

# WEBINAIRE

28 MARS

11h - 12h

## Mesurez scientifiquement la performance et l'impact de vos projets

### AU PROGRAMME

- > L'approche : des indicateurs scientifiques pour optimiser et valoriser vos projets internes et externes
- > Mesurez en interne ou chez vos clients l'efficacité de vos projets stratégiques, organisationnels, RH ou digitaux
- > Exemples de cas
- > Questions / réponses en direct



Performance Lab

**Arnaud Banoun**  
Co-fondateur



France  
Innovation



## France Innovation fédère

- Les entreprises innovantes réalisant des prestations de recherche et de développement technologique ;
- Les entreprises proposant des produits, procédés ou services innovants ;
- Les entreprises de type sous traitance industrielle ;
- Les entreprises du conseil et de l'accompagnement de l'innovation, etc.

Dans le cadre de sa plateforme communautaire France Innovation, **investisseurs, collectivités/clusters, etc ou encore organismes de recherche** sont acceptés.

**Représentation** à double sens

**Information** Newsletters, Webinaires

**Mises en lumière** Annuaire, Magazine 360°R&D  
et réseaux sociaux, Webinaires, etc.

**Mises en relation** Recherches de compétences,  
Plateforme communautaire, France Innovation Meetings, etc.

**+640** membres avec fiche active

**+9 000** inscrits à nos webinaires/an

**+28 000** contacts

**+2 900** mises en relation



Chargeur autonome



L'expertise vibro-acoustique pour fiabiliser des robots industriels

p.6



Les pneus connectés prennent la route

p.6

avions plus écologiques,  
plus sûrs et moins chers / p.3

Des salles de contrôle  
en réalité mixte / p.7



des véhicules  
autonomes / p.4

Des dispositifs piézoélectriques  
de haute performance / p.9



La fibre optique  
pour l'aéronautique / p.5

La motorisation d'un semi-rigide  
électrique basse tension / p.9



Les trains  
sécurisés pour des  
voies à grande vitesse / p.6

La modélisation de l'interaction d'un train  
avec l'infrastructure / p.10



Les réseaux  
de télécommunications  
pour l'industrie / p.7

Horizon Europe, le nouveau  
programme-cadre européen / p.11



Livraison d'un instrument de diagnostic  
du réacteur d'ITER / p.3

L'amélioration de la connectivité  
des satellites / p.8



Un exosquelette pour réduire la pénibilité  
des tâches dans la filière viande / p.4

Un système électrique de secours  
pour l'aéronautique / p.9



L'EIC Accélérateur Horizon Europe  
en 2023 / p.5

L'électrostimulation pour réduire  
les troubles urinaires / p.10



Le programme des webinaires / p.7

Appels à projets de l'ADEME,  
les opportunités de financement / p.11



Une nouvelle génération d'alternats / p.3

Des moteurs à combustion interne  
à Hydrogène / p.8



Un système de liaison par fibre optique  
pour les satellites européens / p.4

Un équipement dédié à la désinfection  
de l'intérieur des véhicules / p.9



Des capteurs autonomes grâce  
à l'énergie vibratoire / p.5

L'impression de modèles  
d'organes sur-mesure / p.9



Le contrôle de conformité par  
la réalité virtuelle / p.7

Le programme des webinaires / p.10



## Vous êtes une entreprise ?

	MEMBRE	MEMBRE PREMIUM	MEMBRE SUPER PREMIUM
Référencer la fiche profil de votre entreprise	✓	✓	✓
Utiliser le logo membre France Innovation	✓	✓	✓
Accepter ou refuser des rendez-vous de membres	✓	✓	✓
Solliciter des rendez-vous aux autres membres	✗	✓	✓
Diffuser des recherches de compétences	✓	✓	✓
Répondre à des recherches de compétences	✗	✓	✓
Participer à des webinaires	✓	✓	✓
Organiser un webinaire	✗	✗	✓
Diffuser du contenu	✗	✗	✓
Tarifs préférentiels sur des évènements partenaires	✗	✓	✓

# Au service des entreprises innovantes.

France Innovation est une association professionnelle qui fédère **les prestataires privés de recherche et de développement technologique, les entreprises proposant des produits, procédés ou services innovants** et les acteurs du **conseil et de l'accompagnement en innovation.**

Vous recherchez une expertise R&D&I ?

Parcourez l'annuaire des membres ou contactez-nous.

Trouver une expertise

## CHIFFRES CLÉS

400 membres  
+ de 600 mises en relation par an

## UN RÉSEAU NATIONAL

- Porter **une vision commune** (prise de position sur le **Crédit Impôt Recherche**, le Transfert de technologies, le financement des projets nationaux et européens, etc.)

Vous souhaitez valoriser votre savoir-faire ?

Rejoignez France Innovation

Comment adhérer ?



## ✓ Mots clés

## ✓ Structure

## ✓ Compétences &amp; Expertises

Sélectionner

## ✓ Domaines d'application

## ✓ Localisation

num dpt, ville

🕒 Triez par pertinence ou par ordre alphabétique

(622)

TRIER PAR

○ A-Z

○ Derniers inscrits



BA Group, expert de la conception et de la fabrication de systèmes robotiques et mécatroniques complexes et programmables pour..

<https://www.batechgroup.com/>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV

PME



Les robots, véhicules autonomes arrivent pour remplacer, augmenter les métiers manuels et humains en gérant les tâches ...

<http://www.lmad.eu>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV

PME



Experts en aérodynamique, mécanique des fluides et thermique nous proposons des études en soufflerie (2,05x2,3m de section e...

<http://www.aero-ce.com>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV

PME



CLHYNN propose une technologie de pile à hydrogène vert disruptive, qui va accélérer la transition énergétique dans la...

<http://www.clhynn.com>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV



Diamfab est une start-up spécialisée dans la fabrication de diamant pour des applications d'électronique de puissance et...

<https://diamfab.com/fr/>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV



Piseo est une plateforme d'innovation spécialisée en optique photonique. Equipé d'un part de son propre laboratoire COFRAC...

<http://piseo.fr>[Voir plus](#)

📅 DEMANDER UN RDV







France  
Innovation

# MEETINGS

Les RDV d'affaires des entreprises innovantes

**Les participants 2023 :**

**93%** ont identifié de nouveaux partenaires

**92%** envisagent de participer à nouveau

[www.france-innovation-meetings.fr](http://www.france-innovation-meetings.fr)



France  
Innovation

**MEETINGS**

Les RDV d'affaires des entreprises innovantes

**6 éditions en 2024**

<b>Energie - décarbonation</b>	18 juin
<b>Industrie</b>	4 juillet
<b>Santé, Cosmétique et Agroalimentaire</b>	19 septembre
<b>Aéronautique</b>	24 septembre
<b>Défense et sécurité</b>	15 octobre
<b>Matériaux</b>	21 novembre

[www.france-innovation-meetings.fr](http://www.france-innovation-meetings.fr)

*Attention, de nouveaux webinaires peuvent venir s'intercaler entre les dates ci-dessous.*

<https://www.france-innovation.fr/webinaire/>

- |          |  |
|----------|--|
| 03 avril | Comment valoriser sa propriété intellectuelle avec l'IP BOX ? (B.Conseil)            |
| 11 avril | L'Accélérateur EIC Horizon Europe : jusqu'à 17,5M€ (Focus étape 1-short application) |
| 15 mai   | L'IA pour la gestion des connaissances scientifiques (Opscidia)                      |
| 13 juin  | Les poudres fonctionnalisées au service de l'industrie (IREIS)                       |
| 20 juin  | Valoriser la PI lors d'une levée de fonds (Hautier IP)                               |
| 27 juin  | L'Accélérateur EIC Horizon Europe : jusqu'à 17,5M€ (Focus étape 2-full application)  |
| 10 sept  | L'Accélérateur EIC Horizon Europe : jusqu'à 17,5M€ (Focus étape 2-full application)  |
| 03 oct   | Software, IA : quelle protection par brevet ? (Hautier IP)                           |
| 14 oct   | L'Accélérateur EIC Horizon Europe : jusqu'à 17,5M€ (Focus étape 1-short application) |

[www.france-innovation.fr](http://www.france-innovation.fr)

[contact@france-innovation.fr](mailto:contact@france-innovation.fr)

LinkedIn 

<https://www.linkedin.com/in/france-innovation-67607a166/>



[https://twitter.com/Fr\\_Innovation](https://twitter.com/Fr_Innovation)



# WEBINAIRE

28 MARS

11h - 12h

## Mesurez scientifiquement la performance et l'impact de vos projets

### AU PROGRAMME

- > L'approche : des indicateurs scientifiques pour optimiser et valoriser vos projets internes et externes
- > Mesurez en interne ou chez vos clients l'efficacité de vos projets stratégiques, organisationnels, RH ou digitaux
- > Exemples de cas
- > Questions / réponses en direct



**Arnaud Banoun**

Co-fondateur

[abanoun@performancelab.fr](mailto:abanoun@performancelab.fr)

06.85.92.04.98



# DEUX CHERCHEURS PASSIONNÉS PAR LA MESURE SCIENTIFIQUE DU CHANGEMENT ET DE LA PERFORMANCE



Dr Arnaud BANOUN

Enseignant-chercheur  
en management

Co-fondateur

Arnaud, co-fondateur de Performance Lab, intervient dans les organisations pour préparer, mettre en œuvre et suivre les missions.

Il est enseignant-chercheur au sein du groupe ESC Clermont. Il a obtenu son doctorat à l'IAE de Paris, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Il intervient en qualité de conseiller scientifique auprès de différentes organisations.



Dr Lucas DUFOUR

Enseignant-chercheur  
en management

Co-fondateur

Lucas, co-fondateur de Performance Lab, s'investit principalement dans la conception des études, l'analyse des résultats et la coordination des équipes d'experts.

Il est enseignant-chercheur en management à l'université métropolitaine de Toronto. Titulaire d'un doctorat ESSEC-IAE d'Aix en Provence et d'un post-doctorat au MIT, il a également des activités de formation notamment avec Air France, EDF & l'OMS.

