



EUROPEAN
PWN

Comment 'réseautent' les femmes?

Une étude du réseau EuropeanPWN



Résumé des conclusions

Les cadres supérieures menant une carrière internationale constituent le groupe cible de cette étude intitulée « *Comment 'réseautent' les femmes?* », basée sur une enquête réalisée de mars à mai 2008 auprès de 310 personnes.

L'étude montre qu'une femme cadre d'envergure internationale crée principalement son propre réseau pour des raisons sociales/personnelles (pour rencontrer de nouvelles personnes, pour son développement personnel), et dans un deuxième temps pour des raisons professionnelles (pour développer ses activités, rencontrer des nouveaux clients ou des clients potentiels). Toutefois, 'faire évoluer ma carrière', 'trouver un emploi' et 'm'intégrer au travail' sont les principaux motifs professionnels évoqués pour réseauter.

La femme type de notre enquête compte en moyenne 95 contacts dans son carnet d'adresses papier, 398 contacts dans son carnet d'adresses électroniques et 170 contacts via les réseaux sociaux en ligne. Elle se manifeste auprès de ses contacts cinq fois par an, principalement par e-mail. Elle a rencontré la plupart d'entre eux dans le cadre du travail, puis via l'école/l'université et les clubs.

Notre femme type est plus réactive que proactive. Elle répond positivement aux demandes diverses et aime aiguiller les gens vers les personnes compétentes. De temps en temps, elle contacte sa famille ou ses amis pour des raisons professionnelles.

Ses réseaux ou clubs favoris sont ceux réservés aux femmes, ainsi que les réseaux sociaux et des anciens élèves. Elle est membre active dans 2,18 organisations et membre passive dans 1,98 organisations.

LinkedIn et EuropeanPWN sont les réseaux en ligne préférés de la femme type interrogée qui y privilégie un 'engagement moyen' et qui 'lit, répond et poste ponctuellement des informations utiles'.

Voici les conseils de notre femme type :

A faire

- Etre ouverte et coopérative
- Donner
- Etre proactive
- Rencontrer des gens
- Ecouter
- Se donner du temps (années)
- Recommander des personnes
- Etre soi-même
- Assurer le suivi
- Etre pragmatique
- Garder le contact
- Etre déterminée et concentrée
- Tenir ses promesses

A ne pas faire

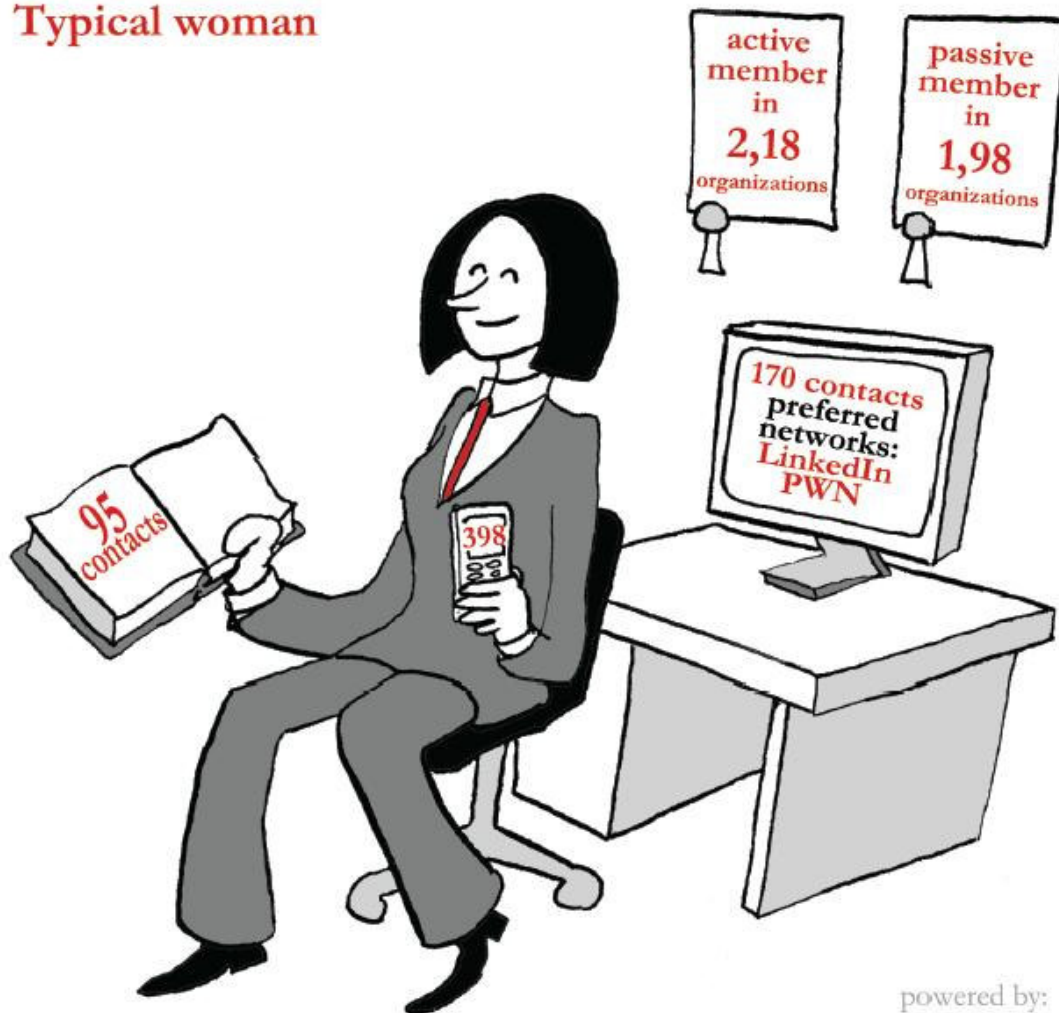
- Faire perdre du temps aux gens
- Penser seulement à ses propres avantages
- Avoir des mauvaises manières
- Utiliser des méthodes agressives
- Avoir une attitude passive
- S'attendre à recevoir immédiatement
- Devenir une collectionneuse de contacts
- Limiter son réseau
- Demander des services déraisonnables
- Faire des promesses imprudentes
- Partager trop librement les



- Etre discrète
- informations des contacts personnels
- Donner une image erronée de soi
- Négliger le suivi

Nous avons en outre pu établir quelques tendances détaillées au cours de l'étude, concernant par exemple les différences de pratique du réseau entre les femmes travaillant en entreprise et les autres, les femmes de plus et de moins de 40 ans (de moins de 32 ans même), les expatriées américaines, etc. Nous vous invitons à en prendre connaissance dans les pages suivantes.

