

Rapport – HOPSCOTCH- Etude omnibus online

## Talentsoft : leviers pour dossier de presse Meeting Amsterdam 2018

Préparé pour **Clémence Brondel** – Consultante senior, Hopscotch  
cbrondel@hopscotch.fr

Par **Stephanie Morel** – Chargée d'études senior, Ipsos Observer  
stephanie.morel@ipsos.com



## AGENDA

- Contexte et objectifs
- Approche méthodologique
- Echantillon
- Synthèse des résultats
- Résultats clés
- Annexes



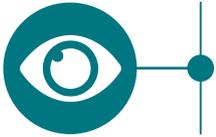
## De votre contexte

- **Talentsoft** est un éditeur de logiciels RH dédiés à la gestion des talents (formations, recrutements, développements RH...), leader en Europe et membre de la French TECH.
- Ses outils de pilotage et de gestion sont dédiés à la fonction RH, aux managers ou aux salariés.
- **Ipsos** a été sollicité par **Hopscotch**, en charge de la communication de **Talentsoft**, pour la réalisation d'une étude auprès d'échantillon national représentatif de 2000 individus âgés de 16 à 75 ans, via une méthodologie omnibus online. L'objectif était d'avoir un levier de communication pour nourrir la campagne Presse accompagnant l'événement organisé à Amsterdam mi-juin 2018 et réunissant clients et prospects de **Talentsoft**.
- Les thèmes abordés dans le questionnaire étaient centrés sur l'expérience collaborateurs et concernait plus particulièrement les points suivants : évaluation du service des Ressources Humaines, utilité des formations suivies au cours des 3 dernières années et attentes à propos du manager direct.



RAPPEL

# Objectifs de l'étude



## COMMUNIQUER

Des chiffres clefs et concrets sur les français et leur expérience collaborateur en tant que salariés



GAME CHANGERS



© Ipsos – 18-033362 – Talentsoft – Juin 2018

H O P  
S C O  
T C H  
PARIS

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



# Dispositif de l'étude - online



## MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

- La population cible est sélectionnée au sein de l'Access panel Ipsos via un algorithme aléatoire ayant pour finalité de donner la même chance à chaque individu d'être sollicité
- Cette population est structurée selon la méthode des quotas



## CIBLE INTERROGÉE

- Echantillon national représentatif de 2196 individus âgés de 16 à 75 ans dont 1163 salariés
- Représentatifs de la population française sur les critères :
  - Sexe
  - Age
  - Région

(Source : Eurostat 2013)



## COLLECTE

- Cette étude a été réalisée en **Omnibus Online**, auprès d'un échantillon issus de l'**Access Panels On-Line d'Ipsos** (vivier qualifié de 400.000 individus en France)
- Durée moyenne : **1** minute
- Date terrain : *du 25 au 29 mai 2018*



## TRAITEMENTS STATISTIQUES

- Pondération de l'échantillon
- Méthode de pondération utilisée : Méthode de calage sur marge
- Critères de redressement : sexe, âge, région

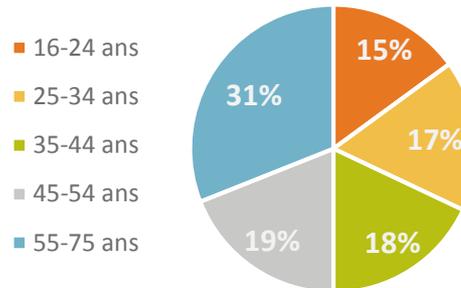
# Echantillon de l'étude

Base : 2196 interrogés (16 - 75 ans)