# NOTRE MÉTIER

*Apporter aux dirigeants de **PME, d'ETI et de grands groupes***

*les meilleurs **indicateurs scientifiques***

*pour réussir leurs plans de **transformation** et d'amélioration de la **performance**.*

# NOUS VOUS APPORTONS DEUX TYPES D'INDICATEURS



## DES INDICATEURS QUI **MESURENT** L'EVOLUTION DES TRANSFORMATIONS

Des indicateurs fiables et pertinents pour suivre la trajectoire de votre transformation à trois niveaux : collaborateur, équipe et organisation



## DES INDICATEURS QUI **EXPLIQUENT** L'EVOLUTION DES TRANSFORMATIONS

Des indicateurs incontournables pour comprendre l'évolution de votre transformation, prendre les bonnes décisions et convenir des actions prioritaires



# DE MULTIPLES CONTEXTES DE TRANSFORMATION



## TRANSFORMATION & PERFORMANCE ORGANISATIONNELLE

- Réorganisation d'une direction
- Déménagement
- Fusion-acquisition
- Transformation digitale
- Mutualisation des fonctions support



## TRANSFORMATION PERFORMANCE RH & DIGITALE

- Espaces de travail (*flex office...*)
- Mobilité et onboarding
- Home office et équipes virtuelles
- Nouvelles approches collaboratives, agilité
- Appropriation d'un ERP, CRM ou RSE



## TRANSFORMATION & PERFORMANCE R&D / COMMERCIALE

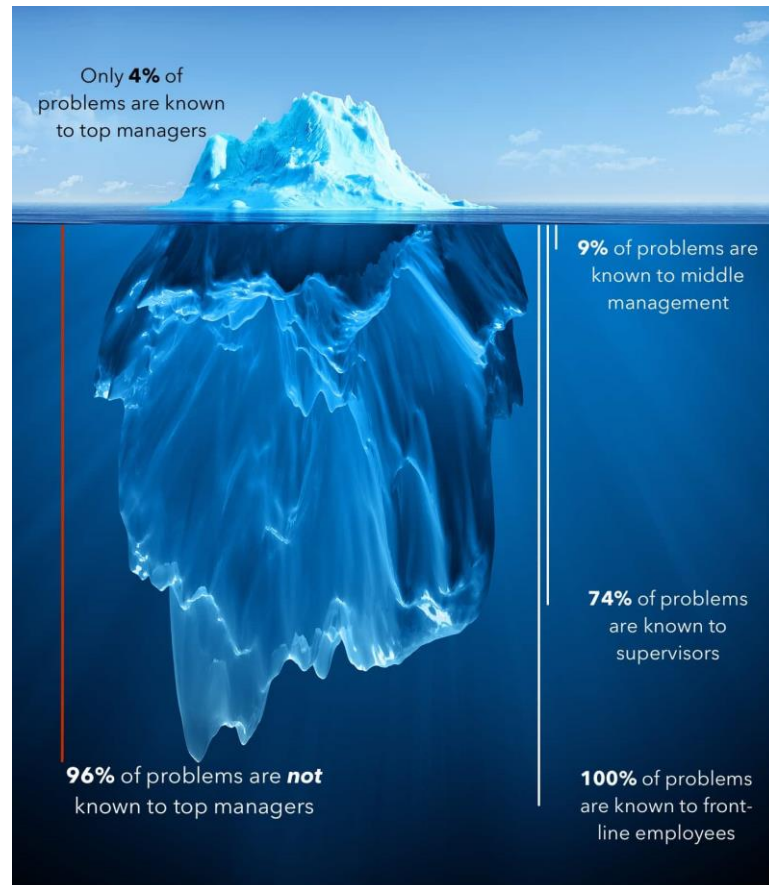
- Dispositifs d'open innovation
- Réorganisation de la R&D
- Amélioration de la créativité de vos équipes
- Amélioration de la performance des équipes commerciales

# BÉNÉFICE DE LA MISE EN PLACE D'INDICATEURS SCIENTIFIQUES



- Optimisation du pilotage
- Amélioration continue
- Réduction des coûts
- Différenciation commerciale
- Communication plus impactante
- ***Dernier avantage à la fin***

# NOTRE CONSTAT : LES DIRIGEANTS MANQUENT D'INDICATEURS PERTINENTS POUR PILOTER EFFICACEMENT LA PERFORMANCE DE LEUR ORGANISATION



Source : Sidney YOSHIDA (1989)

Les dirigeants manquent d'indicateurs humains

individuels, collectifs et organisationnels pertinents :

- pour mesurer correctement la performance
- pour expliquer & comprendre la performance
- et donc pour la piloter et l'améliorer

# CONSTAT : LA PERFORMANCE D'UN PROJET EST AVANT TOUT HUMAINE

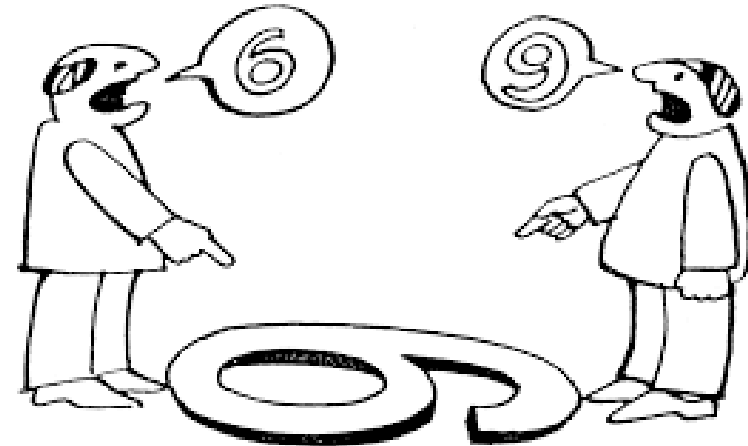
- Plus de 50% des projets échouent
- **pas de mesure claire, pertinente et fiable** des enjeux et impacts humains
- **pilotage hasardeux, « au bruit »**
- absence de preuves quand ça marche bien ou l'inverse
- Le nerf de la guerre est dans **l'objectivation des enjeux humains.**



# « LA PERCEPTION EST LA RÉALITÉ »

La performance d'un projet dépend avant tout des enjeux humains :

- La perception
- Les croyances
- Le Ressenti / les émotions
- Les intentions
- Les comportements



# LES ENJEUX HUMAINS D'UN PROJET

3 grands niveaux d'analyse (+1) :

- individuel
- collectif
- organisationnel
- +1 : sociétal



# MÉTHODE DE MESURE SCIENTIFIQUE DE L'IMPACT ET DE LA PERFORMANCE DES PROJETS

1

## Identifier

les indicateurs pertinents

- Des indicateurs adaptés à la transformation et à ses enjeux
- Des indicateurs issus de la connaissance scientifique la plus avancée
- Des indicateurs permettant de mesurer et d'expliquer la progression de la transformation.

2

## Mesurer la transformation de manière scientifique et régulière

- Une méthodologie basée sur l'écoute scientifique et régulière des parties prenantes à la transformation : qualitative (entretiens) et quantitative (questionnaire scientifique)
- Une démarche respectueuse de la confidentialité et de l'anonymat des répondants garantissant ainsi la plus grande objectivité

3

## Utiliser ces indicateurs pour prendre les bonnes décisions et mieux communiquer

- Une analyse des données tournée vers l'action et l'amélioration de la performance
- Des indicateurs facilitant la prise de décision, l'identification d'actions prioritaires
- Des indicateurs « incontestables » permettant de mieux communiquer auprès de vos salariés et autres parties prenantes.

# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – LE QUESTIONNAIRE

- Des questionnaires permettent généralement de mesurer **25 à 30 variables**
- Ces variables sont autant d'**indicateurs** pour suivre la transformation
- Ces variables sont systématiquement mesurées à l'aide **d'échelles de mesure**
- Les échelles de mesures sont des **listes de questions** qui ont été validées scientifiquement comme permettant de mesurer la variable en question
- Chaque échelle de mesure est composée d'une batterie de **3 à 6 questions**
- Pour chaque échelle de mesure, il est systématiquement demandé aux répondants d'exprimer « leur **degré d'accord ou de désaccord** » par rapport à une proposition (appelée “item” en termes scientifiques)
- Les répondants expriment ainsi leur degré d'accord ou de désaccord vis-à-vis de chaque proposition sur une **échelle allant de 1 à 5** (1 correspondant à “pas du tout d'accord” et 5 correspondant à “tout à fait d'accord”)
- **5 à 10 minutes** sont en général nécessaires pour répondre au questionnaire.



# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – LE QUESTIONNAIRE

**Exemple d'une échelle de mesure : la mesure de l'orientation client.**

## **VARIABLE MESURÉE : L'ORIENTATION CLIENT**

*Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes (1 = pas du tout d'accord ; 5 = tout à fait d'accord)*

Nous connaissons les besoins exacts de nos clients

Nos activités sont organisées pour favoriser la création de valeur pour les clients

