

Les entreprises doivent repenser l'expérience de leurs salariés afin de retenir les talents et d'améliorer la satisfaction au travail

D'après un nouveau rapport évaluant l'expérience des salariés dans les entreprises du monde entier :

- *Les dirigeants croient leurs salariés plus heureux au travail qu'ils ne le sont réellement ;*
- *97 % des salariés qui connaissent des expériences positives au travail ont l'intention de rester ;*
- *Les données et la technologie peuvent jouer un rôle essentiel pour valoriser les salariés et permettre l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.*

Paris, le 4 octobre 2022 - Seulement 28 % des salariés n'exerçant pas de fonction managériale se disent satisfaits au travail, alors que 80 % des dirigeants croient leurs salariés satisfaits, d'après le dernier rapport de l'institut de recherche Capgemini, « [People Experience Advantage: How companies can make life better for their most important assets](#) » (« Les avantages de l'expérience collaborateur : Comment les entreprises peuvent améliorer le quotidien de leurs actifs les plus précieux »). Selon l'étude, parmi les principaux obstacles à la satisfaction des salariés se trouvent les défis liés à l'évolution de carrière et au développement de compétences, les comportements des managers et les relations avec eux, ainsi que la rémunération et la reconnaissance, et les données et la technologie. Le rapport, qui a interrogé 2 250 salariés dans 750 organisations, met également en évidence 10 mesures clés que les organisations et leurs dirigeants doivent prendre pour réduire l'écart entre leur propre perception et la satisfaction des salariés, afin de rester compétitifs et de retenir les talents.

De nombreux salariés, poussés par un marché du travail très actif et des préoccupations économiques et financières, en viennent à reconsidérer leur vie professionnelle. D'après le rapport, 34 % des salariés envisagent de quitter leur entreprise actuelle dans l'année, et parmi ceux-ci, deux sur trois (66 %) prévoient de le faire dans les trois à neuf prochains mois. Même si une rémunération adéquate et appropriée constitue un facteur clé de satisfaction des salariés, plus de la moitié (52 %) d'entre eux ont déclaré qu'ils étaient susceptibles de partir même si on leur proposait le même poste dans une autre entreprise avec la même rémunération, ce qui souligne la nécessité pour les organisations d'agir rapidement pour renforcer la rétention de leurs talents clés.

En revanche, parmi les salariés qui ont une expérience positive au travail, 97 % ont l'intention de rester dans leur entreprise actuelle l'année suivante, et 96 % d'entre eux se sentent investis et motivés. D'après le rapport, ces expériences positives sont essentielles pour la santé d'une entreprise et peuvent entraîner un impact économique positif. En effet, environ la moitié (48 %) des dirigeants d'entreprises au sein desquelles les managers font état d'expériences positives affirment avoir observé comme conséquence indirecte la satisfaction client s'améliorer.

Les salariés ont besoin d'objectifs clairs et d'un équilibre raisonnable entre vie professionnelle et vie privée

Alors que 92 % des dirigeants pensent que leurs équipes sont heureuses au travail, le rapport révèle que seuls 30 % des salariés partagent ce point de vue. L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée reste une préoccupation majeure pour tous, et c'est même, pour 65 % des salariés et 61 % des managers, l'aspect



le plus important de leur expérience professionnelle. La nécessité de trouver un équilibre raisonnable reste un enjeu important pour les salariés : seuls 29 % d'entre eux estiment être en mesure de prendre des congés, et 28 % seulement considèrent leurs horaires de travail suffisamment flexibles pour concilier vie familiale et vie personnelle.

Près des trois quarts des salariés déclarent qu'avoir une raison d'être claire au travail (c'est-à-dire savoir pourquoi vous faites ce que vous faites) est le point le plus important pour eux au travail. Faire en sorte que les salariés aient une parfaite compréhension de tous les aspects de leur travail et une visibilité sur la progression de leur carrière et leur potentiel de croissance seront des facteurs essentiels pour améliorer l'expérience des salariés et les fidéliser.

