



Les artisans et la relation client

Mai 2021

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR
member

BigMat
Matériaux et conseils pour vivre mieux

Frédéric Micheau

Directeur général adjoint

Directeur des études d'opinion

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **505 entreprises artisanales** issues d'un échantillon de 543 entreprises, représentatif des entreprises du secteur de la construction comptant moins de 10 salariés.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de région d'implantation et de taille d'entreprise.



L'échantillon a été interrogé par **téléphone sur système CATI** (Computer Assisted Telephone Interview).



Les interviews ont été réalisées du **26 avril au 14 mai 2021**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,9 à 4,4 points au plus pour 500 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour BigMat »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des personnes interrogées



Fonction dans l'entreprise

	%
Dirigeant de l'entreprise	91%
Une autre fonction	9%



Sexe

	%
Homme	89%
Femme	11%



Age

	%
Moins de 35 ans	4%
35 à 44 ans	22%
45 à 54 ans	39%
Plus de 54 ans	35%



Taille d'entreprise

	%
0 salarié	58%
1 à 9 salariés	42%



Région

	%
Ile-de-France	18%
Nord ouest	19%
Nord est	17%
Sud ouest	13%
Sud est	33%



LES RÉSULTATS

01



**La stratégie commerciale
des artisans du bâtiment**



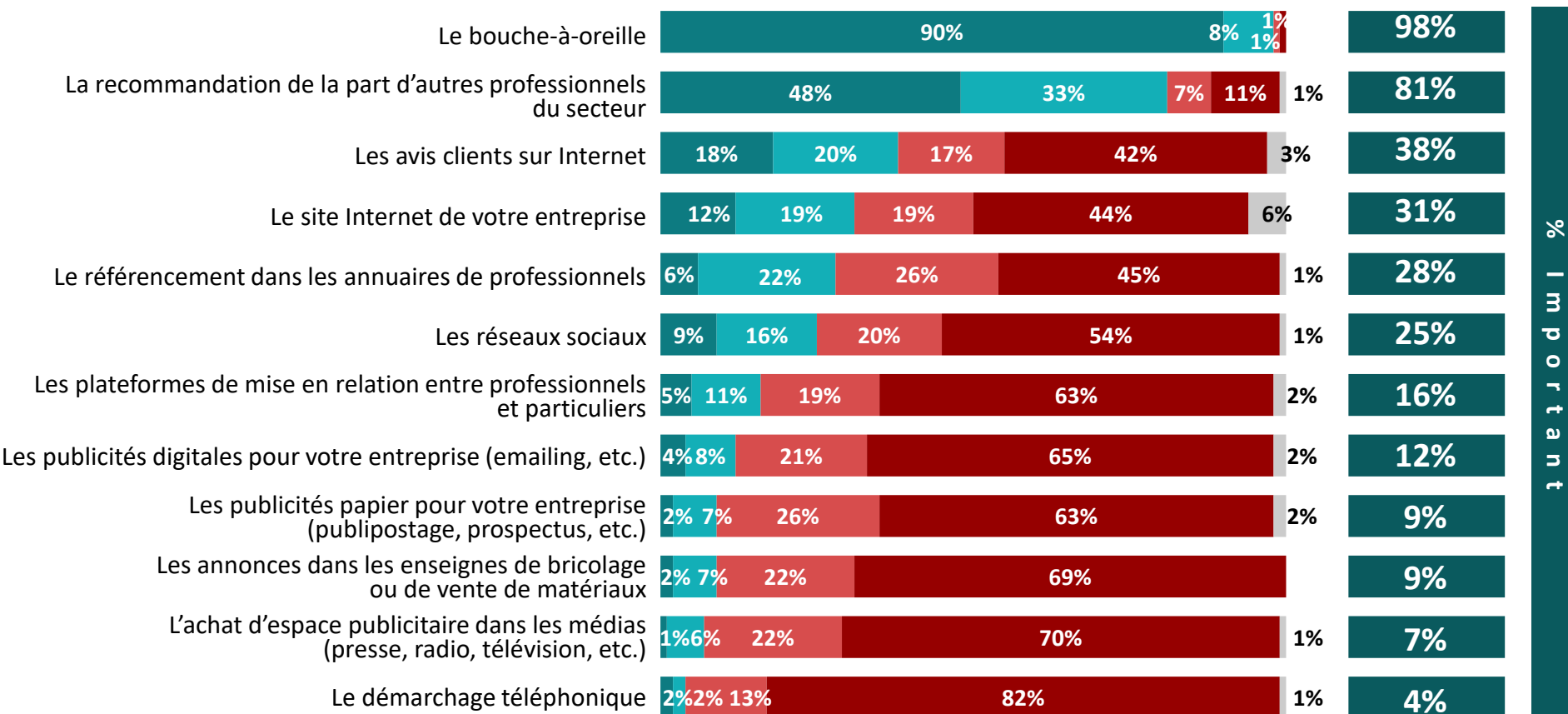
L'importance des outils de communication pour le développement de l'activité des entreprises

Q. Chacun des outils de communication suivant est-il important ou pas pour développer l'activité de votre entreprise ?



505

personnes



■ Très important
 ■ Assez important
 ■ Peu important
 ■ Pas du tout important
 ■ NSP



L'importance des outils de communication pour le développement de l'activité des entreprises

Q. Chacun des outils de communication suivant est-il important ou pas pour développer l'activité de votre entreprise ?



	% Important	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
Le bouche-à-oreille	98%	99%	99%	100%	97%	98%	98%	98%	100%	97%
La recommandation de la part d'autres professionnels du secteur	81%	76%	85%	74%	89%	82%	78%	85%	81%	81%
Les avis clients sur Internet	38%	48%	35%	47%	31%	31%	36%	40%	53%	26%
Le site Internet de votre entreprise	31%	41%	26%	35%	31%	26%	26%	39%	44%	22%
Le référencement dans les annuaires de professionnels	28%	36%	20%	29%	33%	29%	29%	28%	35%	25%
Les réseaux sociaux	25%	30%	18%	40%	17%	21%	23%	28%	32%	19%
Les plateformes de mise en relation entre professionnels et particuliers	16%	20%	18%	11%	18%	15%	15%	18%	21%	13%
Les publicités digitales pour votre entreprise (emailing, etc.)	12%	21%	12%	8%	9%	10%	11%	14%	18%	7%
Les publicités papier pour votre entreprise (publipostage, prospectus, etc.)	9%	7%	11%	15%	6%	7%	8%	11%	13%	6%
Les annonces dans les enseignes de bricolage ou de vente de matériaux	9%	11%	8%	8%	14%	6%	9%	8%	13%	5%
L'achat d'espace publicitaire dans les médias (presse, radio, télévision, etc.)	7%	11%	7%	7%	7%	4%	7%	7%	9%	4%
Le démarchage téléphonique	4%	6%	1%	4%	6%	3%	4%	4%	5%	4%



L'importance des outils de communication pour le développement de l'activité des entreprises

Q. Chacun des outils de communication suivant est-il important ou pas pour développer l'activité de votre entreprise ?



	% Important	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Le bouche-à-oreille	98%	98%	100%	100%	98%
La recommandation de la part d'autres professionnels du secteur	81%	81%	82%	86%	79%
Les avis clients sur Internet	38%	36%	48%	40%	36%
Le site Internet de votre entreprise	31%	29%	50%	28%	32%
Le référencement dans les annuaires de professionnels	28%	28%	31%	28%	29%
Les réseaux sociaux	25%	24%	31%	35%	21%
Les plateformes de mise en relation entre professionnels et particuliers	16%	16%	17%	18%	16%
Les publicités digitales pour votre entreprise (emailing, etc.)	12%	12%	15%	11%	13%
Les annonces dans les enseignes de bricolage ou de vente de matériaux	9%	8%	16%	7%	9%
Les publicités papier pour votre entreprise (publipostage, prospectus, etc.)	9%	8%	17%	11%	8%
L'achat d'espace publicitaire dans les médias (presse, radio, télévision, etc.)	7%	6%	9%	5%	7%
Le démarchage téléphonique	4%	4%	2%	2%	4%



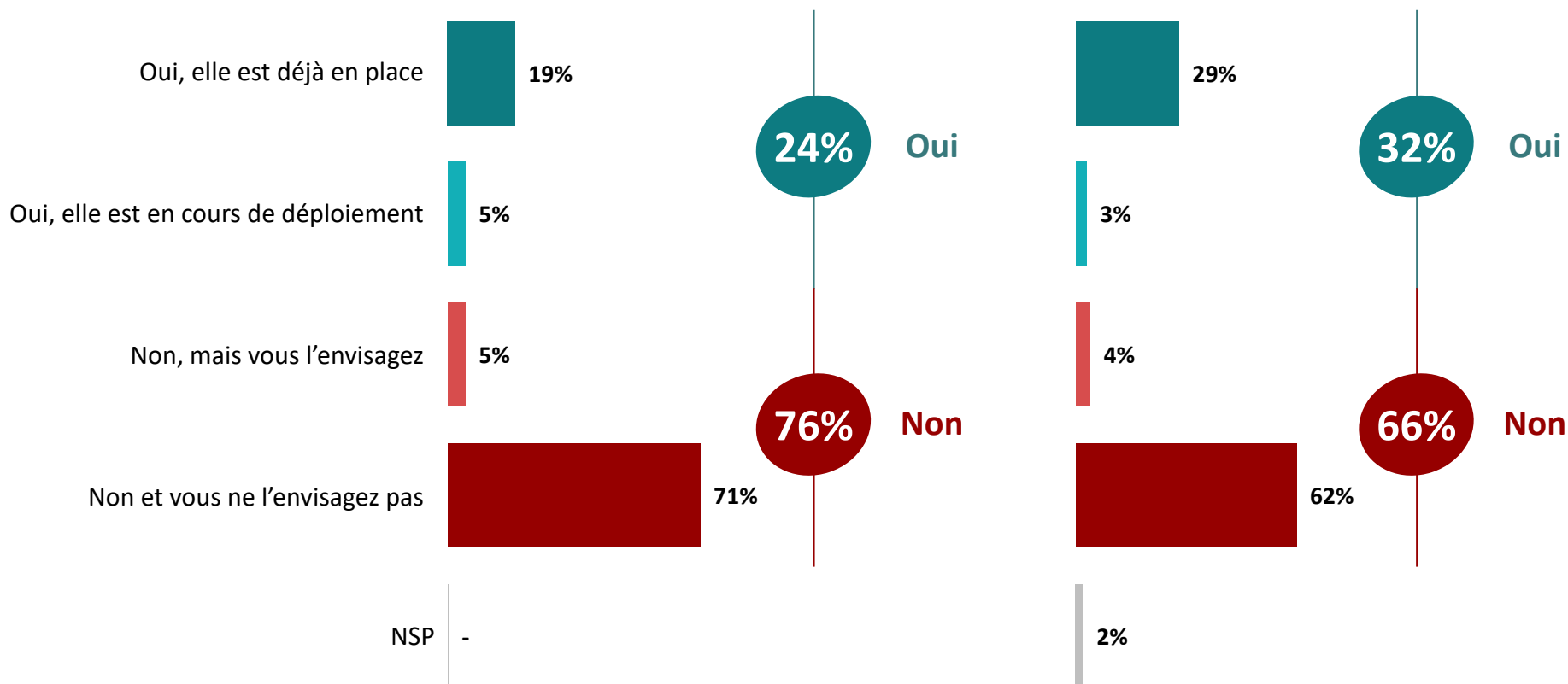
La mise en place de stratégies dans l'entreprise

