

Synthèse des résultats d'enquête

« Fonction RH digitale : mythe ou réalité ? »

Réalisée par [SpotPink](#) de février à juin 2013

Fort du constat d'un manquement d'études sur le sujet, SpotPink a pris l'initiative d'interroger entre février et juin 2013, [au moyen de ce questionnaire en ligne](#), les professionnels RH sur leur utilisation et leur perception des médias sociaux grand public et des Réseaux Sociaux d'Entreprise dans le cadre de leur fonction.

Objectifs de l'enquête :

- Comprendre les attentes des professionnels des RH à l'égard des médias sociaux.
- Analyser les usages actuels personnels et professionnels, sur les réseaux sociaux du grand-public, des personnes intéressées par les mots clés et l'exercice des métiers des RH.
- Réaliser une synthèse d'enquête et une infographie pour présenter les conclusions et enseignements de cette démarche, à partager sur le web pour alimenter un éventuel débat sur la question des objectifs et enjeux d'une fonction RH digitale au sein des entreprises/organisations.

Les 2 billets de blog annonçant l'ouverture et la clôture d'une enquête réalisée par SpotPink sur la question d'une fonction RH digitale (mythe ou réalité) cumulent respectivement 3200 vues pour ce premier [billet](#) et 2765 vues pour ce second [billet](#). Pourtant, ils n'ont emporté, entre Février et Juin 2013, que 100 réponses.

En réalité le nombre de sollicitations a été de plusieurs milliers puisque sur cette période, les appels à contribution successifs ont été effectués par le biais d'un emailing, de posts dans des groupes LinkedIn et Viadeo, de tweets réguliers...

Si cet échantillon a finalement été limité à 100 personnes ayant effectivement validé leurs réponses, nous formulons les hypothèses suivantes :

- le questionnaire comportait un trop grand nombre de réponses et certains répondants ont abandonné la saisie avant d'achever le questionnaire (faute de temps et/ou de motivation ?).
- Le formulaire Google spreadsheet semble avoir connu un problème de fonctionnement lors des premiers jours de sa mise en ligne et une trentaine de personnes nous ont signalé l'impossibilité d'enregistrer leurs réponses.

Cet échantillon (du point de vue de sa taille et de son mode de constitution) ne saurait être considéré comme représentatif de la population des individus et entreprises Françaises. Par ailleurs, il comporte certainement un biais relatif au fait que des professionnels RH non utilisateurs des médias sociaux ont sans doute préféré s'abstenir de répondre (se considérant non concernés). Cependant, les réponses obtenues par ces 100 personnes permettent peut-être d'échafauder des hypothèses qu'il faudrait confirmer ultérieurement par une étude valide sur un panel représentatif de professionnels RH et d'entreprises Françaises.

Profil des individus sondés :

- 60 % sont issus d'une entreprise dont le secteur d'activité est celui des services.
- 56% d'entre eux sont des professionnels travaillant dans le secteur des ressources humaines.
- 50% travaillent dans une entreprise comptant moins de 100 salariés.

Comment les individus sondés perçoivent les réseaux sociaux ?

- **97%** des sondés voient l'utilisation des réseaux sociaux comme quelque chose de **favorable** dans le monde professionnel.
- **88%** des sondés pensent qu'un réseau social est une nouvelle façon de **partager** des informations, connaissances, documents, avis.
- 56% considèrent que les réseaux sociaux sont un outil pour **collaborer**.
- **87%** des utilisateurs de **LinkedIn** et 72% des utilisateurs de Viadeo sont membres d'un ou plusieurs groupes professionnels.

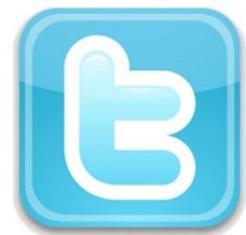
- **74%** se sentent ambassadeurs de leur entreprise, conscients que l'image qu'ils renvoient sur les réseaux sociaux peut avoir des conséquences sur leur entreprise.
- **88%** pensent que **LinkedIn** est un bon site pour **recruter** et 66% le pensent également de Viadeo.
- **62%** des répondants ont une utilisation quotidienne de Twitter (contre 51% pour LinkedIn et 17% de Google+).
- Pour **84%** des individus sondés, **l'avantage majeur que représentent les réseaux sociaux dans le cadre professionnel** à trait à la **facilité d'établissement de nouveaux contacts professionnels**.
- Pour **70%** des répondants, l'inconvénient majeur que représente l'usage des réseaux sociaux grand public dans le cadre professionnel à trait à la **confidentialité des données personnelles**.