Typical woman



powered by:



© MecStudio / Senoeni



Les réponses en détail

| | |
|--|-----------|
| RESUME DES CONCLUSIONS..... | 2 |
| LES REPONSES EN DETAIL | 4 |
| POURQUOI LES FEMMES PRATIQUENT-ELLE LE RESEAUTAGE ?..... | 5 |
| COMBIEN DE CONTACTS AVEZ-VOUS ?..... | 6 |
| A QUELLE FREQUENCE ENTRETIENEZ-VOUS DES RELATIONS AVEC VOS CONTACTS ? | 6 |
| D'OU PROVIENNENT VOS CONTACTS ACTUELS ? | 7 |
| COMMENT MAINTENEZ-VOUS LE CONTACT ? | 7 |
| COMMENT INTERAGISSEZ-VOUS AVEC VOTRE RESEAU ?..... | 8 |
| CONTACTEZ-VOUS VOTRE RESEAU D'AMIS/FAMILIAL POUR DES RAISONS PROFESSIONNELLES ? | 9 |
| QUEL TYPE DE RESEAUX/CLUBS CONNAISSEZ-VOUS ?..... | 9 |
| DE COMBIEN DE CLUBS ETES-VOUS MEMBRE ?..... | 10 |
| CONNAISSEZ-VOUS LES RESEAUX EN LIGNE SUIVANTS ? | 10 |
| QUEL ROLE AIMEZ-VOUS JOUER LORSQUE VOUS PARTICIPEZ A UN RESEAU EN LIGNE ?..... | 10 |
| CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE POUR ETRE UNE BONNE RESEAUTEUSE..... | 11 |
| CE QUE VOUS NE DEVEZ PAS FAIRE - CE QUE VOUS DEVEZ EVITER LORSQUE VOUS RESEAUTEZ ?..... | 12 |
| AVEZ-VOUS MODIFIE VOTRE FAÇON D'ETRE POUR RESEAUTER ET DE QUELLE MANIERE ? | 13 |
| QUE VOUS MANQUE-T-IL DANS LES CLUBS/RESEAUX/ORGANISATIONS AUXQUELS VOUS APPARTENEZ ? | 14 |
| AVEZ-VOUS DES ANECDOTES INTERESSANTES QUI NOUS AIDENT A COMPRENDRE LA MANIERE DONT VOUS UTILISEZ LE RESEAU ? | 14 |
| PROFIL DES PERSONNES INTERROGEEES..... | 16 |
| DEMOGRAPHIE | 16 |
| CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE | 17 |
| A PROPOS DE..... | 18 |
| ...L'ANALYSTE..... | 18 |
| ...LE RESEAU EUROPEANPWN..... | 18 |

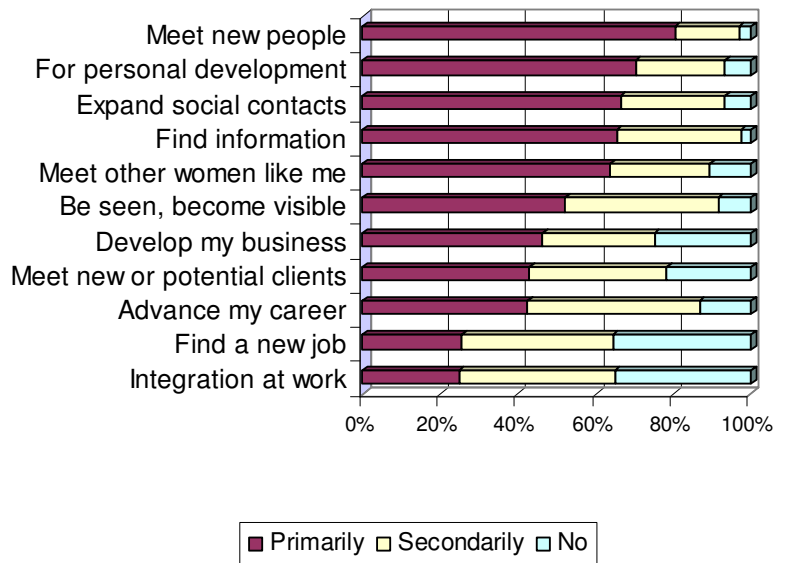


Pourquoi les femmes pratiquent-elle le réseautage ?

Les femmes pratiquent le réseautage principalement pour des raisons sociales/personnelles :

La plupart des femmes pratiquent le réseautage pour rencontrer de nouvelles personnes. Les motifs professionnels tels que 'développer ses activités', 'rencontrer des nouveaux clients ou des clients potentiels', 'faire évoluer ma carrière', 'm'intégrer au travail', arrivent après le développement social et personnel. Cette fracture entre social/professionnel est la même dans tous les pays. Elle disparaît cependant pour les femmes interrogées non salariées (professions libérales, chefs d'entreprises, indépendantes), dont les priorités s'équilibrent parfaitement entre raisons sociales/personnelles et raisons professionnelles.

Why do you practice networking ?

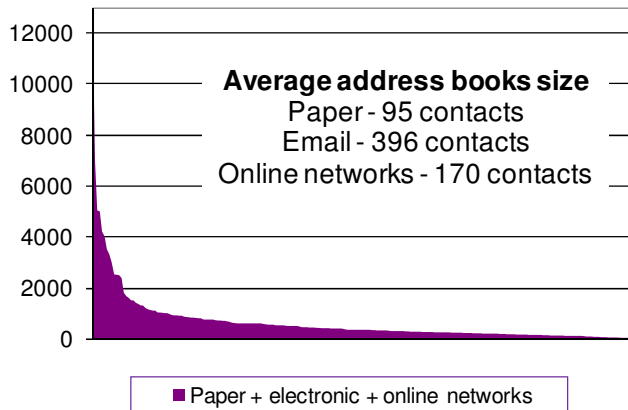


La principale raison secondaire à l'origine du réseautage, lorsque l'on examine tous groupes d'âges confondus, ainsi que pour les femmes travaillant en entreprise, **est l'évolution de carrière**. La recherche d'un nouvel emploi est la deuxième raison de réseauter pour les femmes de moins de 40 ans. Le pourcentage est plus fort encore pour les femmes plus jeunes et lorsqu'on regarde spécifiquement celles travaillant en entreprise. La recherche d'un nouvel emploi et l'intégration au travail sont la motivation la moins importante pour les femmes non salariées (respectivement 53 et 55 % on répondu 'Non' à ces critères), ainsi que pour les femmes de plus de 40 ans (respectivement 39 et 42 %).

Les principales motivations animant les personnes interrogées n'appartenant pas à l'entreprise ou non salariées (professions libérales, chefs d'entreprises, indépendantes), sont 'rencontrer de nouvelles personnes' et 'développer ses activités' (respectivement 78 et 74 %), suivies de 'rencontrer des nouveaux clients ou des clients potentiels' (66 %) et 'pour son développement personnel' (64 %).