Q. Avez-vous mis en place dans votre entreprise une stratégie pour... ?



Attirer des clients

Fidéliser vos clients





La mise en place de stratégies dans l'entreprise

Q. Avez-vous mis en place dans votre entreprise une stratégie pour... ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés

Attirer des clients

Sous-total Oui	24%	31%	21%	30%	16%	21%	22%	26%
<i>Oui, elle est déjà en place</i>	19%	23%	18%	24%	12%	18%	19%	18%
<i>Oui, elle est en cours de déploiement</i>	5%	8%	3%	6%	4%	3%	3%	8%
Sous-total Non	76%	69%	78%	70%	82%	79%	77%	74%
<i>Non, mais vous l'envisagez</i>	5%	7%	4%	7%	3%	4%	5%	4%
<i>Non et vous ne l'envisagez pas</i>	71%	62%	74%	63%	79%	75%	72%	70%

Fidéliser vos clients

Sous-total Oui	32%	35%	29%	32%	24%	37%	34%	32%
<i>Oui, elle est déjà en place</i>	29%	31%	24%	31%	24%	33%	30%	29%
<i>Oui, elle est en cours de déploiement</i>	3%	4%	5%	1%	-	4%	4%	3%
Sous-total Non	66%	60%	70%	67%	75%	62%	65%	65%
<i>Non, mais vous l'envisagez</i>	4%	6%	4%	4%	5%	1%	3%	3%
<i>Non et vous ne l'envisagez pas</i>	62%	54%	66%	63%	70%	61%	62%	62%



La mise en place de stratégies dans l'entreprise

Q. Avez-vous mis en place dans votre entreprise une stratégie pour... ?

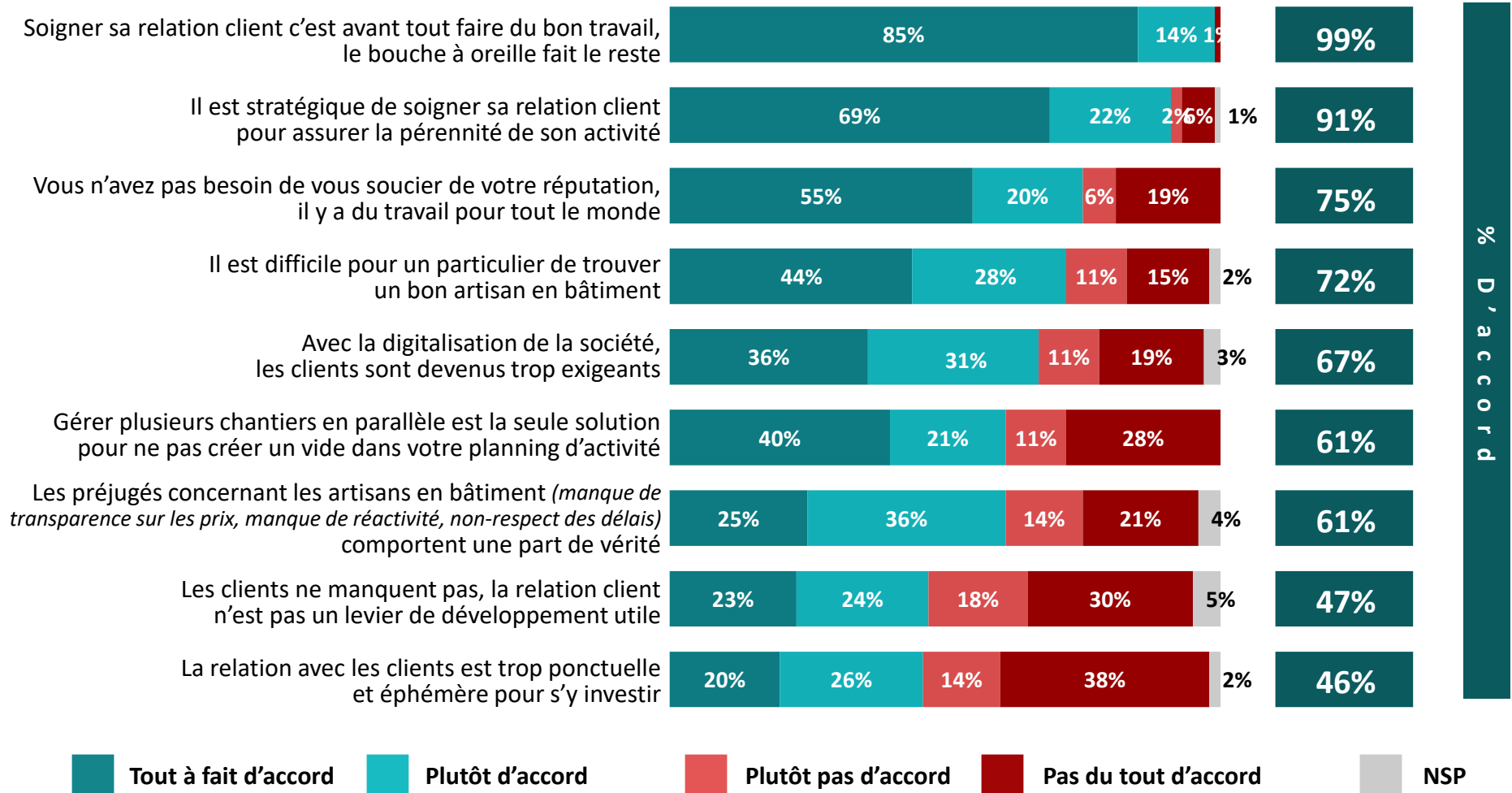


	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Attirer des clients					
Sous-total Oui	24%	23%	35%	29%	21%
<i>Oui, elle est déjà en place</i>	19%	19%	21%	23%	17%
<i>Oui, elle est en cours de déploiement</i>	5%	4%	14%	6%	4%
Sous-total Non	76%	77%	65%	71%	78%
<i>Non, mais vous l'envisagez</i>	5%	4%	5%	4%	5%
<i>Non et vous ne l'envisagez pas</i>	71%	73%	60%	67%	73%
Fidéliser vos clients					
Sous-total Oui	32%	31%	41%	31%	33%
<i>Oui, elle est déjà en place</i>	29%	29%	31%	29%	29%
<i>Oui, elle est en cours de déploiement</i>	3%	2%	10%	2%	4%
Sous-total Non	66%	67%	56%	67%	65%
<i>Non, mais vous l'envisagez</i>	4%	4%	-	3%	4%
<i>Non et vous ne l'envisagez pas</i>	62%	63%	56%	64%	61%



Les opinions relatives aux artisans du secteur de la construction

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les artisans du secteur de la construction ?



% D'accord

Tout à fait d'accord
 Plutôt d'accord
 Plutôt pas d'accord
 Pas du tout d'accord
 NSP



Les opinions relatives aux artisans du secteur de la construction

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les artisans du secteur de la construction ?



	% D'accord	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
Soigner sa relation client c'est avant tout faire du bon travail, le bouche à oreille fait le reste	99%	97%	100%	98%	97%	100%	99%	98%	99%	99%
Il est stratégique de soigner sa relation client pour assurer la pérennité de son activité	91%	92%	91%	93%	87%	90%	88%	94%	93%	89%
Vous n'avez pas besoin de vous soucier de votre réputation, il y a du travail pour tout le monde	75%	68%	72%	77%	76%	77%	75%	74%	69%	78%
Il est difficile pour un particulier de trouver un bon artisan en bâtiment	72%	83%	62%	75%	72%	69%	72%	70%	71%	71%
Avec la digitalisation de la société, les clients sont devenus trop exigeants	67%	66%	69%	74%	70%	61%	61%	76%	63%	69%
Gérer plusieurs chantiers en parallèle est la seule solution pour ne pas créer un vide dans votre planning d'activité	61%	53%	62%	58%	66%	64%	54%	72%	62%	60%
Les préjugés concernant les artisans en bâtiment (manque de transparence sur les prix, ...) comportent une part de vérité	61%	61%	57%	66%	66%	60%	61%	61%	62%	60%
Les clients ne manquent pas, la relation client n'est pas un levier de développement utile	47%	48%	52%	50%	46%	43%	47%	47%	41%	51%
La relation avec les clients est trop ponctuelle et éphémère pour s'y investir	46%	48%	40%	41%	57%	46%	44%	50%	39%	51%



Les opinions relatives aux artisans du secteur de la construction

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les artisans du secteur de la construction ?