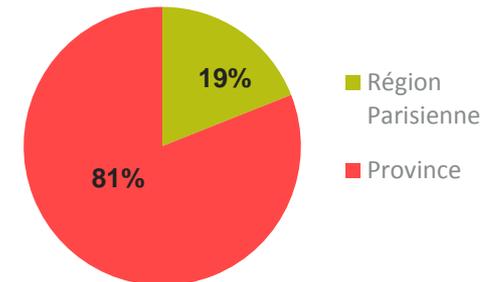
## Genre



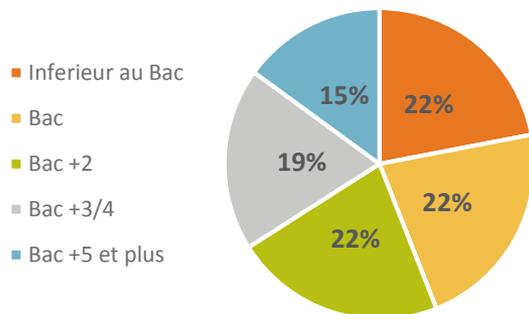
## Âge des interviewés



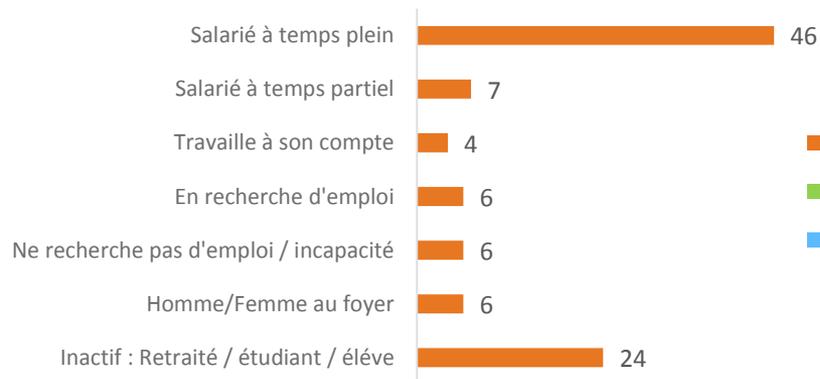
## Région



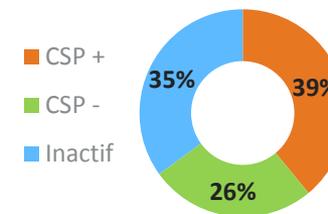
## Niveau d'éducation



## Situation professionnelle de l'interviewé



## CSP de l'interviewé





# SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

GAME CHANGERS



Cette synthèse résume les principaux enseignements observés auprès de la population des salariés

### Evaluation par les salariés de leur service RH :

Les configurations des services de Ressources Humaines peuvent aller des plus minimalistes aux plus exhaustives.

Ainsi, le service des Ressources Humaines peut être vu comme le service qui gère les paies, les congés, les entrées et sorties du personnel, et toute la gestion administrative ou à un autre pôle comme « le service clé à l'écoute des collaborateurs, qui s'adapte à leurs attentes tant en termes d'environnement de travail que de motivation et qui sait les accompagner dans leur évolution professionnelle »

Les interviewés se sont vu proposer une échelle allant de 1 à 10 sur laquelle ils devaient situer entre ces 2 pôles ce qui correspondait le plus au service des Ressources Humaines de l'organisation dans laquelle ils travaillaient actuellement.

*Nb : 11% des salariés ne se sont pas sentis concernés par la réponse (10% parmi ceux travaillant à temps plein et 23% parmi ceux travaillant à temps partiel)*

#### **Premier constat :**

**13%** des salariés concernés considèrent leur service des Ressources Humaines comme un service qui, au minimum , est **celui qui gère les paies, les congés, les entrées et sorties du personnel, et toute la gestion administrative**

**2%** le voit de manière plus globale et extensive **comme le service clé à l'écoute des collaborateurs, qui s'adapte à leurs attentes tant en termes d'environnement de travail que de motivation et qui sait les accompagner dans leur évolution professionnelle.** (5% ont donné une note comprise entre 9 et 10)

Une large majorité, **54%** des salariés, a choisi **un positionnement moyen (de 1 à 5).**

**40%** ont donné une « note » comprise entre 1 et 4.

Ce taux est significativement supérieur auprès de certaines catégories de la population :

- 47% chez les personnes âgées de 45-54 ans (33% seulement chez les moins de 35 ans – différence significative)
- 43 % auprès des salariés appartenant aux catégories socio professionnelles plus « supérieures » (Indépendants, cadres supérieurs ou professions intermédiaires)
- 42% auprès de ceux ayant un diplôme supérieur au Bac
- 45% chez les personnes vivant au sein de foyers dont les revenus annuels sont compris entre 24.000 à 36.000€.

