

MONTRÉAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
3^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

SONDAGE AUPRÈS DES VISITEURS DU MICROSITE BATISSEURSRECHERCHES.GOUV.QC.CA

RAPPORT FINAL
PRÉSENTÉ AU
MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

JANVIER 2014

RÉF.: R13369v2p3MTQ(Bâtisseurs2).pptx

03	/CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE ABRÉGÉE
05	/FAITS SAILLANTS
08	/PROFIL DES RÉPONDANTS
12	/RÉSULTATS
27	/CONCLUSIONS

ANNEXES

- /1. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE
- /2. QUESTIONNAIRE
- /3. TABLEAUX STATISTIQUES DÉTAILLÉS (SOUS PLI SÉPARÉ)

CONTEXTE ET OBJECTIF	<p>La stratégie de communication « Bâtitseurs recherchés » a été élaborée dans le cadre des actions pour renforcer la lutte contre la collusion et la corruption et fait partie du Programme d'attraction et de fidélisation de la main-d'œuvre du MTQ. Elle vise principalement à recruter du personnel afin d'accroître l'expertise du ministère des Transports (MTQ). Pour ce faire, elle doit mieux faire connaître le MTQ comme employeur de choix et contribuer à recruter rapidement le nombre d'employés visés. Cette stratégie inclut une campagne de publicité, une présence sur les médias sociaux et des activités de relations publiques.</p> <p>Il s'agit de la seconde vague d'une étude dont l'objectif général est d'évaluer la satisfaction des visiteurs du site Web.batisseursrecherches.gouv.qc.ca, plateforme centrale de la campagne.</p> <p>Les résultats de la première vague (réalisé du 28 janvier au 5 mars 2013) ont permis au MTQ d'améliorer le site Web sur certains aspects. Pour la seconde vague, l'objectif est d'identifier de manière plus précise les éléments qui permettraient d'améliorer l'expérience du visiteur sur le site, de façon à orienter le MTQ dans les changements à apporter au site Web pour la prochaine année. Pour atteindre cet objectif, le questionnaire a été légèrement modifié par rapport à celui de la première vague.</p>
POPULATION CIBLE	Tous les visiteurs du site Web Bâtitseurs recherchés.
ÉCHANTILLONNAGE	Interception systématique de tous les visiteurs sur le site Web.batisseursrecherches.gouv.qc.ca . Un total de 384 questionnaires ont été remplis.
COLLECTE	Sondage en ligne réalisé du 24 août au 22 octobre 2013.
PONDÉRATION	Aucune pondération n'a été faite.
MARGE D'ERREUR	En supposant que les répondants constituent un sous-groupe aléatoire des visiteurs du site, la marge d'erreur d'échantillonnage, au niveau de confiance de 95 %, s'établit à 5 %.

NOTE SUR LA COMPARAISON DES DEUX VAGUES

Le questionnaire de la seconde vague a été légèrement modifié par rapport au questionnaire de la première vague afin de répondre aux objectifs de façon plus précise. Dans certains cas, des questions ouvertes ont été transformées en questions semi-fermées alors que dans d'autres cas, des questions ont été ajoutées, supprimées ou déplacées.

Dans le présent rapport, les deux vagues sont comparées uniquement lorsque les questions posées aux répondants sont identiques en tout point.

Les pictogrammes suivants sont utilisés

- ↗ indique une hausse significative à 99 % par rapport à la vague 1
- ↘ indique une baisse significative à 99 % par rapport à la vague 1



FAITS SAILLANTS

SOURCE DE LA CONNAISSANCE DU SITE WEB

« BÂTISSEURS RECHERCHÉS »

Les visiteurs ont entendu parler du site par le biais :

▪ Du site Web du ministère des Transports	33 %
▪ D'une publicité Web (bannières sur différents sites)	15 %
▪ D'une requête avec un moteur de recherche	12 %
▪ Des médias sociaux	11 %
▪ Du bouche-à-oreille	10 %
▪ D'événement carrière **	6 %

MOTIFS DES VISITES DU SITE WEB

▪ À la recherche d'un emploi	71 %
▪ Connaître les conditions de travail au ministère des Transports	22 %
▪ Par curiosité/le nom du site intrigait	12 %
▪ À la recherche d'un stage ou d'un emploi étudiant	10 %
▪ Savoir ce que font les employés du Ministère	10 %
▪ Connaît quelqu'un qui a travaillé ou qui travaille au Ministère	10 %
▪ Par hasard/en naviguant au hasard	6 %

Les autres mentions sont marginales (moins de 5 %).