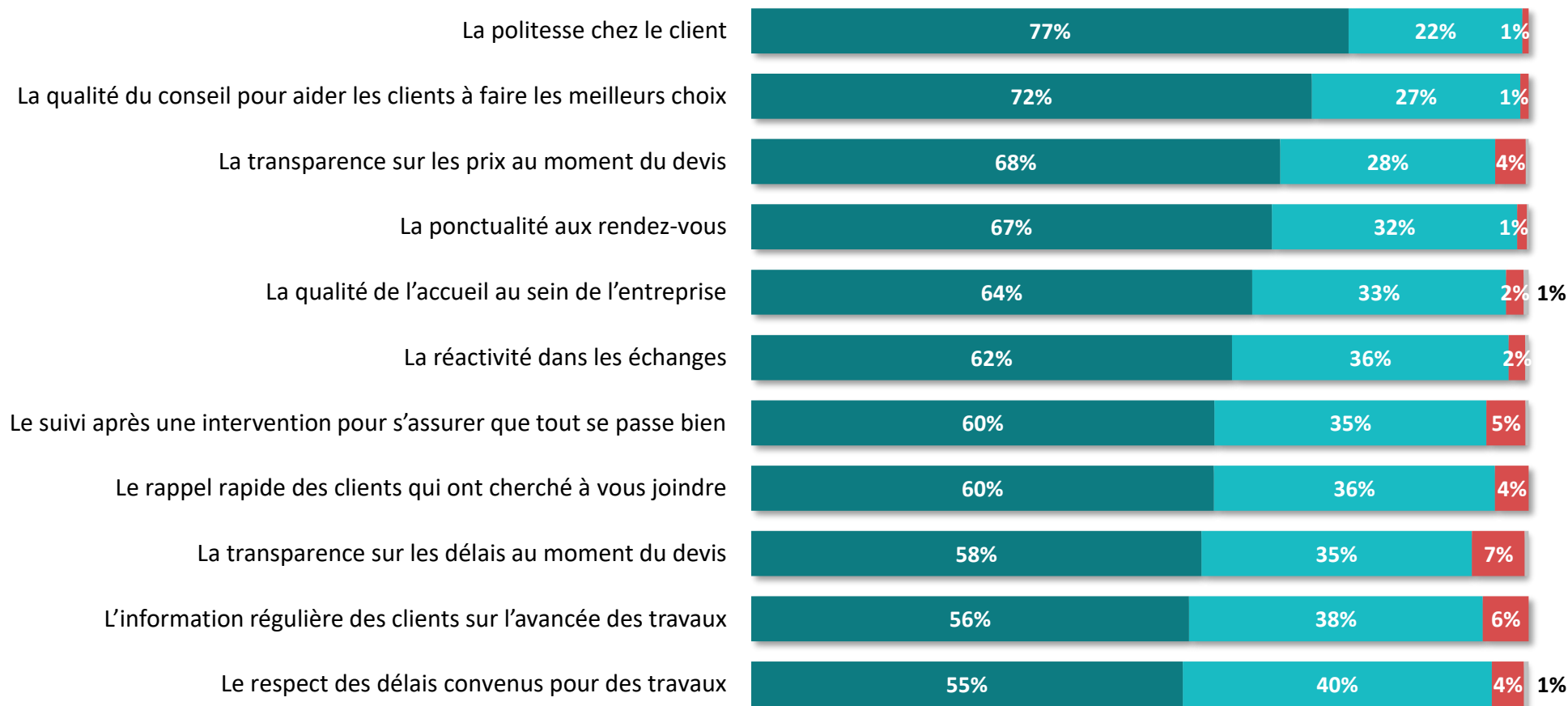
	% D'accord	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Soigner sa relation client c'est avant tout faire du bon travail, le bouche à oreille fait le reste	99%	99%	100%	99%	98%
Il est stratégique de soigner sa relation client pour assurer la pérennité de son activité	91%	90%	91%	93%	90%
Vous n'avez pas besoin de vous soucier de votre réputation, il y a du travail pour tout le monde	75%	75%	70%	66%	77%
Il est difficile pour un particulier de trouver un bon artisan en bâtiment	72%	70%	83%	69%	72%
Avec la digitalisation de la société, les clients sont devenus trop exigeants	67%	69%	48%	69%	66%
Gérer plusieurs chantiers en parallèle est la seule solution pour ne pas créer un vide dans votre planning d'activité	61%	62%	52%	63%	60%
Les préjugés concernant les artisans en bâtiment (manque de transparence sur les prix, ...) comportent une part de vérité	61%	63%	42%	63%	60%
Les clients ne manquent pas, la relation client n'est pas un levier de développement utile	47%	49%	36%	48%	47%
La relation avec les clients est trop ponctuelle et éphémère pour s'y investir	46%	49%	26%	43%	47%



L'importance des différents éléments de la relation client



Q. Diriez-vous que chacun des aspects suivants est un élément essentiel, important ou secondaire de la relation client dans votre métier ?



Essentiel

Important, mais pas essentiel

Secondaire

NSP



L'importance des différents éléments de la relation client

Q. Diriez-vous que chacun des aspects suivants est un élément essentiel, important ou secondaire de la relation client dans votre métier ?



	% Essentiel	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
La politesse chez le client	77%	81%	71%	75%	72%	81%	76%	78%	79%	75%
La qualité du conseil pour aider les clients à faire les meilleurs choix	72%	75%	73%	73%	67%	72%	71%	74%	74%	71%
La transparence sur les prix au moment du devis	68%	72%	71%	63%	64%	68%	68%	68%	67%	68%
La ponctualité aux rendez-vous	67%	68%	62%	69%	66%	68%	68%	66%	67%	67%
La qualité de l'accueil au sein de l'entreprise	64%	57%	68%	66%	59%	68%	63%	67%	65%	64%
La réactivité dans les échanges	62%	57%	57%	64%	56%	68%	61%	63%	65%	59%
Le suivi après une intervention pour s'assurer que tout se passe bien	60%	59%	63%	60%	60%	58%	60%	59%	65%	56%
Le rappel rapide des clients qui ont cherché à vous joindre	60%	57%	59%	63%	54%	62%	59%	60%	63%	57%
La transparence sur les délais au moment du devis	58%	49%	62%	57%	66%	57%	56%	60%	59%	57%
L'information régulière des clients sur l'avancée des travaux	56%	49%	62%	55%	53%	59%	57%	56%	59%	54%
Le respect des délais convenus pour des travaux	55%	55%	56%	50%	51%	60%	55%	57%	58%	54%



L'importance des différents éléments de la relation client

Q. Diriez-vous que chacun des aspects suivants est un élément essentiel, important ou secondaire de la relation client dans votre métier ?

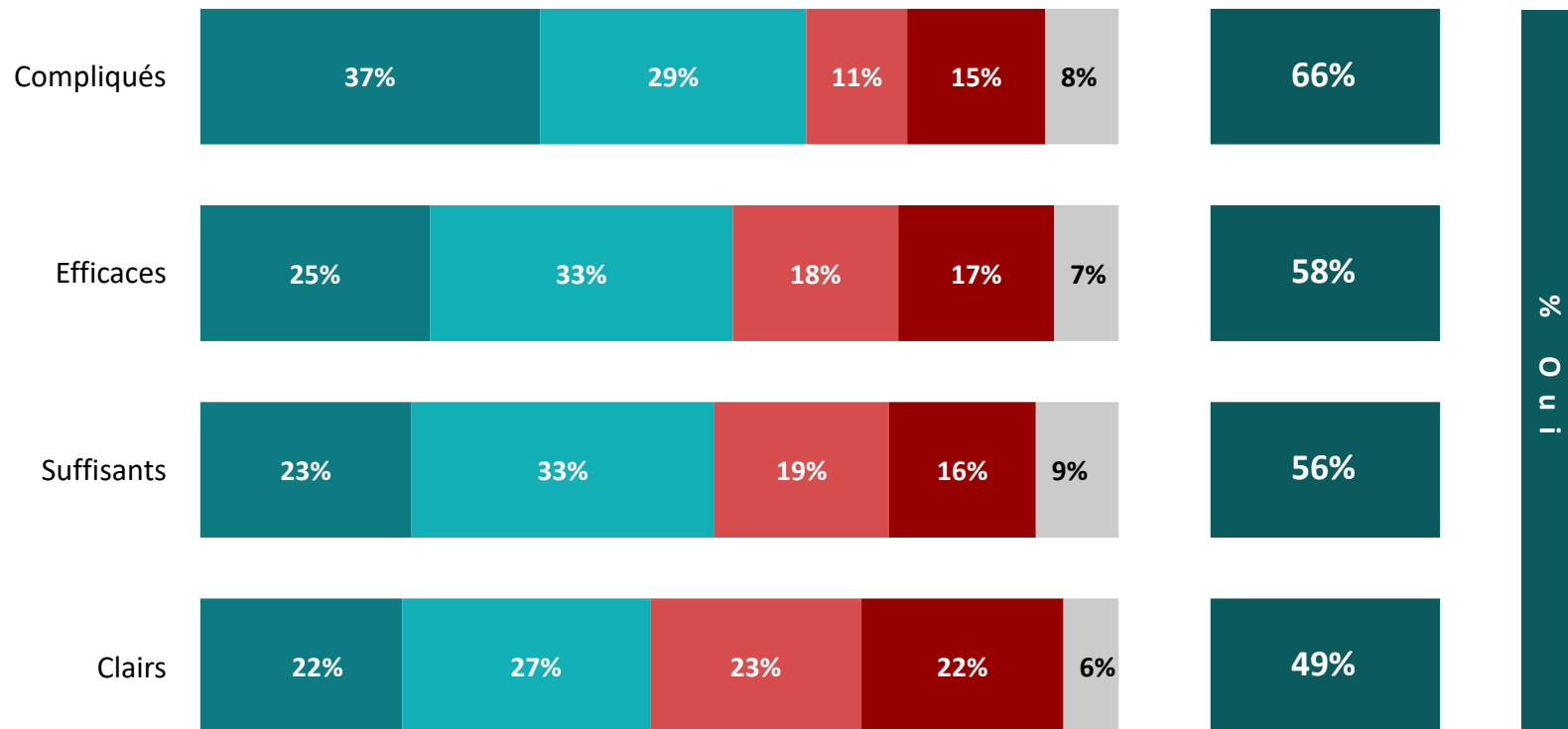


	% Essentiel	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
La politesse chez le client	77%	75%	89%	81%	75%
La qualité du conseil pour aider les clients à faire les meilleurs choix	72%	71%	86%	73%	72%
La transparence sur les prix au moment du devis	68%	66%	83%	68%	68%
La ponctualité aux rendez-vous	67%	67%	72%	70%	66%
La qualité de l'accueil au sein de l'entreprise	64%	62%	81%	61%	65%
La réactivité dans les échanges	62%	60%	76%	65%	61%
Le rappel rapide des clients qui ont cherché à vous joindre	60%	58%	73%	60%	59%
Le suivi après une intervention pour s'assurer que tout se passe bien	60%	58%	71%	64%	58%
La transparence sur les délais au moment du devis	58%	56%	70%	62%	56%
L'information régulière des clients sur l'avancée des travaux	56%	54%	78%	56%	56%
Le respect des délais convenus pour des travaux	55%	53%	72%	55%	56%



L'image des dispositifs publics d'incitation à la rénovation énergétique des logements

Q. Diriez-vous que chacun des adjectifs suivants correspond ou pas aux dispositifs publics d'incitation à la rénovation énergétique des logements pour les particuliers ?