Roughly how many contacts do you have in your address books



Combien de contacts avez-vous ?

La taille du carnet d'adresses varie selon les personnes interrogées, comme le montre le graphique ci-dessous, et suit une distribution de Pareto.

Le carnet d'adresses papier contient en moyenne 95 contacts, avec un maximum de 1 000 contacts, et est utilisé par 66 % des personnes interrogées.

Le carnet d'adresses électronique, utilisé par 98 % des personnes interrogées, comporte en moyenne 398

contacts, avec un maximum de 7 000.

Les réseaux sociaux en ligne sont utilisés par 89 % des personnes interrogées, la plus active d'entre elles ayant 10 000 contacts. Le nombre diminue rapidement avec une moyenne de 170 contacts par femme.

Les femmes interrogées n'appartenant pas à l'entreprise présentent la moyenne la plus élevée dans les trois catégories, avec respectivement 117 contacts dans leur carnet d'adresse papier, 583 contacts dans leur carnet d'adresses électronique et 215 contacts sur l'ensemble des réseaux sociaux en ligne.

En étudiant le nombre total de contacts en moyenne (663 en général), les personnes interrogées avec la plus forte moyenne sont les plus âgées (*plus de 40 ans*, 814 contacts en moyenne), celles n'appartenant pas à l'entreprise (915 contacts) et cadres supérieures/dirigeantes (1 039 contacts).

A quelle fréquence entretenez-vous des relations avec vos contacts ?

Les femmes entretiennent la relation avec leurs contacts en moyenne cinq fois par an.

Il existe peu de variation entre les différents groupes d'âge, fonctions (cadres ou dirigeantes) ou type d'occupation(en entreprise ou non), si ce n'est une légère tendance à ce que la fréquence moyenne des relations soit en inversement proportionnelle au nombre de contacts (plus on a de contacts, moins on les fait vivre).

| A quelle fréquence entretenez-vous des relations avec vos contacts ? | Moyenne |
|--|---------|
| Une fois par mois ou plus | 27 % |
| Une fois par trimestre | 30 % |
| Une à trois fois par an | 44 % |



D'où proviennent vos contacts actuels ?

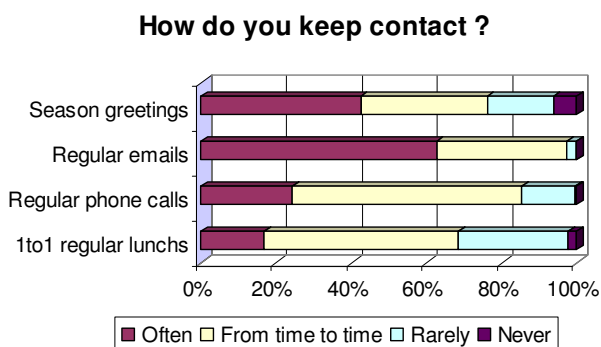
La plupart des contacts se font par l'intermédiaire du travail, suivi de l'école/l'université/les grandes écoles ou les écoles privées et les clubs. La famille et Internet figurent en dernière place comme source de contacts.

| Origine des contacts | Moyenne |
|---|---------|
| Travail (précédent ou actuel) | 46 % |
| Ecole/Université/Grandes Ecoles/privées | 15 % |
| Clubs (sport, vie sociale) | 14 % |
| Autre | 8 % |
| Famille | 8 % |
| Internet | 7 % |

Bien qu'une nouvelle fois, il existe peu de différence entre les groupes, les variations les plus importantes sont les suivantes :

- Les cadres supérieures/dirigeantes obtiennent plus de contacts de leur travail que les autres (52 % contre 43 %);
- Les femmes de moins de 40 ans ont en moyenne plus de contacts via l'école/l'université/les grandes écoles que les femmes de plus de 40 ans (30 % contre 10 %);
- Les femmes n'appartenant pas à l'entreprise acquièrent plus de contacts au travers des clubs que leurs homologues en entreprise (17% contre 12 %) ;
- Les femmes de moins de 40 ans obtiennent plus de contacts via la famille que celles de plus de 40 ans (9 % contre 7 %) ;
- Les femmes n'appartenant pas à l'entreprise acquièrent plus de contacts par l'intermédiaire d'Internet que leurs homologues évoluant dans le monde de l'entreprise (9 % contre 6 %).

Comment maintenez-vous le contact ?



La majorité des femmes indiquent que la messagerie électronique est leur moyen favori d'entretenir le contact ; suivi des 'vœux de nouvel an' et des 'appels téléphoniques'. Les 'déjeuners réguliers en face à face' arrivent en dernière place.

Il n'existe aucune variation notable entre les différents sous-groupes.

Lorsque l'on demande aux femmes quel autre moyen elles utilisent pour entretenir les contacts, la plupart citent les événements (de clubs, réunions professionnelles, conférences et salons professionnels, réunions d'anciens élèves). D'autres mentionnent également les situations suivantes : pauses café, pots à la sortie du bureau, dîners, événements privés et sportifs/week-end/vacances, outils de réseaux sociaux en ligne (LinkedIn et Facebook), Skype, SMS, messagerie instantanée et courrier électronique trimestrielles pour donner des nouvelles.



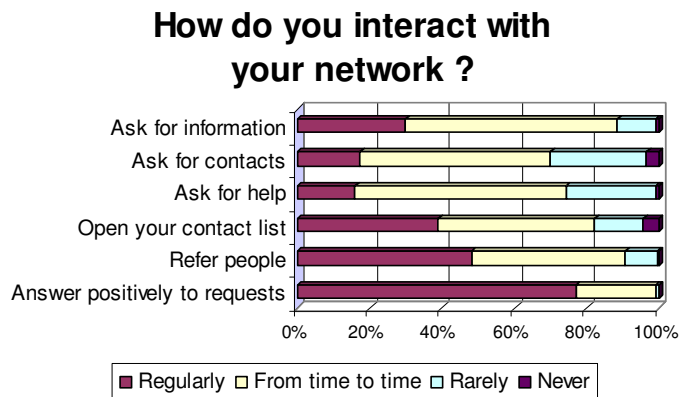
Comment interagissez-vous avec votre réseau ?

Les résultats de l'étude montrent que les femmes sont, en général, réactives dans leurs interactions, elles répondent aux demandes plus qu'elles n'en prennent l'initiative.

