immigration system (recent improvements to the Temporary Foreign Worker Program, the expansion of the Provincial Nominee Program and measures proposed in Budget 2008) and other measures implemented all of which will expedite the process and ensure that the labour needs of employers in all provinces are met in a more timely manner. Recognizing our members as employers of record would be another positive measure.

Gouvernement fédéral - Programme des travailleurs étrangers temporaires : rencontre de septembre 2008 de notre Association avec M. Andrew Kenyon, directeur général du Programme

Notre Association a rencontré en décembre M. Andrew Kenyon et les hauts fonctionnaires chargés de l'élaboration des politiques afin d'approfondir les recommandations de l'Association et notamment notre demande que nos firmes membres soient reconnues à titre d'employeurs officiels/détenteurs d'AMT du moment de la demande jusqu'à la fin de la relation d'emploi. C'est présentement l'entreprise cliente qui assume cette responsabilité, ce qui occasionne des retards supplémentaires.

Principales recommandations dans la soumission détaillée de l'ACSESS :

1 | Présentement, il n'est pas permis aux firmes de placement de faire une demande d'avis relatif sur le marché du travail (AMT) ou d'en détenir.

Nous demandons que nos firmes membres soient reconnues à titre d'employeurs officiels/détenteurs d'AMT à partir de l'étape de la demande et jusqu'à la conclusion de la relation d'emploi. Nous fournissons un profil du statut de nos membres en tant qu'employeurs pour les fins de l'application de toutes les lois fédérales et provinciales, des règlements de la CSPAA/CSST//WCB, de Revenu Canada, etc.

2 | L'attribution présente des AMT est source de confusion.

Afin de pouvoir prendre une décision claire en ce qui a trait au statut d'employeur - et pour les fins de la reddition de compte - il faut pouvoir identifier et reconnaître un détenteur légitime. Il faut s'assurer qu'il y ait un employeur officiel reconnu et établir des normes plus élevées et une responsabilisation dans le domaine du recrutement des travailleurs étrangers.

3 | Renforcement de l'interdiction de facturer des honoraires.

Il est contraire au code d'éthique de l'Association de facturer des honoraires - directement ou indirectement - aux candidats ou employés. Une interdiction légale d'imposer des honoraires existe présentement dans certaines juridictions provinciales; notre Association continue d'œuvrer à promouvoir l'adoption d'interdictions similaires dans les autres provinces. Afin de hausser la barre et de préserver l'intégrité du système, l'Association recommande l'adoption d'une interdiction légale d'imposer des honoraires dans le cadre du processus fédéral d'AMT/d'immigration.

Continued on page 23

Do You Have A Black Belt *in* asking questions?

BY KIMBERLY SCHENK

RECRUITING IS ABOUT MAKING PLACEMENTS. MATCHING A QUALIFIED CANDIDATE TO AN EMPLOYER WITH A SPECIFIC NEED SOUNDS SIMPLE. What makes recruiting fascinating is the complexity of people and how we communicate.

We are able to understand the mindset of our clients and candidates through asking questions and listening carefully to the answers voiced. Asking intelligent questions and listening are the two most important skills a recruiter can develop because they're needed in every phase of the process.

Asking good questions also is the best way to establish the fact you know what you're doing. Your questions prove you're credible (or not). Asking questions establishes trust and rapport. Questions show you're interested in your client and your candidates. When people feel heard, they also feel understood to a certain degree. When trust is established, appreciation develops as well as respect. Ideas, concerns, truthfulness and objections remain open for discussion as questions are used properly.

The first answer out of someone's mouth may not be the truest answer. Recruiters must be able to see the whole picture from an employer's and the candidate's perspective. Almost without exception it's necessary to ask the toughest, most important questions two, three and four times.

Why? Because the answer will keep changing. More accurately, the answer evolves and we are able to hear the complexity of the 'whole picture' of the 'whole person'.

I accepted a search assignment from a CEO who had over 60 employees. She insisted that what she required in an office manager/personal assistant was a woman in her mid-40s. She wanted someone mature, who could keep confidential information confidential, etc. She also believed younger candidates didn't have the kind of work ethic her organization needed.

Long story short, the candidate who was most qualified and had the integrity, judgment, etc. her organization needed (I listened for



“Asking intelligent questions and listening are the two most important skills a recruiter can develop...”

...because they're needed in every phase of the process.”

the big picture) turned out to be a 24-year-old male who wanted to become a professional photographer.

Yes, you're going to come across employers who show discrimination practices still exist! How I handled this was in my presentation.

“You told me you required a candidate have these technical skills...a, b and c. The candidate I want you to interview has a, b and c, just as you described. You also mentioned you wanted a woman in her 40s...etc. The candidate I want you to meet is a 24-year-old male.