## Utilité des formations professionnelles suivies au cours des 3 dernières années

### A noter :

- 12% des salariés ne se sentent pas concernés par la question : 14% pour les femmes, 17% pour les 16-24 ans, 17% pour les CSP – (Agriculteurs, employés, ouvriers), 23% pour les temps partiels
- 20% déclarent n'avoir suivi aucune formation au cours des 3 dernières années
- 12% que les formations suivies ne correspondaient pas à leurs besoins

### Dans ce contexte

**32% considèrent que les formations suivies leur ont été utiles dans l'exercice de leur métier** (principalement chez les salariés à temps plein : 34%, les personnes vivant au sein de foyers dont les revenus excèdent 36.000€ : 38%, habitant des agglomérations de moins de 100.000 habitants : 35%, mais aussi auprès des personnes ayant évalué de façon positive (note 6 à 8) leur service des Ressources Humaines ou celles attendant de leur management direct qu'il les associe aux décisions et écoute leurs idées et suggestions : 38% .

### **16% qu'elles les ont aidés à monter en compétences**

(Principalement chez les salariés à temps plein : 17%, ou auprès des CSP+ : 18%).

### **8% que les formations leur ont permis une évolution professionnelle (promotion, mobilité, changement de métier...)**

Cette tendance est plus installée auprès des personnes de moins de 35 ans pour lesquelles ce taux est à 10 % ou celles ayant évalué de façon positive (note 6 à 8) leur service des Ressources Humaines chez qui ce taux monte à 13%.

## Les attentes envers le manager direct

2 critères sont des attentes significativement supérieures aux autres :

- ✚ 1/3 des salariés (**33%**) attendent en 1<sup>er</sup> lieu **que leur manager ou responsable direct les reconnaisse et valorise leurs performances**. Cela est particulièrement significatif auprès des 35-44 ans (40%), les salariés à temps plein (35%) ayant déclaré avoir suivi une formation ne correspondant pas à leurs besoins (39%)
- ✚ **18%** souhaitent d'abord **qu'il/elle les associe aux décisions et écoute leurs idées et suggestions**. Cette attente est particulièrement significative auprès des CSP+ (21%) ainsi que celles ayant noté relativement faiblement (1 à 4) leur service de Ressources Humaines (22%).

Après ces attentes les plus importantes :

**14%** des salariés souhaitant en premier lieu que **leur manager s'intéresse à eux en tant qu'individu et pas seulement en tant qu'employé, 11% qu'il/elle les aide à utiliser et développer pleinement leur potentiel**.

A noter : seuls **12%** ne souhaitent **rien de particulier**, considérant faire leur travail et être juste payés en retour

*NB : Ces conclusions sont également observables sur l'ensemble de la population française interrogée âgée de 16 à 75 ans.*



## RÉSULTATS CLÉS

# PILOTAGE ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES : DES MARGES DE MANŒUVRES NON NÉGLIGEABLES

## Auprès des salariés



SERVICE RH

54%

Donnent une note comprise entre 1 et 5, sur 10, lorsqu'ils évaluent leur service RH



FORMATION

24%

Considèrent que les formations suivies au cours des 3 dernières années les ont aidé à monter en compétences ou leur ont permis une évolution professionnelle



MANAGER DIRECT

56%

Souhaitent que leur manager direct les reconnaisse et valorise leurs performances (en 1<sup>er</sup> ou 2<sup>eme</sup> choix)



# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

GAME CHANGERS

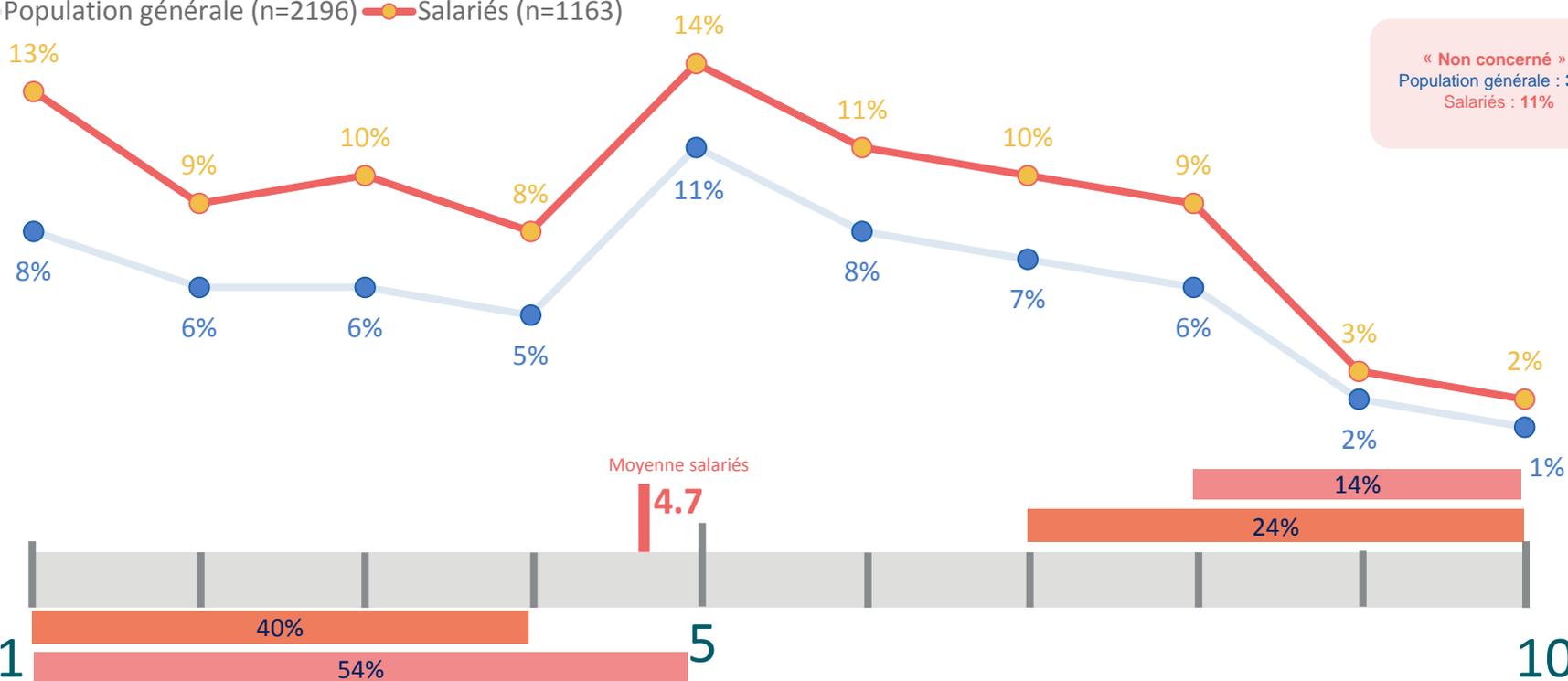


# ÉVALUATION DU SERVICE RH



Q1 – Comment qualifieriez-vous le service des Ressources Humaines de l'organisation au sein de laquelle vous travaillez ? Une seule réponse possible

● Population générale (n=2196) ● Salariés (n=1163)



C'est le service qui gère les paies, les congés, les entrées et sorties du personnel, toute la gestion administrative

C'est le service clé à l'écoute des collaborateurs, qui s'adapte à leurs attentes tant en termes d'environnement de travail que de motivation et qui sait les accompagner dans leur évolution professionnelle