Voici quelques tendances intéressantes :

- Les femmes qui demandent régulièrement de l'aide sont toutes âgées de 27 à 32 ans ;
- Celles qui demandent régulièrement des contacts sont celles qui réseautent pour rencontrer de nouvelles personnes (à 90 %) et qui ont le plus de contacts (753 contre 663) ;
- Bien que les volumes soient trop faibles pour décrypter de véritables tendances, nous pouvons noter que celles qui 'n'ont jamais ouvert leurs listes de contacts' ont un volume de contacts plus faible (229 contre 663) et que ce sont les femmes travaillant en entreprise qui 'ne demandent jamais de contacts'.

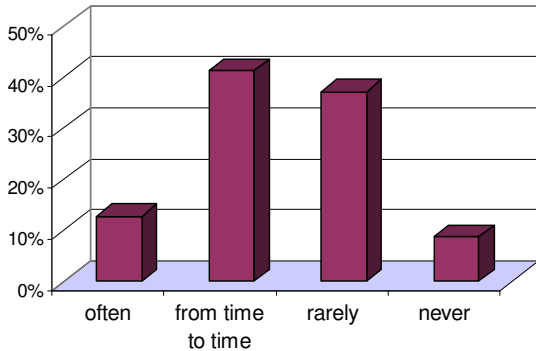
La plupart des femmes citées 'procurent des informations utiles et intéressantes à leurs contacts' comme autre forme d'interaction proactive ; certaines ont indiqué des possibilités telles que 'faire en sorte d'assister ensemble à des événements, 'organiser des événements' et 'se souvenir des anniversaires' comme moyens d'interaction.





Contactez-vous votre réseau d'amis/familial pour des raisons professionnelles ?

Do you get in touch with your friends/family for business reasons ?

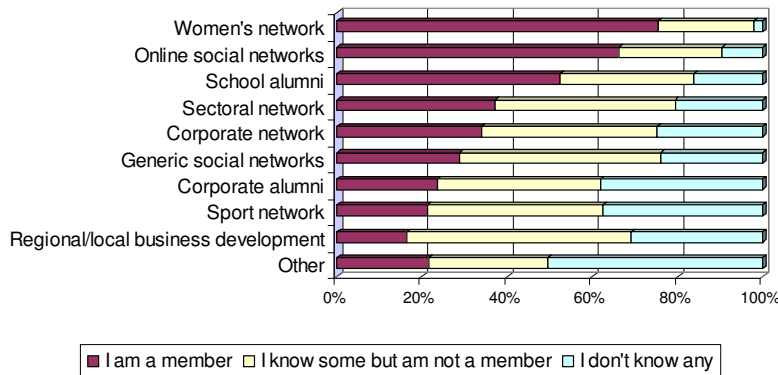


54 % des femmes contactent leurs amis ou leur famille pour des raisons professionnelles 'souvent' ou 'ponctuellement'.

Celles qui le font 'souvent' ne correspondent pas à un profil spécifique, tandis que les femmes qui ne font 'jamais' appel à leurs amis/famille pour des raisons professionnelles évoluent principalement dans l'entreprise (70 %).

Quel type de réseaux/clubs connaissez-vous ?

What kind of networks (clubs) do you know ? (for business/professional use)



Il est intéressant de noter que le clivage entre les raisons sociales/personnelles et les raisons professionnelles amenant à réseauter n'apparaît pas dans les réponses à ces questions ; en fait, les réseaux purement professionnels (sectoriels, professionnels/corporate, développement régional/d'entreprise) sont distribués de manière régulières dans les réponses.



De combien de clubs êtes-vous membre ?

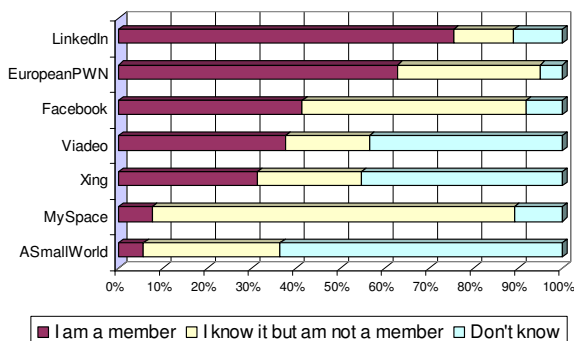
| Choix de réponse | Moyenne des réponses |
|------------------|----------------------|
| Membre actif | 2,15 |
| Membre passif | 1,98 |

Le nombre maximum d'adhésions est 10 en tant que membre active et 20 en tant que membre passive. Le total maximum d'adhésions est 23, dont 3 en tant que membre active et 20 en tant

que membre passive. Ces réponses extrêmes représentent une exception plutôt qu'une tendance. Il est encore plus rare que des femmes n'appartiennent à aucun club (seulement 6 %). Parmi celles ayant un statut de membre, 60 % déclarent une participation plutôt active que passive.

Connaissez-vous les réseaux en ligne suivants ?

Do you know the following online networks ?



Il est intéressant de noter que seulement 37 % des personnes interrogées ne sont pas membres d'EuropeanPWN.

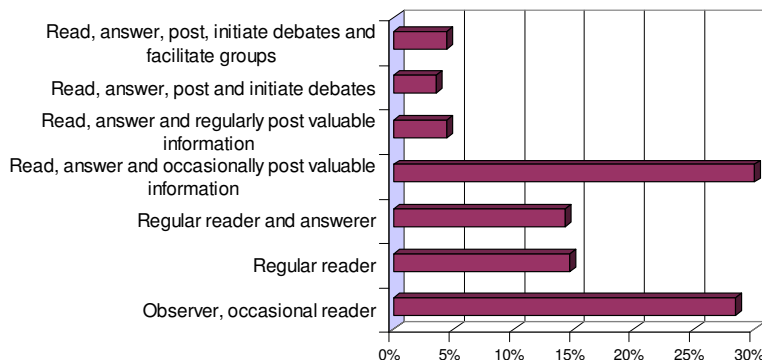
Autre découverte intéressante, LinkedIn est le réseau en ligne le plus utilisé. Dans la mesure où notre panel est véritablement d'envergure internationale, les réseaux plus spécialisés, tels que Viadeo en France et Xing en Allemagne, sont évidemment moins cités.

Quel rôle aimez-vous jouer

lorsque vous participez à un réseau en ligne ?

En général, les réponses aux questions relatives à l'engagement ou l'implication s'affichent sous la forme d'une distribution de Pareto régulière. Ce n'est pas le cas ici : nous pouvons constater un pic évident au milieu. La majorité des personnes interrogées ont répondu 'lire, répondre et poster occasionnellement des informations utiles', ce qui nous indique que les femmes préfèrent avoir un rôle actif intermédiaire plutôt qu'occuper une fonction de leader ou de facilitateur.

What role do you like to take when networking online ?





Ce que vous devez faire pour être une bonne réseauteuse...