Nous accédons en temps réel aux informations concernant nos clients

Notre entreprise est organisée pour être la plus proche possible de ses clients

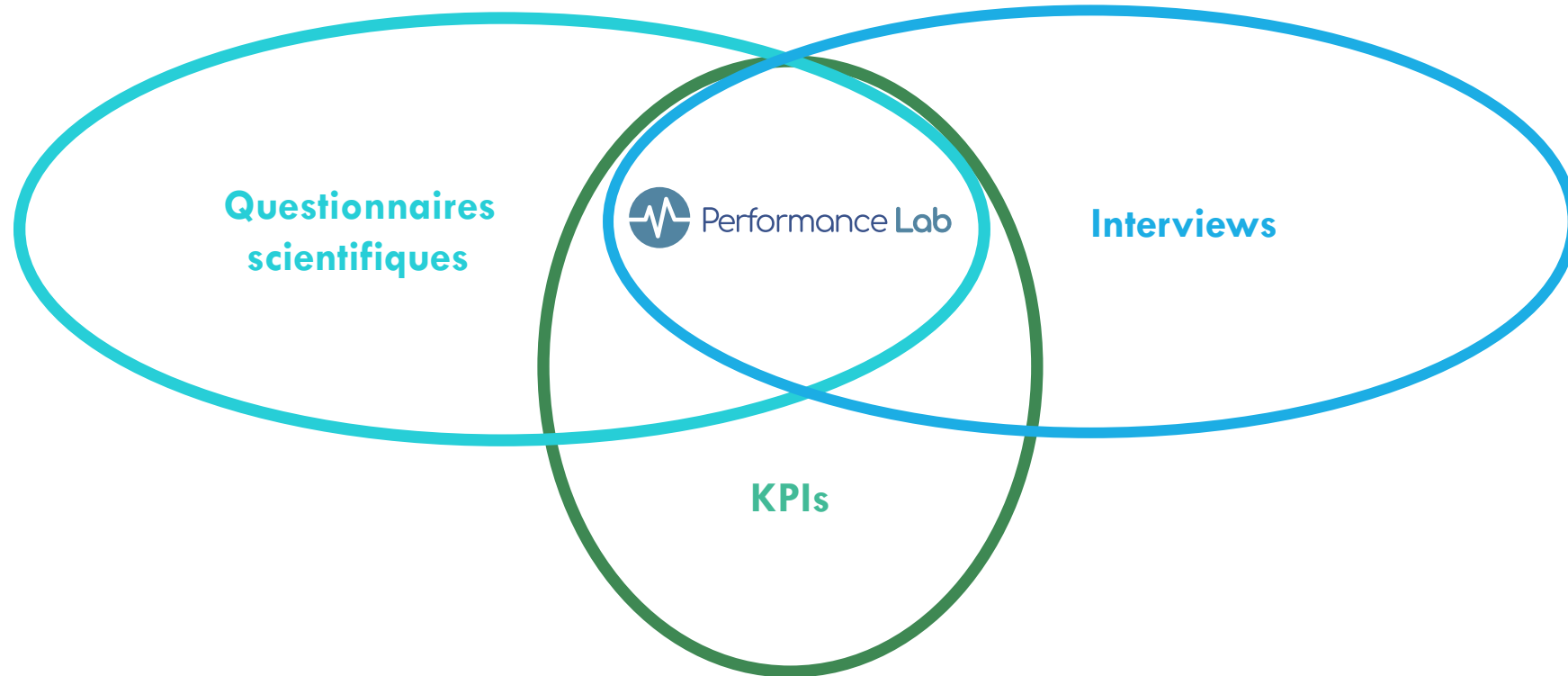
# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE — LE QUESTIONNAIRE

## **Facilité d'utilisation perçue**

(Adapté de Source : Davis, 1989, Davis et al. 1989, dans Venkatesh et al. 2003)

1. Apprendre à utiliser le réseau social est facile pour moi.
2. J'arrive à faire ce que je veux avec le réseau social.
3. Mon interaction avec le réseau social est claire et compréhensible.
4. Je trouve que le réseau social est flexible en termes d'interactions.
5. Il est facile pour moi de maîtriser le réseau social.
6. Je trouve que le réseau social est facile à utiliser.

# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – LES SOURCES D'INFORMATION

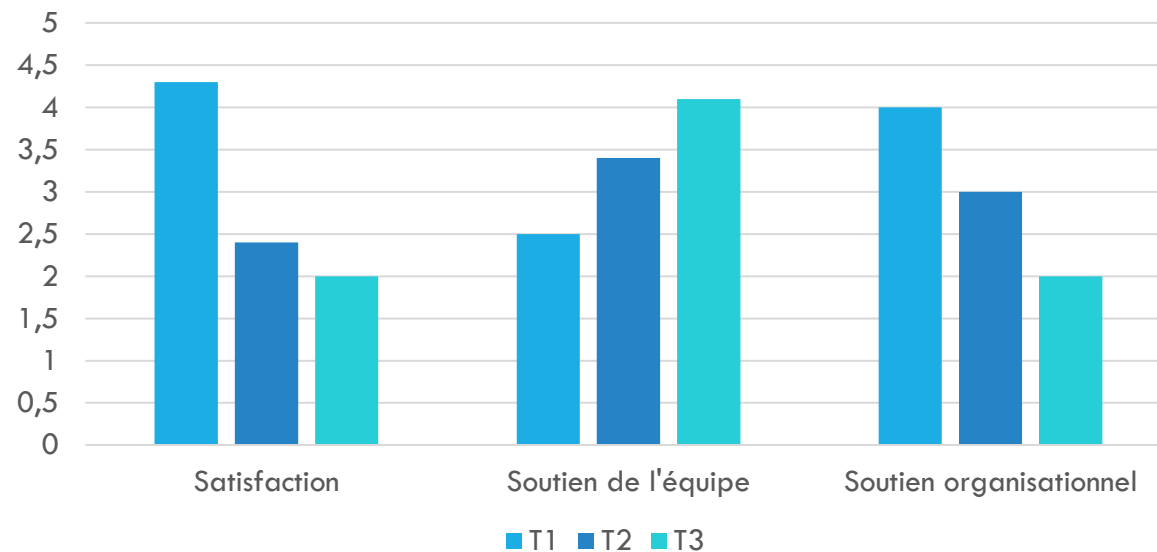


Utilisation de différentes sources d'information afin de mettre en place les indicateurs les plus objectifs, riches et complets possibles. Le questionnaire est la source d'information principale.

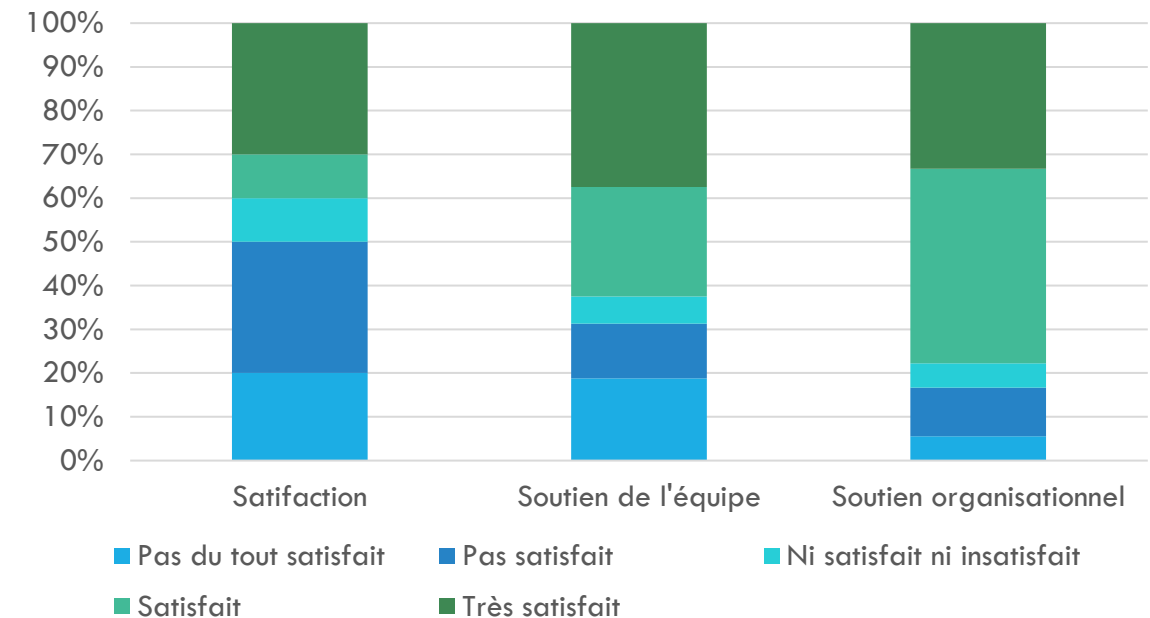
# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – L'ANALYSE DES DONNÉES

**Approche descriptive :** Présentation de la moyenne et de la dispersion des réponses

Moyenne par variable et son évolution



Présentation de la dispersion des réponses par variable



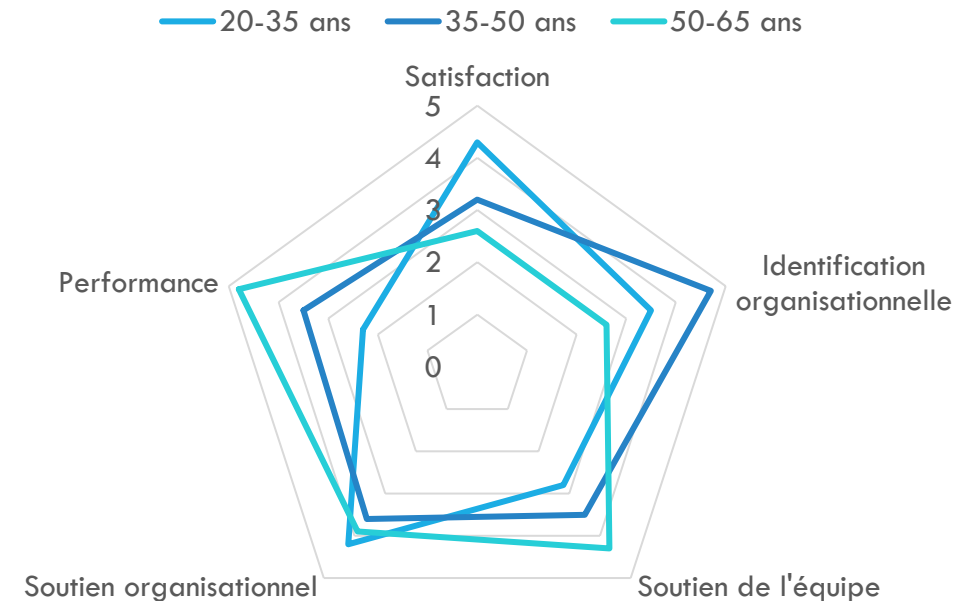
# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – L'ANALYSE DES DONNÉES

## Approche descriptive croisée avec des données démographiques :

Présentation de la moyenne et de la dispersion des réponses en fonction du type de poste occupé, de l'âge ou tout autre donnée démographique fournie afin de mettre en lumière des différences.