Les individus sondés et leur rapport aux réseaux sociaux

- **98%** d'entre eux possèdent au moins un compte sur un des réseaux sociaux suivants :
 - Sur LinkedIn : 96 %
 - sur Viadeo : 94%
 - sur Facebook : 94%
 - sur Twitter : 89%
 - sur Google + : 70%
- Seuls 2% ne possèdent pas de compte, soit parce qu'ils n'en ont jamais eu l'utilité personnelle / professionnelle ou sont en attente d'information préalable sur le sujet.

Les utilisateurs de Twitter

- ⇒ Ils représentent **89%** des individus interrogés présents sur les réseaux sociaux.
 - Parmi eux :
 - 62% d'entre eux ont une activité quotidienne sur Twitter et 12% ont un compte jamais utilisé. 22% se connectent de manière hebdomadaire, mensuelle ou exceptionnelle.
 - 47% ont une utilisation professionnelle et personnelle.
 - 28% ont une activité uniquement professionnelle.
 - Seulement 9% ont une activité uniquement personnelle.
 - 5% ne l'utilisent jamais.
- ⇒ 81% des utilisateurs ont une perception positive de ce réseau sur l'exercice de leur travail contre seulement 2% qui ont une perception **négative** mais 17% ne l'utilisent pas.
- ⇒ Professionnellement :
 - **77%** utilisent Twitter pour partager des informations professionnelles,
 - 76% pour suivre l'actualité professionnelle,
 - 65% pour développer un réseau professionnel,
 - 33% pour garder un lien et communiquer avec les collègues,
 - 30% pour communiquer avec des clients.
 - Seulement 19% l'utilisent pour embaucher et 17% pour trouver un emploi.



Les utilisateurs de Facebook

- ⇒ Ils représentent **94%** des individus interrogés présents sur les réseaux sociaux.
 - Parmi eux :
 - **42%** ont une utilisation uniquement personnelle
 - 40% ont une utilisation personnelle et professionnelle.
 - Seulement 3% ont une utilisation uniquement professionnelle.
 - 5% sont inscrits mais ne l'utilisent pas.
- ⇒ 42% des utilisateurs ont une perception **positive** de ce réseau sur l'exercice de leur **travail** contre 25% qui ont une perception **négative**. 31% sont sans avis parce qu'ils ne l'utilisent pas.



- ⇒ **72%** d'entre eux ont une activité quotidienne tandis que 15% d'entre eux ont une activité hebdomadaire, mensuelle ou exceptionnelle.
- ⇒ Professionnellement :
 - 60% utilisent Facebook pour développer un réseau professionnel,
 - 58% pour suivre l'actualité professionnelle ou partager des informations professionnelles,
 - 42% pour garder un lien et communiquer avec les clients,
 - 25% pour communiquer avec les clients. Seulement 19% utilisent Facebook pour embaucher,
 - Et 14% pour trouver un emploi.

Les utilisateurs de Google +



- ⇒ Ils représentent **70%** des individus interrogés présents sur les réseaux sociaux.
 - Parmi eux :
 - 24% ont une utilisation personnelle et professionnelle.
 - 10% ont une utilisation uniquement personnelle.
 - 20% ont une utilisation uniquement professionnelle.
 - 19% sont inscrits mais ne l'utilisent pas.
- ⇒ **31% d'entre eux ont un compte mais ne l'ont jamais utilisé.**
- ⇒ 21% ont une utilisation hebdomadaire.
- ⇒ Seulement 17% ont une activité quotidienne et 8% mensuelle. **19%** ont une activité exceptionnelle.
- ⇒ Professionnellement :
 - **46% ne l'utilisent pas,**
 - 38% s'en servent pour partager des informations professionnelles,
 - 34% pour suivre l'actualité professionnelle,
 - 29% pour développer un réseau professionnel,
 - 26% pour garder un lien et communiquer avec les collègues,
 - 8% s'en servent pour communiquer avec des clients,
 - seulement 4% l'utilisent pour embaucher et 3% pour trouver un emploi.
- ⇒ **43%** des utilisateurs ont une perception positive de ce réseau sur l'exercice de leur travail contre seulement **10%** qui ont une perception négative. **Mais, 45% ne l'utilisent pas.**