“Your organization needs a person who can make decisions, act independently, has sound judgment, a cool demeanor and the presence to remain calm during a crisis. This candidate helped run his father's medical office all through high school. He knows how to handle emergencies and life and death situations. If you still want to talk to a second candidate – if you believe he's not perfect for your office, after your interview, I'll make the arrangements. You hired me to get you the best candidate for the job and your whole organization. This will be time well spent, I promise.”

On the surface, it looks like I completely disregarded what my customer wanted. In fact, I listened to the essence of what she told me about her company, their issues, weaknesses, etc. As a consultant, I solved her problem, ignoring her prejudices. Not only did she hire this candidate but he's become a key person in her company assuming greater responsibilities every year for the past three years.

Nine months after the hire I asked this CEO specifically about the 'work ethic' of her hire. She stated, “Rarely have I come across anyone who can match my work ethic, however there are days when his actually surpasses mine. I'm so grateful you did what was best for my company and discounted my inappropriate comments.”

How nice is that?

In your role of recruiter, you have the ability to keep both parties focused on what matters to each individual most. Keeping everyone focused on the true hiring goals is where you contribute added value as a recruiter. ■

Kimberly Schenk has over 25 years experience in business. For 17 of those years she has been an executive recruiter and trainer. She shares her success secrets with recruiters in her eBook, *Top Recruiter Secrets*. For more information, visit www.toprecruiterscrets.com.



Avez-vous une ceinture noire sur la façon de poser les questions ?

PAR KIMBERLY SCHENK

Le recrutement, c'est savoir faire des placements. Faire correspondre un candidat qualifié avec un employeur ayant des besoins bien particuliers peut sembler une opération assez simple; mais ce qui rend le recrutement fascinant, c'est la complexité des gens et la manière dont nous communiquons.

Nous sommes capables de comprendre l'attitude profondément ancrée de nos clients et des candidats en posant des questions et en écoutant soigneusement les réponses qu'ils nous ont données. Savoir poser des questions intelligentes et savoir écouter sont les deux talents les plus importants dont bénéficie un recruteur et ces talents peuvent se développer parce qu'il en a besoin à chaque phase du processus.

Poser les bonnes questions constitue également le meilleur moyen d'établir le fait que vous connaissez votre métier. Vos questions prouvent si vous êtes crédibles (ou non). Le fait de poser des questions établit un rapport de confiance avec l'interlocuteur. Les questions posées montrent votre intérêt vis-à-vis de ce que pensent votre client et vos candidats. Si les gens ont l'impression que nous les avons entendus, ils auront dans une certaine mesure l'impression d'être compris. Une fois le rapport de confiance établi, cette appréciation se développe ainsi que le respect. Des idées, des préoccupations, de la sincérité et des objections restent ouvertes pour la discussion lorsque les questions sont posées correctement.

La première réponse donnée par quelqu'un n'est pas nécessairement la plus vraie. Les recruteurs doivent être capables de bien voir l'ensemble de la situation de la perspective de l'employeur et de celle du candidat. Presque sans exception, il est nécessaire de poser les questions les plus difficiles et les plus importantes deux, trois et même quatre fois.

Pourquoi ? Parce que la réponse continuera à changer. En fait, la réponse évolue et nous sommes alors capables de comprendre la complexité de «l'ensemble» et de la «personne elle-même».

J'ai accepté un jour un travail de recherche de la part d'une PDG qui avait 60 employés. Elle insistait qu'elle voulait une directrice de bureau/assistante personnelle de sexe féminin et dans la mi-quarantaine. Elle voulait quelqu'un en pleine maturité pouvant garder les informations confidentielles, etc, pensant que les candidats plus jeunes ne suivaient pas le même moral de travail que l'organisation sous sa direction.

En fin de compte, le plus qualifié avec l'intégrité, le jugement, etc. demandés, (j'ai écouté pour bien comprendre) était un homme de 24 ans qui voulait devenir photographe professionnel.

Oui, vous rencontrerez des employeurs qui pratiquent la discrimination ! Voici comment j'ai fait ma présentation.

«Vous m'avez dit que vous aviez besoin d'un candidat ayant des talents techniques, etc. Le candidat que je veux vous présenter est exactement ce que vous décrivez. Vous avez également mentionné que vous vouliez une femme dans la quarantaine etc. Le candidat que je veux que vous rencontriez est un homme de 24 ans.

«Votre entreprise a besoin d'une personne qui puisse prendre des décisions, agir indépendamment, ayant un jugement sain et reste décontractée et calme durant les crises. Ce candidat a aidé son père à gérer un bureau médical en sortant du collège. Il sait comment s'occuper des urgences et des situations de vie et de mort. Si vous croyez que celui-ci n'est pas parfait pour votre bureau après l'interview et si vous voulez toujours parler à un second candidat, je prendrai alors les arrangements. Vous m'avez demandé de vous trouver le meilleur candidat possible pour cette fonction et pour l'ensemble de l'organisation. Ce ne sera pas pour vous du temps perdu, je vous le promets.»