Oui, tout à fait Oui, plutôt Non, plutôt pas Non, pas du tout NSP



L'image des dispositifs publics d'incitation à la rénovation énergétique des logements

Q. Diriez-vous que chacun des adjectifs suivants correspond ou pas aux dispositifs publics d'incitation à la rénovation énergétique des logements pour les particuliers ?



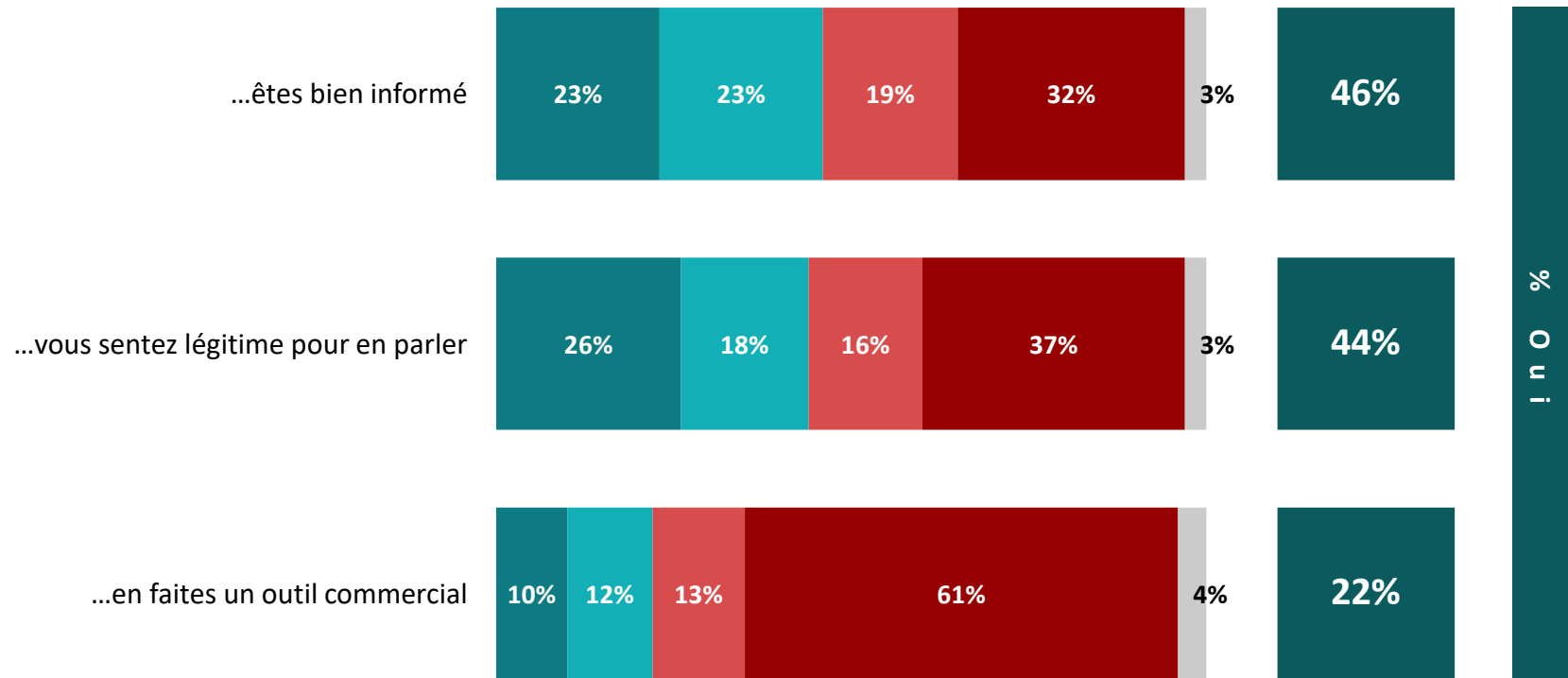
	% Oui	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
Complicqués	66%	69%	79%	62%	57%	64%	67%	65%	65%	67%
Efficaces	58%	61%	52%	60%	57%	59%	54%	63%	64%	53%
Suffisants	56%	58%	48%	57%	60%	57%	53%	61%	62%	52%
Clairs	49%	55%	43%	50%	57%	46%	45%	54%	51%	47%

	% Oui	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Complicqués	66%	66%	71%	61%	68%
Efficaces	58%	59%	46%	60%	57%
Suffisants	56%	56%	55%	57%	55%
Clairs	49%	50%	40%	46%	50%



Le rapport des artisans aux différentes aides financières à la rénovation énergétique

Q. Concernant les conseils à vos clients sur les différentes aides financières à la rénovation énergétique (prime énergie, MaPrimeRénov', TVA, etc.), diriez-vous que vous... ?



Oui, tout à fait Oui, plutôt Non, plutôt pas Non, pas du tout NSP



Le rapport des artisans aux différentes aides financières à la rénovation énergétique

Q. Concernant les conseils à vos clients sur les différentes aides financières à la rénovation énergétique (prime énergie, MaPrimeRénov', TVA, etc.), diriez-vous que vous... ?



	% Oui	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
...êtes bien informé	46%	40%	34%	45%	55%	53%	42%	52%	49%	44%
...vous sentez légitime pour en parler	44%	45%	38%	49%	42%	47%	41%	50%	53%	39%
...en faites un outil commercial	22%	30%	16%	33%	21%	18%	21%	24%	29%	18%

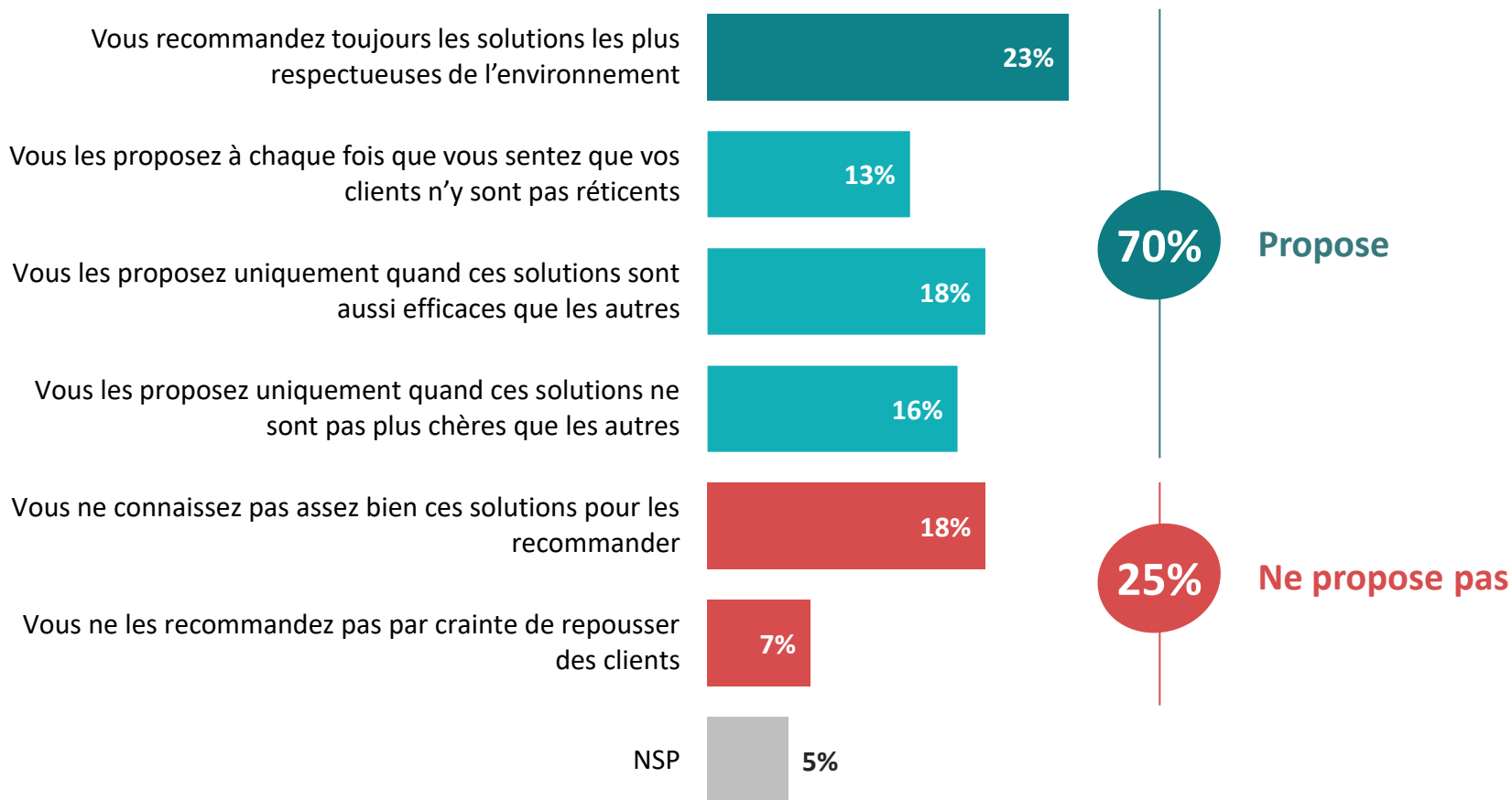
	% Oui	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
...êtes bien informé	46%	46%	47%	46%	46%
...vous sentez légitime pour en parler	44%	46%	36%	46%	44%
...en faites un outil commercial	22%	23%	18%	25%	21%



La recommandation de solutions respectueuses de l'environnement



Q. De laquelle des attitudes suivantes concernant la recommandation de matériaux et de travaux respectueux de l'environnement vous sentez-vous le plus proche ?





