

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



---

Etudes sociales et  
en ressources humaines

---



Contact : Virginie LELARGE. Directrice du pôle Etudes et Sondages  
Tel : 00 33 6 82 21 68 35  
E-mail : [vlelarge@alliance-network.com](mailto:vlelarge@alliance-network.com)

---

Alliance NetWorld – Etudes Marketing et d'Opinions



# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



---

## Sommaire – ressources humaines

---

Introduction	3
Cibles d'études	4
Problématiques d'études	6
Les attentes des jeunes diplômés	7
La fidélisation des cadres	8
Le bilan des attentes des seniors	9
La satisfaction et la motivation des salariés	10
La mobilité professionnelle des cadres	11
L'adéquation compétences - formations	12
Le sentiment d'appartenance et d'identité	13
L'appréhension du développement stratégique de l'entreprise	14
Contact	15

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



## Introduction

Dans un contexte de performance économique mais aussi de responsabilité sociale et environnementale, les entreprises et les organisations publiques se tournent de plus en plus vers un mode de développement durable, comprenant la refonte ou l'amélioration des systèmes et des organisations sur trois leviers : économiques, sociaux et environnementaux.

Le levier social fait allusion à toutes les problématiques de ressources humaines de l'entreprise, s'étendant du climat social, à la gestion des compétences, etc...

Comment faire en sorte que les hommes et les femmes de l'entreprise aiment travailler dans leur société, en étant performants, en ayant un cadre agréable de travail et des actions dirigées en faveur de l'environnement ?

Sur les variables sociales, les salariés des entreprises aiment s'exprimer, ils aiment fournir des propositions, ils sont actifs dans la démarche sociale, car ils sont les premiers concernés, et ils souhaitent être accompagnés par leur hiérarchie.

Si la société du travail évolue, les divers acteurs en relation avec les entreprises évoluent aussi.

Les acteurs d'aujourd'hui ne se comportent plus comme les acteurs d'hier. Ils ne sont pas forcément sensibles aux mêmes types d'actions et au même mode de développement que leurs prédécesseurs. Le comportement au travail est par ailleurs bouleversé par le recours à Internet. Les usages au travail le sont tout autant.

La notion de développement durable a fait naître de nouvelles réalités pour les entreprises et les organisations publiques, de nouveaux comportements et de nouvelles attentes des divers acteurs à étudier dans le but de la conception de plan d'actions opérationnels en ressources humaines dans un cadre de développement durable des relations professionnelles.

Cette présentation d'Alliance NetWorld - Etudes et Sondages, est une occasion de vous informer sur les études en ressources humaines, sur les problématiques actuelles en termes d'études dans cette fonction.

Alliance NetWorld peut durablement accompagner votre société en termes d'études sociales. N'hésitez pas à nous consulter.



Virginie LELARGE, Directrice du pôle Etudes et Sondages

Tel : 00 33 6 82 21 68 35

E-mail : [vlelarge@alliance-network.com](mailto:vlelarge@alliance-network.com)





- 1 -

## Cibles d'études Ressources Humaines





## Les cibles d'études en ressources humaines



Un besoin d'informations  
et d'outils d'aide à la décision  
pour la Direction des Ressources Humaines

Des cibles et des problématiques sociales

Les salariés

Les partenaires

Les fournisseurs

Les cadres

Les juniors

Les seniors

Les travailleurs  
handicapés

Les vacataires

Les stagiaires

Des études sociales / ressources humaines

Des préconisations sociales / humaines

Des actions sociales et humaines ciblées  
pour la Direction des Ressources Humaines



-2-

## Problématiques d'études Ressources Humaines



## Les attentes des jeunes diplômés

### Méthodologies combinées :

- par Internet ou par téléphone selon la fonction.

### Échantillon interrogé :

- Les jeunes diplômés récemment intégrés dans l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 50 et 150 personnes selon le volume de jeunes diplômés dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- Le bien être dans l'entreprise,
- La formation initiale,
- Le délai : recrutement dans l'entreprise et obtention du diplôme,
- La communication de l'entreprise sur le recrutement,
- L'intérêt pour le poste ou la mission,
- L'intégration dans l'entreprise,
- Les relations avec les autres professionnels,
- La croyance dans les objectifs de développement de l'entreprise,
- L'évolution professionnelle,
- La rémunération,
- Les attentes des jeunes diplômés de l'entreprise,
- Les motivations des jeunes diplômés.

### Intérêt :

- Connaître les attentes des jeunes diplômés,
- Connaître l'opinion des jeunes diplômés sur le mode de recrutement de l'entreprise,
- Connaître l'adéquation entre l'image donnée par l'entreprise aux jeunes diplômés et la réalité observée suite à l'embauche.



## La fidélisation des cadres

### Méthodologie :

- par Internet.

### Échantillon interrogé :

- Les cadres de l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 50 et 150 personnes selon le volume de cadres dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- Le bien être dans l'entreprise,
- L'intérêt pour le poste ou la mission,
- Les relations avec les autres professionnels,
- La croyance dans les objectifs de développement de l'entreprise,
- Les formations fournies par l'entreprise,
- Les opportunités liées à la fonction (voyages, conférences ...),
- L'évolution professionnelle,
- La liberté d'entreprendre,
- La rémunération,
- Les systèmes d'intéressement,
- Les attentes des cadres de l'entreprise,
- Les motivations des cadres.