Les utilisateurs de Viadeo



- ⇒ Ils représentent **94%** des individus interrogés présents sur les réseaux sociaux.
- Parmi eux :
 - 59% ont une activité uniquement professionnelle.
 - 17% ont une activité personnelle et professionnelle mais seulement 5% ont une activité uniquement personnelle.
 - 6% ont un compte mais ne l'utilisent pas.
- ⇒ 31% ont une activité quotidienne,
- ⇒ 27% d'entre eux ont une activité hebdomadaire,
- ⇒ 12% ont une activité mensuelle,
- ⇒ tandis que 19% n'y vont que de façon exceptionnelle.
- ⇒ Professionnellement :
 - **75%** utilisent Viadeo pour développer un réseau professionnel,
 - 60% pour garder des liens et communiquer avec des collègues,
 - 55% pour partager des informations professionnelles,
 - et 45% pour suivre l'actualité professionnelle.
- ⇒ 37% utilisent Viadeo pour trouver un emploi et 31% pour embaucher.

- ⇒ 22% s'en servent pour communiquer avec des clients.
- ⇒ **52%** des utilisateurs ont une perception **positive** de ce réseau sur l'exercice de leur travail contre seulement **10%** qui ont une perception **négative**.

Les utilisateurs de LinkedIn

- ⇒ Ils représentent 96% des individus interrogés présents sur les réseaux sociaux.
Parmi eux :
 - 63% ont une activité personnelle et professionnelle.
 - 24% ont une activité uniquement professionnelle
 - mais seulement 4% ont une activité uniquement personnelle.
 - 2% possèdent un compte sans l'utiliser.
- ⇒ 51% des utilisateurs interrogés ont une activité quotidienne
- ⇒ 21% ont une activité hebdomadaire. 13% ont une activité mensuelle et 7% n'y vont qu'exceptionnellement.
- ⇒ Professionnellement :
 - 86% utilisent LinkedIn pour développer un réseau professionnel,
 - 71% pour partager des informations professionnelles,
 - 65% pour suivre l'actu professionnelle,
 - 64% pour garder des liens et communiquer avec des collègues,
 - 48% l'utilisent pour trouver un emploi et 38% pour embaucher,
 - seulement 28% l'utilisent pour communiquer avec des clients.
- ⇒ **89%** des utilisateurs ont une perception **positive** de ce réseau sur l'exercice de leur travail contre seulement 1% qui a une perception **négative**.



Les utilisateurs des groupes professionnels sur les réseaux sociaux

- ⇒ **87%** des utilisateurs de **LinkedIn** et 72% des utilisateurs de Viadeo sont membres d'un ou plusieurs groupes professionnels.
- ⇒ 38% des utilisateurs de Facebook, 37% des utilisateurs de Twitter et 32% des utilisateurs de Google+ sont membres d'un ou plusieurs groupes professionnels.
- ⇒ 5% ne sont membres d'aucun groupe.
- ⇒ 49% ne sont chargés d'animer aucune communauté des sujets professionnels.
- ⇒ **39%** animent une communauté sur LinkedIn, 29% sur Viadeo, 33% sur Twitter et Facebook, et seulement 13% sur Google +.

Les utilisateurs et l'entreprise

- ⇒ **74%** se sentent ambassadeurs de leur entreprise, conscients que l'image qu'ils renvoient sur les réseaux sociaux peut avoir des conséquences sur leur entreprise.
- ⇒ **Objectif : communication :**
 - **57%** pensent que le meilleur site pour communiquer avec des collègues est **LinkedIn**,
 - 38% pensent que c'est Twitter,
 - 32% optent pour Facebook,
 - 26% préfèrent Viadeo,
 - 17% seulement ont préféré Google+
 - 17% ont un autre avis.
- ⇒ **Objectif : création d'un réseau professionnel :**
 - **88%** pensent que le meilleur site pour se créer un réseau professionnel est LinkedIn,
 - 51% pensent que c'est plutôt Viadeo ou Twitter,
 - 11% ont préféré Google +,
 - seulement 6% ont préféré Facebook,
 - 7% ont un autre avis.
- ⇒ **Objectif : partage :**

