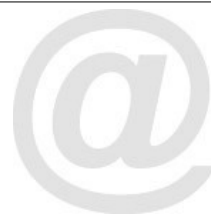


Date: 22.03.2017



Online-Ausgabe

cominmag  
1006 Lausanne  
021 343 40 68  
www.cominmag.ch/

Genre de média: Internet  
Type de média: Presse spécialisée

Lire en ligne

N° de thème: 375.036  
N° d'abonnement: 1084511



## Etude : Former et manager les jeunes de la Génération Z

22 mars 2017

A l'occasion du 17ème International Recruitment Forum, qui s'est tenu la semaine passée à Montreux, Swiss Education Group a dévoilé les résultats d'une enquête sur la Génération Z réalisée par Alexandra Broennimann, experte du comportement des consommateurs. Au cours des trois derniers mois, quelque 3'500 étudiants ont participé à l'étude et plus de cent entretiens individuels ont eu lieu. Cette enquête a pour but de mieux comprendre les attentes et motivations de la Génération Z afin de se préparer à l'arrivée de cette nouvelle génération d'étudiants et d'employés.

Nés après 1995, ayant toujours évolué dans un environnement ultra connecté, les jeunes Z sont peu idéalistes. Ils savent qu'ils devront travailler dur pour réussir. Parmi leurs handicaps, leur difficulté à fixer leur attention.

Hyper connectés et adeptes de la valeur travail

· 1er constat de l'étude : ces jeunes sont en symbiose avec la technologie et leurs mobiles sont une extension de leur corps. Ainsi, 2/3 d'entre eux disent qu'ils seraient moins productifs et moins heureux sans leur téléphone mobile.

· 2ème constat : pour les jeunes Z, quelque chose qui existe online existe vraiment. D'ailleurs, les jeunes Z postent sur les réseaux sociaux 60% de leur vie sociale : dîners entre amis, événements professionnels, soirées. Pour Alexandra Broennimann : « C'est comme si l'événement réel n'avait pas eu lieu tant qu'il n'est pas affiché dans les réseaux sociaux et validé par la communauté en ligne ». De même pour les marques : les 3/4 des jeunes Z ne font pas confiance à une marque si elle est absente des réseaux sociaux.

Autres constats : la réussite professionnelle est essentielle pour les jeunes Z. Pour 70% d'entre eux, avoir beaucoup d'argent est le meilleur indicateur de réussite, qu'on obtient d'ailleurs uniquement grâce à un travail acharné. Et pour 80% des jeunes Z, un bon job est préférable à une bonne relation sentimentale.

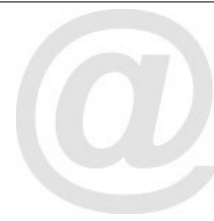
Engagés dans un projet, les jeunes Z sont performants

La capacité d'attention des jeunes Z en situation passive est de l'ordre de 8 secondes. Si l'activité leur plaît, ils peuvent se concentrer jusqu'à 12 minutes au maximum.

Les employeurs des jeunes Z devront donc trouver le bon équilibre entre un encadrement adéquat et des challenges suffisamment stimulants. Alexandra Broennimann recommande aussi aux employeurs des jeunes Z de leur donner des occasions de s'engager dans des projets et des défis qui les stimulent.

S'agissant de formation, Florent Rondez, CEO de Swiss Education Group, précise : « Pour lutter contre l'ennui que ressentent les jeunes Z, nous avons reconfiguré nos enseignements. Par exemple, nos enseignants changent de sujet toutes les 20 minutes pendant les cours. Désormais, notre pédagogie est évolutive et très dynamique ».

Date: 22.03.2017



Online-Ausgabe

cominmag  
1006 Lausanne  
021 343 40 68  
www.cominmag.ch/

Genre de média: Internet  
Type de média: Presse spécialisée

**Lire en ligne**

N° de thème: 375.036  
N° d'abonnement: 1084511



étude Swiss Education Group génération Z