CAPACITÉ DU SITE À RÉPONDRE AUX BESOINS EN INFORMATION

▪ Ont trouvé l'information qu'ils cherchaient (au moins en partie)	62 %
--	------

CONTENUS LES PLUS APPRÉCIÉS

▪ Présentation des offres d'emplois	38 %
▪ Conditions de travail	25 %
▪ Explication du processus d'embauche	21 %
▪ Description des profils recherchés	21 %
▪ Inscription aux alertes-emplois	17 %
▪ Vidéos	14 %
▪ Statistiques sur les grands chantiers	11 %
▪ Liste des événements carrière *	10 %

SUGGESTIONS DE CONTENU POUR LE SITE

▪ Plus d'information sur les concours et emplois disponibles	5 %
▪ Estiment que le site comporte tout ce qu'il faut	70 %

ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION

▪ Clarté de l'information	32 %
▪ Convivialité du site	26 %
▪ Pertinence de l'information	20 %
▪ Mise en page	16 %
▪ Présentation visuelle	14 %
▪ Vocabulaire simple	13 %
▪ Dynamisme	12 %
▪ Ont tout aimé	18 %
▪ Ne peuvent préciser un élément en particulier *	10 %

ÉLÉMENTS DE NON-APPRÉCIATION

▪ Manque de clarté de l'information	7 %
▪ Mise en page lourde	6 %
▪ Navigation difficile	5 %
▪ Rien, tout est correct **	66 %

SATISFACTION QUANT À LA CONVIVIALITÉ DU SITE

▪ Sont « très satisfaits » (36 %) ou « plutôt satisfaits » (55 %) de la convivialité du site	91 %
--	------

* Les autres mentions sont marginales (moins de 10 %).

** Les autres mentions sont marginales (moins de 5 %).

CAPSULES DE TÉMOIGNAGE

Atteinte :

- Ont visionné au moins une capsule de témoignage 48 %
- Les ont appréciées « beaucoup » (33 %) ou « assez » (57 %) 90 %

Éléments d'appréciation :

- Décrivent bien les emplois 43 %
- Expriment bien la passion des employés 30 %
- Sont filmées sur les lieux réels de travail 20 %
- Démontrent bien l'expertise du MTQ 18 %
- Présentent des employés réels 18 %
- Permettent d'en connaître davantage sur les métiers disponibles au MTQ 16 %
- Permettent de ressentir que les témoignages sont authentiques 10 %
- A tout aimé * 17 %

Éléments de non-appréciation :

- Ne décrivent pas assez les emplois au MTQ (6 répondants, soit environ 4 % des personnes ayant visionné les vidéos)
- Ne permettent pas d'en connaître davantage sur les différents métiers au MTQ (5 répondants, soit environ 3 % des personnes ayant visionné les vidéos)

Les autres mentions sont très marginales (moins de 5 répondants).

ÉVALUATION SELON CERTAINS CRITÈRES D'APPRÉCIATION

Sont « totalement d'accord » ou « plutôt d'accord » :

- Ce site informe bien sur les possibilités de carrière au MTQ 93 %
- Ce site démontre bien l'expertise du MTQ 94 %
- Ce site convainc que le MTQ est un employeur de choix 92 %
- Ce site a accru l'intérêt à travailler éventuellement ou à continuer de travailler pour le MTQ 90 %
- Ce site incite à poser sa candidature pour un emploi au MTQ 91 %

* Les autres mentions sont marginales (moins de 10 %).



PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

	Vague 2 %	Vague 1 %
ÂGE	(n : 381)	(n : 343)
20 ans ou moins	3	2
21 à 25 ans	9	8
26 à 30 ans	8	8
31 à 35 ans	13	13
36 à 44 ans	25	23
45 à 54 ans	31	29
55 à 64 ans	10	15
65 ans ou plus	1	2
SEXE	(n : 382)	(n : 343)
Homme	64	68
Femme	36	32
SCOLARITÉ (n : 342)	(n : 378)	(n : 342)
Aucun diplôme	4	9
Diplôme d'études secondaires, de formation professionnelle ou l'équivalent	33	38
Diplôme d'études collégiales ou l'équivalent	24	25
Certificat, attestation ou autres études universitaires inférieures au bac	5	8
Diplôme universitaire de premier cycle ou l'équivalent	22	13
Diplôme universitaire d'études supérieures	12	7

	Vague 2 %	Vague 1 %
DOMAINE D'ÉTUDES		
Base : détenteurs d'un diplôme collégial ou universitaire	(n : 205)	n.d.
Génie	41	n.d.
Administration, comptabilité et finances	16	n.d.
Construction et métiers spécialisés	10	n.d.
Sciences, environnement et recherche	6	n.d.
Sciences humaines	4	n.d.
Marketing, médias et communications	4	n.d.
Soutien administratif et secrétariat	3	n.d.
Éducation	3	n.d.
Technologie, informatique et multimédia	3	n.d.
Droit et services juridiques	3	n.d.
Ressources humaines	3	n.d.
Services financiers ou assurances	1	n.d.
Commerce : vente et achat	1	n.d.
Santé, bien-être et services sociaux	1	n.d.
Arts, mode et divertissement	1	n.d.
Sports, loisirs, tourisme, hôtellerie et restauration	-	n.d.