Il semblerait, en surface, que je n'ai absolument pas tenu compte des désirs de ma cliente. En réalité, j'ai écouté les points les plus importants et me suis rappelée de ce qu'elle m'a dit au sujet de sa compagnie, ses problèmes, ses faiblesses, etc. En tant que consultante, j'ai résolu son problème en ignorant ses préjugés. Non seulement elle a embauché ce candidat mais ce dernier est devenu une personne clé dans sa compagnie et il assume des responsabilités de plus en plus grandes chaque année depuis trois ans.

Neuf mois après l'embauche, j'ai demandé à ce PDG ce qu'elle pensait spécifiquement de ce nouvel employé. Elle a répondu : «C'est rare que je puisse trouver quelqu'un qui corresponde à ma propre éthique de travail. Je vois avouer toutefois que celui-ci surpasse mes propres attentes. Je vous suis reconnaissante d'avoir cherché à faire ce qui était le mieux pour ma compagnie et de ne pas avoir tenu compte de mes commentaires inappropriés.»

En tant que recruteur, vous avez la possibilité de garder les deux parties concentrées sur ce qui est le plus important pour chaque individu. En gardant tout le monde concentré sur les objectifs d'embauche réels. C'est là où vous contribuerez à faire votre travail de recruteur. ■

Kimberly Schenk a plus de 25 ans d'expérience dans les affaires. Pendant 17 ans, elle a été cadre recruteur et formatrice. Elle partage ses secrets de succès avec les recruteurs dans son livre électronique, Les Secrets d'un recruteur. Pour plus d'information, visitez www.toprecrutersecrets.com.

Continued from page 19

4 | Statut du travailleur

Le personnel arrive au pays avec un statut d'employé et passe rapidement au statut de travailleur autonome. Cette pratique est courante dans l'Ouest du Canada et, par définition, un travailleur autonome n'est pas un employé de l'entreprise nommée dans l'AMT, une décision doit être prise quant à la légalité de ce processus. Les entreprises fonctionnant de cette façon disposent d'un important avantage quant au prix en raison du flou entourant la question.

5 | Délais et temps de traitement importants

Assouplir les exigences et restrictions prescrites. L'Association félicite les récentes initiatives prises par le gouvernement pour préserver l'intégrité du processus d'immigration (améliorations récentes au Programme des travailleurs étrangers temporaires, élargissement du Programme des candidats provinciaux et mesures proposées dans le Budget de 2008) et les mesures mises en œuvre pour accélérer le processus afin de garantir que les besoins en main d'œuvre des employeurs de toutes les provinces sont plus rapidement satisfaits. La reconnaissance de nos membres en tant qu'employeurs officiels serait aussi une mesure constructive.

QUEBEC COMMITTEE / Comité du Québec



In October 2008, ACSESS participated in consultations with the Commission de la Santé et Sécurité au Travail (CSST) to discuss their proposed plan to conduct employer audits/inspections effective April 2009. As part of the audit process, the CSST is proposing to verify employer status of member firms and will apply criteria from recent decisions rendered by the CLP (Commission des Lésions Professionnelles) as well as criteria retained by the Supreme Court in Ville de Pointe-Claire. ACSESS continues to work closely with members to educate on the application of the criteria.

The ACSESS Quebec PR committee continues to monitor and respond to articles appearing in the French press. In June, we drafted a response to press coverage on the CSN's strategic plan for 2008. Our provincial health and safety committee is working closely with the Centre Patronale de Santé et Sécurité du Travail to develop prevention training materials for members.

CPC Québec Launch – Following the tremendous success of our September 2008 sessions, ACSESS will be offering two additional modules (Ethics and Health and Safety) on December 4th in Montreal.

Notre Association a participé en octobre 2008 à des consultations menées par la Commission de la santé et de la sécurité au travail (CSST), à propos de son projet d'effectuer des vérifications/inspections des employeurs à partir d'avril 2009. Dans le cadre de ce processus de vérification, la CSST se propose de vérifier le statut d'employeur des firmes membres et d'appliquer des critères tirés de récentes décisions rendues par la CLP (Commission des lésions professionnelles) et par la Cour suprême dans l'affaire de la Ville de Pointe-Claire. Notre Association continue de collaborer étroitement avec les membres pour les sensibiliser à l'application de ces critères.

Le comité des RP de notre Association au Québec continue de surveiller les articles apparaissant dans la presse francophone et d'y répondre. Nous avons rédigé en juin une réponse à la couverture de presse sur le plan stratégique de la CSN en 2008. Notre comité provincial de la santé et de la sécurité collabore étroitement avec le Centre patronal de santé et sécurité au travail du Québec afin d'élaborer du matériel de formation en prévention à l'intention des membres.