- 76% pensent que LinkedIn est le meilleur réseau pour partager des informations professionnelles,
 - 75% le pensent de Twitter,
 - 45% de Viadeo, 32% de Google+,
 - seulement 25% considèrent Facebook comme le mieux adapter pour partager des informations.
- ⇒ **Objectif : suivre l'actualité professionnelle :**
- 75% pensent que Twitter est le meilleur réseau pour suivre l'actualité professionnelle,
 - 68% le pensent de LinkedIn,
 - 32% le croient de Viadeo,
 - 22% le font avec Google + et seulement 18% de Facebook.
- ⇒ **Objectif : diffuser des informations sur son entreprise :**
- pour cela, **63%** utilisent **LinkedIn** ou **Twitter**, 57% utilisent Facebook, 45% utilisent Viadeo et 20% utilisent Google+.
 - 45% des utilisateurs de réseaux sociaux utilisent au moins un de leurs comptes pour communiquer des informations relatives à leur entreprise de façon régulière,
 - 30% de façon occasionnelle et 25% jamais.

Les réseaux sociaux et l'emploi

- ⇒ 88% pensent que **LinkedIn** est un bon site pour **recruter**,
- ⇒ 66% le pensent également de Viadeo,
- ⇒ seulement 28% le pensent de Twitter, 15% le pensent de Facebook et 1% de Google +.
- ⇒ 85% pensent que LinkedIn est un bon site pour **trouver un emploi**,
- ⇒ 67% le pensent aussi de Viadeo,
- ⇒ seulement 28% le pensent de Twitter, 10% de Facebook et 2% de Google+.

Les réseaux sociaux dans le cadre professionnel

- ⇒ Pour les individus sondés, **les avantages majeurs que représentent les réseaux sociaux dans le cadre professionnel** sont :
- la facilité d'établissement de nouveaux contacts professionnels (84%),
 - l'accès aux communautés professionnelles (74%),
 - l'accès direct aux informations sur l'entreprise par les clients (61%),
 - l'accès direct aux informations nécessaires pour le travail (55%),
 - l'accès direct aux collègues (51%),
 - l'accès aux informations liées au travail des concurrents (50%),
 - l'accès direct aux informations sur l'entreprise par les clients (43%).
- ⇒ Pour les individus sondés, **les inconvénients majeurs que représentent les réseaux sociaux dans le cadre professionnel** sont :
- le manque de confidentialité des données professionnelles (70%),
 - l'insécurité des données professionnelles (66%),
 - le manque de confidentialité des données de l'entreprise (53%),
 - l'impression d'être sous surveillance (35%).