Les entreprises au défi du télétravail

Alors que les organisations cherchent à trouver un équilibre entre travail à distance et en personne, il convient d'accorder plus d'attention à la flexibilité du travail, selon le rapport. Près de la moitié (48 %) des non-managers et 87 % des managers qui sont satisfaits des possibilités de télétravail qui leur sont offertes sont heureux au travail. Ces chiffres corroborent les résultats d'une [étude antérieure](#), selon laquelle 66 % des salariés qui se sentent micro-managés affirment également se sentir épuisés dans une configuration de télétravail. Cela montre qu'il est essentiel d'instaurer un climat d'autonomie et de confiance parmi les salariés pour assurer le succès du télétravail.

Les opportunités de formation sont importantes

L'apprentissage et le développement des compétences figurent également en bonne place dans l'esprit des salariés : 65 % d'entre eux déclarent qu'il s'agit de l'aspect le plus important de leur travail. Pourtant, seuls 28 % d'entre eux déclarent que leur travail leur permet d'apprendre et de développer de nouvelles compétences. Les organisations ont donc une belle opportunité pour combler cet écart.

Redéfinir la stratégie RH

Le rapport recommande aux organisations de développer une stratégie RH transverse pour proposer une expérience inclusive à tous les salariés, quels que soient leurs caractéristiques démographiques, leurs fonctions et leur statut. Cette stratégie peut contribuer à consolider des expériences disparates et à créer une culture d'entreprise cohérente et homogène.

Claudia Crummenerl, à la tête de la pratique Workforce & Organization, Enterprise Transformation, au sein de Capgemini Invent, déclare : « Les organisations doivent non seulement repenser leurs cycles habituels de gestion des talents et considérer leurs salariés comme des 'consommateurs de services', mais aussi envisager l'expérience du collaborateur dans son intégralité, y compris le travail au quotidien. Ces moments, notamment lorsqu'on vous fait confiance pour travailler et réaliser des tâches à distance, jouent un rôle plus important pour vous donner le sentiment d'une expérience positive que les étapes habituelles du cycle de vie RH. Il est vraiment indispensable d'écouter ses salariés. Il est impératif de promouvoir une culture du bien-être des salariés et d'encourager l'apprentissage continu pour réduire l'écart de perception entre les salariés et leurs dirigeants. La technologie a un rôle clé à jouer dans l'établissement d'une culture de travail collaborative et dans la mise à disposition des salariés des bons outils pour faire leur travail efficacement. »

Le rapport recommande aux organisations de développer, dans le cadre de leur stratégie RH, une « promesse employeur » qui associe les fonctions professionnelles à leur impact et détaille les opportunités de formation et le potentiel d'évolution de carrière. Pour y parvenir, les organisations doivent former les dirigeants à faire preuve d'une réelle empathie, à écouter leurs équipes et à les responsabiliser par le biais d'une culture de l'apprentissage continu.



Méthodologie

L'étude a interrogé de grandes organisations dans 10 pays, au sein de secteurs clés tels que les produits de consommation et la distribution, l'automobile, l'industrie, l'énergie et les services publics, les services financiers, la santé et les sciences de la vie, ainsi que le secteur public. Dans le cadre de l'étude, 2 250 personnes ont été interrogées, dont 750 dirigeants et 1 500 salariés (à savoir 511 managers et 989 non-managers) dans 750 organisations ayant un chiffre d'affaires annuel supérieur à 1 milliard de dollars. Dans chaque entreprise, l'étude a interrogé deux salariés et un dirigeant ; 22 entretiens approfondis ont également été menés avec des dirigeants de diverses organisations. Les personnes interrogées étaient des responsables RH travaillant dans les domaines de la gestion RH, des talents, de l'engagement collaborateurs et du lieu de travail digital.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant plus de 340 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros en 2021.

Get The Future You Want | www.capgemini.com

**Capgemini, le futur que vous voulez*

A propos de Capgemini Research Institute

Capgemini Research Institute est le groupe de réflexion interne de Capgemini sur tout ce qui touche au numérique. L'Institut publie des recherches sur l'impact des technologies numériques sur les grandes entreprises traditionnelles. L'équipe s'appuie sur le réseau mondial d'experts de Capgemini et travaille en étroite collaboration avec des partenaires universitaires et technologiques. L'Institut dispose de centres de recherche dédiés à Paris, en Inde, au Royaume-Uni, à Singapour et aux États-Unis. Il a récemment été classé n°1 au monde pour la qualité de ses recherches par des analystes indépendants.

Visitez-nous sur <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>

Inscrivez-vous sur <https://www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription/>