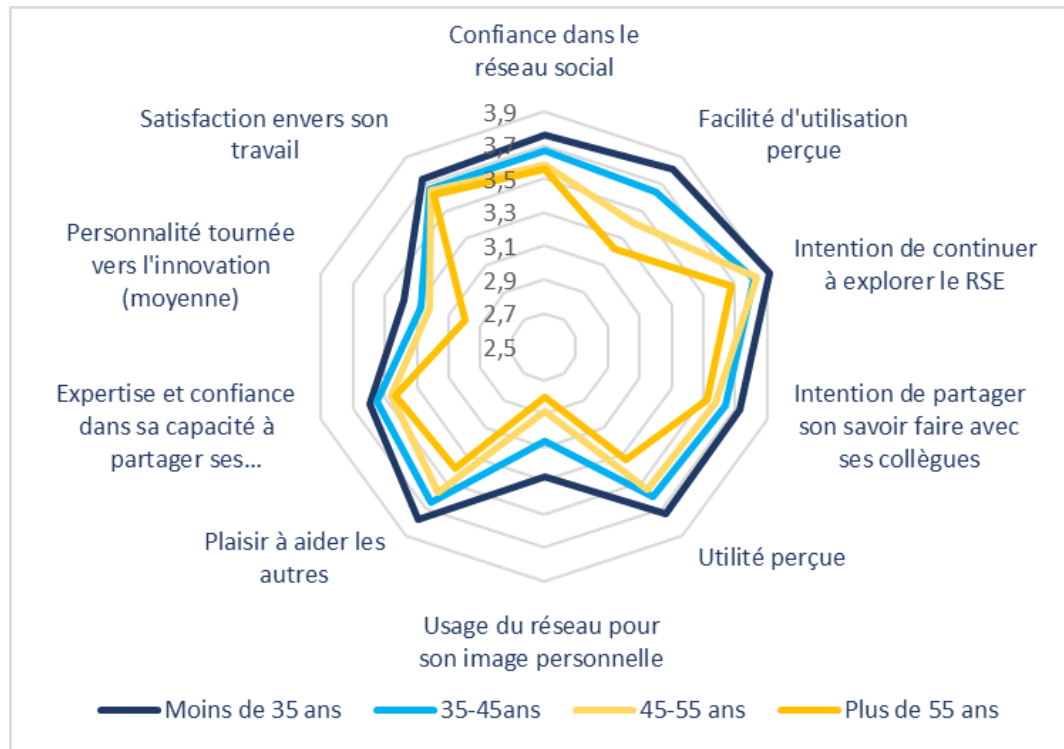
Présentation des moyennes en fonction :

- de l'âge
- du genre
- du type de poste...

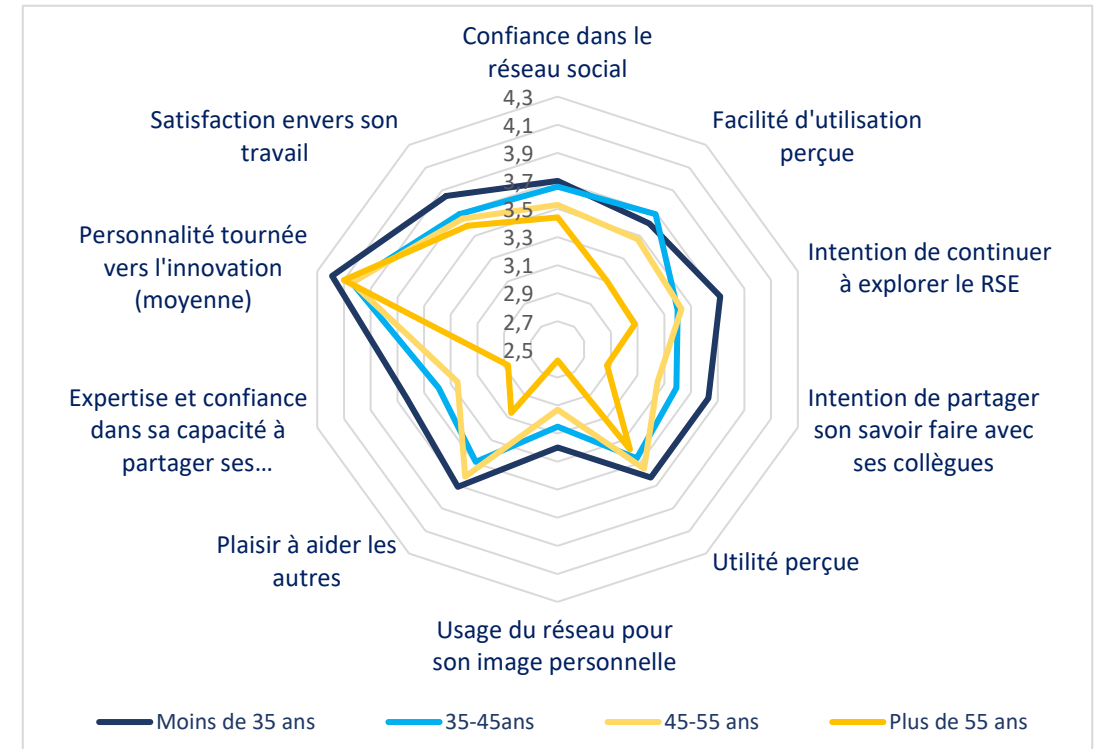


# EXEMPLE DEPLOIEMENT D'UN NOUVEAU RÉSEAU SOCIAL D'ENTREPRISE

## Temps 1

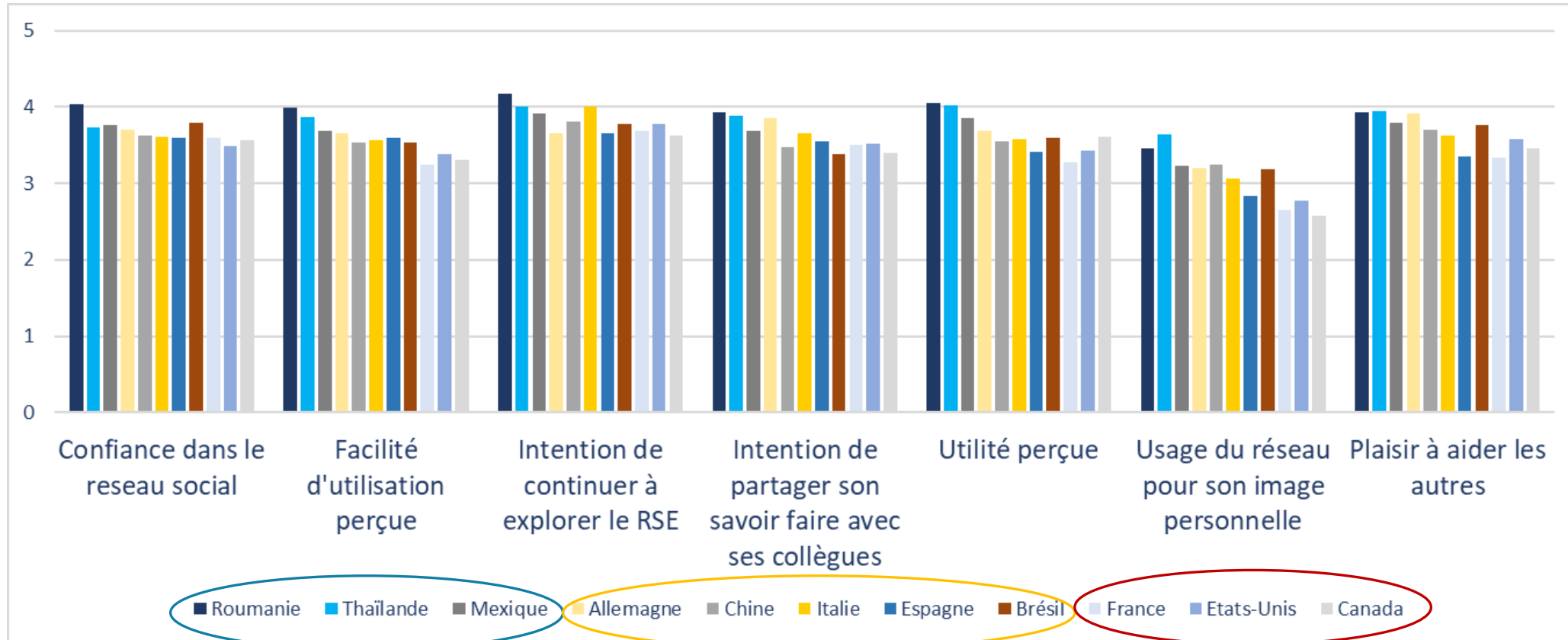


## Temps 3



# EXEMPLE DEPLOIEMENT D'UN NOUVEAU RÉSEAU SOCIAL D'ENTREPRISE

Temps 1



Groupe des pays convaincus

Groupe des pays demandant à être convaincus

Groupe des pays pas encore convaincus

# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – L'ANALYSE DES DONNÉES

**Analyse causale directe** : Identification de ce qui impacte positivement ou négativement les indicateurs clés de votre transformation

=> Identification des leviers d'action prioritaires pour améliorer la situation, et les bonnes pratiques qui pourront ensuite être diffusées

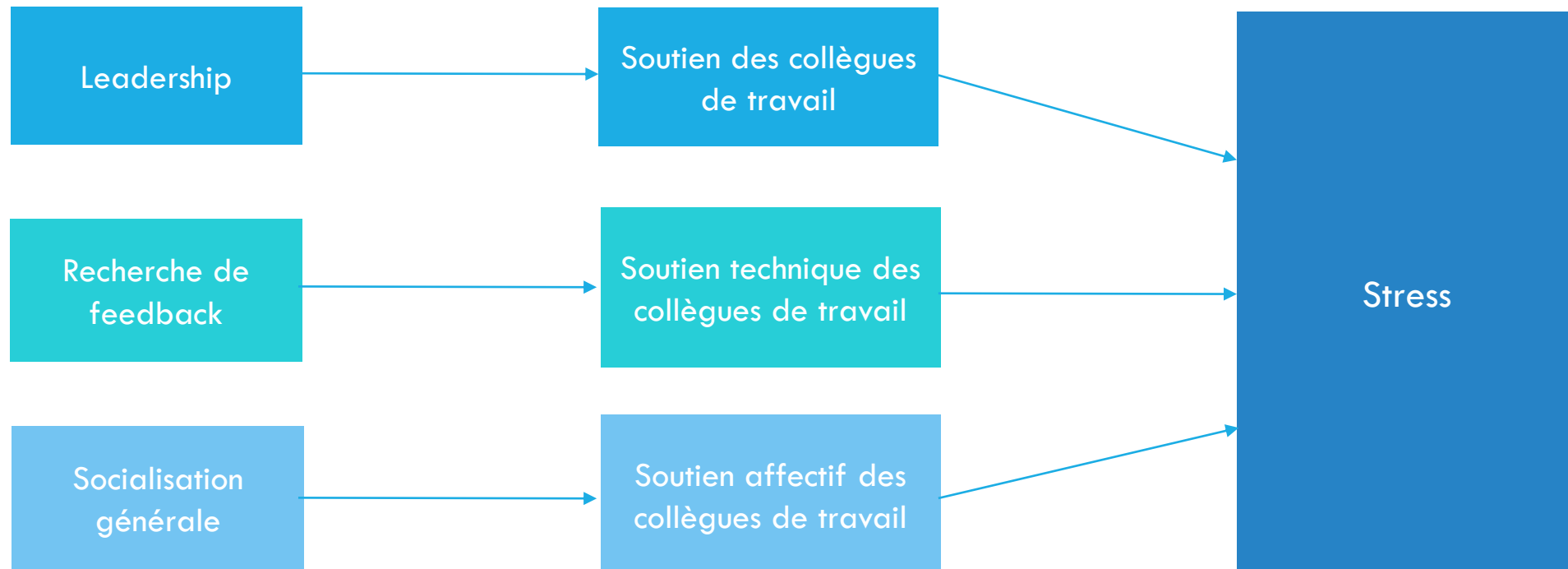
	Soutien des collègues de travail	Soutien du supérieur hiérarchique	Soutien organisationnel
Satisfaction	0,53	0,12	0,23
Performance	0,21	<b>0,62</b>	0,30
Stress	<b>0,75</b>	0,31	0,12
Identification organisationnelle	0,13	0,36	<b>0,81</b>



# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – L'ANALYSE DES DONNÉES

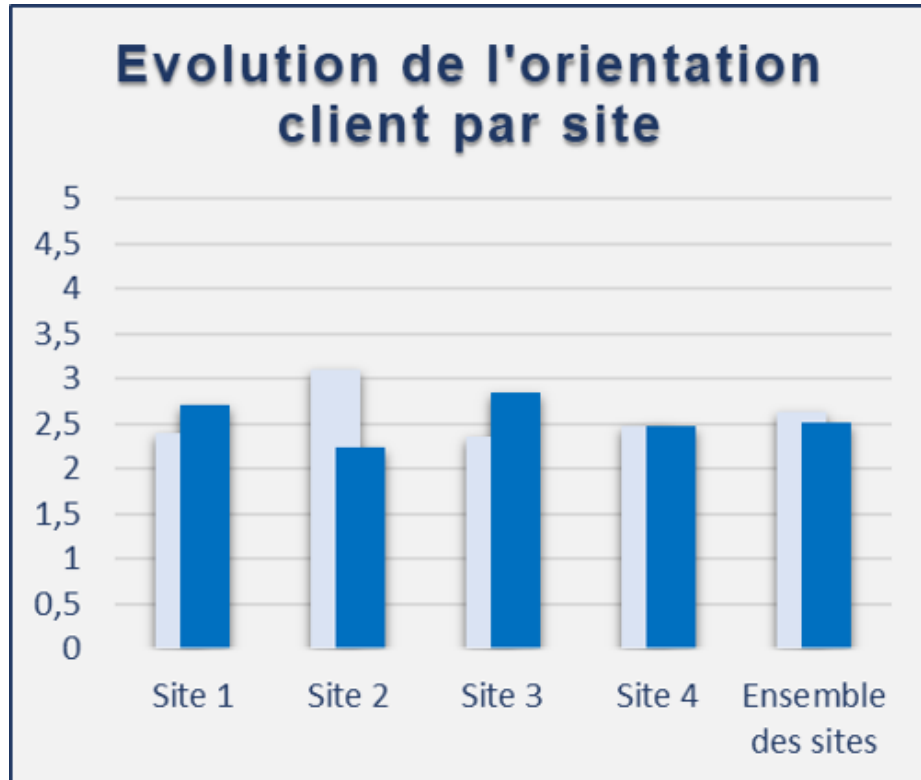
## Analyse causale indirecte :

Identification des antécédents d'une relation afin de mieux comprendre la réalité du terrain et de prendre des mesures plus ciblées et plus efficaces



# FOCUS SUR NOTRE MÉTHODOLOGIE – L'ANALYSE DES DONNÉES

Extrait d'un baromètre dont le contenu porte sur l'orientation client :



« En nous appuyant sur nos analyses statistiques, nous identifions **deux facteurs principaux qui peuvent favoriser le développement de l'orientation client**. Premièrement, plus les tâches proposées au collaborateur sont variées plus celui-ci aura tendance à s'impliquer dans une optique d'orientation client. L'orientation client passe donc aussi probablement par une réflexion sur le **développement d'une plus grande polyvalence** dans les métiers. Deuxièmement, le sentiment d'avoir un **leader inclusif favorise aussi également l'orientation client**, il y a donc un enjeu à encourager les managers à **développer l'autonomie des collaborateurs et la prise de décision collective** afin de favoriser l'émergence d'une culture plus orientée vers le client. »



# 4 EXEMPLES DE RÉSULTATS S'APPUYANT SUR UN BAROMÈTRE SCIENTIFIQUE

## 3 objectifs stratégiques

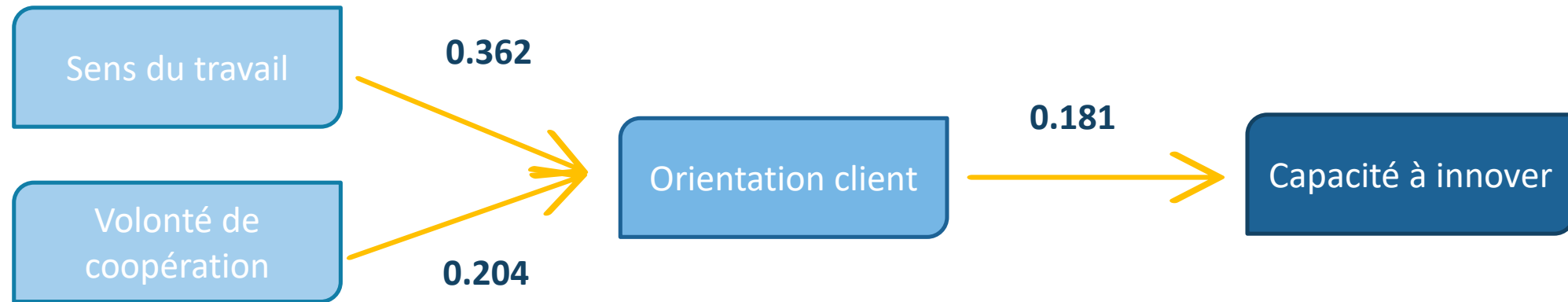
- Renforcer **l'efficacité commerciale** du groupe
- Renforcer **l'efficacité opérationnelle**
- Développer une **culture plus homogène** et intégrée

## + 1 objectif de mise en œuvre

- Compréhension plus fine des salariés afin de **limiter la résistance au changement** vis-à-vis de la transformation



# EXEMPLE 1 – RENFORCER L'EFFICACITÉ COMMERCIALE



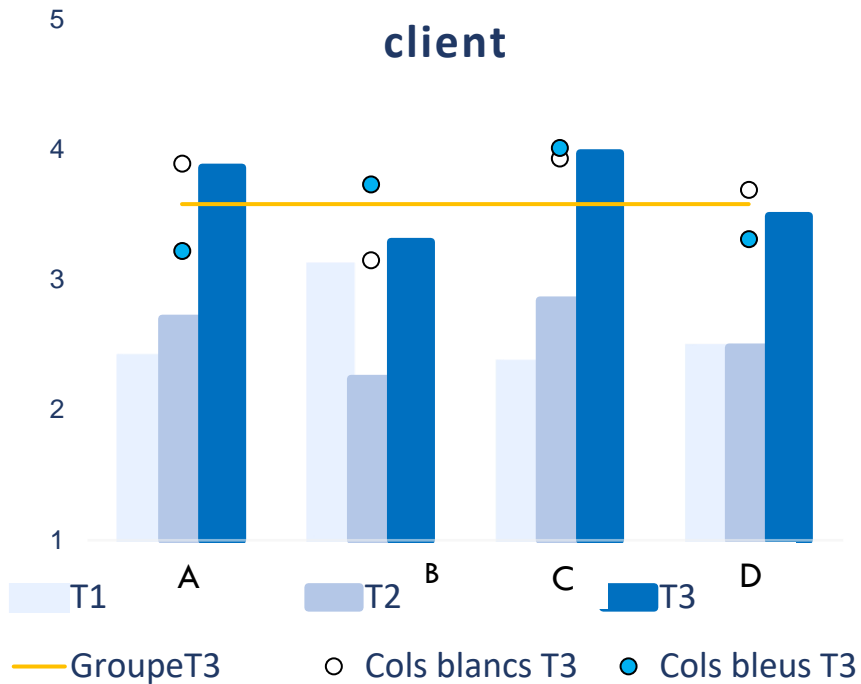
## Actions menées:

- **Sens du travail:** Intensification de la communication en interne sur le pourquoi de la transformation et ses objectifs spécifiques par site mais aussi par métier
- **Volonté de coopération:** Réunions entre managers des différents sites et communication interne via la newsletter visant à mettre en avant les succès et bonnes pratiques de chaque site

