

## LES NOUVELLES TECHNOLOGIES AU SERVICE DE LA MOTIVATION DANS LES ENTREPRISES

### **1. Contexte organisationnel**

- Secteur d'activité : Identification du secteur industriel visé par l'étude (ex. : technologie, santé, finance).
- Taille de l'entreprise : Délimitation des organisations participant à la recherche (PME, grandes entreprises).
- Localisation géographique : Précision sur la zone géographique des entreprises incluses dans l'étude.

### **2. Population d'étude**

- Caractéristiques démographiques : Profils des employés participant à l'étude (âge, sexe, niveau d'éducation).
- Inclusion/Exclusion : Critères spécifiques définissant la composition de l'échantillon.

### **3. Méthodes de collecte de données**

- Entrevues qualitatives : Utilisation d'entrevues semi-structurées pour recueillir des perspectives approfondies.
- Enquêtes quantitatives : Administration de questionnaires pour obtenir des données quantifiables.
- Analyse de contenu : Traitement des données textuelles des entretiens pour des insights qualitatifs.

### **4. Instruments**

- Questionnaires de motivation : Instruments évaluant le niveau de motivation des employés.
- Indicateurs de satisfaction : Mesures quantitatives de la satisfaction liée à l'utilisation des nouvelles technologies.
- Analyse des données d'utilisation des technologies : Évaluation des statistiques d'utilisation des outils technologiques.

### **5. Plan d'échantillonnage**

- Échantillonnage aléatoire : Utilisation d'une méthode aléatoire pour garantir la représentativité.
- Échantillonnage stratifié : Catégorisation des entreprises en fonction de critères spécifiques pour une représentation équilibrée.

### **6. Procédures éthiques**

- Consentement éclairé : Obtention du consentement informé de tous les participants.
- Protection de la confidentialité : Mesures assurant l'anonymat et la confidentialité des données.
- Approbation institutionnelle : Respect des protocoles éthiques approuvés par une instance appropriée.

### **7. Plan d'analyse des données**

- Analyse thématique : Identification des thèmes récurrents dans les entretiens qualitatifs.
- Statistiques descriptives : Utilisation de statistiques pour résumer et décrire les résultats quantitatifs.
- Analyse comparative : Comparaison des données entre les différentes entreprises et secteurs.

### **8. Durée de l'étude**

- Période de collecte des données : Spécification des dates de début et de fin de la collecte des données.
- Analyse et rédaction : Estimation du temps nécessaire pour l'analyse des données et la rédaction des résultats.