Lancement de modules CPC au Québec - À la suite de l'imposant succès de nos sessions de septembre 2008, notre Association offrira deux modules supplémentaires (Éthique et Santé et sécurité) le 4 décembre à Montréal. ■

FOR MORE INFORMATION ON GOVERNMENT RELATIONS ISSUES AND INITIATIVES PLEASE CONTACT MARY MCININCH, MANAGER OF GOVERNMENT RELATIONS, AT mmcininch@acsess.org.

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS SUR LES QUESTIONS ET INITIATIVES DES RELATIONS AVEC LES GOUVERNEMENTS, VEUILLEZ CONTACTER MARY MCININCH, DIRECTRICE DES RELATIONS GOUVERNEMENTALES À mmcininch@acsess.org

A W A R D S 2 0 0 9

Celebrating Industry Achievements

EACH YEAR ACSESS MEMBER FIRMS AND STAFFING professionals nationwide contribute to the success of their client firms, offer exceptional service to job seekers, and collectively have a significant positive impact on the Canadian economy.

The 2009 Awards Ceremony will take place at the ACSESS Annual Conference to be held at the Intercontinental Montreal on April 30th and May 1st.

ACSESS Award of Excellence

The premier ACSESS award given in recognition of the recipient's outstanding contributions to the Association and the staffing industry in Canada. This honour is given only in years when an individual stands out for their exemplary commitment and leadership.

Award criteria and considerations include: Extent of Volunteer involvement on ACSESS National and Chapter Boards; service on, and contributions to, other professional and industry association boards and committees; training and speaking accomplishments; demonstration of exceptional service and dedication provided to the staffing and recruitment industry in Canada.

The ACSESS Circle of Excellence

The Circle of Excellence includes all Award of Excellence recipients, as well as past recipients of the ESSAC Bill Coke Award and the APPAC Outstanding Contributor Award.

ACSESS Community Service Award

Presented to an ACSESS member company that has shown an extraordinary commitment to, and genuine concern for, the community at large. To be eligible for this award, a company and its employees must be involved in public service activities that return value to the community by supporting charities, education and other community groups.

Award criteria and considerations include: Commitment to – community service/charities; education; organizations (associations/ colleges etc); volunteerism of company employees.

Health & Safety Award

Presented to a company in the staffing services industry that has demonstrated outstanding performance in workplace health and safety.

Award criteria and considerations include: Leadership of senior management demonstrating commitment to H&S; communication of H&S information within the company; planning, development & maintenance to integrate H&S into business practices; participation in industry programs.

Leadership Award

Presented to recognize and show appreciation for exceptional volunteerism by an individual ACSESS member.

Award criteria and considerations include: Positions held on ACSESS National Board and/or Committees and/or Chapter Board; demonstration of proactive leadership within elected/ appointed positions; exceptional dedication to fulfill elected and voluntary responsibilities.

Special Recognition Award

Presented to recognize and show appreciation for exceptional volunteerism by an individual ACSESS member.

Award criteria and considerations include: Demonstration of volunteer performance and fulfillment of mandate that goes beyond expectation and/or results in successful implementation of industry programs, projects and services.

Chapter of the Year Award

The chapter of the year is selected based on a regional chapter's support of the ACSESS mission and key objectives, and delivery of services to members at the local level.

LES RÉALISATIONS 2009

Célébrons les réalisations dans notre domaine

CHAQUE ANNÉE, LES COMPAGNIES MEMBRES DE L'ASSOCIATION nationale des entreprises en recrutement et placement de personnel et les professionnels de l'industrie du placement à l'échelle nationale contribuant au succès de leurs entreprises clientes, offrent un service exceptionnel aux candidats et, collectivement, ont un impact positif important sur l'économie

La cérémonie de remise des prix 2009 aura lieu lors du congrès annuel de l'Association nationale des entreprises en recrutement et placement de personnel qui se tiendra au Intercontinental Montréal les 30 avril et le 1^{er} mai.

Prix d'excellence de l'Association

Il s'agit du premier prix de l'Association décerné pour récompenser les contributions exceptionnelles du récipiendaire envers l'Association et l'Industrie du placement au Canada. Cet honneur est attribué seulement durant les années où un individu se fait particulièrement remarquer par son engagement et sa conduite exemplaire.

Les critères et considérations pour l'obtention du prix comprennent : Importance de l'implication en tant que bénévole au conseil national de l'Association et aux conseils des chapitres; mandats et contributions à d'autres conseils et comités professionnels de l'industrie de l'Association; réalisations spéciales dans la formation et comme orateur; démonstration d'un service et d'un dévouement exceptionnels à l'industrie du placement et du recrutement au Canada.