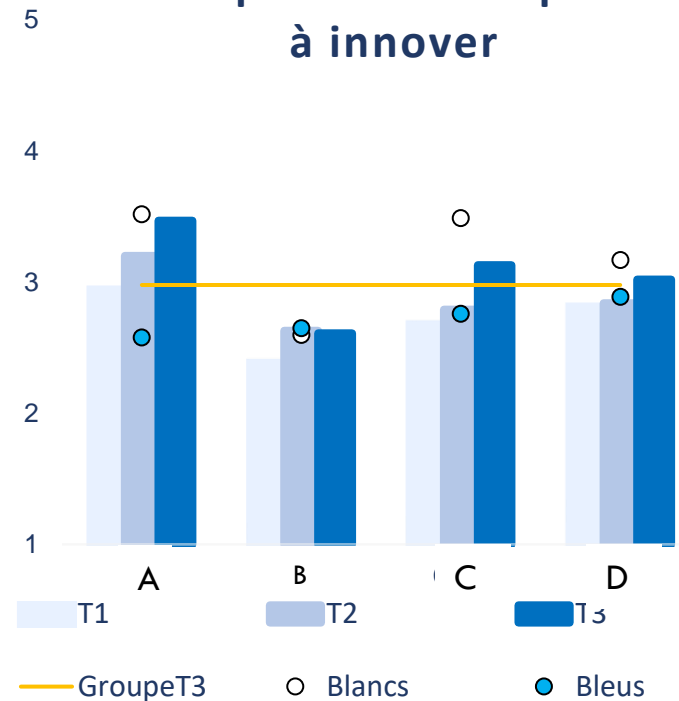


# EXEMPLE 1 – RENFORCER L'EFFICACITÉ COMMERCIALE

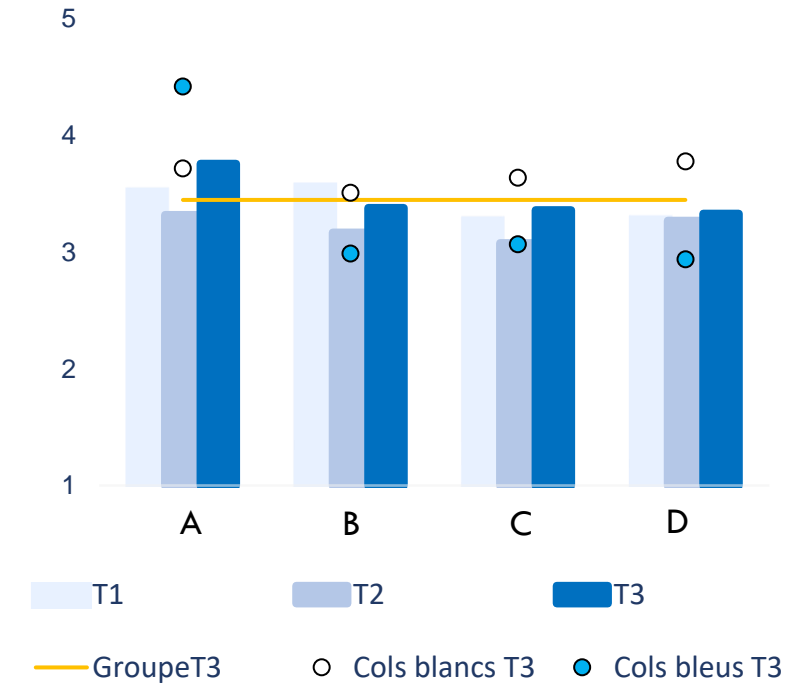
### Evolution de l'orientation client



### Perception de la capacité à innover

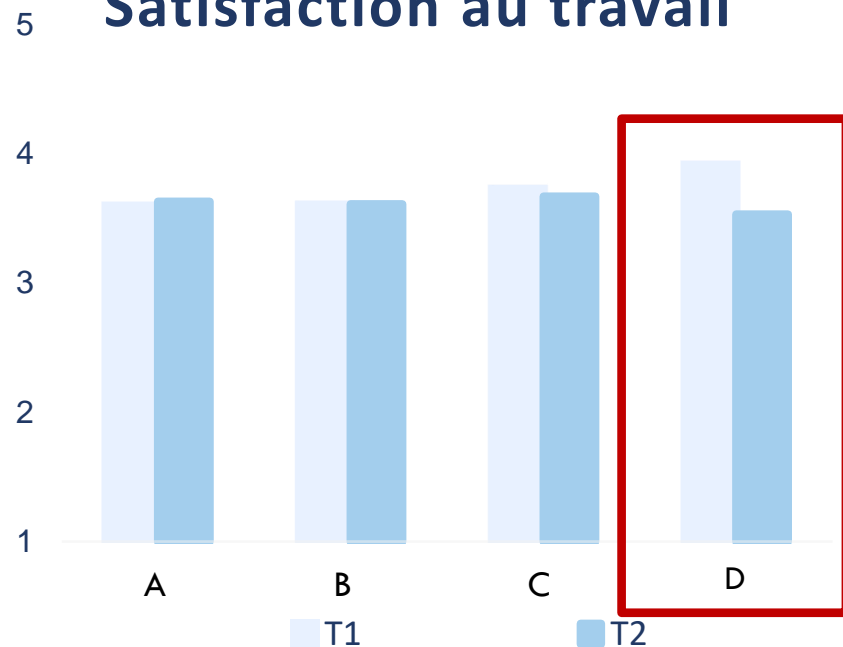


### Capacité à innover du collaborateur



# EXEMPLE 2 – RENFORCER L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

## Satisfaction au travail



Baisse des indicateurs de Performance sur un site entre le premier et second questionnaire

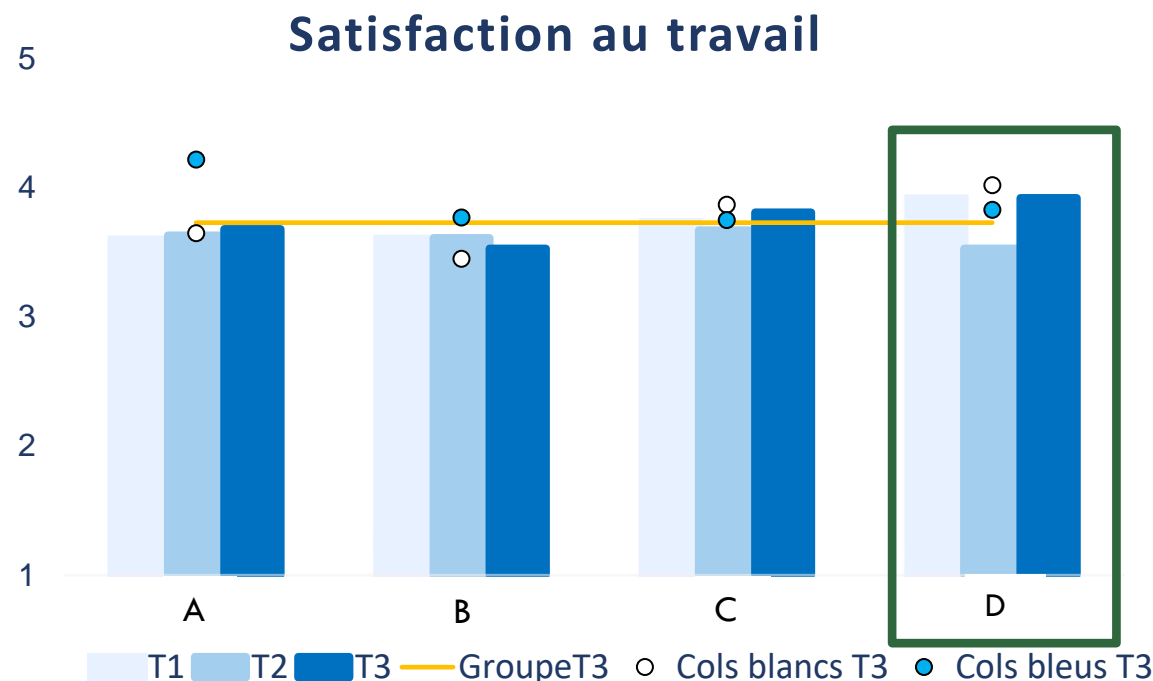
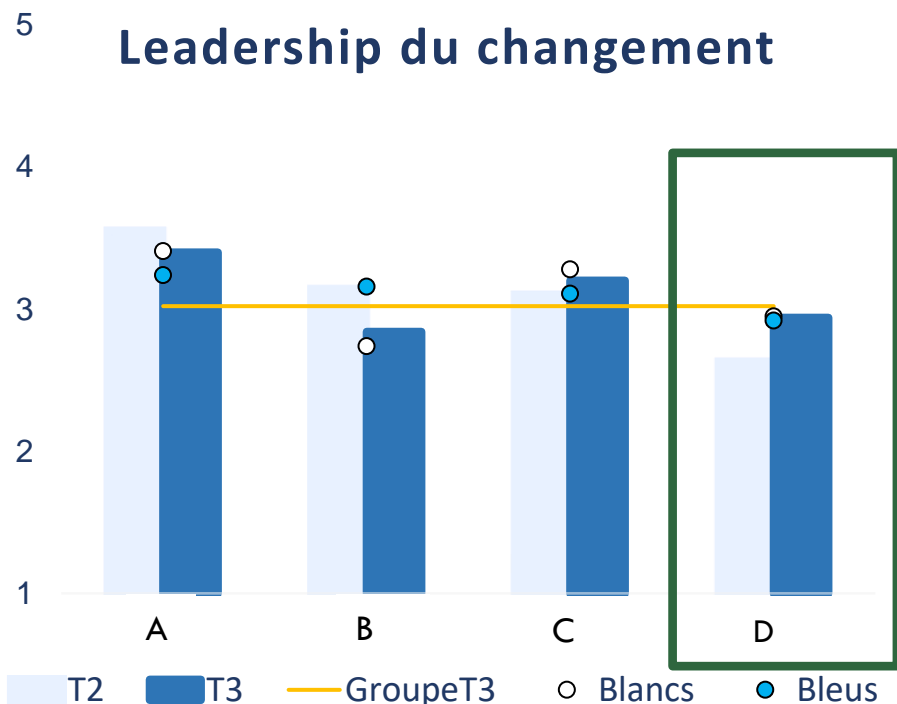


- Identification d'un **problème de leadership du changement** sur ce site
- Décision de **faire évoluer les pratiques d'accompagnement du changement**