La recommandation de solutions respectueuses de l'environnement

Q. De laquelle des attitudes suivantes concernant la recommandation de matériaux et de travaux respectueux de l'environnement vous sentez-vous le plus proche ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise		A une stratégie pour attirer ou fidéliser les clients	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés	Oui	Non
Sous-total Propose	70%	67%	74%	65%	73%	73%	71%	70%	71%	69%
<i>Vous recommandez toujours les solutions les plus respectueuses de l'environnement</i>	23%	24%	22%	23%	25%	25%	26%	20%	23%	23%
<i>Vous les proposez à chaque fois que vous sentez que vos clients n'y sont pas réticents</i>	13%	10%	17%	12%	15%	14%	12%	12%	13%	13%
<i>Vous les proposez uniquement quand ces solutions sont aussi efficaces que les autres</i>	18%	16%	20%	18%	17%	16%	13%	22%	22%	15%
<i>Vous les proposez uniquement quand ces solutions ne sont pas plus chères que les autres</i>	16%	17%	15%	12%	16%	18%	20%	16%	13%	18%
Sous-total Ne propose pas	25%	27%	21%	29%	21%	22%	24%	25%	25%	25%
<i>Vous ne connaissez pas assez bien ces solutions pour les recommander</i>	18%	20%	14%	22%	17%	12%	15%	20%	19%	18%
<i>Vous ne les recommandez pas par crainte de repousser des clients</i>	7%	7%	7%	7%	4%	10%	9%	5%	6%	7%



La recommandation de solutions respectueuses de l'environnement

Q. De laquelle des attitudes suivantes concernant la recommandation de matériaux et de travaux respectueux de l'environnement vous sentez-vous le plus proche ?



	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Sous-total Propose	70%	71%	61%	74%	69%
<i>Vous recommandez toujours les solutions les plus respectueuses de l'environnement</i>	23%	25%	12%	20%	24%
<i>Vous les proposez à chaque fois que vous sentez que vos clients n'y sont pas réticents</i>	13%	12%	17%	16%	12%
<i>Vous les proposez uniquement quand ces solutions sont aussi efficaces que les autres</i>	18%	18%	16%	21%	17%
<i>Vous les proposez uniquement quand ces solutions ne sont pas plus chères que les autres</i>	16%	16%	16%	17%	16%
Sous-total Ne propose pas	25%	24%	30%	21%	26%
<i>Vous ne connaissez pas assez bien ces solutions pour les recommander</i>	18%	18%	20%	16%	19%
<i>Vous ne les recommandez pas par crainte de repousser des clients</i>	7%	6%	10%	5%	7%

02

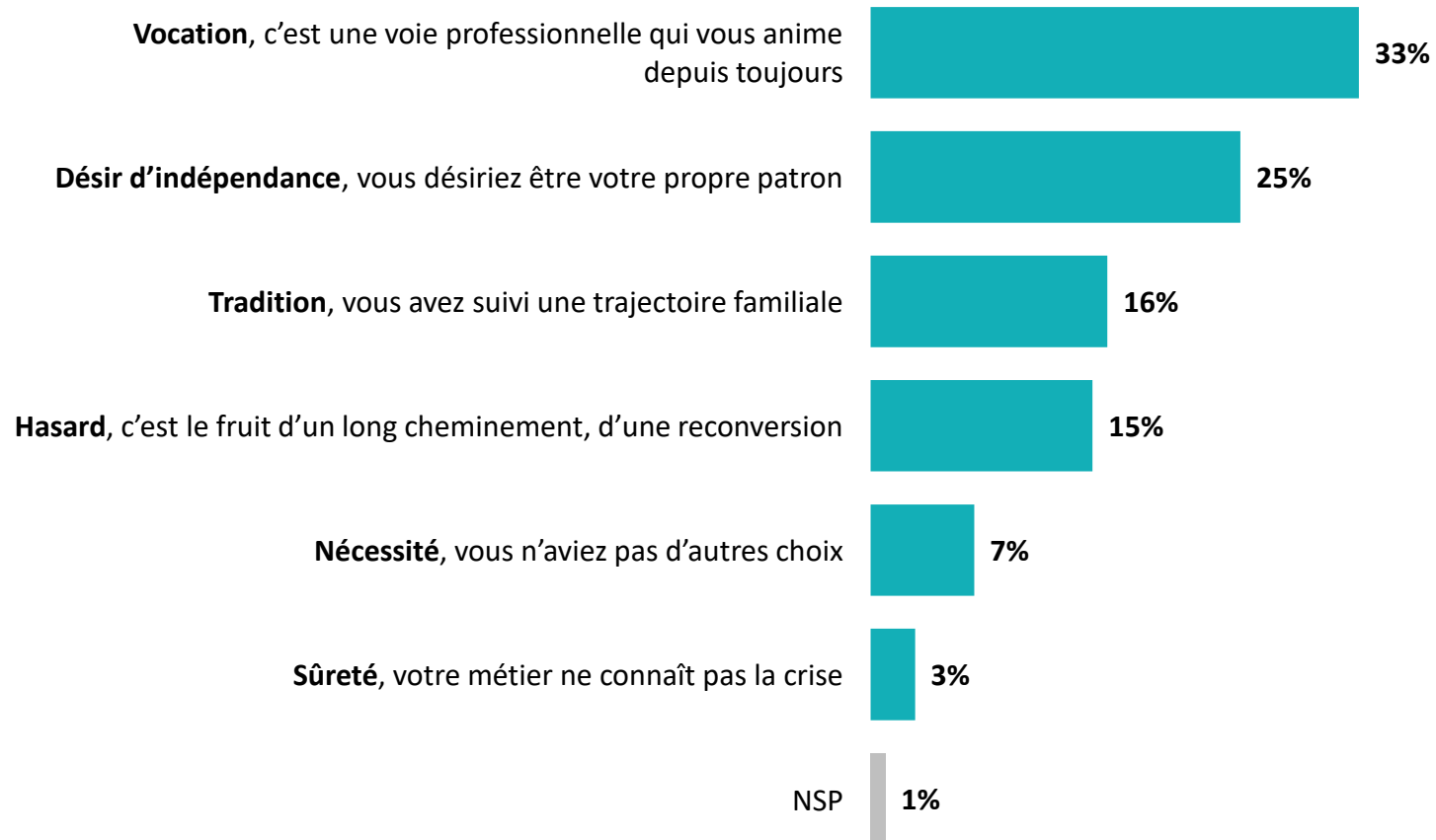


**La perception des artisans
sur leur parcours**



Les raisons d'entrer dans le métier

Q. Diriez-vous que vous êtes entré dans votre métier avant tout par... ?





Les raisons d'entrer dans le métier

Q. Diriez-vous que vous êtes entré dans votre métier avant tout par... ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
Vocation , c'est une voie professionnelle qui vous anime depuis toujours	33%	34%	37%	36%	33%	28%	33%	32%
Désir d'indépendance , vous désiriez être votre propre patron	25%	25%	27%	21%	24%	28%	25%	25%
Tradition , vous avez suivi une trajectoire familiale	16%	15%	14%	21%	15%	16%	13%	22%
Hasard , c'est le fruit d'un long cheminement, d'une reconversion	15%	16%	13%	17%	17%	14%	16%	14%
Nécessité , vous n'aviez pas d'autres choix	7%	8%	5%	5%	6%	9%	9%	4%
Sûreté , votre métier ne connaît pas la crise	3%	1%	3%	-	3%	4%	3%	3%