# LES FORMATIONS SUIVIES CES 3 DERNIÈRES ANNÉES...

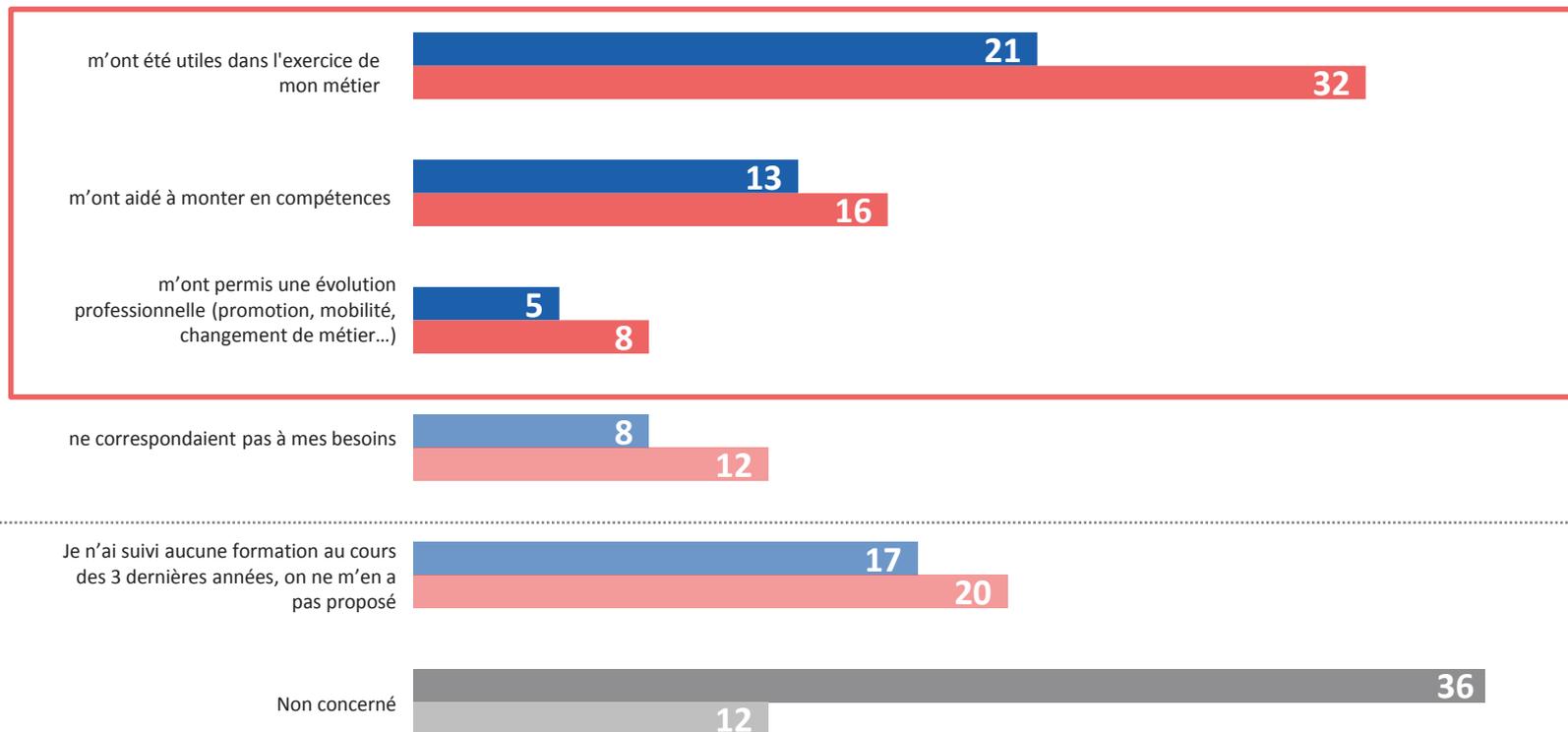


Q2 – Comment qualifieriez-vous la(les) formation(s) que vous avez suivie(s) au sein de votre organisation au cours des 3 dernières années ? *Une seule réponse possible*

■ Population générale (n=2196)

■ Salariés (n=1163)