PROFIL DES RÉPONDANTS (SUITE)

	Vague 2 %	Vague 1 %		Vague 2 %	Vague 1 %
OCCUPATION	(n : 377)	(n : 341)	DERNIER EMPLOI EN LIEN AVEC LES DOMAINES DU GÉNIE CIVIL, DES TRAVAUX PUBLICS OU DE LA CONSTRUCTION D'INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT Base : personnes sans emploi à la recherche d'un emploi	(n : 115)	n.d.
Est sans emploi, mais à la recherche	33	41	Oui	33	n.d.
A un emploi	49	40	Non	67	n.d.
Est aux études	11	10	TRAVAILLAIS ALORS... Base : personnes sans emploi, à la recherche d'un emploi et qui ont déjà eu un emploi	(n : 93)	n.d.
Est à la retraite	2	5	Pour le MTQ	4	n.d.
A un emploi, mais à la recherche d'un nouvel emploi	3	2	Pour une autre organisation gouvernementale ou parapublique	31	n.d.
Est sans emploi et ne cherche pas d'emploi	1	1	Dans le secteur privé (incluant syndicat et OSBL)	65	n.d.
Congé parental, maternité, arrêt de travail (médical), etc.	1	1	ANNÉES D'EXPÉRIENCE DANS DOMAINE DES TRANSPORTS, ROUTE OU CIRCULATION Base : personnes dont l'emploi actuel ou précédent est en lien avec les domaines du génie civil, des travaux publics ou de la construction d'infrastructures de transport	(n : 113)	(n : 105)
TRAVAILLE ACTUELLEMENT... Base : personnes en emploi	(n : 164)	(n : 111)	Aucune expérience	10	2
Pour le MTQ	14	13	Moins de 1 an	12	11
Pour une autre organisation gouvernementale ou parapublique	32	21	De 1 à 3 ans	24	16
Dans le secteur privé (incluant syndicat et OSBL)	54	66	De 4 à 10 ans	25	33
EMPLOI EN LIEN AVEC LES DOMAINES DU GÉNIE CIVIL, DES TRAVAUX PUBLICS OU DE LA CONSTRUCTION D'INFRASTRUCTURES DE TRANSPORT Base : personnes en emploi	(n : 176)	n.d.	Plus de 10 ans	29	38
Oui	44	n.d.			
Non	56	n.d.			

PROFIL DES VISITEURS DU SITE

Le site attire surtout des hommes (64 %) et des personnes âgées de 36 à 44 ans (25 %) ou de 45 à 54 ans (31 %). Les visiteurs sont le plus souvent déjà en emploi (52 %) et œuvrent dans le secteur privé (54 %). Le site attire relativement peu de personnes actuellement aux études (11 %).

Selon le sondage, le site attire 39 % de détenteurs de diplôme universitaire, 24 % de détenteurs de diplôme d'études collégiales et 37 % de personnes ayant un niveau de scolarité inférieur ou égal au diplôme d'études secondaires. En comparaison avec la vague 1, il s'agit d'une hausse significative de la proportion de détenteurs de diplômes universitaires (28 % dans la vague 1). Il est à noter que durant la période de sondage de la vague 2, le MTQ tenait des concours de techniciens en travaux publics et d'ingénieurs et les placements publicitaires ont été effectués en conséquence. Comme ces deux corps d'emploi requièrent des diplômes, il n'est pas étonnant de retrouver davantage de diplômés dans la seconde vague.

Les personnes diplômées dans les domaines du génie sont les plus nombreuses à visiter le site (41 %), suivi des personnes diplômées dans les secteurs de l'administration (16 %), de la construction (10 %) et des sciences liées à l'environnement ou de la recherche (6 %). Encore ici, les concours et les placements ciblés pendant cette période concordent avec le profil des répondants.

Les chercheurs d'emploi (33 %) sont plus nombreux chez les personnes âgées de 45 à 54 ans (43 %) et chez les diplômés en sciences naturelles et appliquées et dans les domaines apparentés (39 %).