Les raisons d'entrer dans le métier

Q. Diriez-vous que vous êtes entré dans votre métier avant tout par...?

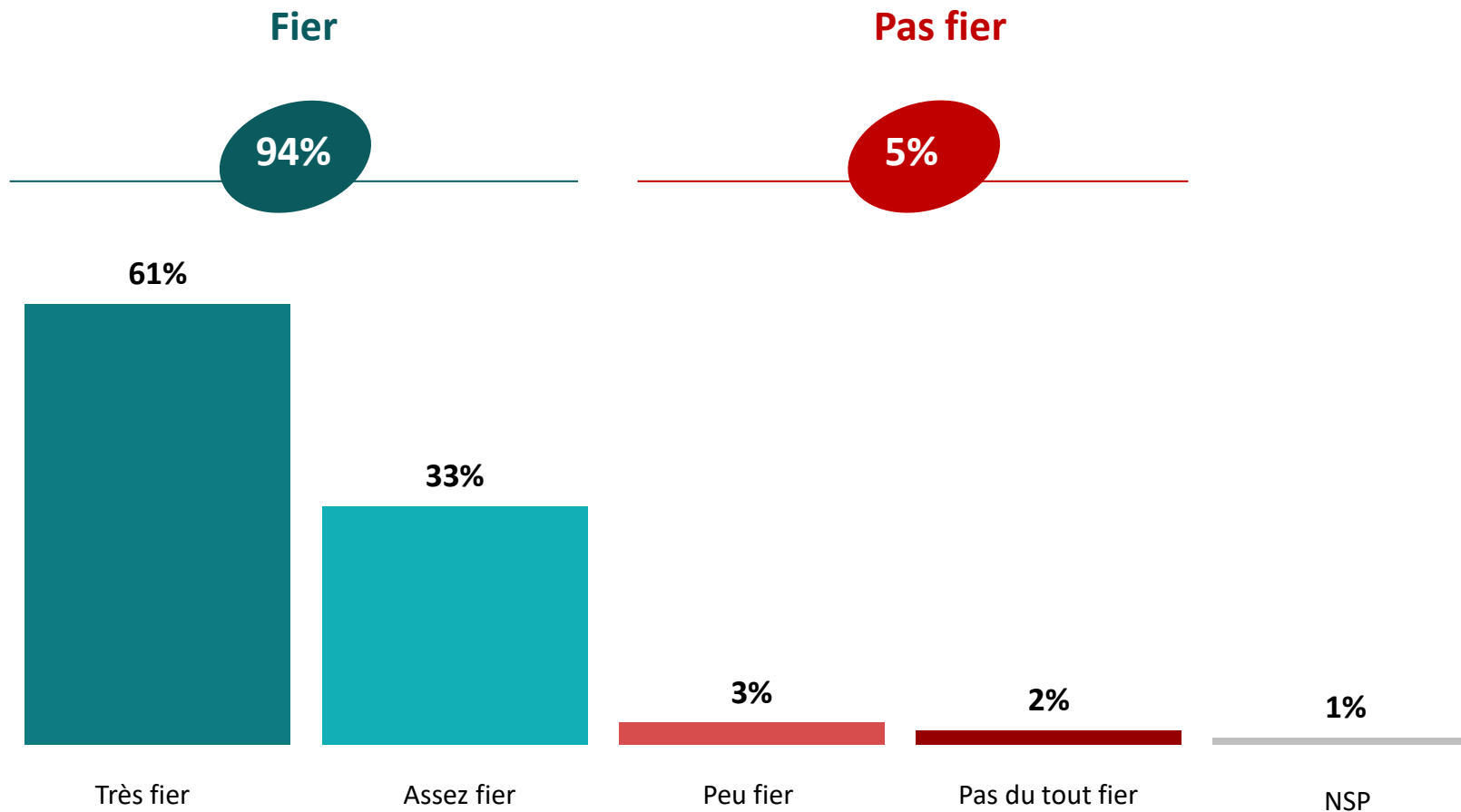


	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Vocation , c'est une voie professionnelle qui vous anime depuis toujours	33%	34%	25%	32%	33%
Désir d'indépendance , vous désiriez être votre propre patron	25%	24%	35%	20%	27%
Tradition , vous avez suivi une trajectoire familiale	16%	16%	18%	22%	14%
Hasard , c'est le fruit d'un long cheminement, d'une reconversion	15%	15%	10%	16%	15%
Nécessité , vous n'aviez pas d'autres choix	7%	7%	6%	4%	8%
Sûreté , votre métier ne connaît pas la crise	3%	3%	2%	5%	2%



La fierté de travailler dans le secteur du bâtiment

Q. Etes-vous fier ou pas de votre orientation professionnelle vers le secteur du bâtiment ?





La fierté de travailler dans le secteur du bâtiment

Q. Etes-vous fier ou pas de votre orientation professionnelle vers le secteur du bâtiment ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
Sous-total Fier	94%	96%	92%	98%	94%	94%	92%	97%
<i>Très fier</i>	61%	74%	59%	62%	61%	56%	58%	65%
<i>Assez fier</i>	33%	22%	33%	36%	33%	38%	34%	32%
Sous-total Pas fier	5%	4%	7%	2%	6%	5%	7%	3%
<i>Peu fier</i>	3%	3%	7%	1%	3%	2%	4%	2%
<i>Pas du tout fier</i>	2%	1%	-	1%	3%	3%	3%	1%



La fierté de travailler dans le secteur du bâtiment

Q. Etes-vous fier ou pas de votre orientation professionnelle vers le secteur du bâtiment ?



	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Sous-total Fier	94%	94%	94%	97%	93%
<i>Très fier</i>	61%	62%	56%	67%	59%
<i>Assez fier</i>	33%	32%	38%	30%	34%
Sous-total Pas fier	5%	5%	6%	3%	6%
<i>Peu fier</i>	3%	3%	4%	2%	4%
<i>Pas du tout fier</i>	2%	2%	2%	1%	2%

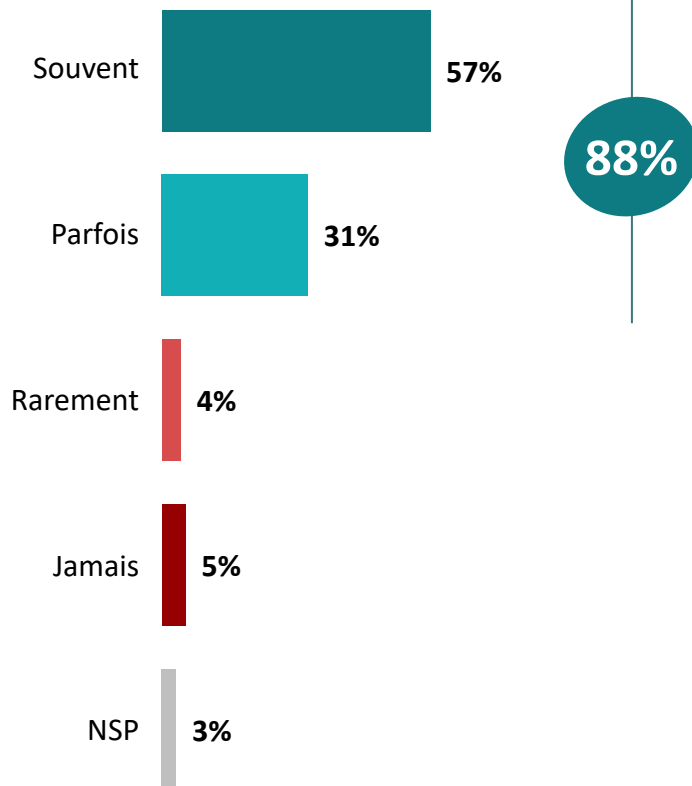


La satisfaction à l'égard de sa carrière

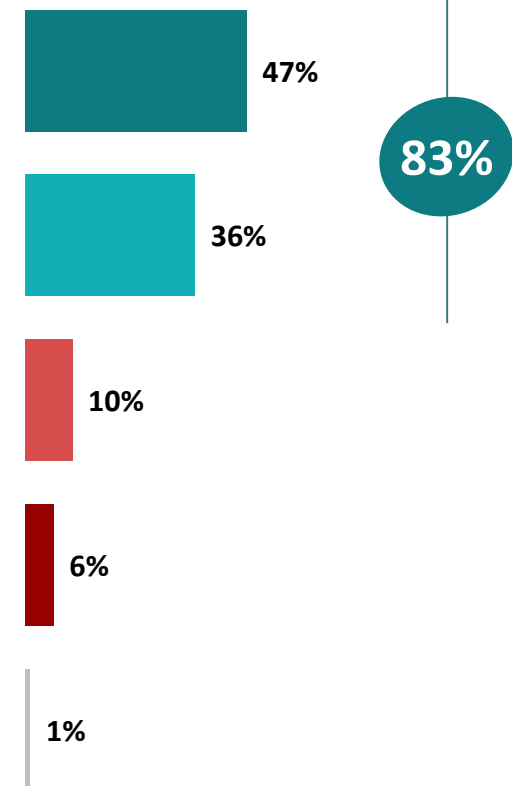
Q. Dans votre métier, à quelle fréquence ressentez-vous chacun des sentiments suivants ?



Le sentiment d'avoir réussi votre carrière



Le sentiment d'être valorisé par les autres





La satisfaction à l'égard de sa carrière

Q. Dans votre métier, à quelle fréquence ressentez-vous chacun des sentiments suivants ?



	Région					Taille de l'entreprise	
% Total	Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés

Le sentiment d'avoir réussi votre carrière

Sous-total Souvent ou Parfois	88%	86%	92%	85%	82%	89%	86%	91%
<i>Souvent</i>	57%	59%	64%	56%	53%	53%	54%	61%
<i>Parfois</i>	31%	27%	28%	29%	29%	36%	32%	30%
Rarement	4%	3%	6%	4%	9%	3%	5%	4%
Jamais	5%	6%	1%	6%	6%	5%	5%	4%

Le sentiment d'être valorisé par les autres

Sous-total Souvent ou Parfois	83%	82%	83%	78%	79%	88%	82%	85%
<i>Souvent</i>	47%	52%	48%	37%	54%	45%	46%	47%
<i>Parfois</i>	36%	30%	35%	41%	25%	43%	36%	38%
Rarement	10%	9%	15%	13%	9%	7%	10%	10%
Jamais	6%	9%	2%	6%	10%	4%	7%	4%



La satisfaction à l'égard de sa carrière

Q. Dans votre métier, à quelle fréquence ressentez-vous chacun des sentiments suivants ?



	Sexe		Age	
% Total	Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus

Le sentiment d'avoir réussi votre carrière

Sous-total Souvent ou Parfois	88%	87%	93%	89%	87%
<i>Souvent</i>	57%	56%	67%	50%	59%
<i>Parfois</i>	31%	31%	26%	39%	28%
Rarement	4%	5%	0%	4%	5%
Jamais	5%	5%	5%	5%	5%

