FM N° 18971
Contact Ifop : Frédéric Micheau
Tél : 01 45 84 14 44
frederic.micheau@ifop.com

pour

Le *personal branding* au service de la marque

Résultats détaillés
Novembre 2010

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	**Atelier BNP PARIBAS**
Echantillon	Echantillon de **995** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 3 au 5 novembre 2010

- 2 -

Les résultats de l'étude

- A -

La diffusion d'informations professionnelles sur Internet

La diffusion d'informations personnelles et professionnelles sur Internet

Question : Vous personnellement, publiez-vous de l'information personnelle/professionnelle sur Internet ?

	Tous les jours ou presque (%)	Plusieurs fois par semaine (%)	Une fois par semaine (%)	Plusieurs fois par mois (%)	Moins souvent (%)	Jamais (%)	TOTAL (%)
• De l'information personnelle	9	8	6	10	20	47	100
• De l'information professionnelle	4	5	3	4	14	70	100

Les sites privilégiés par les actifs pour diffuser de l'information professionnelle sur Internet

Question : Sur quels sites publiez-vous principalement de l'information professionnelle ?

Base : *question posée uniquement aux actifs publiant de l'information professionnelle, soit **30%** de l'échantillon.*	(%)
• Facebook	58
• Un blog	14
• Viadéo	14
• LinkedIn	8
• Twitter	7
• MySpace	6
• Un autre site	22
TOTAL	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les raisons invoquées par les actifs pour publier de l'information professionnelle sur Internet

Question : Pour quelles raisons publiez-vous de l'information professionnelle sur Internet ?

Base : *question posée uniquement aux actifs publiant de l'information professionnelle, soit **30%** de l'échantillon.*	(%)
• Pour développer votre réseau professionnel	36
• Pour développer votre activité professionnelle	27
• Pour vous faire connaître dans votre milieu professionnel	23
• Pour trouver un emploi	19
• Pour faire connaître les produits et services de votre entreprise	18
• Pour gérer votre carrière dans votre entreprise actuelle	13
• Pour changer d'entreprise	9
• Pour recruter des collaborateurs	3
• Pour d'autres raisons	13
TOTAL	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les raisons invoquées par les actifs pour ne pas publier de l'information professionnelle sur Internet

Question : Pour quelles raisons ne publiez-vous pas de l'information professionnelle ?

Base : *question posée uniquement aux actifs ne publiant pas de l'information professionnelle, soit **35%** de l'échantillon.*	(%)
• Vous jugez cela inutile	48
• Vous craignez une utilisation déplacée des informations publiées	33
• Vous n'êtes pas autorisé à le faire	21
• Vous n'avez pas le temps	13
• Vous ne souhaitez pas diffuser vos idées à la concurrence	11
• Autres raisons	4
TOTAL	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Le niveau de préoccupation à l'égard de la confidentialité des données personnelles et professionnelles sur Internet

Question : Etes-vous préoccupé par la confidentialité de vos données sur Internet ?

	TOTAL Préoccupé (%)	Très préoccupé (%)	Assez préoccupé (%)	**TOTAL Pas préoccupé** (%)	Peu préoccupé (%)	Pas du tout préoccupé (%)	TOTAL (%)
• Vos données personnelles	**82**	51	31	**18**	13	5	100
• Vos données professionnelles	**65**	39	26	**35**	14	21	100

- B -

L'information professionnelle et l'entreprise

Le jugement sur la fréquence de consultation par les entreprises des informations publiées par les salariés sur Internet

Question : Selon vous, les entreprises consultent-elles les informations publiées sur Internet par… ?

	TOTAL Sys-tématique-ment, sou-vent (%)	Systémati-quement (%)	De temps en temps (%)	**TOTAL Rarement, jamais** (%)	Rarement (%)	Jamais (%)	TOTAL (%)
• Des salariés potentiels lors du recrutement	**88**	44	44	**12**	9	3	100
• Leurs salariés actuels	**80**	25	55	**20**	17	3	100

Le souhait des salariés de pouvoir diffuser des informations liées à leur expertise professionnelle sur un système de publication appartenant à leur entreprise

Question : Souhaiteriez-vous pouvoir diffuser des informations liées à votre expertise professionnelle sur un système de publication appartenant à votre entreprise ?

Base : *question posée uniquement aux actifs, soit **57%** de l'échantillon.*	(%)
TOTAL Oui	**27**
• Oui, tout à fait	5
• Oui, plutôt	22
TOTAL Non	**73**
• Non, plutôt pas	38
• Non, pas du tout	35
TOTAL.....	100

Les éléments susceptibles d'encourager les salariés à publier de l'information professionnelle sur Internet

Question : Selon vous, qu'est-ce qui pourrait encourager les salariés à publier de l'information professionnelle ?

Base : *question posée uniquement aux actifs, soit **57%** de l'échantillon.*	(%)
• Un supplément de rémunération	43
• Un système de publication propre à l'entreprise	43
• Un contrat spécifique	28
• Le droit de publier sur ses comptes personnels durant les heures de travail	15
TOTAL.....	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Le jugement des actifs sur l'efficacité de la stratégie de leur employeur pour promouvoir sa marque et ses produits sur Internet et les réseaux sociaux

Question : Selon vous, votre employeur a-t-il une stratégie efficace pour promouvoir sa marque, ses produits et services sur Internet et les réseaux sociaux ... ?

Base : *question posée uniquement aux actifs, soit **57%** de l'échantillon.*	(%)
TOTAL Oui	**42**
• Oui, tout à fait	10
• Oui, plutôt	32
TOTAL Non	**32**
• Non, plutôt pas	22
• Non, pas du tout	10
• Il n'a pas de stratégie	26
TOTAL.....	100