Les bonnes pratiques citées ont été regroupées par catégories. La catégorie jugée la plus positive par les femmes est 'donner', ainsi que 'être ouverte et coopérative'. Il est intéressant de noter que 'donner' est accompagné de trois mentions différentes, toutes positives, selon les réponses: 'autant que', 'en premier' ou 'plus que (ou même sans) recevoir ou prendre'. Personne ne recommande de tirer le plus grand profit du réseautage en prenant d'abord (avant de donner) ou en donnant moins (que ce que vous recevez).

Il y a peu de divergences d'opinion sur le fait que les femmes définissent comme bonnes pratiques des comportements de réseau idéaux plutôt que la manière dont elles peuvent l'exploiter de manière optimale, suggérant une conception visionnaire plutôt qu'une démarche opportuniste.

Tandis que la plupart des catégories offrent des conseils comportementaux, deux d'entre elles 'être pragmatique' et 'être déterminée/concentrée' sont différentes des autres en ce sens qu'elles proposent des conseils fonctionnels et pratiques.

Le tableau ci-dessous résume les bonnes pratiques classées en 14 catégories, par volume d'occurrence (nous avons reçu 358 bonnes pratiques et 293 mauvaises pratiques). Certes, il existe d'autres moyens d'organiser les catégories, mais nous vous proposons la classification suivante.

| Bonnes pratiques de réseautage |
|---|
| Etre ouverte, coopérative , positive et diplomate, toujours répondre aux demandes, avoir une attitude gagnant-gagnant, aider lorsqu'on le peut même brièvement, répondre rapidement |
| Donner : donner des informations (conseil utile, avis, idées, bonnes pratiques, infos professionnelles, adresses), donner plutôt que de souhaiter seulement recevoir, déployer autant d'efforts que l'on espère que les autres en déploieront pour soi, donner avant de prendre, créer de la valeur pour les autres, équilibrer le fait de donner et de prendre, penser à l'autre avant de penser à soi-même, désirer ardemment partager ; ce que vous investissez dans le réseau vous est retourné, contacter les membres en cas de situation potentielle de gagnant-gagnant ; apprécier l'échange, partager votre connaissance et votre expérience |
| Etre proactive , contribuer, prendre des responsabilités, être active, penser à la valeur que vous pouvez apporter au réseau, participer, assister à des événements, être visible, participer régulièrement, être impliquée, proposer des thèmes et des discussions intéressantes, échanger en ligne, utiliser le forum (lire et répondre), investir du temps et de l'argent dans le réseautage, inspirer, rechercher de nouveaux contacts |
| Rencontrer des gens , s'informer sur les centres d'intérêt des autres personnes, faire preuve de qualités relationnelles et s'intéresser aux autres, être respectueuse, amicale, polie, sympathique, courtoise, patiente et tolérante, contacter et se présenter à de nouvelles personnes, faire attention et faire en sorte de se souvenir de leurs noms, rencontrer/contacter des personnes pas seulement dans le but de leur demander un service, parler avec des personnes de tous âges, encourager les bonnes idées, favoriser le soutien, essayer de connaître le comportement des autres sur le réseau |
| Ecouter , faire attention, essayer de se souvenir d'un commentaire pour pouvoir en discuter ultérieurement, être curieux, poser des questions, être disponible et ouverte aux nouvelles découvertes |
| Se donner du temps (années) , régulièrement, être cohérente et volontaire, ne pas attendre de rechercher un emploi pour le faire, persévérer, penser sur le long terme |
| Recommander des personnes , faire ou faciliter les présentations, ne lancer sur le réseau que des personnes que l'on connaît bien, accueillir les nouveaux venus, partager les contacts, classer les contacts pour future référence, faciliter l'interaction, mettre des personnes en contact |



European Professional Women's Network

| |
|--|
| Etre soi-même , être personnelle, raconter son histoire (vous ne savez jamais quel type de personnes elle peut intéresser), être honnête, ne pas être timide (personne ne peut vous aider si vous ne demandez pas), rester fidèle à soi-même, se sentir bien dans son corps, être sincère, ne pas hésiter à contacter des gens lorsqu'on en a besoin, penser à la manière dont vous aimeriez être approchée |
| Assurer le suivi après le premier contact, après une discussion, lorsqu'on vous donne un contact ou un conseil, remercier les gens, assurer le suivi même si vous n'avez 'besoin de rien', garder informées les personnes qui vous ont apporté leur aide |
| Etre pragmatique : savoir comme démarrer une conversation, avoir un argumentaire de 30 minutes, prendre l'initiative pour connaître quelqu'un, être claire et concise, être précise lorsqu'on vous demande une information, avoir des cartes de visite sur soi (leur conception doit être professionnelle), être prête, mettre à jour son profil, prendre immédiatement rendez-vous pour revoir un nouveau contact |
| Garder le contact , tenir régulièrement ses contacts informés de ce que l'on fait, demander des nouvelles, se souvenir des anniversaires, garder le contact activement ne serait-ce que par l'envoi d'un e-mail ou par un appel téléphonique, le réseautage fonctionne mieux avec des personnes que vous connaissez, conserver le lien |
| Etre déterminée et concentrée sur ses objectifs, choisir le réseau qui répond parfaitement à ses besoins, trouver des intérêts communs, collaborer intensément avec les 20 % qui ont un impact direct sur votre travail, réfléchir avant d'avoir des relations professionnelles avec ses connaissances du réseau, garder toujours ses objectifs en tête, être ambitieuse ; être sélective dans les événements d'entreprise auxquels l'on assiste, conserver le niveau de contacts approprié et créer de la valeur pour soi-même |
| Tenir ses promesses , être fiable |
| Etre discrète , garder pour soi les informations personnelles, respecter la vie privée des gens et préserver la confidentialité et les intérêts de ses contacts |

Ce que vous ne devez pas faire - ce que vous devez éviter lorsque vous réseautez ?