En %

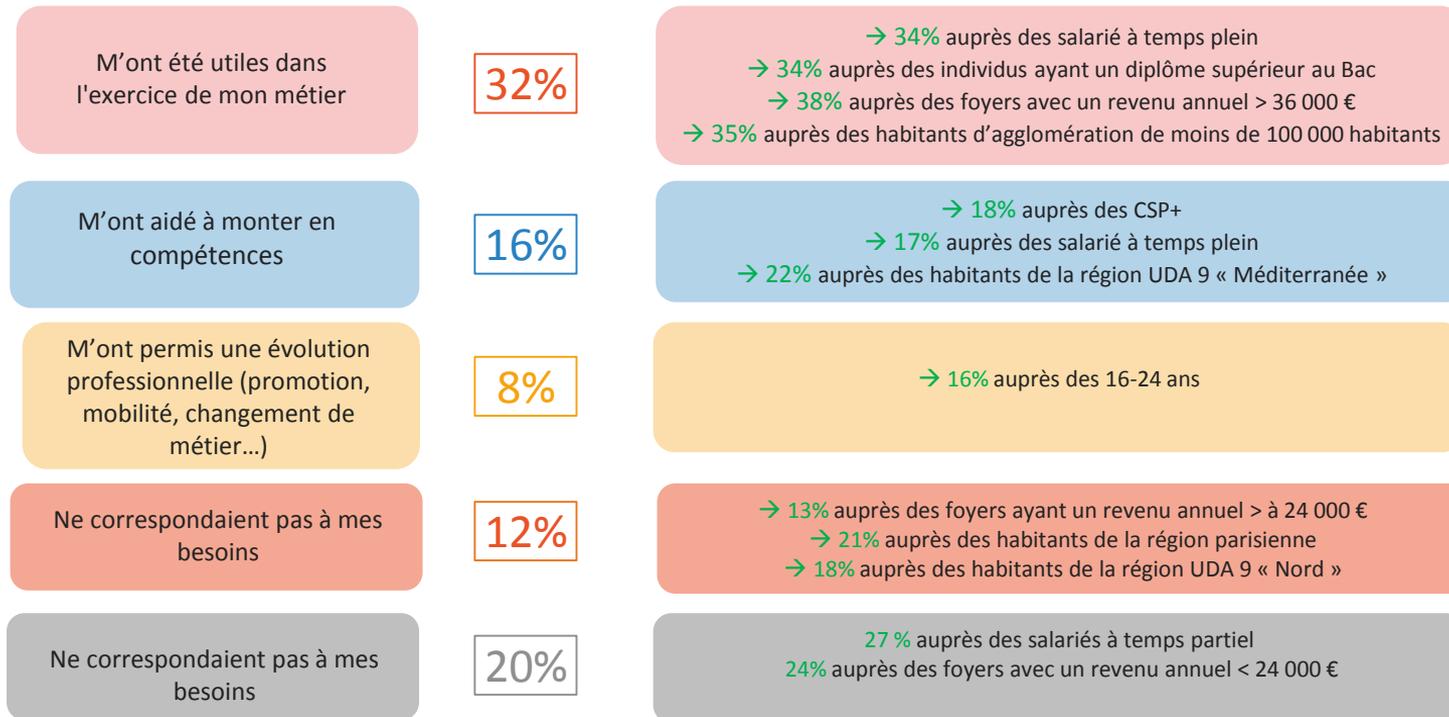


# FOCUS : UTILITÉS DES FORMATIONS PROFESSIONNELLES SUIVIES – BASE SALARIES



Q2 – Comment qualifieriez-vous la(les) formation(s) que vous avez suivie(s) au sein de votre organisation au cours des 3 dernières années ? *Une seule réponse possible*