RÉSULTATS

SOURCE DE LA CONNAISSANCE DU SITE WEB BÂTISSEURS RECHERCHÉS

Q1. « COMMENT AVEZ-VOUS APPRIS L'EXISTENCE DE CE SITE (BÂTISSEURS RECHERCHÉS)? »

(Base : tous)

	Vague 2 (n:384) %	Vague 1 (n:344) %
Par l'entremise du site Web du ministère des Transports	33 ↗	21
Publicité Web (bannières sur différents sites Web)	15 ↘	32
Grâce à une requête avec un moteur de recherche (ex. : Google)	12 ↘	19
Dans les médias sociaux	11 ↗	4
Bouche-à-oreille (parents, amis, collègues)	10	12
Événement carrière	6 ↗	1
Publicité dans les journaux	3	3
Recherche sur les emplois	2	1
Au sein de l'institution scolaire	1	-
Réseau des ingénieurs	1	-
Internet	1	6
Dans une revue	1	-
Ordre des technologues professionnels du Québec	1	-
Ne se souvient pas/ne veut pas répondre	3	1

LE SITE WEB DU MINISTÈRE DES TRANSPORTS GÉNÈRE DAVANTAGE DE VISITES

Le tiers (33 %) des répondants de la seconde vague ont appris l'existence du site par l'entremise du site Web du ministère des Transports. Il s'agit d'une proportion plus élevée que celle observée lors de la première vague (21 %). Les médias sociaux (11 %) et les événements carrières (6 %) ont eux aussi attiré davantage de visiteurs que lors de la première vague (respectivement 4 % et 1 % lors de la vague 1).

Par contre, la publicité sur le Web (15 %) a généré, en proportion, moins de trafic que lors de la vague 1 (32 %), tout comme les moteurs de recherche sur internet (12 % contre 19 % lors de la vague 1).

Le bouche-à-oreille (10 %) et les autres sources ont attiré une proportion de visiteurs semblable à celle de la vague 1.

Les universitaires sont proportionnellement plus nombreux à avoir appris l'existence du site par le biais d'un événement carrière (11 % contre 6 % dans l'ensemble de la population).

Les moteurs de recherche sur Internet ont quant à eux attiré une proportion plus importante de personnes sans emploi mais à la recherche d'un emploi (18 %) et de personnes travaillant pour une organisation gouvernementale ou parapublique (excluant le MTQ) (17 %).

Parmi les 23 personnes travaillant déjà au MTQ qui ont répondu au sondage, 65 % ont été attirés sur le site par l'intermédiaire du site Web du MTQ. Il s'agit d'une proportion nettement plus élevée que chez le reste des répondants.

MOTIFS DES VISITES

Q2. « POUR QUELLES RAISONS ÊTES-VOUS VENU CONSULTER CE SITE AUJOURD'HUI? »

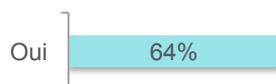
(Base : tous; n : 384)

TOTAL DES TROIS MENTIONS*

	Vague 2 %
Est en recherche d'emploi	71
Voulait connaître les conditions de travail au ministère des Transports	22
Curiosité/simplement pour voir/le nom du site l'intriguait	12
Est à la recherche d'un stage ou d'un emploi étudiant	10
Voulait savoir ce que font les employés du Ministère	10
Connaît quelqu'un qui a travaillé ou qui travaille au Ministère	10
Par hasard/en navigant au hasard	6
Un ami/une connaissance le lui a conseillé	4
Aider quelqu'un à chercher du travail	2
Travail scolaire/dans le cadre d'une recherche	1
A reçu un courriel d'invitation	1
Ne sait pas/ne veut pas répondre	1

Q1p1. « EN ÊTES-VOUS À VOTRE PREMIÈRE VISITE SUR LE SITE? »

(Base : tous; n: 384)



LA RECHERCHE D'EMPLOI JUSTIFIE LES VISITES

La principale raison ayant motivé les visites du site Web Bâtisseurs recherchés est la recherche d'emploi (71 %).

À cet égard, il est à noter que les répondants provenant du secteur privé (69 %) sont plus nombreux que ceux qui travaillent actuellement pour le MTQ (22 %) à avoir consulté le site en vue d'y chercher un emploi. Ce résultat n'est pas étonnant, car le site ne vise pas à présenter les offres de mutation, mais plutôt les appels de candidatures.

Sans surprise, la proportion de personnes qui visitaient le site spécifiquement pour la recherche d'emploi est plus élevée chez les personnes à la recherche d'un emploi (97 %) que chez celles déjà en emploi (59 %) ou aux études (51 %).

Les visiteurs intéressés à connaître les conditions de travail au MTQ sont proportionnellement plus nombreux chez ceux qui cumulent 4 ans ou plus d'expérience (33 %) que ceux qui en cumulent 3 ou moins (10 %).

Une proportion de 12 % des répondants consultaient le site par simple curiosité. Sans surprise, cette proportion est plus élevée chez les personnes en emploi (18 %) que chez celles à la recherche d'un emploi (2 %).

Enfin, une proportion de 66 % des étudiants consultaient le site à la recherche d'un stage ou d'un emploi étudiant.