La plupart des mauvaises pratiques sont à l'inverse des bonnes, décrivant la démarche opposée ou limitant ces bonnes pratiques ; néanmoins d'autres réponses jettent un éclairage différent et enrichissent la réflexion, comme vous pouvez le voir dans le résumé ci-dessous.

| |
|---|
| Mauvaises pratiques de réseautage |
| Faire perdre du temps aux gens , envoyer des messages indésirables, ennuyer les gens, insister lourdement, saturer le réseau d'e-mails, envoyer des e-mails en masse, transmettre des informations inutiles, rapporter trop d'informations déjà publiques, bavarder en ligne sur les réseaux professionnels, être superficielle, menus propos, clichés, conversations inutiles, donner trop de priorités à l'aspect social du réseau, polluer le réseau d'informations inutiles, faire durer inutilement les conversations, parler trop longtemps, réseauter trop loin de votre recherche, assister à des événements de réseau qui ne vous concernent pas, être lèche-botte, étroite d'esprit et prétentieuse, lancer des débats stériles, ne pas regarder les gens en leur parlant, amplifier les rumeurs, être stéréotypée, faire des commérages, être cynique, être moralisatrice |
| Penser seulement à ses propres avantages , parler trop de soi/de sa propre activité, pour sa seule ambition personnelle ; ne participer que lorsqu'on a besoin de quelque chose, seulement pour accéder à un poste, être dépendante, soumise, donner une image de soi négative, avoir une attitude pessimiste, manquer de confiance en soi, ne pas répondre aux questions et ne pas être à l'écoute des autres ; ne pas donner, user et abuser, demander toujours sans jamais donner, demander seulement, ne pas répondre/ignorer les questions ou les demandes, ne prendre en considération que les personnes dont vous pouvez tirer profit, être égoïste |
| Avoir des mauvaises manières , être grossière, arrogante, négative, ne pas remercier, être intransigente, couper la parole dans un groupe, avoir des préjugés, discuter religion et politique, ne pas respecter l'opinion des gens, penser que son statut professionnel se prolonge dans le réseau, manquer de goût pour s'habiller, être trop familière, poster des informations personnelles embarrassantes sur Facebook/MySpace (les agences de recrutement consultent ces sites !), donner un conseil non sollicité, arriver en retard ou poser un lapin, ne pas respecter la Netiquette |



European Professional Women's Network

| |
|--|
| Utiliser des méthodes agressives , pousser ses services, se contenter de vendre, essayer de vendre ses propres produits et services surtout au premier contact, faire de la publicité pour son entreprise personnelle, être agressive au niveau commercial, pousser le business, faire des allusions à l'utilité d'une personne pour soi-même, abuser de ses contacts pour promouvoir son activité, harceler d'autres membres |
| Avoir une attitude passive , être une observatrice passive, attendre que les gens vous contactent, être timide, avoir peur de partager des informations, ne pas boire d'alcool, parler pour ne rien dire, être crédule, se contenter de faire un commentaire pour prouver sa présence, rester silencieuse lorsque les autres s'arrêtent de parler, rester avec la même personne, ne jamais participer aux événements, laisser quelqu'un dominer la conversation |
| S'attendre à recevoir immédiatement , rechercher un retour sur investissement à court terme, essayer trop, attendre trop, avoir de trop grandes attentes trop rapidement ; lire trop rapidement, éviter de passer du temps (être trop sûre de soi), passer son temps à basculer d'un site à un autre, être trop pressée, ne pas prendre le temps, être stressée, envoyer un CV au premier contact, faire du démarchage, être impatiente et ne pas écouter, s'attendre à un retour direct de ce que vous donnez |
| Devenir une collectionneuse de contacts qui ne connaît même pas ses contacts ; ajouter tous les noms que vous croisez comme contacts dans LinkedIn, essayer de rencontrer autant de personnes que possible sans aucune discussion réelle, ajouter des contacts pour la simple raison d'en avoir plus, échanger des cartes visites sans motif clairement défini, distribuer beaucoup de cartes sans prendre la peine de savoir qui sont les destinataires, collectionner les cartes de visite, donner sa carte sans demander celle de l'autre personne |
| Limiter son réseau à un profil spécifique de contacts, pratiquer la discrimination, éviter le contact, cacher des contacts, être paranoïaque, imaginer des attaques personnelles, être plus intéressée par le pouvoir que par la personne elle-même, ne pas tolérer différentes personnalités/cercles |
| Demander des services déraisonnables aux gens, demander une référence professionnelle à des personnes que l'on vient de rencontrer, demander un emploi sans avoir même discuté auparavant, être offensé lorsque les gens ne s'intéressent pas à soi, demander des références si l'on ne peut expliquer quelles sont ses intentions vis-à-vis du contact |
| Faire des promesses imprudentes , ne pas tenir ses promesses, promettre de l'aide et ne pas la donner, dire que l'on reste en contact alors que l'on n'en a pas l'intention, ne pas tenir ses promesses, s'engager si l'on ne peut pas suivre |
| Partager trop librement les informations des contacts personnels , communiquer des destinataires, ne pas filtrer les demandes avant l'ouverture de sa liste de contacts, divulguer des informations confidentielles, transformer un contact en contact unique, donner des informations sur ses contacts sans leur demander préalablement, ne pas respecter la confidentialité |
| Donner une image erronée de soi , ne pas donner son CV, fournir des informations fausses, ne pas être sincère, mentir, ne pas mettre à jour ses données personnelles |
| Négliger le suivi , attendre trop longtemps pour rencontrer à nouveau la personne, oublier d'informer la personne qui vous recommande à une autre, ne pas garder informées les personnes qui vous donnent des conseils, ignorer les gens pendant de longues périodes |

Avez-vous modifié votre façon d'être pour réseauter et de quelle manière ?

La vaste majorité des personnes interrogées (96 %) ont répondu qu'en comprenant l'importance du réseau elles avaient évolué ou qu'elles étaient dans un processus d'évolution, en devenant plus actives, sélectives, organisées et détendues avec l'âge et l'expérience, en adoptant des outils web et en apprenant différentes manières de réseauter selon les pays (compréhension des différentes méthodes utilisées pour réseauter dans le monde). Beaucoup écrivent qu'elles ont évolué en découvrant et en adoptant les bonnes pratiques indiquées dans les réponses précédentes.



Que vous manque-t-il dans les clubs/réseaux/organisations auxquels vous appartenez ?

La plupart des femmes déclarent qu'elles aimeraient avoir plus de temps à consacrer aux réseaux, quelle que soit l'organisation à laquelle elles appartiennent. Les autres réponses sont variables, mais certains sujets sont cités plusieurs fois :

- des rencontres physiques avec les personnes (Internet ne suffit vraiment pas), des « chapitres locaux »
- de l'innovation, de nouveaux événements, de nouveaux thèmes
- un membre du conseil pour présenter les nouvelles venues
- des événements gratuits
- des groupes spécialisés (jeunes professionnelles, consultantes, ...)

Quelques femmes comparent les réseaux mixtes aux réseaux exclusivement féminins, avec leurs avantages et leurs inconvénients, mais nous ne disposons pas d'informations suffisantes pour en tirer des conclusions.

Avez-vous des anecdotes intéressantes qui nous aident à comprendre la manière dont vous utilisez le réseau ?

Nous avons reçu 55 témoignages et commentaires. Un certain nombre relataient comment EuropeanPWN avait permis à des femmes de changer de job, trouver des partenaires ou des entrepreneurs pour créer une entreprise et se faire des amies pour toujours. Voici quelques extraits de choix :

'Parfois le contact le plus inattendu devient la source la plus riche d'apprentissage et d'évolution'.