Le Cercle d'excellence de l'Association – Le Cercle d'excellence comprend tous les récipiendaires du prix d'excellence, ainsi que ceux ayant déjà été récipiendaires du prix Bill Coke de l'ESSAC et le prix du contributeur exceptionnel de l'APPAC.

Prix du service communautaire

Ce prix est accordé à une compagnie membre de l'Association qui a pris un engagement exceptionnel envers la communauté en général et s'est impliquée profondément dans cette communauté. Pour être admissible à ce prix, une compagnie et ses employés doivent être impliqués dans les activités de services publics qui offrent un service important à la communauté en appuyant les organismes caritatifs, éducatifs et autres groupes de la communauté.

Les critères et considérations pour ce prix comprennent :

L'engagement envers les services communautaires/organismes caritatifs; l'éducation; les organisations (associations/collèges, etc.); et le bénévolat des employés de la compagnie.

Prix de santé et de sécurité au travail

Attribué à une compagnie dans l'industrie du service des placements qui a fait preuve d'une performance exceptionnelle dans ses efforts pour promouvoir la santé et la sécurité au lieu de travail.

Les critères et considérations pour ce prix comprennent :

Efforts particuliers de la haute direction dans le domaine de la SST; communication de l'information de la SST au sein de la compagnie; planification, développement et effort en vue d'intégrer la SST dans les pratiques d'affaires; participation aux programmes de l'industrie.

Prix de Leadership

Ce prix est accordé pour récompenser et montrer notre appréciation envers un bénévolat exceptionnel par un membre individuel de l'Association.

Les critères et considérations pour ce prix comprennent :

Postes détenus au conseil national de l'Association et/ou dans les comités et/ou aux conseils des chapitres; a fait preuve d'une initiative proactive dans des postes obtenus à la suite d'une élection ou d'une nomination; dévouement exceptionnel dans l'exécution de ses fonctions actives ou bénévoles.

Prix de reconnaissance spéciale

Attribué pour récompenser un niveau exceptionnel de bénévolat par un membre individuel de l'Association.

Les critères et considérations pour ce prix comprennent :

Rôle de travail sur un projet et/ou rôle de bénévole; a fait preuve d'une réalisation exceptionnelle de son mandat allant au-delà des attentes et/ou des résultats dans l'élaboration des programmes et des services de notre industrie.

Prix du chapitre de l'année

Le chapitre de l'année est sélectionné en se basant sur le soutien régional des chapitres à la mission de l'Association et à ses objectifs clés et à la fourniture des services aux membres au niveau local.

Condemned to never work?

BY CYNTHIA PELLICCIOTTI

As placement agents, we occasionally meet resources without experience and education. Are these people condemned to never find a suitable job? We refuse to think that they don't hold a future and strive during interviews to find the person's potential and interests, and put them on the right track, as depicted in the following anecdote.

Remember: It is important to take the time to talk, search and find!

For an employer, there are advantages in hiring people with less experience. In this case, the employer, after being informed by Hunt's agent of the candidate's strengths, simply had to put them to good use. Generally, training increases an employee's feeling of belonging to the company and enhances the motivation at work.

To illustrate these situations, here is the true story of Nancy:

Let me introduce you to Nancy, a 28-year-old young woman. Her education includes an incomplete degree in documentation. She worked in a company where she did merchandise inventory but after major cuts, she lost her job. When I met her, she told me she dreamed of working in administration, getting an office job. She also wanted a position with a challenge but her lack of experience and education prevented her from finding a job in this field.

Nancy seemed very motivated and eager to learn, full of energy. So I used one of her strong points: the fact that she was bilingual. We had a client looking for a receptionist and a bookkeeper. I proposed her candidacy, mentioning that despite her lack of experience she had all the requirements to fill a receptionist



position. She was hired as a receptionist to start, and later, our client was so happy with Nancy's performance that she trained her for the position in accounting.

Nancy has now been working for close to a year and she is happy to have found a job with a challenge that contributes to building her career in an office environment. My client was open enough to accept an interview with Nancy. Nancy, backed with my confidence in her, found the strength to go to the interview and show she had all the required assets.

Let's keep our eyes and ears open, as well as our common sense as human resources specialists. It's well worth it. ■

“Generally, training increases an employee's feeling of belonging to the company and enhances the motivation at work.”

<<La formation contribue également au lien d'attachement de l'employé à l'entreprise et constitue un facteur de motivation au travail.>>



Condamné à ne jamais travailler?

PAR CYNTHIA PELLICCIOTTI

En tant que conseillères, conseillers en placement, il nous arrive de rencontrer des ressources sans expérience, sans formation aucune. Sont-elles condamnées à ne jamais travailler? Nous refusons de penser qu'elles n'ont aucun avenir et nous nous évertuons, lors de l'entrevue, à découvrir leur potentiel, leurs intérêts et les mettre sur les bons rails, comme en fait cas l'anecdote qui suit.