### Intérêt :

- Connaître les attentes des cadres,
- Connaître l'opinion des cadres sur l'entreprise,
- Identifier les risques de turn-over des cadres.

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



## Le bilan des attentes des seniors

### Méthodologies combinées :

- par Internet pour les seniors ayant accès à Internet,
- par téléphone pour les seniors ayant accès au téléphone,
- sur place avec un dépôt de questionnaires pour les seniors n'ayant ni accès à Internet, ni accès au téléphone.

### Échantillon interrogé :

- Les seniors salariés de l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 50 et 150 personnes selon le volume de seniors dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- Le bien être dans l'entreprise,
- Les seniors face aux relations intergénérationnelles,
- Les seniors face au développement économique
- Les seniors face aux nouvelles technologies,
- Les seniors face à la formation,
- Les seniors face à l'évolution professionnelle,
- Les seniors face à la transmission de leurs expériences,
- Les attentes pour la fin de parcours professionnel,
- Les seniors et l'intégration dans l'entreprise,
- Les motivations des seniors.

### Intérêt :

- Connaître les attentes des seniors,
- Favoriser l'intégration intergénérationnelle,
- Favoriser le partage des expériences.

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



## La satisfaction et la motivation des salariés

### Méthodologies combinées :

- par Internet pour les salariés ayant accès à Internet,
- par téléphone pour les salariés ayant accès au téléphone,
- sur place avec un dépôt de questionnaire pour les salariés n'ayant ni accès à Internet, ni accès au téléphone.

### Échantillon interrogé :

- Les salariés de l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 200 et 500 personnes selon le volume de salariés dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- Le bien être dans l'entreprise,
- L'intérêt pour le poste ou la mission,
- Les relations avec les autres professionnels,
- La croyance dans les objectifs de développement de l'entreprise,
- La communication des objectifs de l'entreprise,
- La formation,
- L'évolution professionnelle,
- Les locaux, fournitures, déplacements,
- Le comité d'entreprise,
- Les représentants du personnel,
- La rémunération,
- L'intéressement,
- L'image de l'entreprise,
- Les motivations des salariés.

### Intérêt :

- Bilan global de satisfaction des salariés.



## La mobilité professionnelle des cadres

### Méthodologies combinées :

- par Internet ou par téléphone.

### Échantillon interrogé :

- Les cadres de l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 50 et 150 personnes selon le volume de cadres dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- L'intérêt pour le poste ou la mission actuelle,
- L'évaluation du niveau d'importance de l'évolution professionnelle,
- L'évaluation de la mobilité géographique,
- L'évaluation de la mobilité professionnelle,
- L'évaluation du risque de turn-over des cadres,
- La communication autour de la mobilité professionnelle,
- L'évaluation de la politique de mobilité professionnelle de l'entreprise.

### Intérêt :

- Évaluer les attentes en termes de mobilité professionnelle,
- Tester des scénarii de mobilité professionnelle.

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



## L'adéquation compétences - formations

### Méthodologies combinées :

- par Internet, par téléphone, par questionnaire papier.

### Échantillon interrogé :

- Les salariés de l'entreprise.
- Taille d'échantillon idéale : entre 200 et 500 personnes selon le volume de salariés dans l'entreprise.

### Thèmes de l'étude :

- Évaluation des compétences globales,
- Évaluation des compétences organisationnelles,
- Évaluation des compétences relationnelles,
- Évaluation des compétences métiers,
- Évaluation des besoins de formations selon le type de compétences.

### Intérêt :

- Établissement du plan global de formations par métiers.



## Le sentiment d'appartenance et d'identité

### Méthodologie :

- par téléphone.

### Échantillon interrogé :

- salariés.
- Taille d'échantillon idéale : entre 200 – 500 salariés.

### Thèmes de l'étude :

- L'image de l'entreprise,
- L'identité de l'entreprise,
- L'intégration dans l'entreprise,
- La communication de l'entreprise,
- La visibilité des objectifs de l'entreprise,
- L'accord avec les objectifs de l'entreprise,
- Le sentiment d'utilité,
- Le sentiment d'appartenance,
- Le sentiment identitaire.

### Intérêt :

- Favoriser le sentiment d'appartenance.

# ALLIANCE NETWORK

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



## L'appréhension du développement

### Méthodologies combinées :

- par téléphone ou par Internet.

### Échantillon interrogé :

- salariés.
- Taille d'échantillon idéale : entre 200 – 500 salariés.

### Thèmes de l'étude :

- Les axes de développement de l'entreprise,
- Les chiffres clés de l'entreprise,
- Les activités de l'entreprise,
- Les systèmes de l'entreprise,
- Le travail collaboratif au sein de l'entreprise.

### Intérêt :

- Favoriser la compréhension et l'appréhension des grandes décisions de l'entreprise par les salariés.

# ALLIANCE NETWORLD

Etudes Marketing et Sondages d'Opinions



Pour nous contacter...



Alliance NetWorld - Etudes et Sondages

Virginie LELARGE

Directrice du Pôle Etudes et Sondages

Tel : 00 33 6 82 21 68 35

E-mail : [vlelarge@alliance-networld.com](mailto:vlelarge@alliance-networld.com)

[www.alliance-networld.com](http://www.alliance-networld.com)

[www.consult-market.com](http://www.consult-market.com)

Pôle Etudes et Sondages