'Il y a treize ans, j'ai créé pour les femmes évoluant dans les nouveaux médias un réseau qui fonctionne encore très bien aujourd'hui. Il y a quelques mois, une jeune femme du groupe a créé un réseau dérivé et l'a lancé avec une conférence Web d'une journée réunissant plus de 600 femmes du monde entier pour écouter des intervenantes fabuleuses et inspirées. J'avais prévu de participer virtuellement et j'étais très fière de la femme à l'origine du projet et de l'équipe qui l'accompagnait dans cette aventure. Elles avaient compris la nécessité et saisi l'occasion de mêler intérêts personnels et professionnels tout en présentant quelques technologies Internet révolutionnaires.

Au point du jour, le jour de la conférence, je lui envoyé un message avec quelques mots d'encouragement. Elle m'a répondu immédiatement, heureuse que quelqu'un se rende compte du travail qu'elle avait fourni pour réaliser ce projet et de l'ampleur de la mise en œuvre de cette initiative. Résultat : je suis doublement impressionnée, car non seulement elle a réussi à planifier et à organiser cet événement, extraordinaire, mais elle a pris le temps de me remercier pendant cette matinée particulièrement mouvementée. De son côté, elle est également impressionnée qu'une 'ancienne' comme moi regarde avec autant de bienveillance les jeunes femmes qui assurent la relève et viennent les féliciter.

J'ai vu beaucoup de personnes négliger ce type de feedback qui ne prend qu'une minute mais qui a un impact réel sur le destinataire. Le contact personnel et la reconnaissance personnelle (ainsi que le respect de sa parole) sont les piliers permettant de créer un réseau digne de ce nom. Il ne faut vraiment pas penser



European Professional Women's Network

en termes du nombre de groupes auxquels vous appartenez ou à la quantité de cartes de visite que vous récoltez. A moins de personnaliser votre rencontre de manière à ce que votre contact ait envie de vous connaître, vous n'êtes qu'une entrée de plus dans sa page LinkedIn'.

'Hier, à l'occasion d'un dîner de réseautage, je me suis après assise à côté d'un homme, un cadre supérieur, qui semblait beaucoup plus intéressé par sa discussion avec d'autres messieurs assis face à lui, du côté opposé à moi. J'ai donc pensé que notre relation se limiterait probablement à un « Bonjour ». Son attitude s'est transformée lorsque nous avons échangé plusieurs commentaires sur les plats (il s'agissait d'une dégustation) et sur nos préférences alimentaires. Ainsi, j'ai pu en savoir plus sur son entreprise et sur ces idées sur le marché. :)'

'J'arbore toujours un sourire amical en direction des gens que je côtoie. Lors de voyages/dans l'avion, j'ai ainsi pu rencontrer des personnes intéressantes (des femmes en majorité) dont certaines occupaient des postes à très hautes responsabilités - vice-présidentes et cadres supérieurs - ce que je ne découvrais qu'à l'atterrissage de l'avion au moment d'échanger nos cartes de visite. Nos conversations étaient drôles et nous parlions et rions de toutes sortes de sujets (les voyages, les hommes au travail, les enfants, les animaux de compagnie et les pays à visiter et où il fait bon vivre) sans jamais aborder de questions professionnelles. Il me semble que c'est la manière optimale pour commencer une relation de réseau.'

'J'ai obtenu mon dernier emploi de manière totalement inattendue : il est venu via Londres (je suis basée à Paris) grâce à une femme britannique que j'ai rencontré trois fois à l'occasion d'un cocktail de réseautage général organisé à Toulouse.'

'Depuis que je suis membre de Facebook et que j'ai découvert que c'était un projet pour mon entreprise, je prends maintenant le temps de lire des articles sur le réseautage social lui-même.'

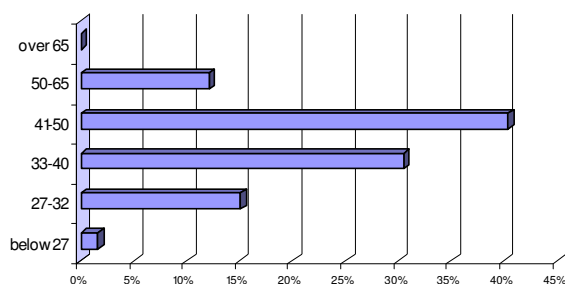


Profil des personnes interrogées

L'étude a été réalisée en anglais de mars à mai 2008. Elle a été rendue publique dans le bulletin d'EuropeanPWN et sur la plate-forme exclusivement réservée aux membres, ainsi qu'au travers de divers autres réseaux tels que Xing et Expatica. Nous avons reçu 310 réponses (304 femmes et six hommes). La faible participation des hommes n'a pas permis de tirer des conclusions de leurs réponses. Nous les avons donc exclus de l'analyse.

Démographie

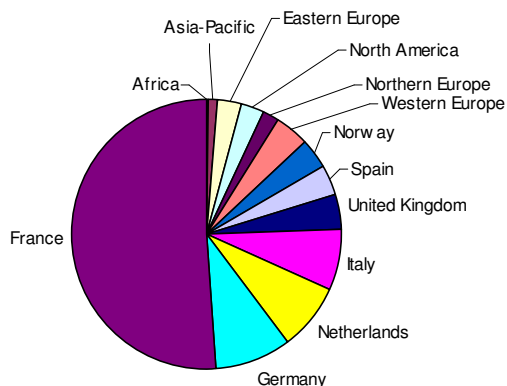
304 respondents - average age: 41



Les personnes interrogées étaient en moyenne âgées de 41 ans ; la fourchette d'âge ayant recueilli le plus grand nombre de réponses (40 %) est celle des 41-50 ans, ce qui laisse à penser que c'est à cette période de leur vie que les femmes utilisent le plus le réseau, d'où leur intérêt pour répondre à cette enquête.

La plupart des réponses émanent des Françaises (155 personnes, soit 55 %), ce qui n'est pas étonnant vu que c'est à Paris

Half of respondents live in France, followed by Germany, the Netherlands, Italy, UK Spain and Norway



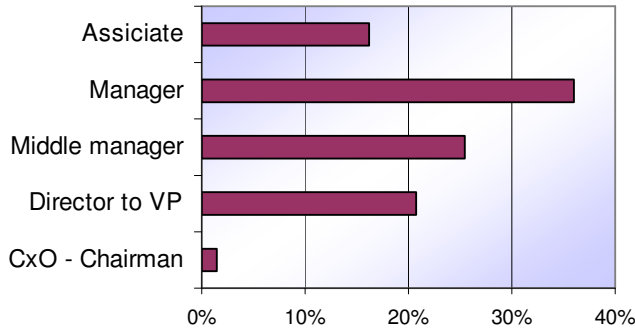
que résident la majorité de nos membres. Le volume des réponses venant d'Allemagne (28 personnes) est une surprise agréable puisque nos Chapitres allemands viennent tout juste de démarrer. Nous mettons cette participation sur le compte des annonces sur l'enquête que nous avons publiées sur Xing. Les autres pays comptant le plus de 20 réponses sont les Pays-Bas (25) et l'Italie (22). Au total, 25 pays sont représentés.

