occurrence
GROUPE IFOP

CABINET D'ÉTUDES & CONSEIL EN COMMUNICATION

NEWSLETTER n°84

Hiver 2022 - 23

2023 … en dépit des nombreux tumultes de notre monde, faisons le vœu que collectivement, ici et ailleurs, nous qui constituons cette belle destinée qu'est l'humanité, nous retrouvions le chemin du raisonnable et d'un futur heureux !
Chez Occurrence, nous pensons sincèrement que les entreprises et leurs dirigeants ont plus que jamais un rôle immense à jouer pour y parvenir. Ce qui nous motive incroyablement pour être au rendez-vous des attentes et des besoins de nos clients. Ensemble, créons du positif pour 2023 !

AGENDA

Dates sur demande : E. Musk et Twitter : should I stay or should I go?

La prise de contrôle de Twitter par Elon Musk engendre l'une des plus grandes déstabilisations du secteur des réseaux sociaux.
Nombreux sont les interlocuteurs à nous demander que penser de ces dernières semaines, et surtout que faire ? Que dire à son COMEX ? Faut-il continuer à investir le réseau ? Arrêter ? Temporiser ?
Assaël Adary, Directeur Général fondateur d'Occurrence, et Jocelyn Munoz, Directeur Général fondateur de Deep Opinion, filiale dédiée au web listening, vous proposent leur vision et un échange à la fois chaleureux et opérationnel lors d'un workshop (participation payante).

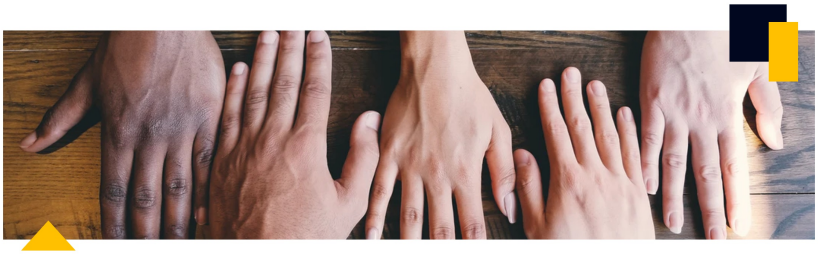
En savoir plus

23/02/2023 : Veille digitale et Social room : prévoir avant la crise

Pourquoi attend-on toujours d'être en pleine crise pour organiser sa veille ? De nombreuses organisations se sont retrouvées démunies face aux vagues de tweets, de commentaires ou d'articles en ligne, notamment du fait du manque de préparation. Et au-delà de la crise, comment profiter de cette formidable source d'information sur vos cibles, vos alliés ou encore vos opposants ?
Assaël Adary et Jocelyn Munoz reviennent sur les modalités d'une veille efficace, que ce soit pour une petite structure ou pour une multinationale.

En savoir plus

EN L'OCCURRENCE



Le guidon : une interface pour mieux piloter votre communication

Nous sommes convaincus depuis 1995 que la fonction communication a besoin d'évaluer son efficacité pour mieux piloter son activité, mais aussi pour démontrer son utilité au sein de son organisation. Et dans cette perspective, nous avons fait le constat, que faute de moyens suffisants, les PME et petites ETI, les collectivités territoriales et entreprises de l'ESS y renonçaient de facto ! Le Guidon est fait pour inverser cette logique. Vous allez

enfin pouvoir présenter des bilans objectivés de votre performance. Faciles à concevoir, faciles à mettre en œuvre et faciles à présenter.

Il a fallu 25 ans à Occurrence pour élaborer patiemment cette interface disponible en ligne :

- Concevoir une nomenclature simple et universelle capable de décrire toutes les stratégies de communication.
- Ranger, classer des bibliothèques d'indicateurs.

Et surtout traiter des millions de données pour vous fournir des référentiels fiables.
Occurrence met ainsi à votre disposition un outil pour compiler et valoriser vos indicateurs de performance afin de pouvoir les valoriser dans un tableau de bord de pilotage.
Découvrir le guidon

En savoir plus

Évaluer la perception et l'impact des coupures d'électricité de l'hiver 2022/2023

Entre crise des approvisionnements en gaz et parc nucléaire en capacité réduite, cet hiver sera très certainement marqué par des coupures d'électricité en France.