Rappel : non concernés = 12%



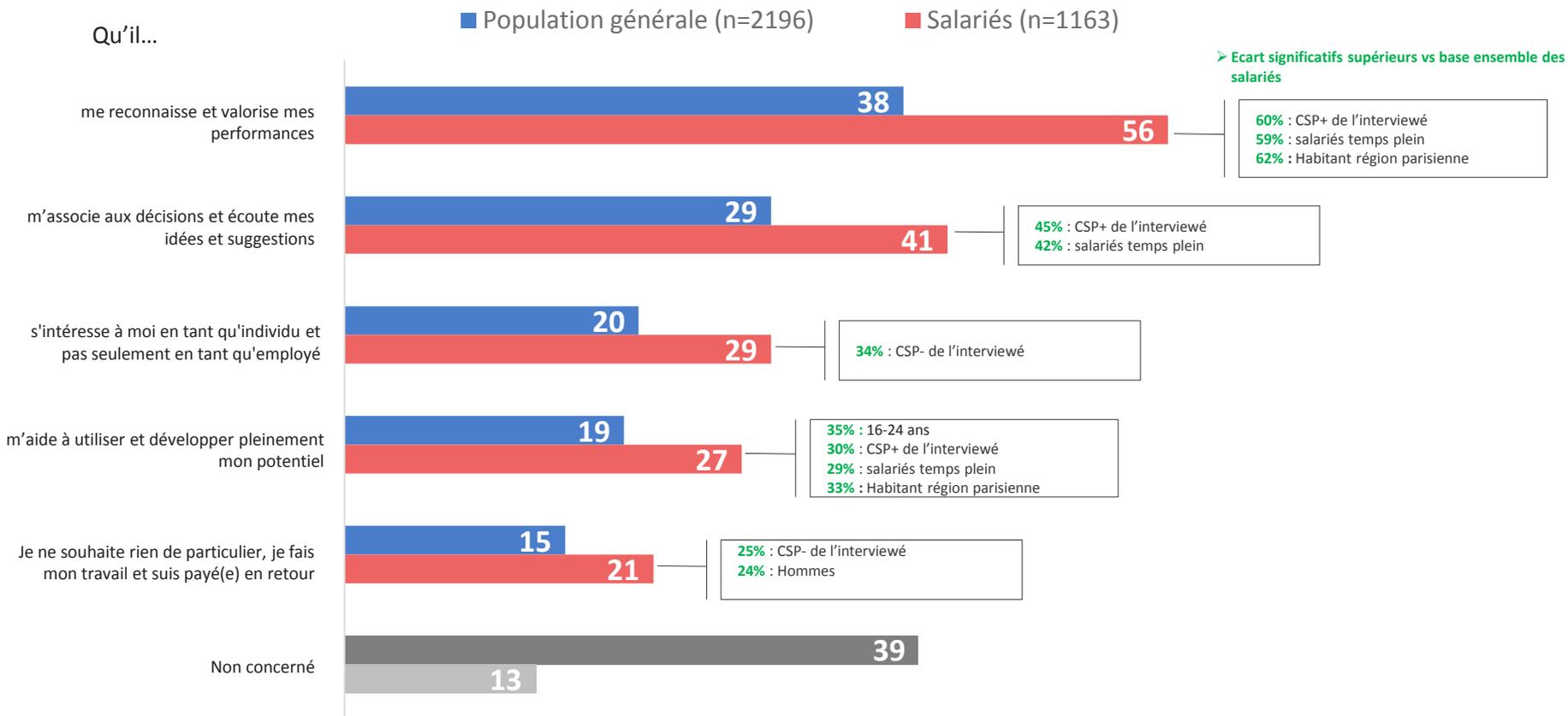
# J'ATTENDS QUE MON MANAGER OU RESPONSABLE DIRECT \*...



**En %**

Q3 – En termes de management, qu'attendez-vous de votre manager/responsable direct

Deux réponses possibles





# NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER VOS CONTACTS SUR CETTE ÉTUDE



Stéphanie MOREL

Chargée d'études Sénior

✉ [stephanie.morel@ipsos.com](mailto:stephanie.morel@ipsos.com)

☎ 01 41 98 95 46

**Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos.**

**Il a été relu et validé par :** *Frédérique Ramondou, Directrice de Clientèle*



# ANNEXES

LE MATÉRIEL D'ÉTUDE

# Le questionnaire

Lien vers le questionnaire



Adobe Acrobat  
Document

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

## Feuille de calcul

Table de Gauss

• P (pourcentage de réponses à la question testée)