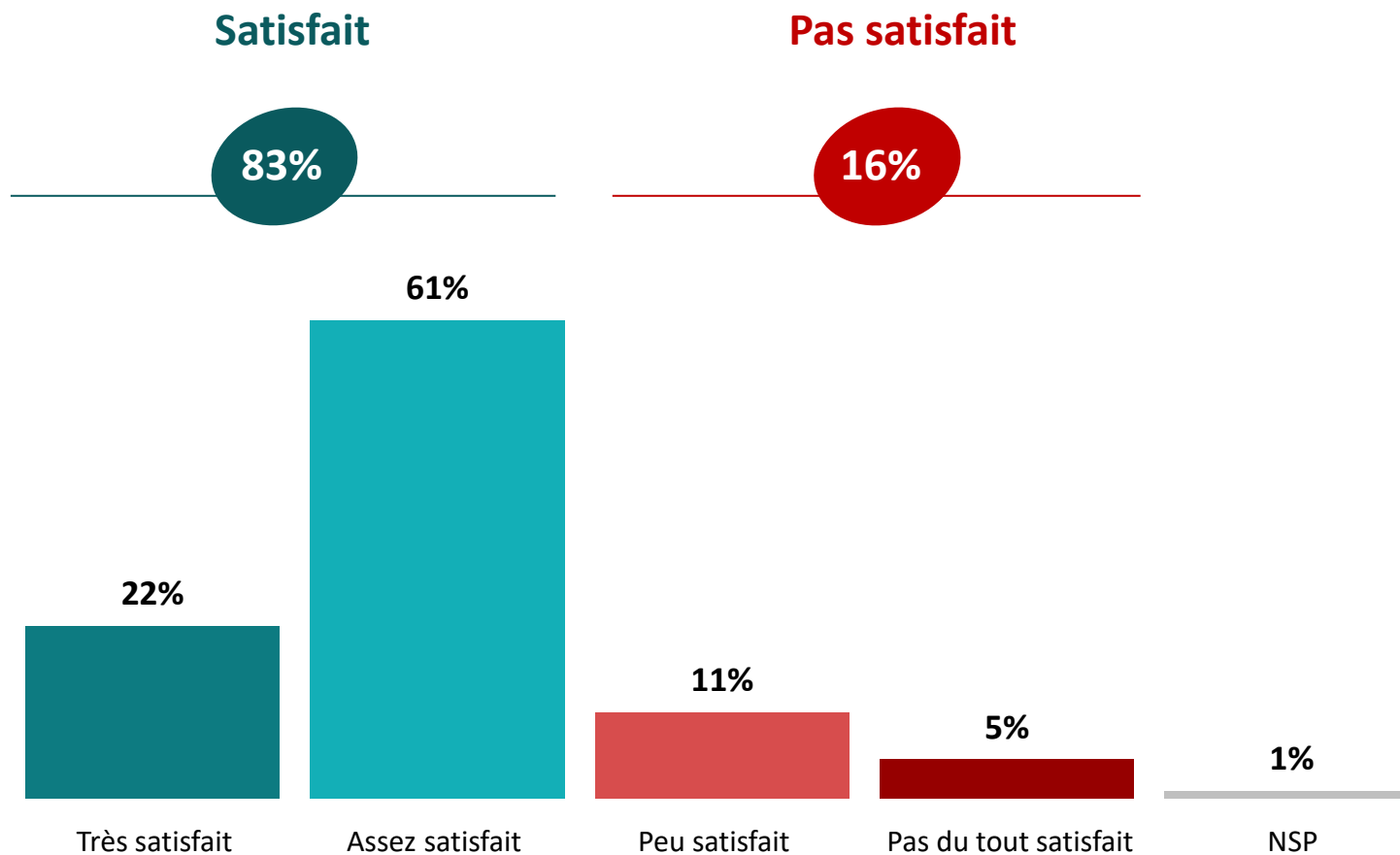
Le sentiment d'être valorisé par les autres

Sous-total Souvent ou Parfois	83%	82%	91%	81%	83%
<i>Souvent</i>	47%	46%	51%	40%	48%
<i>Parfois</i>	36%	36%	40%	41%	35%
Rarement	10%	11%	5%	14%	9%
Jamais	6%	6%	4%	5%	7%



La satisfaction à l'égard de son niveau de vie

Q. Êtes-vous satisfait de votre niveau de vie ou pas ?





La satisfaction à l'égard de son niveau de vie

Q. Êtes-vous satisfait de votre niveau de vie ou pas ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
Sous-total Satisfait	83%	84%	87%	83%	82%	83%	81%	88%
<i>Très satisfait</i>	22%	21%	24%	19%	26%	23%	20%	27%
<i>Assez satisfait</i>	61%	63%	63%	64%	56%	60%	61%	61%
Sous-total Pas satisfait	16%	15%	13%	17%	18%	16%	18%	12%
<i>Peu satisfait</i>	11%	8%	10%	8%	12%	14%	12%	9%
<i>Pas du tout satisfait</i>	5%	7%	3%	9%	6%	2%	6%	3%



La satisfaction à l'égard de son niveau de vie

Q. Êtes-vous satisfait de votre niveau de vie ou pas ?

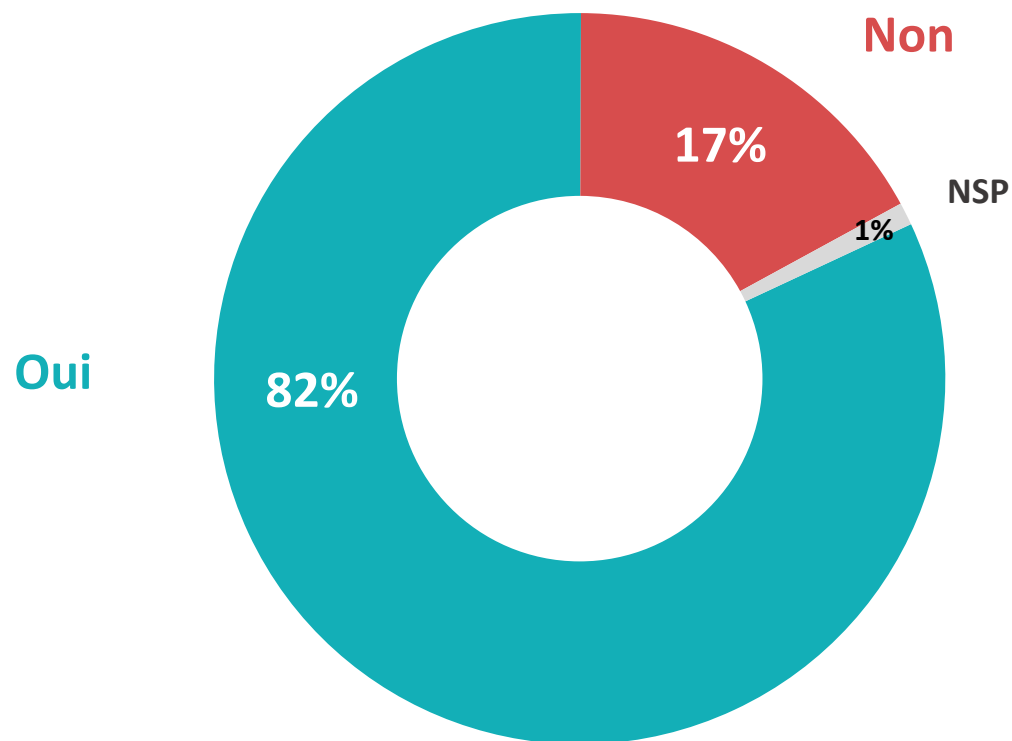


	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Sous-total Satisfait	83%	83%	86%	82%	84%
<i>Très satisfait</i>	22%	22%	23%	20%	23%
<i>Assez satisfait</i>	61%	61%	63%	62%	61%
Sous-total Pas satisfait	16%	16%	14%	18%	15%
<i>Peu satisfait</i>	11%	11%	11%	13%	10%
<i>Pas du tout satisfait</i>	5%	5%	3%	5%	5%



La recommandation du métier aux jeunes

Q. Recommanderiez-vous votre métier à un jeune qui choisit son orientation professionnelle ?





La recommandation du métier aux jeunes

Q. Recommanderiez-vous votre métier à un jeune qui choisit son orientation professionnelle ?



	% Total	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
Oui	82%	89%	86%	76%	74%	82%	79%	85%
Non	17%	10%	14%	22%	24%	17%	19%	15%

	% Total	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Oui	82%	82%	80%	91%	78%
Non	17%	17%	20%	9%	20%