LA MAJORITÉ (64 %) DES RÉPONDANTS EN ÉTAIENT À LEUR PREMIÈRE VISITE SUR LE SITE

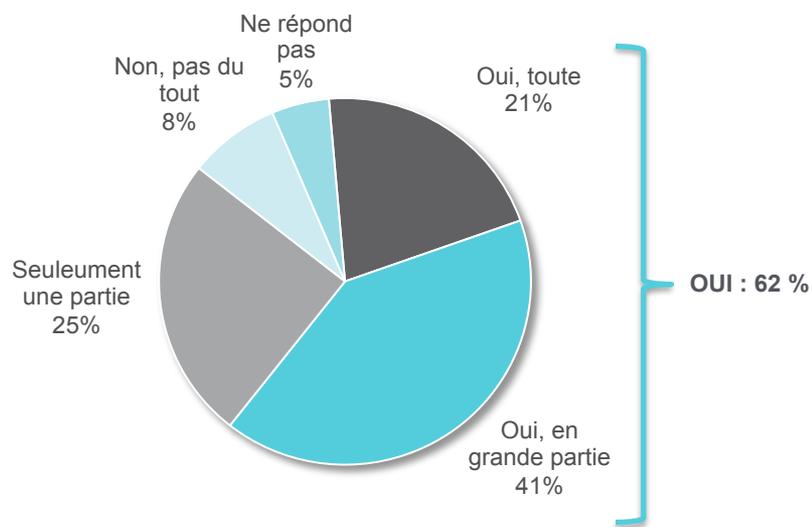
Cette proportion est similaire dans l'ensemble des sous-groupes. Ce résultat n'étonne guère, car l'interception sur site visait les personnes accédant au site pour la première fois.

* Le questionnaire de la première vague ne précisait pas le nombre de choix possibles, mais les répondants pouvaient en sélectionner jusqu'à dix. Les réponses ne sont donc pas comparables entre les deux vagues.

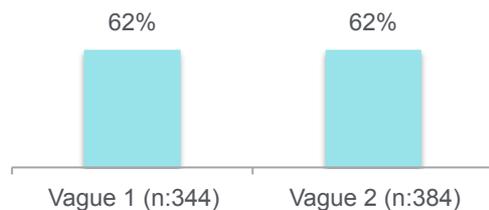
CAPACITÉ DU SITE À RÉPONDRE AUX BESOINS D'INFORMATION

Q3. « AVEZ-VOUS TROUVÉ L'INFORMATION QUE VOUS VOULIEZ TROUVER? »

(Base : tous; n : 384)



% de OUI



ENVIRON LES DEUX TIERS Y ONT TROUVÉ L'ESSENTIEL DE CE QU'ILS CHERCHAIENT SUR LE SITE

Comme la première vague de l'étude l'avait révélé, le site Web Bâisseurs recherchés semble avoir bien répondu aux besoins en information chez 62 % des visiteurs interrogés (21 % y ont trouvé toute l'information recherchée et 41 % l'ont trouvée en grande partie).

Le quart (25 %) des répondants n'ont trouvé qu'une partie de ce qu'ils recherchaient. Enfin, seulement 8 % des répondants n'ont pas du tout trouvé ce qu'ils cherchaient.

SUGGESTIONS DE CONTENU POUR LE SITE

QN4A. « QUELS SONT LES CONTENUS QUE VOUS AVEZ TROUVÉ LES PLUS INTÉRESSANTS? »

(Base : tous; n : 384)

TOTAL DES TROIS MENTIONS

	%
La présentation des offres d'emplois (concours de recrutement) actuelles et à venir	38
Les conditions de travail	25
L'explication du processus d'embauche	21
La description des profils recherchés par le MTQ	21
L'inscription aux alertes-emplois	17
Les vidéos	14
Les statistiques sur les grands chantiers du MTQ	11
La liste des événements carrières	10
La foire aux questions	2
Tous les contenus sont intéressants	20
Ne sait pas/ne veut pas répondre	8

LES RÉPONDANTS SONT PRINCIPALEMENT INTÉRESSÉS PAR LA PRÉSENTATION DES OFFRES D'EMPLOI

Entre la première et la seconde vague du sondage, le site Bâisseurs recherchés a été bonifié, notamment quant à la présentation des offres d'emplois actuelles et à venir et à l'explication du processus d'embauche. Ces deux contenus figurent aux premier (38 %) et troisième (21 %) rangs des contenus les plus intéressants. Il n'est malheureusement pas possible de comparer ces résultats avec ceux de la première vague, cette question étant posée pour la première fois.

L'information sur les conditions de travail (25 %) et la description des profils recherchés (21 %) sont aussi des contenus prisés par les sondés. Les autres contenus ont été sélectionnés par moins de 20 % des répondants.