Les entreprises et acteurs du secteur de l'énergie sont aux premières loges de cette crise sans précédent. À situation exceptionnelle, méthodologie exceptionnelle : nous avons créé un dispositif hybride s'appuyant sur les forces du Groupe Ifop et de Deep Opinion, filiale dédiée à l'écoute et l'analyse du web. L'objectif : comprendre comment les Français vivent la menace des coupures d'électricité, et analyser ce que l'on peut lire à ce sujet en ligne.

En savoir plus

Le social listening est d'abord et avant tout de l'intelligence humaine

Jocelyn Munoz, Directeur Général de Deep Opinion, filiale dédiée au Web listening, a répondu aux questions de MR news. Au programme : les conséquences de l'intégration du Groupe Ifop sur le Web listening, les différences et complémentarités entre les études traditionnelles et le web listening, des conseils pour une veille plus performante et des exemples concrets.

Lire l'interview

NOUVELLES MISSIONS

Comment maximiser l'attractivité sectorielle de la mobilité ?

Dans une grande concurrence sur les marchés de l'emploi, de l'attractivité sectorielle et de la marque employeur, un Opérateur de Compétence (OpCo) se mobilise pour trouver les moyens d'attirer et conserver les talents au bénéfice de ses adhérents.

Comment les jeunes et les demandeurs d'emploi s'informent sur leur orientation professionnelle et leurs choix de carrière ? Quelles sources consultent-ils ? Quels sont les messages à faire passer pour susciter l'intérêt pour ces métiers ?
Et d'ailleurs, quelle image les cibles ont-elles de ce secteur en général et de ses banches en particulier ?

Autant de questions soulevées… et de réponses apportées par cette étude pour tirer son épingle dans le jeu de l'attractivité sectorielle !

En savoir plus

Radioscopie de la communication interne dans les collectivités publiques

Tous les dix ans, Cap'Com réalise avec Occurrence, une étude auprès des communicants internes des collectivités locales et organismes publics. L'édition 2022, réalisée en octobre, a recueilli les réponses de 256 responsables ou chargés de com interne (60 %) ou responsables ou chargés de com interne et externe (40 %).

En synthèse, on peut retenir que la fonction communication a consolidé sa position ces dernières années, en s'installant plus avant dans des collectivités où elle n'était pas auparavant, et en gagnant en légitimité et en reconnaissance en général.

Pour autant, son pilotage et sa pratique doivent encore gagner en maturité, si on parle, par exemple, « objectifs stratégiques » ou autonomie budgétaire ! », les solutions existent… avec Occurrence !

En savoir plus

Comment rendre une communication interne multimarque plus cohérente et compréhensible ?

Comment mieux accompagner les managers de proximité dans la gestion de leur charge de travail et celle de leurs équipes ?

Un laboratoire français très engagé dans la RSE nous a demandé de conduire une étude de communication interne. Un audit de dispositif a été mené et a montré 2 choses :

1. Que la communication interne de ce laboratoire est très performante (et a fait grimper nos standards Occurrence) !

2. Que des axes d'amélioration se trouvaient notamment dans la gestion de la communication du Groupe vis-à-vis des différentes marques. Ainsi, nombre de collaborateurs perçoivent une entreprise à plusieurs vitesses, tant des lignes éditoriales différentes de communication coexistent au sein du Groupe.

Occurrence a donc formulé des recommandations pour rendre plus cohérente la communication interne multimarque du Groupe.

En savoir plus

Occurrence mène depuis plusieurs années le baromètre interne pour un grand acteur de l'énergie. Cette année, un sujet latent depuis plusieurs vagues est apparu de manière plus importante. La gestion de la charge de travail. Une charge de travail croissante, de plus en plus difficile à intégrer dans des plannings complexes et qui pèse aujourd'hui sur la qualité de vie au travail des collaborateurs.

Comment les "Talent Developer" de l'entreprise peuvent accompagner au mieux les managers de proximité dans la gestion de la charge de travail ? Quels outils proposer ? Quelles solutions organisationnelles ?

