

LinkedIn : Le succès professionnel, les réseaux sociaux et les femmes

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 5/10/2012 13:30:00

La notion de succès professionnel a fondamentalement évolué au cours de ces dix dernières années : pour 65% des femmes l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle est désormais le principal facteur de succès

LinkedIn, premier réseau professionnel au monde avec plus de 175 millions de membres, dont plus de 4 millions en France, annonce en partenariat avec TNS Sofres la publication des résultats de son étude « Le succès professionnel, les réseaux sociaux et les femmes ».

L'étude, menée auprès de plus de 1 500 femmes, s'articule autour de trois grands thèmes : les femmes et leurs aspirations, le succès professionnel et les femmes et les réseaux sociaux professionnels et les femmes. NB : Certaines questions portant sur leurs aspirations font partie d'un baromètre régulièrement mesuré depuis une dizaine d'années. Cela nous a permis d'avoir des éléments de comparaison tant au niveau du temps qu'entre hommes et femmes.

Les aspirations des femmes françaises en 2012

Les principales aspirations des femmes en 2012 ont évolué vers la parité salariale et un équilibre entre vie professionnelle et privée. Le manque de temps demeure une préoccupation majeure, mais malgré cela le travail à mi-temps ne fait plus partie des principaux souhaits. Il est à noter, des chiffres plus marqués chez les femmes les plus jeunes.

La parité salariale pour 71% des femmes et la possibilité de concilier vie familiale et vie privée pour 49% d'entre elles, arrivent en tête des aspirations

Au cours de 9 dernières années, les attentes prioritaires quant à l'amélioration de la condition féminine se sont orientées vers des revendications liées au travail, et tout particulièrement à l'égalité de salaire avec les hommes (71%) et à la possibilité de concilier le travail et la vie familiale (49%).



Le manque de temps : un éternel problème pour 49% des femmes

Ces tendances s'expliquent notamment par le changement dans le rapport des femmes au temps. Pour la moitié d'entre elles, le manque de temps est un réel problème dans leur vie quotidienne. Mais il est intéressant de noter que ce problème touche également les hommes, dans une proportion équivalente (50%).

Le travail à mi-temps fait malgré tout moins d'adeptes en 2012 : seules 12% des sondées l'ont évoqué

En revanche, par rapport à 2005, les femmes sont moitié moins (12%) à évoquer le travail à mi-temps comme leur principal souhait d'évolution professionnelle, et sont plus nombreuses à désirer davantage de responsabilités. Le travail à mi-temps reste cependant une aspiration féminine car il ne concerne que 6% des hommes. Il est fort probable que cette baisse du nombre de femmes souhaitant travailler à mi-temps soit directement liée à la crise ou à l'accroissement du nombre de familles monoparentales.

Les femmes les plus jeunes (25-34 ans) se démarquent par une volonté plus forte de concilier travail et vie privée (61%) et par un plus fort ressenti de manque de temps (76%)

Les 25-34 ans, jeunes actives, ressentent ces contraintes de temps de façon plus marquée et ressentent différemment. Les trois quarts (76%) d'entre elles souffrent du manque de temps et elles sont 61% à considérer l'équilibre travail / vie familiale comme un domaine d'amélioration prioritaire.

Une sur cinq (20%) souhaiterait travailler à mi-temps et 21% voudraient reprendre leurs études.

Le succès professionnel

Pour la majorité des femmes, le succès professionnel se définit d'abord sur l'équilibre trouvé entre travail et vie privée, l'aspect intéressant du travail arrive en second lieu. Seule exception à ce consensus, les 18-24 ans, pour qui un salaire élevé est le principal critère de succès. Enfin, les femmes sont fières de leur carrière, et la considèrent d'autant plus comme un succès que leur poste est élevé.

65% des femmes définissent le succès professionnel comme un équilibre entre travail et vie personnelle

Ces dernières années ont sonné le glas pour l'« executive woman », la femme prête à tout sacrifier pour sa carrière. Un consensus s'est établi d'ormais sur une définition du succès professionnel basée sur deux piliers : la quantité, trouver l'équilibre entre travail / vie personnelle (65%), et la qualité, avoir un travail intéressant (63%) et se réaliser dans son travail (55%).

Les femmes actives les plus jeunes associent réussite professionnelle et salaire élevé (54%)

Les 18-24 ans se distinguent par un aspect financier plus important : pour 54% d'entre elles le succès professionnel passe par un salaire élevé.

65% des femmes sont fières de leur carrière et la considèrent comme un succès

Les femmes actives sont aujourd'hui fières de leur carrière : les deux tiers d'entre elles la considèrent comme un succès (65%). Ce sentiment est directement lié au poste, avec 83% des femmes occupant une fonction de dirigeante satisfaites, contre 43% des ouvrières. Les utilisatrices de LinkedIn comptent également parmi les plus satisfaites (80%).

« Dans le monde d'aujourd'hui, le fait de disposer d'un capital relationnel, en plus de la formation initiale, des diplômes, de l'expérience, est un atout majeur. Les femmes qui disposent de ce capital, grâce notamment au développement des réseaux sociaux professionnels, sont mieux armées que les autres. », déclare Stéphane Marcel, Managing Director, Digital Factory TNS Sofres.

Les réseaux sociaux professionnels

Les réseaux sociaux professionnels représentent un nouveau moyen pour les femmes actives de gagner du temps. Outre le gain de temps pour se tenir informées ou développer son réseau, ils offrent de nouvelles possibilités pour développer sa carrière.

72% des femmes considèrent que les réseaux sociaux permettent de développer son réseau plus rapidement que les moyens traditionnels

Les networkeuses professionnelles apprécient le gain de temps associé à l'usage des réseaux sociaux : ils

leur permettent de développer plus rapidement leurs contacts que les moyens traditionnels (72%) et de faire les choses en moins de temps (67%).

Pour 59% des femmes, les réseaux sociaux sont désormais préférés aux moyens traditionnels pour faire du Networking

Elles privilégient aussi les réseaux sociaux lorsqu'il s'agit d'approcher de nouveaux contacts (82%) ou afin d'entrer en contact avec des personnes qu'elles ne rencontreraient pas autrement. Au final, elles sont une majorité (59%) à préférer les réseaux sociaux aux moyens traditionnels pour rester en contact avec leur réseau.

LinkedIn apprécie pour la qualité de ses membres (51%) et son orientation internationale (42%)

Quant aux utilisatrices de LinkedIn, elles apprécient la plateforme pour la qualité de ses membres (des personnes intéressantes (51%), de nombreux décideurs / personnes influentes (35%) et leur quantité (41%), et son orientation internationale (42%).

« Les réseaux sociaux professionnels tels que LinkedIn répondent aux préoccupations majeures des femmes aujourd'hui : gagner du temps et préserver son équilibre vie professionnelle/vie privée. LinkedIn permet, entre autres, de développer rapidement son réseau professionnel et d'être toujours tenu informé de l'actualité de son secteur sans avoir à faire d'effort. Par ailleurs, le développement de nos services mobiles, permet cela depuis n'importe quel endroit. »

d'après **Laurence Bret Stern** Directrice Marketing LinkedIn EMEA.