ÉCARTS ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

Les hommes (30 %) ont choisi les contenus sur les conditions de travail dans une proportion plus grande que les femmes (16 %). Il en est de même pour les statistiques sur les grands chantiers du MTQ, sélectionnés par 15 % des hommes et seulement 5 % des femmes.

Il est à noter que le groupe d'âge de 26 à 35 ans s'est montré plus intéressé par les vidéos (23 %) que les autres groupes d'âge. Une statistique qui n'étonne pas, puisque l'âge des employés présentés dans les vidéos est de 25 à 40 ans.

SUGGESTIONS DE CONTENU POUR LE SITE

Q4. « QUELLE INFORMATION ADDITIONNELLE DEVRAIT-ON AJOUTER, S'IL Y A LIEU, SELON VOUS? »

(Base : tous; n : 344)

TOUTES LES MENTIONS

	Vague 2 %	Vague 1 %
Plus d'information sur les concours, emplois et postes disponibles	5	6
Plus d'information sur les salaires et autres avantages	1	2
Plus d'information sur la situation géographique des emplois disponibles	1	2
Plus d'information sur la nature et les tâches liées aux emplois	-	1
La marche à suivre pour postuler	-	1
Plus d'information sur les emplois pour les groupes minoritaires	1	1
Plus d'information sur le statut de la demande	1	-
Plus d'information sur les emplois étudiants/stages	-	1
Plus d'information sur les infrastructures	1	-
Rien, il y a tout ce qu'il faut	70	68
Ne veut pas répondre	19	18

PEU DE SUGGESTIONS ÉMISES

Comme observé lors de la vague 1, la vaste majorité des répondants (70 %) considère que le site contient tout ce qu'il faut.

Les rares suggestions d'ajout concernent les informations sur les postes (5 %), les salaires et autres avantages (1 %), la localisation des emplois (1 %), les emplois pour groupes minoritaires (1 %) et les informations sur le statut des demandes pour les personnes qui ont passé un concours (1 %).

Certaines personnes (1 %) seraient en outre intéressées à avoir davantage d'information sur les infrastructures.

Q5A. « QU'EST-CE QUE VOUS AVEZ PLUS PARTICULIÈREMENT AIMÉ DE CE SITE WEB? »

(Base : tous; n : 384)

TOTAL DES TROIS MENTIONS

	%
La clarté de l'information	32
La convivialité, facilité de navigation	26
La pertinence de l'information	20
Mise en page simple et aérée	16
La présentation visuelle, la beauté du site, la conception	14
Vocabulaire simple	13
Le dynamisme du site	12
Police lisible	7
Le style d'écriture	5
A tout aimé	18
Rien en particulier	10
Ne sait pas/ne veut pas répondre	5

CLARTÉ DE L'INFORMATION APPRÉCIÉE

Interrogés à savoir ce qu'ils ont particulièrement apprécié du site, près du tiers (32 %) des répondants ont mentionné la clarté de l'information. La convivialité du site a été mentionnée par 26 % des répondants, suivi de la pertinence de l'information (20 %).

Une proportion de 18 % des répondants affirme avoir tout apprécié. Cette proportion grimpe à 29 % chez les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires ou moins. À l'opposé, 10 % des répondants n'ont rien aimé en particulier.

On remarque que la simplicité du vocabulaire est nettement moins mentionnée par les personnes âgées de 26 à 35 ans (4 %) que par l'ensemble des sondés (13 %). Quant aux personnes âgées de 55 ans ou plus, elles apprécient davantage la lisibilité de la police (16 % contre 7 % dans l'ensemble de la population).

Enfin, les personnes ayant étudié dans le domaine des sciences naturelles et appliquées et dans les domaines apparentés ont été les seules à choisir le style d'écriture (10 %) comme étant l'un des éléments les plus appréciés du site.

ÉLÉMENTS D'INSATISFACTION

Q6A. « QU'EST-CE QUI VOUS A DÉPLU? »

(Base : tous; n : 384)

TOTAL DE TROIS MENTIONS

	%
Le manque de clarté de l'information	7
Mise en page lourde	6
Navigation difficile	5
Le manque de dynamisme du site	4
Information non pertinente	3
La présentation visuelle	2
Le manque de convivialité	2
Le style d'écriture	2
Police difficilement lisible	1
Vocabulaire compliqué	1
Le moteur de recherche	1
Les critères de sélection	1
Rien, tout est correct	66
Ne sait pas/ne veut pas répondre	13