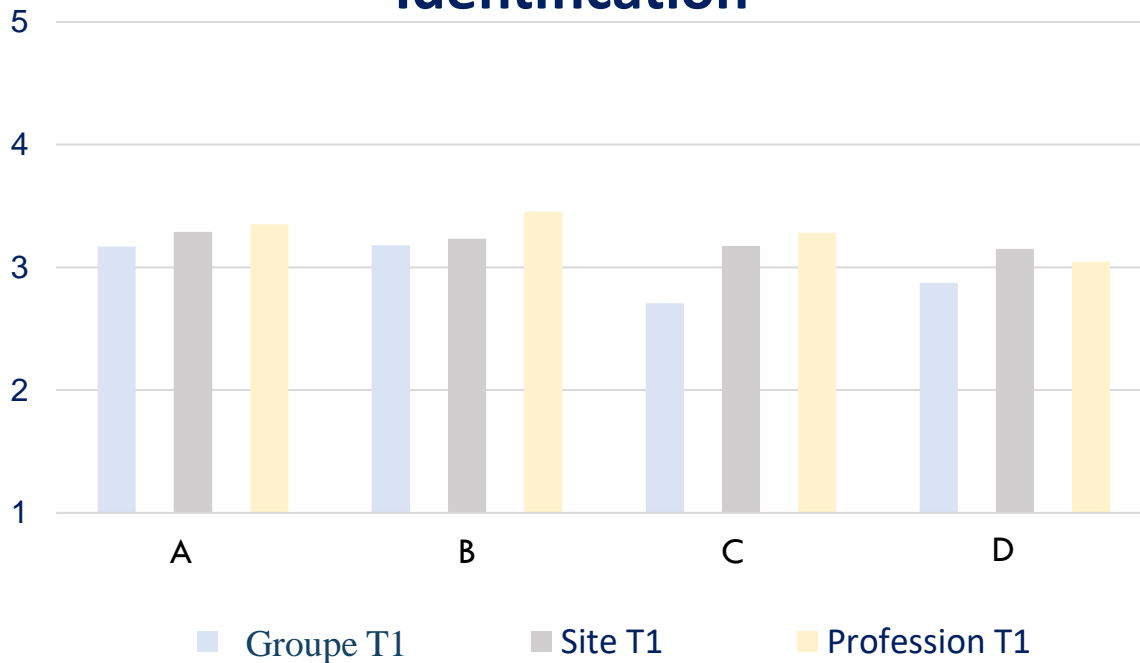
# EXEMPLE 2 – RENFORCER L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE



Amélioration significative des indicateurs de performance du site en question

# EXEMPLE 3 – DÉVELOPPER UNE CULTURE GROUPE

## Identification



Passer par **l'identification métier** pour favoriser l'identification au site et finalement l'identification au groupe

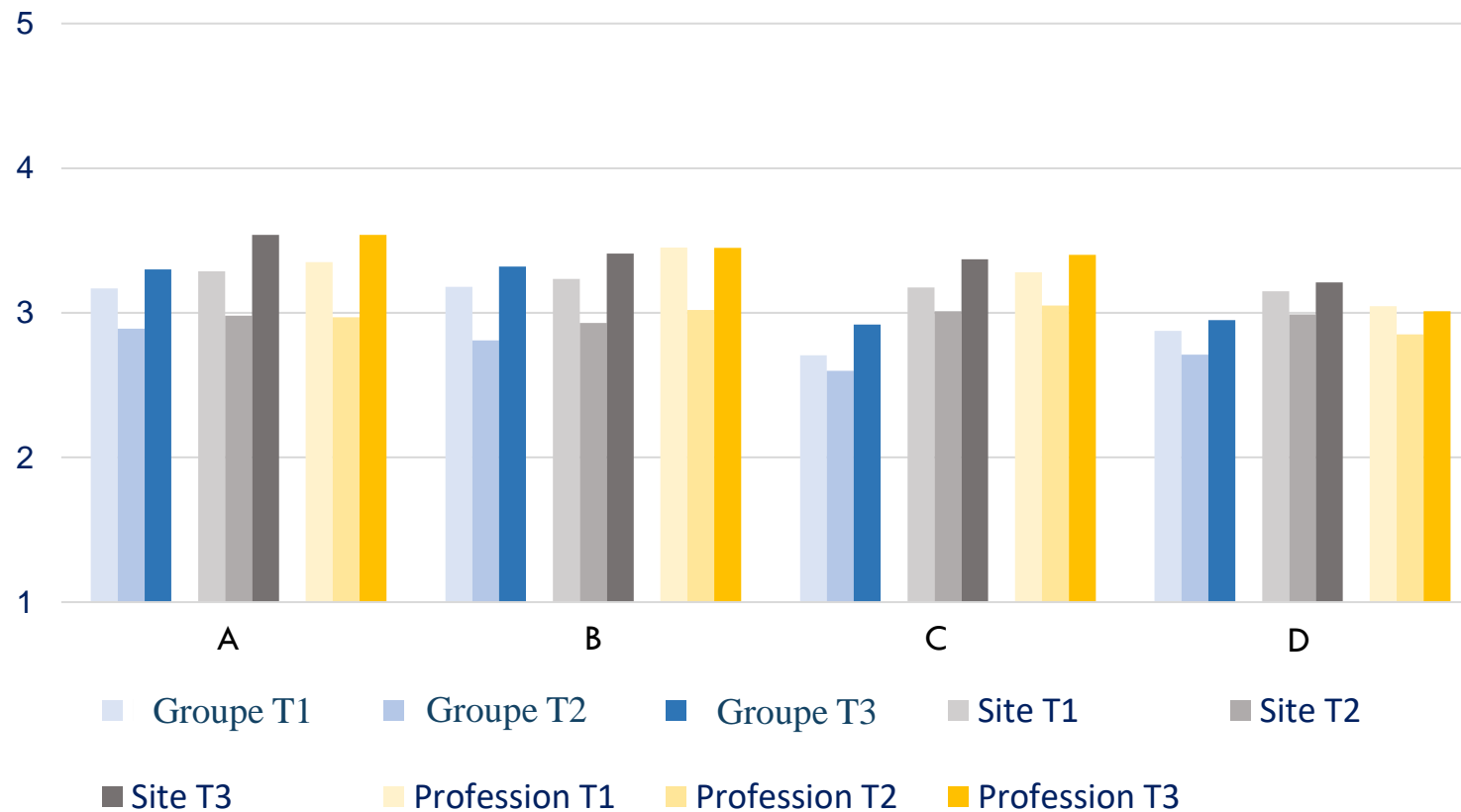
**Fête de la Sainte-Barbe** pour développer la fierté métier





# EXEMPLE 3 – DÉVELOPPER UNE CULTURE GROUPE

## Identification



Amélioration de:

- l'identification métier
- l'identification vis-à-vis du site
- l'identification vis-à-vis du Groupe

# EXEMPLE 4 – FAVORISER LA TRANSFORMATION

	Cluster			
	1	2	3	4
Communication du changement	3.25	<b>3.05</b>	<b>3.30</b>	3.13
Acceptation du changement	<b>3.31</b>	2.93	2.76	<b>2.66</b>
Ambassadeur du changement	3.55	3.58	<b>3.69</b>	<b>3.50</b>
Leadership du changement	2.95	<b>2.86</b>	<b>3.09</b>	2.90
Résistance au changement	2.31	<b>2.42</b>	<b>2.17</b>	2.38
Sécurité de l'emploi	<b>4.17</b>	3.37	3.52	<b>3.29</b>
Variété des tâches	3.94	<b>3.67</b>	<b>4.05</b>	3.76
Salaire	<b>3.31</b>	2.89	<b>2.81</b>	2.93
Autonomie du site	<b>2.44</b>	2.45	<b>2.61</b>	2.55
Innovation de site	<b>3.33</b>	3.07	3.14	<b>2.72</b>
Orientation client du site	<b>4.19</b>	3.40	3.62	<b>3.33</b>
Satisfaction au travail	<b>4.06</b>	3.66	3.64	<b>3.48</b>
Intention de partir	<b>1.86</b>	2.23	2.39	<b>2.59</b>
Sens au travail	<b>4.14</b>	4.11	4.04	<b>3.82</b>
Stress	<b>2.94</b>	<b>3.34</b>	3.26	3.03
Innovation individuelle	3.67	<b>3.69</b>	3.68	<b>3.50</b>
Orientation client individuelle	4.06	<b>4.15</b>	3.97	<b>3.95</b>
Volonté de coopérer	4.25	<b>4.33</b>	<b>4.22</b>	4.32
Performance	<b>3.75</b>	3.62	<b>3.45</b>	<b>3.45</b>
<b>Moyenne d'âge</b>	<b>59.78</b>	<b>56.78</b>	<b>45.77</b>	<b>34.77</b>
<b>Ancienneté moyenne</b>	<b>34.52</b>	<b>8.81</b>	<b>9.63</b>	<b>5.76</b>