Le réseau social interne de l'entreprise

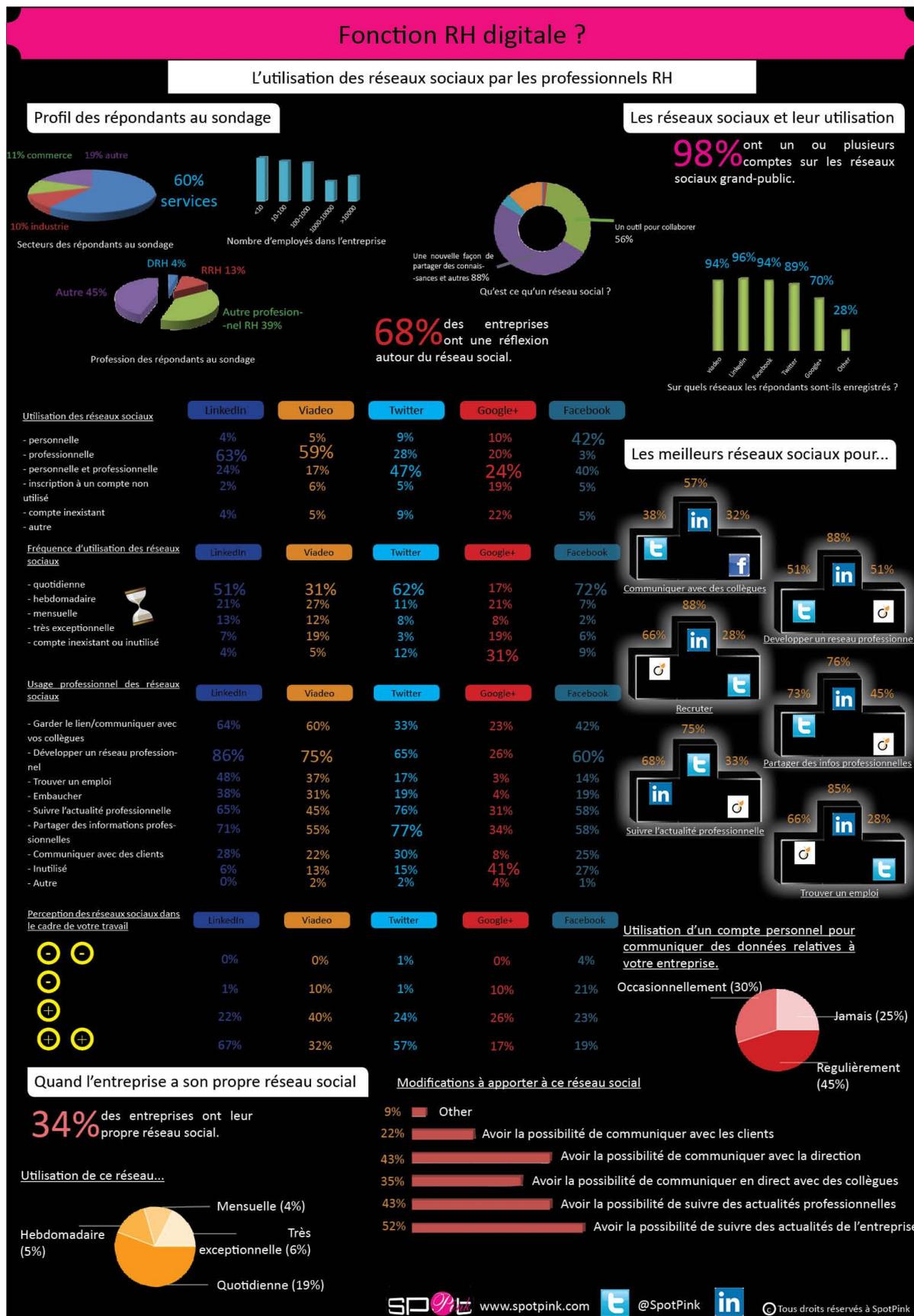
- ⇒ 61% des sondés sont dans une entreprise possédant son propre réseau social entreprise et 34% ne le sont pas. 5% ne savent pas.
- ⇒ Seulement 19% de ceux qui possèdent un réseau social entreprise l'utilisent quotidiennement.
- ⇒ Pour eux, ce réseau permet d'avoir un accès direct aux informations nécessaires liées :
 - au travail (76%),
 - aux collègues (74%),
 - aux informations sur l'entreprise (74%),
 - à la direction (50%).
- ⇒ Mais pour eux, les inconvénients de ce réseau sont :
 - l'impression d'être sous contrôle par l'entreprise (58%),
 - et le doute sur la confidentialité des données personnelles (38%).
- ⇒ Ce qui motive les utilisateurs de ce réseau interne à l'utiliser, sont :
 - le partage des informations/documents/données (85%),
 - la possibilité de communiquer avec des collègues (74%),
 - la possibilité de communiquer avec des collègues des autres départements ou filiales (71%),
 - de découvrir les nouvelles de l'entreprise (68%).
- ⇒ Cependant, **52%** d'entre eux aimeraient avoir (davantage) la possibilité de suivre des actualités de l'entreprise, 43% aimeraient suivre des actualités professionnelles et communiquer avec la direction et, 35% souhaiteraient pouvoir communiquer directement avec des collègues.

Conclusion

Certains réseaux sont dominants, selon des critères et objectifs précis. On remarque que l'utilisation de Facebook est élevée mais majoritairement pour une utilisation privée tandis que LinkedIn est également très utilisé mais majoritairement dans un cadre professionnel. LinkedIn est le réseau dominant dans un cadre professionnel RH, puisque c'est celui qui est considéré le meilleur pour recruter et trouver un emploi. Viadeo et surtout Twitter, sont moins utilisés mais utilisés dans la sphère privée que professionnelle. Google + est quant à lui un réseau beaucoup moins fréquenté mais sûrement en voie de développement : beaucoup sont inscrits mais peu l'utilisent.

En outre, cette enquête met en valeur l'essor des réseaux sociaux dans le milieu professionnel RH: mieux communiquer avec les collègues et les clients, pouvoir suivre en direct des actualités de l'entreprise, l'établissement d'un réseau de contacts professionnels. On peut dire que l'utilisation des réseaux sociaux par les professionnels RH est devenue incontournable et peut avoir un réel impact sur les méthodes de travail et de communication.

Infographie



Source : [Résultats de l'enquête "Une fonction RH digitale: mythe ou réalité?" - Infographie et synthèse à télécharger.](#)