

MARKETING

ÉTUDE

Du stress à revendre chez les commerciaux

Charge de travail trop lourde, pression hiérarchique, ambiance peu épanouissante... Dans les services marketing et commercial, le « mal-être » domine.

A lors, heureux ? C'est, en substance, la question que le site Jobmarketingvente.com (*) pose depuis trois ans aux marketeurs et commerciaux. Au vu des résultats de l'édition 2010, on devine que la crise n'a pas épargné ces deux fonctions clés de l'entreprise. Ainsi près de 20 % des interrogés estiment que l'ambiance de travail est tout simplement détestable et 80 % affirment souffrir de stress. « Ce taux n'a pas évolué par rapport à l'an passé. En revanche, ce qui a changé c'est la source du stress. La pression hiérarchique gagne ainsi près de 7 points », note Olivier Guichardon, fondateur et directeur associé du site.

Si, pour les commerciaux, l'atteinte des objectifs est la première cause de stress, et chez les marketeurs la charge de travail, vient tout de suite au deuxième rang pour les

Sondage : Vous avez déclaré être stressé(e). Selon vous, votre stress est essentiellement dû à ...

Source : jobmarketingvente.com

	Fonction marketing	Fonction vente	Total
... la charge de travail	31,6	15,5	23,2
... l'ambiance dans l'entreprise	13,9	14,4	14,2
... la pression hiérarchique	29,1	17,2	22,9
... l'atteinte des objectifs	15,3	37,9	26,2
... les transports, déplacements	5,1	5,7	5,4
... les clients	3,8	6,9	5,4
... autres	3,2	2,3	2,7

deux fonctions la pression mise par le top management sur les équipes. Une pression qui loin d'être un moteur de stimulation devient une cause de « mal-être ». « Chez ces deux populations, le stress a toujours été considéré comme un moteur de l'action, mais là on sort de ce cadre et l'on commence même à parler de harcèlement », souligne Olivier Guichardon. Pour lui, si le niveau de stress semble avoir atteint un palier, le sentiment d'être très stressé est, en revanche, en progression, notamment chez les cadres de 44 ans et plus. « La crainte de perdre leur emploi ajoute du stress au stress », commente le fondateur du site de recrutement.

Du coup, même si le marché de l'emploi est ressenti comme

beaucoup plus tendu que l'an passé, un cadre sur deux exprime vouloir changer d'entreprise dans l'année qui vient et se dit prêt à quitter sa région pour trouver un nouveau job. « La mobilité a progressé de près d'un point par rapport à l'édition 2009 », note Olivier Guichardon. Les régions les plus attractives demeurent la Provence-Côte d'Azur, la région Rhône-Alpes et l'Île-de-France. Quant à la mobilité internationale — 45 % des interrogés se disent prêts à partir à l'étranger —, elle est d'abord européenne (84 %). Loin

1
CADRE SUR DEUX
EXPRIME VOULOIR
CHANGER D'ENTREPRISE
DANS L'ANNÉE.

derrière suivent l'Amérique du Nord (57 %) et l'Asie (31 %).

L'étude s'est également intéressée à la propagation de l'esprit d'entreprendre parmi cette population. Si les résultats montrent effectivement un mieux — ils sont désormais près de 30 % à affirmer vouloir créer leur propre entreprise contre seulement 24 % l'an passé —, on ne peut pas dire pour autant que les cadres français en poste se montrent enthousiastes face aux opportunités offertes par le nouveau statut d'auto-entrepreneur. À noter d'ailleurs que la création d'entreprise demeure une envie majoritairement masculine : 34 % d'hommes contre 26 % de femmes. Enfin, en dépit de conditions de travail jugées épuisantes (plus de quatre interrogés sur dix estiment avoir une charge de travail trop importante), ils sont 70 % à déclarer vouloir continuer à travailler même s'ils gagnaient

la supercagnotte du loto. Il s'agit bien sûr d'une simple déclaration d'intention.

RITA MAZZOLI

(*) Enquête menée auprès de 730 personnes entre le 4 et le 25 janvier 2010.