**Cluster 1** : Age très avancé et forte ancienneté

- Acceptation modérée du changement
- Satisfaction générale élevée et performant

**Cluster 2** : Age avancé mais ancienneté moyenne

- Résistance au changement
- Stress et compétences élevées

**Cluster 3** : Age moyen et ancienneté moyenne

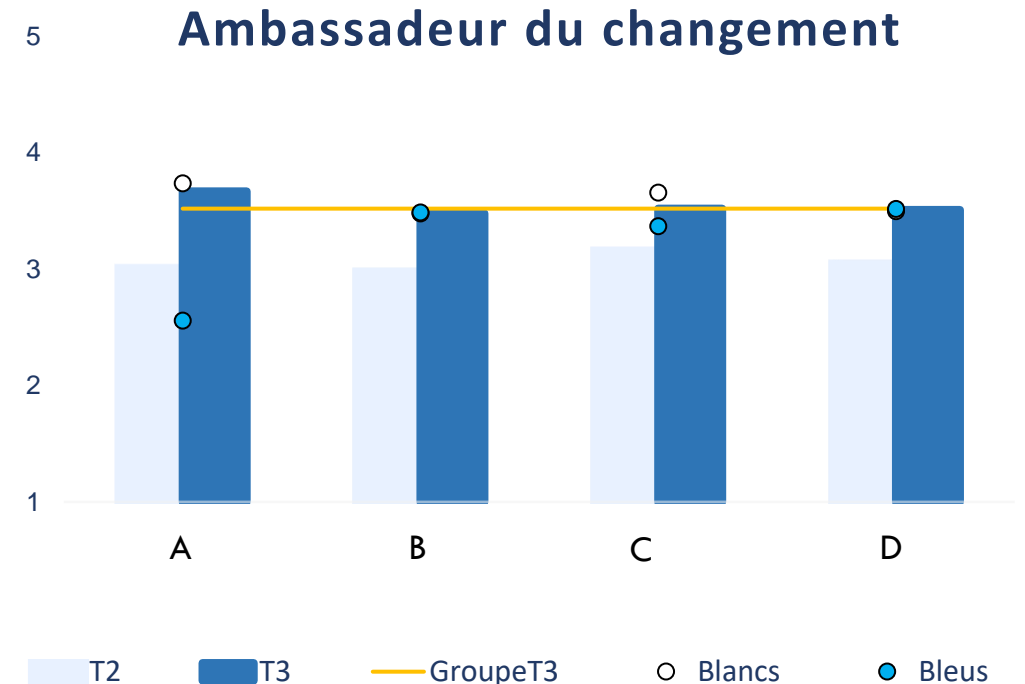
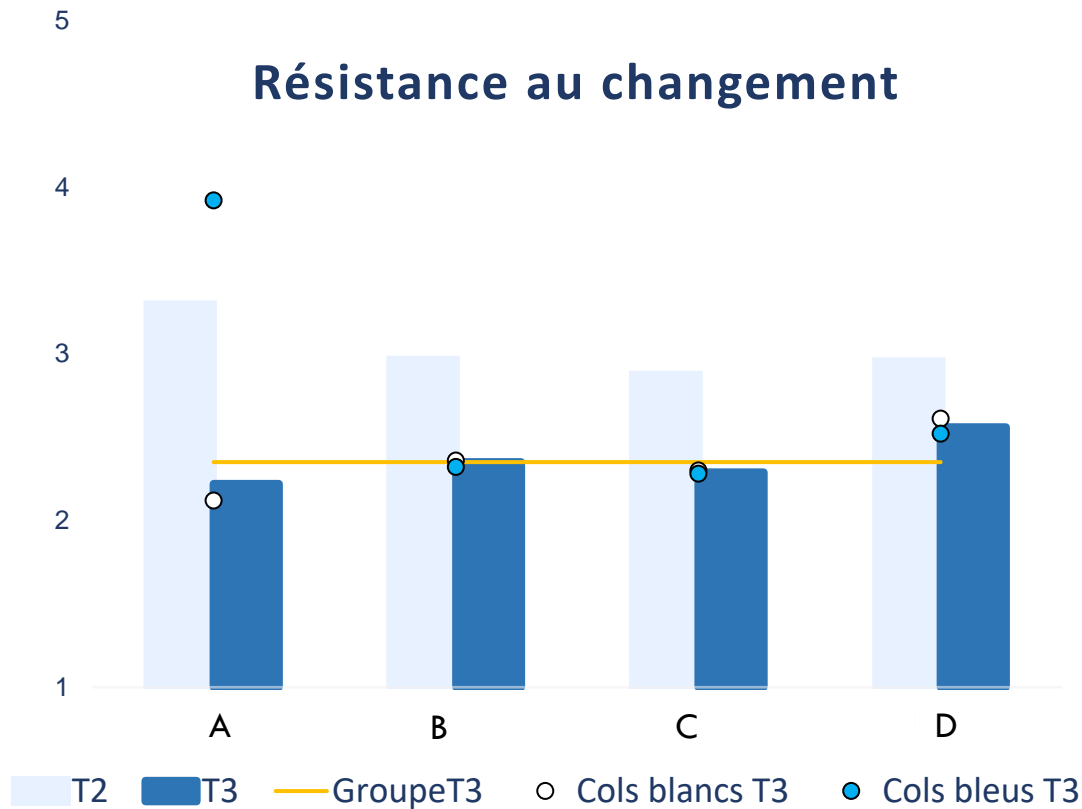
- Ambassadeurs du changement mais faible volonté de coopérer et insatisfaction vis-à-vis du salaire

**Cluster 4** : Jeunes avec peu d'ancienneté (Groupe à surveiller)

- Réfractaires au changement
- Insatisfaction générale

# EXEMPLE 4 – FAVORISER LA TRANSFORMATION

Actions de dialogue menées vers les populations et sites plus à risque afin de cerner leurs doléances vis-à-vis de la transformation

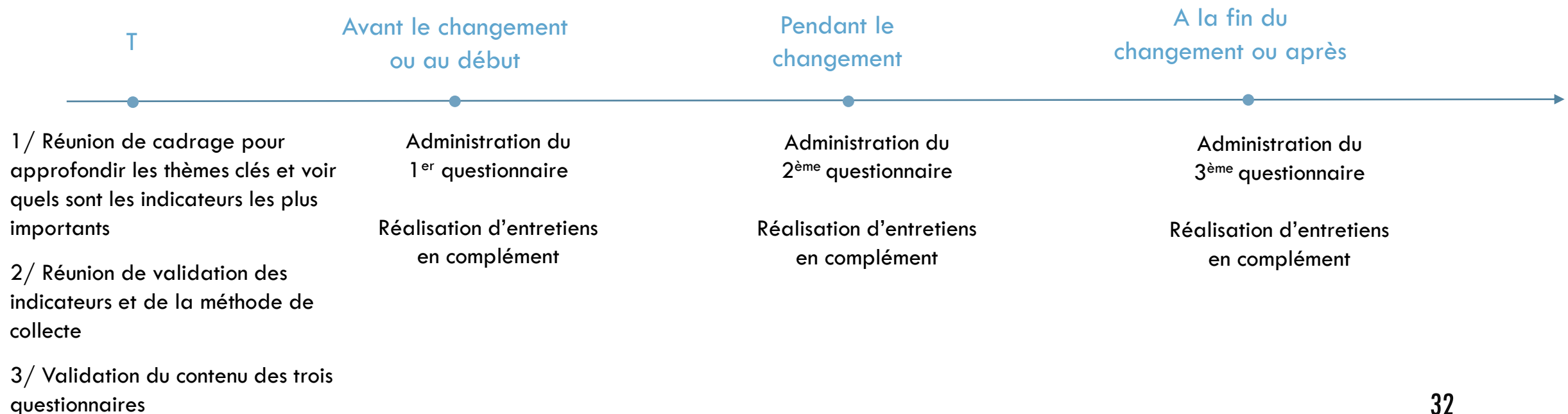


# COLLECTE DE DONNÉES



Envoi de 3 questionnaires par email et en version papier si nécessaire

- A tous les collaborateurs concernés
- A une fréquence de 4/6 mois
- Production d'un rapport de synthèse après chaque questionnaire



# KPIS SCIENTIFIQUES D'UNE MARQUE DE TERRITOIRE

## DES « LOCAUX » BIENS INSTALLÉS ET DES « EXPATRIÉS » SUR LE RETOUR

**87 %** ont l'intention de rester en Auvergne 

**67 %** pensent que quitter l'Auvergne a été ou serait trop difficile 

**25 %** envisagent de revenir s'installer en Auvergne prochainement 

## LES AUVERGNATS SONT DE FIERES AMBASSADEURS

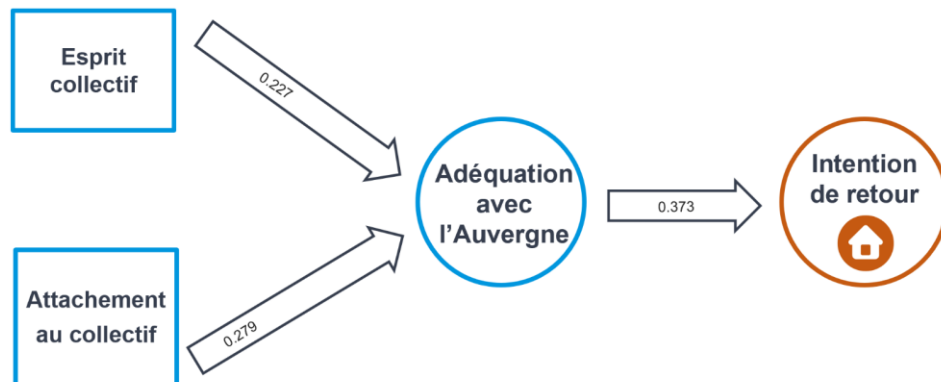
**4/5** sont fiers d'être Auvergnats !

**80 %** affichent leur lien avec l'Auvergne 

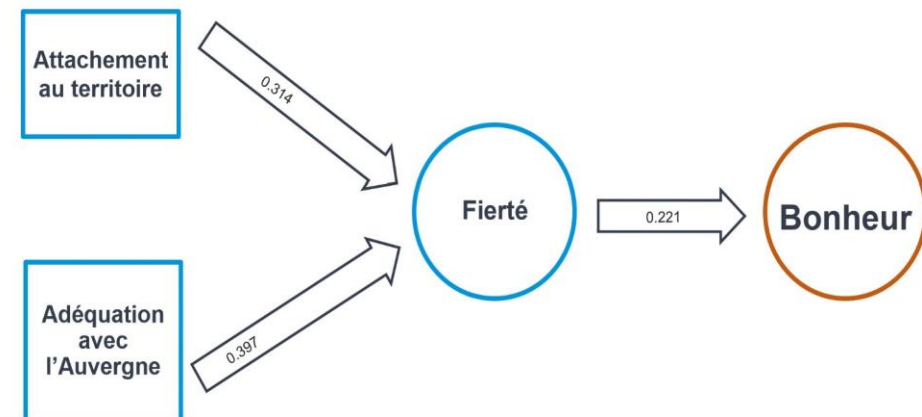
**87 %** encouragent les autres à venir visiter l'Auvergne 

**78 %** sont fiers de représenter l'Auvergne en public 

## LE COLLECTIF, FACTEUR N°1 D'UN RETOUR EN AUVERGNE



## LA FIERTÉ AUVERGNATE REND HEUREUX



# EXEMPLES COMPLÉMENTAIRES



## TRANSFORMATION & PERFORMANCE ORGANISATIONNELLE

- Réorganisation d'une direction
- Déménagement
- Fusion-acquisition
- Transformation digitale
- Mutualisation des fonctions support



## TRANSFORMATION PERFORMANCE RH & DIGITALE

- Espaces de travail (*flex office...*)
- Mobilité et onboarding
- Home office et équipes virtuelles
- Nouvelles approches collaboratives, agilité
- Appropriation d'un ERP, CRM ou RSE



## TRANSFORMATION & PERFORMANCE R&D / COMMERCIALE

- Dispositifs d'open innovation
- Réorganisation de la R&D
- Amélioration de la créativité de vos équipes
- Amélioration de la performance des équipes commerciales

# DERNIER BÉNÉFICE

Mesurer de manière scientifique la performance et l'impact d'un projet  
est une démarche éligible au CIR.

# WEBINAIRE

28 MARS

11h - 12h

## Mesurez scientifiquement la performance et l'impact de vos projets

### AU PROGRAMME

- > L'approche : des indicateurs scientifiques pour optimiser et valoriser vos projets internes et externes
- > Mesurez en interne ou chez vos clients l'efficacité de vos projets stratégiques, organisationnels, RH ou digitaux
- > Exemples de cas
- > Questions / réponses en direct



**Arnaud Banoun**

Co-fondateur

[abanoun@performancelab.fr](mailto:abanoun@performancelab.fr)

06.85.92.04.98