Il faut prendre le temps de discuter, de fouiller et de trouver!

Du côté des employeurs, il y a des avantages non négligeables à engager des employés juniors. L'employeur ayant correctement été informé par la conseillère de Hunt où se situaient les forces de cette ressource, il ne lui restait qu'à les exploiter à bon escient. La formation contribue également au lien d'attachement de l'employé à l'entreprise et constitue un facteur de motivation au travail.

Pour illustrer ces situations, voici l'histoire vécue de Nancy :

Je vous présente Nancy une jeune femme de 28 ans. Elle ne détient qu'une formation non-terminée en documentation. Elle travaillait dans une entreprise où elle effectuait l'inventaire de la marchandise mais suite à des coupures, elle a perdu son emploi. Quand elle est venue me voir, elle rêvait de travailler dans le domaine de l'administration, la bureautique. Elle aurait aimé trouver un poste lui permettant de

relever un nouveau défi. Faute d'expérience et de formation, elle avait beaucoup de difficulté à se trouver un emploi dans ce domaine.

J'ai trouvé Nancy très motivée, avide d'apprendre et pleine d'énergie. J'ai alors utilisé un de ses atouts: son bilinguisme. Nous avions une cliente qui recherchait une réceptionniste et une commis à la comptabilité. J'ai donc proposé la candidature de Nancy en mentionnant qu'en dépit de son manque d'expérience, elle avait du potentiel pour occuper un poste de réceptionniste. Elle a effectivement été engagée comme réceptionniste pour commencer, puis ma cliente était si satisfaite du travail de Nancy, qu'elle l'a formée pour le poste à la comptabilité.

Aujourd'hui Nancy travaille depuis presque un an pour cette entreprise et est très heureuse d'avoir enfin trouvé un emploi avec de beaux défis lui permettant aussi d'acquérir l'expérience qu'elle souhaitait en bureautique. Ma cliente a eu l'ouverture d'esprit nécessaire pour accepter une entrevue avec Nancy, et Nancy, grâce à la confiance que je lui ai témoignée a trouvé la force de se présenter en entrevue et de démontrer qu'elle avait tout le potentiel requis.

Ouvrons nos yeux, nos oreilles et notre bon sens de professionnels en ressources humaines ! Ça en vaut la peine ! ■



CYNTHIA PELLICCIOTTI IS A HUNT COUNSELLOR BASED IN LONGUEUIL, QUEBEC.

CYNTHIA PELLICCIOTTI, CONSEILLÈRE HUNT PERSONNEL, LONGUEUIL (QUÉBEC)

4 *Motivational* tips that work

BY JOE TAKASH



Question:

How do you motivate people in an economy that is highly unstable and perpetuates fear?



Answer:

Encouragement, optimism and honest communication.

THIS MAY SEEM COUNTERINTUITIVE TO TASK-DRIVEN MANAGERS WHO FOCUS ON THE NEWS HEADLINES AND THE BOTTOM NUMBER IN THEIR LEDGER. Granted, the economy is shaky and companies in almost every industry are either feeling the tremors or getting hit head on by the financial power outage. Things have changed dramatically and in a short period of time leaving countless organizations thinking, “I have no control over this.”

On the contrary. The market will go up and down but obsessing over it forces good businesses to make bad decisions. A prudent investment is to focus on building human capital and it starts with influencing your people to perform at a higher level.

The need for leaders to manage relationships with staff and clients is greater than ever, but what are the specific actions required? The following four steps, if implemented, can help tremendously.

1 PRACTICE EMOTIONAL CONTROL:

It's easy to lead when times are good and business is flowing like fine wine. However, when times are stressed, does your impersonal autopilot take over and put the business process before the welfare of your people?

You may justify calculated decisions by saying, “it's business,” but if you need people for business, remember this: *People don't care how much you know until they know how much you care.*

Client trust and employee loyalty are developed most effectively by those who can be relied upon to connect with others respectfully, timely and competently. How you connect with others when times are hot says a lot about how they'll respond to you when things go cold.

The area where our thoughts and decisions filter through is typically emotional.

True “thought leaders” are able to execute at a high level because they can demonstrate compassion and understanding, while maintaining clinical objectivity. A key action step is to be sure to get feedback on how cool you are when times are heated.

2 PROVIDE FREQUENT UPDATES:

Many executives create stress and resentment with those they manage because knowledge of company status is not shared. In the absence of feedback, we will create our own and it's often negative.

When people are uninformed, they work from a place that does little for building trust or morale.

A great way to keep teams and individuals informed is to designate time on your calendar to share your knowledge. These updates should be initiated by you, the leader. They must involve honest disclosures of what you do know, what you don't, what you can share and what you cannot.