Autant de questions qui ont été soulevées lors d'un séminaire RH animé par Occurrence pour 16 actions concrètes « quick wins » identifiées. Ouvrez vos chakras et « think out of the box », les solutions existent… avec Occurrence !

En savoir plus

OPEN DATA

STRATÉGIES
LE MÉDIA DES NOUVEAUX MODÈLES

ÉVÉNEMENT

LES MÉTIERS DE LA COM SOUFFRENT D'UN PROBLÈME D'ATTRACTIVITÉ

13/01/2023 - par Delphine Le Goff

La première étude sur l'attractivité des métiers de la communication, menée par Communication & Entreprise (Com-Ent) et le Bureau des Jeunes de l'AACC avec le cabinet Occurrence, dresse un constat alarmant : les répondants jugent les métiers de la com' comme moyennement attractifs, notamment parce qu'ils ne sont pas jugés assez valorisants, à l'interne comme à l'externe.

Métiers de la communication : une attractivité en berne

COM-ENT et le cabinet Occurrence, accompagnés par le Bureau des Jeunes de l'AACC, dévoilent les résultats de la première étude sur l'attractivité des métiers de la communication réalisée auprès des communicants avec le soutien de l'ARCES, Audencia SciencesCom, Balance ton agency, le Celsa Alumni, Communication Publique, le CPA, Dauphine Alumni, l'IICP, l'ISCOM, l'ISTC, la Filière communication, le Label digital marketing school et le SCRP. Menée en octobre 2022 auprès d'un échantillon de 1295 personnes du secteur aux profils variés (âge, statut et métier), l'enquête a permis de recueillir leurs perceptions, leurs attentes et d'identifier ainsi ce qui pourrait être développé et optimisé pour valoriser ces métiers. Elle démontre notamment une adhésion relative aux métiers de la part des répondants avec une note globale de « seulement » 6,7/10, un chiffre qui oblige à questionner les pratiques.

Lire l'étude

Les contenus sonores, levier de performance de la communication interne

2 ans après sa première vague, Mediameeting a demandé à Occurrence de réaliser la deuxième édition de son Observatoire de l'oralité en entreprise. Après avoir adressé le rapport des Français actifs à l'oralité en général, cette édition de L'Observatoire a concentré son approche sur les salariés des entreprises de plus de 500 salariés, en interrogeant 1028 de ces derniers. Une approche qui a également permis d'isoler deux sous-échantillons, un dédié aux managers, l'autre aux salariés nomades qui exercent leur activité hors les murs de l'entreprise.

En synthèse, on notera qu'il existe des usages et des attentes pour les contenus sonores de la part d'une grande majorité des salariés, et que ces usages et ces attentes sont sensiblement plus élevés quand il s'agit des managers et des salariés nomades. Un signal fort qu'il est intéressant d'interpréter dans le contexte du rôle crucial que jouent les managers en matière de communication interne (à la fois premier de cordée et levier clé de succès !) d'une part, et également au regard de l'intensification du télétravail dans certains secteurs, les usages des salariés nomades pouvant être appréhendés comme les futurs besoins des télétravailleurs !
Aussi, cette seconde édition de L'Observatoire consacre, au moment où les salariés sont plus fortement en quête de sens, que les contenus sonores ont un impact propre à améliorer significativement la communication interne quand ils intègrent pleinement le mix média de ces dernières.

Regardez en replay le WEBINAIRE de présentation de cette étude ici.

Le rapport de L'Observatoire est disponible ici.

Premier baromètre d'attractivité des résidences AIRES

À l'occasion de la 7e édition du Rendez-vous du logement étudiant, l'Association Interprofessionnelle des Résidences Étudiants et Services (AIRES) a souhaité lancer son premier baromètre d'attractivité auprès de ses locataires.
Une étude quantitative a été menée en ligne fin 2022 à laquelle ont répondu 5119 jeunes issus de plus de 150 résidences réparties dans toute la France. Un chiffre nous a particulièrement marqués : 87% des jeunes interrogés ont déclaré que leur vie est agréable. Un chiffre très engageant dans un contexte où nombre de nos enquêtes d'opinion pointent plus de défiance et de pessimisme de cette classe d'âge en général.
Aussi, il semble que cette expérience locataire démarque une population, pour ceux qui y ont accès, notoirement plus positive et apaisée et pointe ainsi qu'il n'y pas de fatalité à voir toujours le verre à moitié vide !