LES DEUX TIERS (66 %) DES RÉPONDANTS AFFIRMENT QUE RIEN NE LEUR A DÉPLU SUR LE SITE

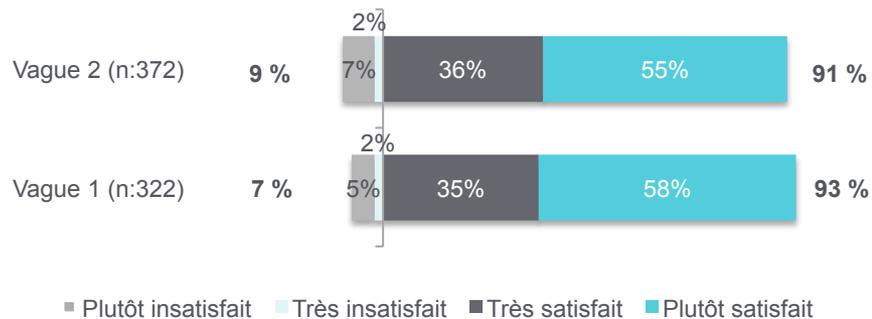
À propos de leur visite sur le site Web Bâisseurs recherchés, 66 % affirment que rien ne leur a déplu.

L'élément ayant déplu au plus grand nombre de répondants (7 %) est le manque de clarté de l'information. La proportion de personnes ayant signifié un manque de clarté grimpe à 18 % chez les personnes de 25 ans ou moins et elle est de seulement 3 % chez les personnes en emploi.

SATISFACTION QUANT À LA CONVIVIALITÉ DU SITE

Q11. « ÊTES-VOUS TRÈS SATISFAIT, PLUTÔT SATISFAIT, PLUTÔT INSATISFAIT OU TRÈS INSATISFAIT DE LA FACILITÉ DE NAVIGATION SUR CE SITE (CONVIVIALITÉ)? »

(Base : tous, excluant la non-réponse)



UN SITE CONVIVIAL POUR LA GRANDE MAJORITÉ

Le site Web Bâtitisseurs recherchés ne semble pas avoir posé de problème de convivialité pour la majorité des répondants.

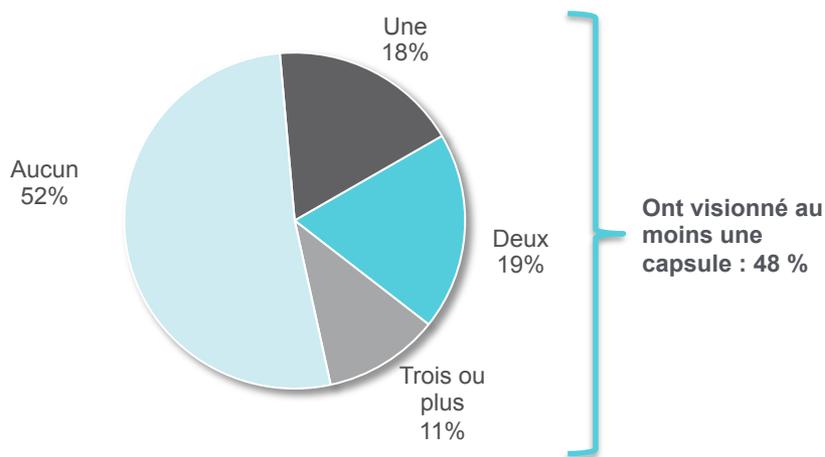
Lors de la seconde vague, plus de 9 visiteurs sur 10 (91 %) se sont dits « très satisfaits » (36 %) ou « plutôt satisfaits » (55 %) de la facilité avec laquelle ils ont pu y naviguer. Ces proportions sont très semblables à celles de la première vague.

Les personnes âgées de 26 à 35 ans sont plus nombreuses à être très satisfaites de la convivialité du site (50 %).

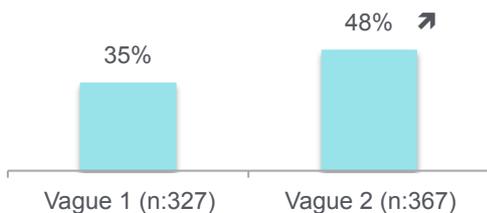
NOMBRE DE CAPSULES VIDÉO DE TÉMOIGNAGE VISIONNÉES

Q9. « COMBIEN DE « CAPSULES VIDÉO » DE TÉMOIGNAGE (PAS LE CLIP D'ACCUEIL, MAIS PLUTÔT LES TÉMOIGNAGES D'EMPLOYÉS) AVEZ-VOUS VISIONNÉES (EN TOUT OU EN PARTIE)? »

(Base : tous, excluant la non-réponse; n : 367)



Ont visionné au moins une vidéo



PRÈS DE LA MOITIÉ (48 %) DES RÉPONDANTS ONT VISIONNÉ AU MOINS UNE VIDÉO

Une proportion de 18 % des répondants a visionné une vidéo, 19 % en ont visionné deux et 11 % en ont visionné trois ou plus, pour un total de 48 % de répondants ayant visionné au moins une vidéo. En comparaison avec la première vague (35 %), il s'agit d'une augmentation significative de la proportion de répondants ayant visionné au moins une vidéo.