A colleague named Jill is a brilliant business development manager. Recently, her firm was involved in a merger and she was instrumental to the success and seamlessness of the transition. Ironically, not a single partner on either side of the merger took time to meet with Jill and inform her what role she would play when the transaction was completed.

Jill inquired often and the executives, self-involved and ineffective in communication, never provided her a solid answer. When she finally gave her notice, you would have thought someone pulled the fire alarm as every big shot made desperate attempts to woo her back and keep her aboard. But it was all in vain.

The very effort of proactive communication is not only crucial for competent alignment within organizations, but it can have significant impact on the retention of immensely talented contributors like Jill.

3 BECOME AN EXCEPTIONAL LISTENER: Getting people to perform in tough times requires understanding. A checklist for this type of listening includes:

- Encourage others to talk: Get your staff and clients to talk about themselves by asking open-ended questions, i.e., “How are things going? How you are doing?” “What suggestions would you give to improve our current working situation?” or “What concerns or questions do you have that I have not addressed?”
- When others speak, clarify for certainty: You can accomplish this by repeating what people have said by rephrasing the their message. “If I'm hearing you correctly, you're telling me that...” or “Let's see if I completely understand what you're saying...” Paraphrasing shows respect for team members and client ideas and keeps miscommunication to a minimum.
- Eliminate distractions: Many leaders attempt to multi-task which



Joe Takash, author of the newly released "Results Through Relationships: Building Trust, Performance and Profit through People," (Wiley, 2008) is a business consultant and keynote speaker. A syndicated columnist, Joe has also been interviewed in Entrepreneur, Selling Power, Crain's New York and MSNBC.com. Visit www.joetakash.com

generally achieves little. It's important to show focus on those you're listening to by shutting the door, turning off your cell phone, turning away from your computer or forwarding your office phone. Let the person know that his/her message is valued and respected.

Many people believe that they are good listeners, but employee surveys often indicate very few leaders are exceptional. Amid uncertainty, people want information, but they also want ownership, value and yes, even a little bit of therapy. Listen at a deeper level and you're likely to create more committed and confident performers.

4 LEAD WITH (REALISTIC) OPTIMISM:

Jeff is a long time client and CEO of what once was a thriving bank. Recently, however, his branch has taken repeated, devastating blows from the swing of the financial market. He is a positive guy, yet in a conversation with him a couple weeks back Jeff said, "It's hard to smile when you keep getting kicked in the teeth."

Leading in turbulent times can bring the sobering reality of negativity, anxiety and stress. It can not only turn careers upside down, but can take a toll on home lives as well. And while you want to hear the straight story with no strings attached, think about this:

Would you rather follow someone who is constantly preaching failures and bad luck or someone who is persistent in finding opportunity?

Attitude and the behaviours that go with it are contagious. Leaders need to paint pictures that are reflective of the truth, but they must also speak about possibilities. It's easy to get swept up in the bad news, but the mettle of our character is how we get off the deck when we've been knocked down.

In the situation with Jeff, he remains optimistic that things at the bank will not only stay afloat, but rebound for the better. In talking to those who work for him one bank employee said, "There is no leader I'd rather follow than Jeff. He's been supportive of the uncertainty and worries of his employees."

Jeff remains resolute throughout, preaching, "Times are tough, but we must be tougher and realize that our success will be the result of our conviction to seek solutions and be persistent."

Again, it's a heck of a lot easier to lead with optimism when the times are in line with the message. But now is when real leaders are challenged, navigating unfamiliar territory they've never been.

In continued studies of how relationships impact business results, the need to establish and cultivate business connections is greater than ever. Remember, people think on logic, they act on emotion.

Motivating others requires action. ■

ACCESS Member Insurance Programs

Liability Program including

Errors & Omissions
+
Commercial General

Property Program

Home & Auto

Life, Health & Dental

CONTACT

Mike Ferguson
416 644 7713
800 663 6828
MIKEF@LMS.CA

Brought to you by



ACCESS Broker of Choice

Find A job Canada

**Affordable Online
Recruiting**

Our flat rate of \$40 gives you a job posting that can be run for up to 60 days.

Need to run a job posting nationally?
Need added exposure for a hard to fill position?
Our multi-location job postings allow you to economically target a broader geographical audience.

www.find-a-job-canada.com

ACSESS Congratulates
6 new CPC Graduates
Félicitations aux 6 nouveaux
diplômés du CPC

CPC GRADUATES DIPLÔMÉS DU CPC

Karen Howell
The People Bank

Neusa Oliveira
Design Group Staffing Inc.