	2	3	5	6	8	10	13	15	18	20	22	25	26	28	30	33	35	40	45	50
	ou																			
	98	97	95	94	92	90	87	85	82	80	78	75	74	72	70	67	65	60	55	50
100	2,8	3,4	4,4	4,7	5,4	6	6,7	7,1	7,7	8	8,3	8,7	8,8	9	9,2	9,4	9,5	9,8	9,9	10
200	2	2,4	3,1	3,4	3,8	4,2	4,8	5	5,4	5,7	5,9	6,1	6,2	6,3	6,5	6,6	6,7	6,9	7	7,1
250	1,8	2,2	2,8	3	3,4	3,8	4,3	4,5	4,9	5,1	5,2	5,5	5,5	5,7	5,8	5,9	6	6,2	6,3	6,3
300	1,6	2	2,5	2,7	3,1	3,5	3,9	4,1	4,4	4,6	4,8	5	5,1	5,2	5,3	5,4	5,5	5,7	5,7	5,8
350	1,5	1,8	2,3	2,5	2,9	3,2	3,6	3,8	4,1	4,3	4,4	4,6	4,7	4,8	4,9	5	5,1	5,2	5,3	5,3
400	1,4	1,7	2,2	2,4	2,7	3	3,4	3,6	3,8	4	4,1	4,3	4,4	4,5	4,6	4,7	4,8	4,9	5	5
450	1,3	1,6	2,1	2,2	2,6	2,8	3,2	3,4	3,6	3,8	3,9	4,1	4,1	4,2	4,3	4,4	4,5	4,6	4,7	4,7
500	1,3	1,5	1,9	2,1	2,4	2,7	3	3,2	3,4	3,6	3,7	3,9	3,9	4	4,1	4,2	4,3	4,4	4,4	4,5
600	1,1	1,4	1,8	1,9	2,2	2,4	2,7	2,9	3,1	3,3	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7	3,8	3,9	4	4,1	4,1
700	1,1	1,3	1,6	1,8	2,1	2,3	2,5	2,7	2,9	3	3,1	3,3	3,3	3,4	3,5	3,6	3,6	3,7	3,8	3,8
800	1	1,2	1,5	1,7	1,9	2,1	2,4	2,5	2,7	2,8	2,9	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,4	3,5	3,5	3,5
900	0,9	1,1	1,5	1,6	1,8	2	2,2	2,4	2,6	2,7	2,8	2,9	2,9	3	3,1	3,1	3,2	3,3	3,3	3,3
1000	0,9	1,1	1,4	1,5	1,7	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,8	2,9	3	3	3,1	3,1	3,2
1200	0,8	1	1,3	1,4	1,6	1,7	1,9	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6	2,7	2,8	2,8	2,9	2,9
1800	0,7	0,8	1	1,1	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2	2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,4
2000	0,6	0,8	1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2	2	2	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
2500	0,6	0,7	0,9	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2	2	2
3000	0,5	0,6	0,8	0,9	1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8
3500	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
4000	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6
4500	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
5000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	1	1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4
6000	0,4	0,4	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1	1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3

Si on obtient 30% à une réponse sur une base de répondants de 2000 individus, la marge d'erreur est de 2,9%, le score est donc de **30 % ± 2,2 %**.

Avec le même résultat mais obtenu auprès de 400 personnes, la marge d'erreur augmente et le score devient **30 % ± 4,6 %**.

Cette table de Gauss est construite à partir de la formule suivante : Erreur = 2

$$\sqrt{\frac{P(100-P)}{N}}$$

- P étant le pourcentage de réponses à la question testée
- N étant le nombre d'interviews réalisées



## NOS ENGAGEMENTS :

# Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

- ✓ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :
  - **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
  - **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), European Society for Opinion and Market Research,
- ✓ A ce titre, Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.
- ✓ Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

- ✓ Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : version 2012 par AFNOR Certification**

- A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :
  - de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
  - de 36 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l'étude)
- ✓ Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- ✓ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales





# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

## ☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## ☑ LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou

contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## ☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# Organisation (Étude sur panel online)



## LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Mise en forme des résultats
- Analyses et synthèse



## LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage (Panel IIS)
- Emailing
- Collecte des données en France
- Data Map
- Traitement des données
- Mise en forme des résultats

## A PROPOS D'IPROS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).  
ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

### Syndicated studies

© 2017 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.*

### Ad hoc studies

© 2018 Ipsos. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos.*

## GAME CHANGERS

---

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers

## RETROUVEZ-NOUS

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