03

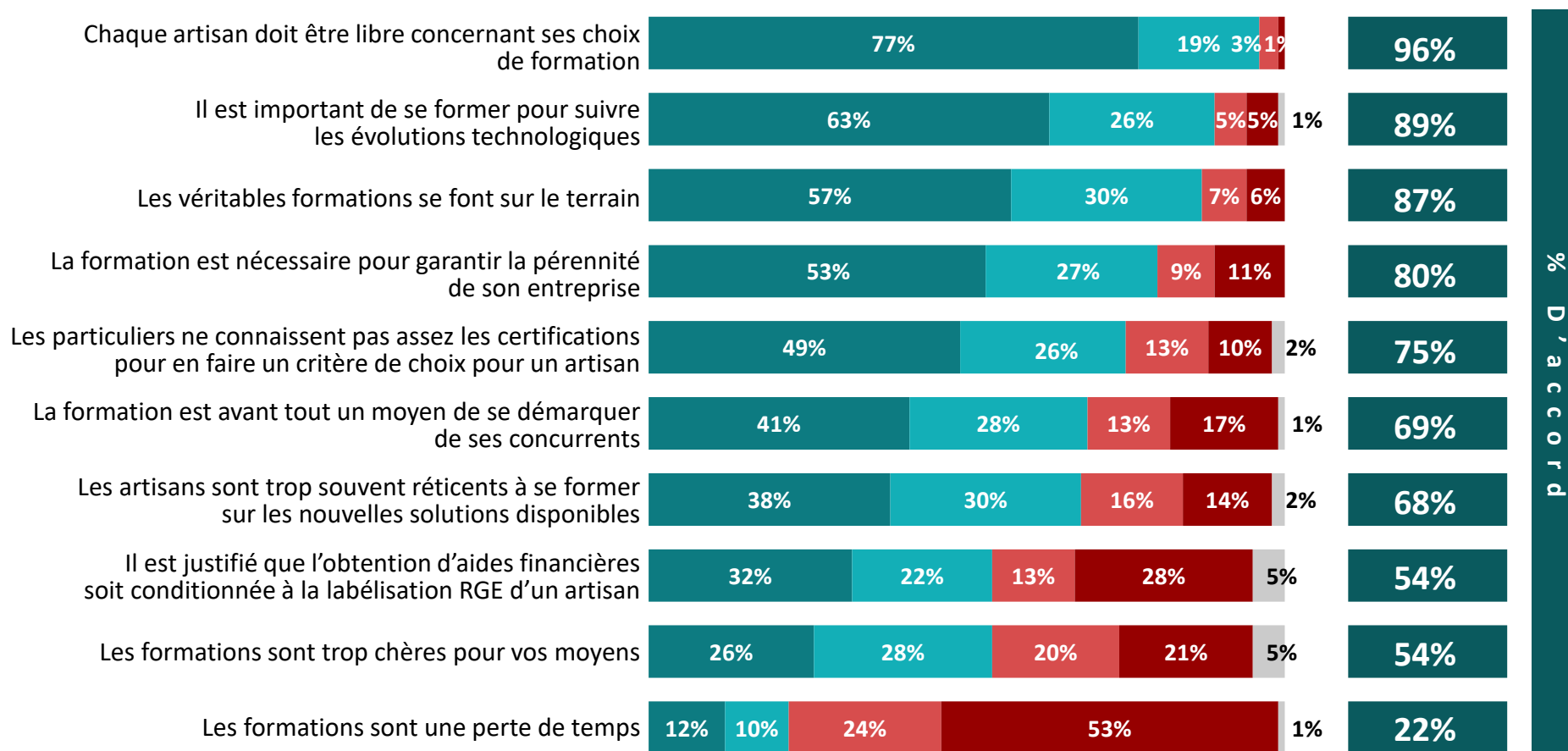


**La perception des artisans
sur la formation**



L'opinion sur les formations et certifications du métier

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant les formations et les certifications dans votre métier ?



■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas du tout d'accord
 ■ NSP



L'opinion sur les formations et certifications du métier

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant les formations et les certifications dans votre métier ?



	% D'accord	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
Chaque artisan doit être libre concernant ses choix de formation	96%	93%	94%	98%	97%	97%	95%	97%
Il est important de se former pour suivre les évolutions technologiques	89%	89%	92%	90%	92%	86%	88%	91%
Les véritables formations se font sur le terrain	87%	91%	86%	78%	90%	89%	89%	86%
La formation est nécessaire pour garantir la pérennité de son entreprise	80%	79%	77%	80%	83%	81%	75%	86%
Les particuliers ne connaissent pas assez les certifications pour en faire un critère de choix pour un artisan	75%	69%	75%	78%	82%	72%	70%	82%
La formation est avant tout un moyen de se démarquer de ses concurrents	69%	71%	65%	66%	78%	70%	66%	74%
Les artisans sont trop souvent réticents à se former sur les nouvelles solutions disponibles	68%	63%	65%	71%	74%	67%	64%	72%
Il est justifié que l'obtention d'aides financières soit conditionnée à la labélisation RGE d'un artisan	54%	49%	51%	60%	59%	53%	51%	57%
Les formations sont trop chères pour vos moyens	54%	60%	50%	62%	57%	47%	54%	53%
Les formations sont une perte de temps	22%	11%	22%	19%	31%	24%	21%	23%



L'opinion sur les formations et certifications du métier

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant les formations et les certifications dans votre métier ?



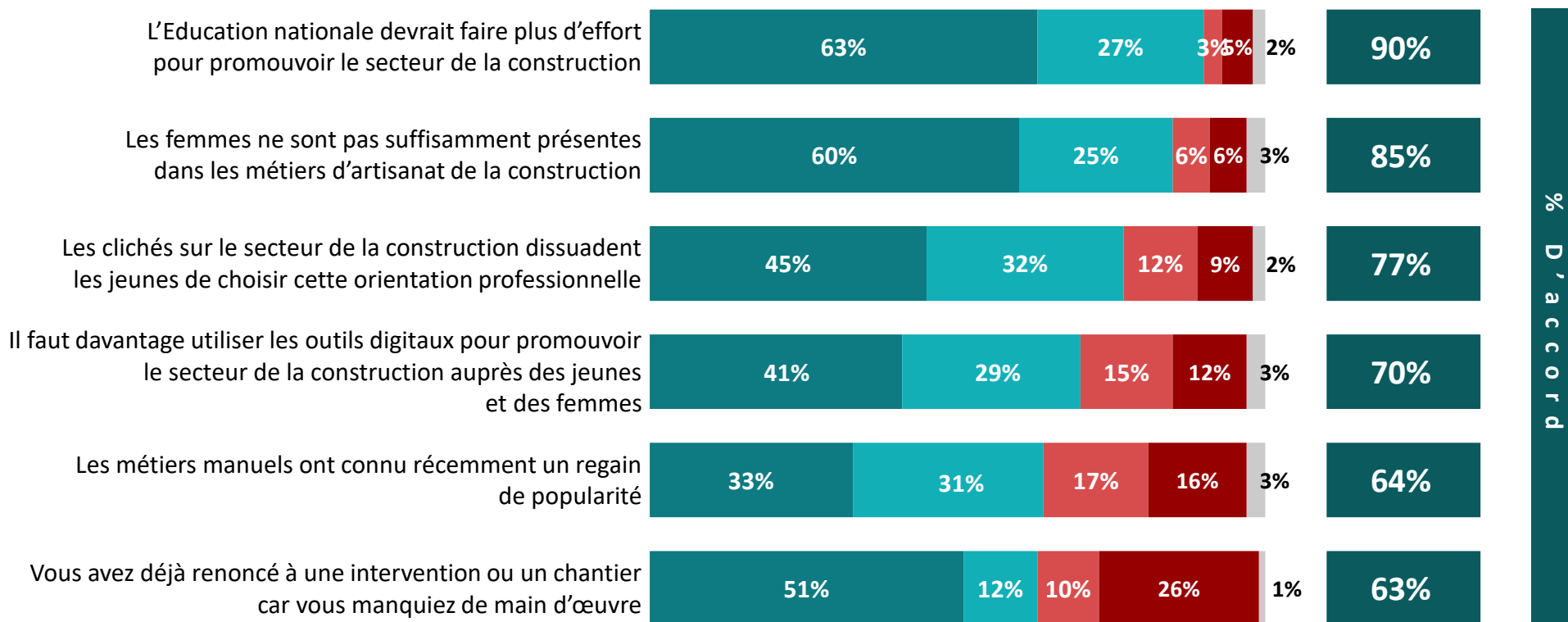
	% D'accord	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
Chaque artisan doit être libre concernant ses choix de formation	96%	97%	86%	96%	96%
Il est important de se former pour suivre les évolutions technologiques	89%	89%	88%	90%	89%
Les véritables formations se font sur le terrain	87%	87%	95%	89%	87%
La formation est nécessaire pour garantir la pérennité de son entreprise	80%	80%	79%	77%	81%
Les particuliers ne connaissent pas assez les certifications pour en faire un critère de choix pour un artisan	75%	74%	78%	80%	72%
La formation est avant tout un moyen de se démarquer de ses concurrents	69%	70%	64%	69%	70%
Les artisans sont trop souvent réticents à se former sur les nouvelles solutions disponibles	68%	68%	64%	71%	67%
Il est justifié que l'obtention d'aides financières soit conditionnée à la labélisation RGE d'un artisan	54%	54%	56%	55%	53%
Les formations sont trop chères pour vos moyens	54%	54%	54%	48%	56%
Les formations sont une perte de temps	22%	21%	27%	19%	23%



L'opinion sur la promotion du secteur et l'emploi



Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant la main d'œuvre disponible dans votre secteur d'activité ?



Tout à fait d'accord
 Plutôt d'accord
 Plutôt pas d'accord
 Pas du tout d'accord
 NSP



L'opinion sur la promotion du secteur et l'emploi

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant la main d'œuvre disponible dans votre secteur d'activité ?



	% D'accord	Région					Taille de l'entreprise	
		Île-de-France	Nord ouest	Nord est	Sud ouest	Sud est	0 salarié	1 à 9 salariés
L'Education nationale devrait faire plus d'effort pour promouvoir le secteur de la construction	90%	87%	92%	88%	92%	90%	87%	94%
Les femmes ne sont pas suffisamment présentes dans les métiers d'artisanat de la construction	85%	87%	83%	88%	78%	87%	84%	88%
Les clichés sur le secteur de la construction dissuadent les jeunes de choisir cette orientation professionnelle	77%	76%	78%	79%	85%	73%	74%	81%
Il faut davantage utiliser les outils digitaux pour promouvoir le secteur de la construction auprès des jeunes et des femmes	70%	75%	70%	72%	71%	67%	67%	75%
Les métiers manuels ont connu récemment un regain de popularité	64%	65%	66%	56%	59%	69%	65%	63%
Vous avez déjà renoncé à une intervention ou un chantier car vous manquiez de main d'œuvre	63%	62%	62%	69%	77%	57%	55%	76%



L'opinion sur la promotion du secteur et l'emploi

Q. Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant la main d'œuvre disponible dans votre secteur d'activité ?



	% D'accord	Sexe		Age	
		Homme	Femme	Moins de 45 ans	45 ans et plus
L'Education nationale devrait faire plus d'effort pour promouvoir le secteur de la construction	90%	90%	85%	92%	89%
Les femmes ne sont pas suffisamment présentes dans les métiers d'artisanat de la construction	85%	84%	91%	90%	84%
Les clichés sur le secteur de la construction dissuadent les jeunes de choisir cette orientation professionnelle	77%	79%	64%	73%	77%
Il faut davantage utiliser les outils digitaux pour promouvoir le secteur de la construction auprès des jeunes et des femmes	70%	71%	62%	70%	70%
Les métiers manuels ont connu récemment un regain de popularité	64%	64%	68%	55%	68%
Vous avez déjà renoncé à une intervention ou un chantier car vous manquez de main d'œuvre	63%	65%	49%	77%	58%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'est et l'Afrique.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

RestONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre **newsletter!**