Kim Clarke
The People Bank

Cindy Nicholls
Harcourt Recruiting Specialists

Sylvia Bolter
Placement Group

Judy Bomback
The People Bank

*Six façons d'améliorer les réponses à vos sondages,
Suite de la page 9*

Donnez la chance d'obtenir des comptes rendus RÉELS

Incluez au moins un champ de commentaires, dans lequel les répondants peuvent expliquer ou qualifier leurs réponses. Vous pouvez obtenir des renseignements très précieux à partir de cette technique – ces renseignements valent bien le travail supplémentaire nécessaire pour analyser manuellement les résultats. Vous donnerez également à vos répondants l'impression qu'ils sont bien traités, qu'ils ont un intérêt direct dans votre entreprise et qu'ils en font partie.

Faites un SUIVI auprès des meilleurs répondants

Les gens qui ont formulé des commentaires utiles sont des candidats de choix pour les groupes de discussion, les tests beta ou les suivis individuels – pour insister sur la recherche supplémentaire. Ils vous seront reconnaissants d'avoir envisagé leurs points de vue et ils deviendront les porte-paroles de votre compagnie.

Ils seront agréablement surpris de recevoir un appel téléphonique ou un courriel personnel du président de votre compagnie, les remerciant d'avoir répondu et leur demandant s'ils veulent bien vous aider pour raffiner votre recherche ?

Offrez des INCITATIFS pour les réponses

Offrez des cadeaux de remerciement à tous les participants ou inscrivez le nom de tous vos répondants à un tirage au sort. Les prix devront être valables pour votre compagnie.

Plus les gens participeront honnêtement au sondage, plus votre recherche sur le marché sera utile. Et si les incitatifs sont assez puissants et assez valables, vous saurez que les réponses obtenues seront honnêtes, identifiables et utiles.

Donc, rien de plus simple : Rendez vos sondages conviviaux, montrez pourquoi le fait de répondre avantage les participants, rassurez-les que votre participation ne déclenchera pas des appels de vendeurs, offrez aux clients éventuels la chance d'influencer actuellement la direction de vos produits et de votre marketing, faites un suivi d'une manière appropriée et offrez des incitatifs. Puis, voyez vos résultats de sondage prendre de l'ampleur, et obtenez des renseignements utiles dans le développement des produits, services à la clientèle et, bien sûr, vos profits. ■



APRIL 30 AND MAY 1, 2009 / 30 AVRIL ET 1^{ER} MAI 2009
HOTEL INTERCONTINENTAL MONTREAL, QUEBEC.

Take advantage of this opportunity to engage your team and talk about challenges that are top of mind for leaders in the recruitment and staffing services industry.

Profitez de cette occasion pour impliquer votre équipe et parler des défis qui préoccupent le plus les chefs de file dans les services de recrutement et placement de personnel.



DON BELL
Founder & Former Executive
Vice-President
*Fondateur et ancien premier
vice-président, WestJet*



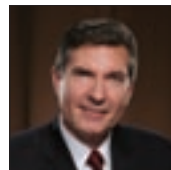
DR. JOHN IZZO
Best Selling Author and
Business Visionary
*Auteur à succès et visionnaire
des affaires*



TONY HAMWAY
Founder & Principal
*Fondateur et directeur,
Namagen*



JOHANNE BERRY
President, Télé-Ressources Staffing
Services Limited / *Présidente,
Les Services de Placement
Télé-Ressources*



RICHARD WAHLQUIST
President & CEO
*Président et directeur général,
American Staffing Association*



RHEAUME PERREAULT
Partner / *Partenaire,
Heenan Blaikie*



COLLEEN FRANCIS
Engage Selling Solutions



PATRICIA NOEL DRAIN
President / *Présidente,
Patricia Drain & Associates*



BRUCE MCALPINE
President / *Président,
Fulcrum Search Science*

FOR DETAILS AND TO REGISTER VISIT
POUR DES DÉTAILS ET POUR VOUS INSCRIRE, VISITEZ
www.acsess.org

economy?

When searching for the
best funding solution
there is more to it than
rates & terms, it's about

that the forecast is particularly negative for the next 3 years. Seeing an economic decline in a downturn and a long-term recession



How can you make a good decision if you don't have the whole picture?

In any economy, value and service are key factors behind solid decision making. Many funding companies talk about their competitive price and flexible terms - the truth is there is much more to consider than just price and contract term.

Only Advance delivers industry leading rate programs, flexible advance rates, and the outstanding service level our clients enjoy. With over a decade of experience providing integrated funding solutions, **exclusively to the temporary and contract labor industries**, we understand the challenges that face your business.

Get the whole picture at advancepayroll.com or contact an Advance representative today at 888.651.6500.



advance 
funding with flexibility

Building relationships that grow and businesses that prosper.

3401 Enterprise Parkway, 5th Floor | Cleveland, OH 44122 | 888.651.6500

advancepayroll.com



MEMBER OF
American Staffing Association