De toutes les personnes interrogées, 123 (39 %) sont des expatriées, la plupart d'Amérique du Nord (29 %), suivie par l'Europe de l'Ouest (25 %) et l'Europe du Nord (22 %). Les participantes hollandaises comprennent 69 %

d'expatriés, suivis des Italiennes (55 %), des Allemandes (36 %), puis des Françaises (34 %). Les expatriées viennent de 32 pays différents au total.



Corporate respondents are mainly managers



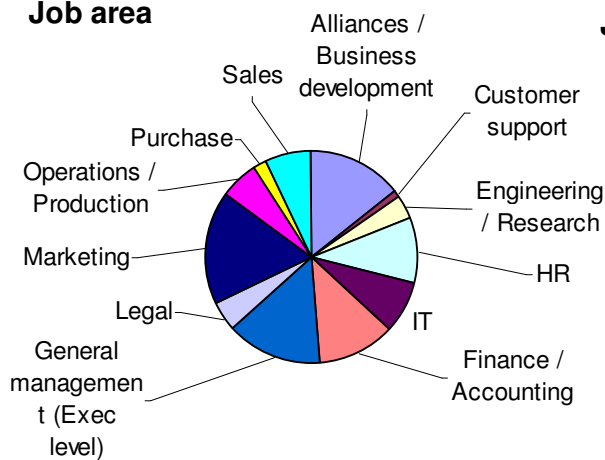
Catégorie socio-professionnelle

Pour ce qui concerne la catégorie socio-professionnelle des personnes interrogées, 66 % sont des salariés (aussi désignés par l'expression **travaillant en entreprise** dans l'analyse) ; 34 % sont des professions libérales, 14 % des chefs d'entreprise et 4 % des indépendants. Nous les avons désignés dans l'analyse sous le terme **n'appartenant pas à l'entreprise** ou non-salariés. Les 4 % restants sont sans emploi.

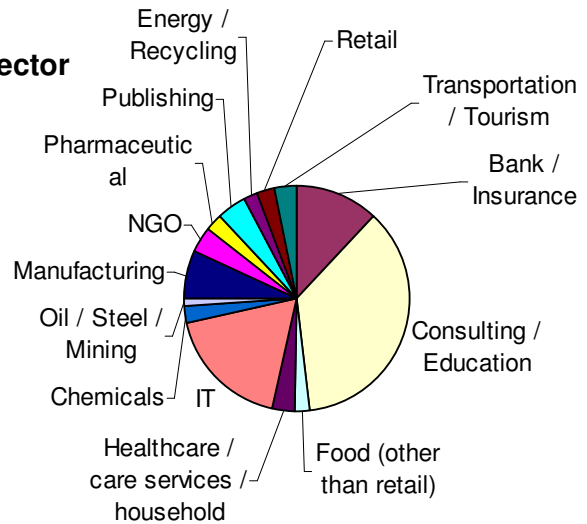
La plupart des participantes **travaillant en entreprise** occupent des postes de management, ce qui s'inscrit dans la logique, étant donné leur âge et leur expérience professionnelle moyenne estimée de 15 ans.

Les domaines professionnels sont répartis de manière égale, comme décrit sur les graphiques ci-dessous. La majorité des participantes appartiennent aux secteurs suivants : conseil/formation, technologie de l'information et banque/assurance.

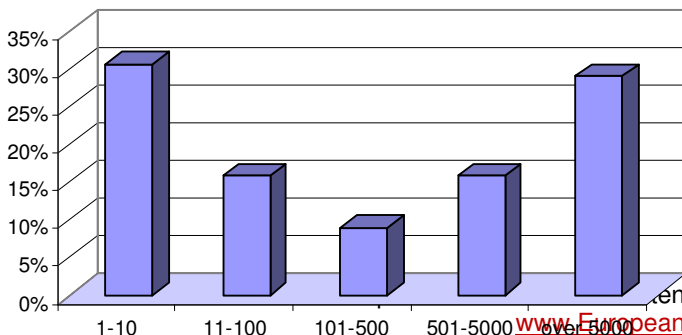
Job area



Job sector



Enterprise size



La répartition de la taille des entreprises est en corrélation avec la répartition des fonctions (31 % appartiennent à des entreprises de 1-10 salariés, dans la logique des 34 % des participants **n'appartenant pas à l'entreprise**).



A propos de...

...l'analyste



Cécile Demailly est Vice Présidente Think Tank Communities d'EuropeanPWN. Elle a travaillé chez IBM, AT&T Business et Général Electric, et a récemment fondé la société de conseil Early Strategies. Elle a rejoint EuropeanPWN en 2003 et s'est rapidement impliquée dans le bureau de Paris puis de la fédération; en Janvier 2007, elle a lancé l'initiative des "Think Tank Groups", des groupes de réflexion européens sur les carrières féminines.

Française, mère de trois enfants, est diplômée de l'Institut Supérieur de Gestion, et suit actuellement l'Executive Master Consulting & Coaching for Change d'HEC-Oxford Saïd.

...le réseau EuropeanPWN

EuropeanPWN a pour mission de créer une plate-forme paneuropéenne qui s'efforce de promouvoir l'évolution professionnelle, le pouvoir et l'impact des femmes. Ce réseau européen de premier plan qui regroupe des femmes menant des carrières internationales, organise annuellement plus de 500 événements dans 17 grandes villes européennes : Amsterdam, Barcelone, Berlin, Bruxelles, Copenhague, Düsseldorf, Frankfort, Genève, Londres, Lyon, Madrid, Milan, Nice, Oslo, Paris, Stockholm et Vienne. Plus de 3 500 membres de 90 nationalités sont connectés aux communautés Think Tank, via une plate-forme Internet à la pointe de la technologie. EuropeanPWN a publié huit livres dans sa série Women@Work sur des thèmes tels que les *Bonnes pratiques dans les programmes sur la diversité de l'entreprise*, le *Mentoring* et les *Femmes dans les Conseils d'Administration*. Les principaux partenaires commerciaux d'EuropeanPWN sont Deloitte et Orange, ainsi qu'IBM, Sodexo, Coca-Cola, Aon, Alcatel-Lucent, Cisco, Mexx et Mercer.

Pour en savoir plus sur le réseau, sur ses communautés Think Tank et sur les prochaines publications, consultez www.EuropeanPWN.net.