Le rapport du baromètre est disponible ici.

LA QUESTION SUR MESURE

Gabriel Cyna

Chargé de développement chez Occurrence

Il nous fait le plaisir de répondre à nos questions :

Peut-on tout mesurer ?

NON ! Et tant mieux, c'est très bien ainsi. L'être humain et son cerveau sont complexes, souvent illisibles. La nature qui nous entoure l'est tout autant. Pour moi, ce sont justement ces parts de mystères, de surprises et d'imprévus qui donnent cette dimension magique à la vie. Serait-on heureux de vivre dans un monde où tout serait mesurable, quantifiable, binaire et prévisible ? Je ne pense pas.

Quel est votre instrument de mesure préféré ?

La montre, assurément ! De la Swatch en silicone que m'offrait mon père au début de chaque été dans un hall d'embarquement à Roissy à la montre automatique que je me suis offerte avec les premiers sous que j'ai gagné, cet objet fascinant a toujours eu une place à part chez moi.
Comparer les marques de bronzage de mon père avec les miennes, chronométrer mon frère sur une distance à vélo, m'empresser de la remettre à l'heure en sortant de l'Eurostar… ce simple « accessoire » fait résonner en moi de magnifiques souvenirs d'enfance.

Donnez-nous un chiffre qui vous caractérise ?

Je ne vais pas faire dans l'originalité, mais je répondrais le 5, mon jour de naissance, le même que celui d'une personne que j'affectionne beaucoup par ailleurs. C'était aussi le numéro de Zidane au Real Madrid, l'âge auquel j'ai appris à lire… Comme quoi si on veut trouver un peu de symbolique, on finit par s'arranger.
Seule certitude : c'est le seul numéro qui ne tombe jamais à la roulette, grrrrrrr

HUMEUR

2023 … le retour du sens !

Je pourrais être une femme détenue en Iran pour avoir revendiqué sa liberté ou une écolière privée d'école et d'avenir en Afghanistan. Je pourrais être un orphelin climatique au Pakistan, en Inde, en Chine, en Australie, aux États-Unis ou en Afrique du Sud. Je pourrais être un jeune Ukrainien combattant pour sa liberté ou un jeune Russe combattant malgré lui. Je pourrais être un réfugié sans refuge fuyant la terre de mes ancêtres où sévit la guerre, la famine ou la dictature, souvent hélas les trois vont de pair. Je pourrais être ici en France, mal ou pas logé, obligé de faire appel aux associations caritatives pour nourrir ma famille ou condamné par la progression d'une maladie.

Cette énumération n'est évidemment pas exhaustive, mais elle nous rappelle que nous devons garder le sens de la mesure. Au moment où les salariés français expriment majoritairement dans nos études leur besoin de plus de sens, profitons de la chance que nous avons, en France, de pouvoir débattre du sens au travail, et plus globalement des conditions de travail, dans le calme et

avec en ligne de mire ... le sens commun. Aussi, chaque matin, pour aiguiser notre bon sens... commençons par donner vie au précieux conseil de Marc Aurèle : "En te levant le matin, rappelle-toi combien précieux est le privilège de vivre, de respirer, d'être heureux". Bonne année !

Pierre Chavonnet
DGA - Directeur pôle marques & transformation

LE CHIFFRE

C'est le pourcentage de Français ayant plutôt confiance dans les sondeurs ... peut-on en conclure, en tant que sondeur, que quand 7 Français sur 10 ont de la température ... c'est de la faute du thermomètre ?!

Retrouvez la passionnante étude « Les Français et la culture générale » de l'Ifop en partenariat avec L'éléphant ici

occurrence

78 rue Championnet – 75018 Paris
info@occurrence.fr

Cet e-mail a été envoyé à {{ contact.EMAIL }}
Vous avez reçu cet email car vous vous faites partie des contacts d'Occurrence.

Se désinscrire