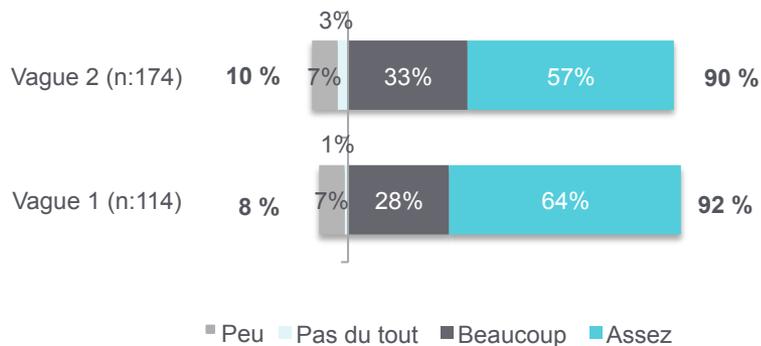
LES VIDÉOS SONT MOINS POPULAIRES AUPRÈS DES DÉTENTEURS DE DIPLÔME COLLÉGIAL

Les personnes dont la scolarité la plus élevée est de niveau collégial sont proportionnellement moins nombreuses (35 %) à avoir visionné au moins une vidéo. Chez les détenteurs d'un diplôme universitaire, cette proportion est de 49 %. Elle est de 53 % chez ceux qui ont au plus un diplôme d'études secondaires.

APPRÉCIATION DES CAPSULES VIDÉO DE TÉMOIGNAGE

Q10. « AVEZ-VOUS BEAUCOUP, ASSEZ, PEU OU PAS DU TOUT AIMÉ LA/ LES VIDÉO(S) DE CE(S) TÉMOIGNAGE(S)? »

(Base : ceux qui ont visionné au moins une capsule, excluant la non-réponse)



LES TÉMOIGNAGES APPRÉCIÉS PAR NEUF PERSONNES SUR DIX

Parmi les visiteurs qui ont visionné au moins une capsule vidéo présentant des témoignages, la vaste majorité (90 %) les a beaucoup (33 %) ou assez (57 %) aimées. Ces proportions sont semblables à celles de la première vague.

Les vidéos semblent être davantage appréciées par les personnes âgées de 26 à 35 ans. En effet, ces dernières ont été proportionnellement plus nombreuses (54 %) à avoir beaucoup aimé les vidéos.

ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION DES CAPSULES VIDÉO DE TÉMOIGNAGE

Q10a1. « QU'AVEZ-VOUS PARTICULIÈREMENT AIMÉ DE CETTE (CES) VIDÉO(S)? »

(Base : ceux qui ont aimé « beaucoup » ou « assez » la/les capsules; n : 157)

TOTAL DE TROIS MENTIONS

	%
Décrivent bien les emplois au MTQ	43
Expriment bien la passion des employés pour leur travail	30
Sont filmés sur les lieux réels de travail	20
Démontrent l'expertise au MTQ	18
Présentent des employés réels du MTQ	18
Permettent d'en connaître sur les différents métiers disponibles au MTQ	16
Permettent de ressentir que les témoignages sont authentiques	10
Sont dynamiques	8
La qualité de l'image, le style de montage	4
La durée des vidéos	4
Permettent de voir les innovations au MTQ	3
A tout aimé	17
Rien en particulier	3
Ne veut pas répondre	3

DES TÉMOIGNAGES INTÉGRALEMENT APPRÉCIÉS

Les personnes qui ont vu au moins une vidéo et qui l'ont « assez » ou « beaucoup » aimée ont été invitées à sélectionner ce qu'ils en ont le plus apprécié.

L'élément le plus populaire est que les vidéos décrivent bien les emplois au MTQ (43 %), suivi par le fait que les vidéos expriment bien la passion des employés pour leur travail (30 %).

Le réalisme et l'authenticité des vidéos ont aussi été appréciés par plusieurs répondants. En effet, 20 % d'entre eux ont particulièrement aimé le fait que la vidéo soit filmée sur des lieux de travail réels, 18 % ont aimé que la vidéo présente des employés réels et 10 % ont apprécié l'authenticité des témoignages.

Enfin, la durée des vidéos a été particulièrement aimée des personnes de 45 à 54 ans (12 % contre 4 % chez l'ensemble des répondants).

ÉLÉMENTS JUSTIFIANT LA NON-APPRÉCIATION DES CAPSULES VIDÉO DE TÉMOIGNAGE

Q10B1. « QU'EST-CE QUE VOUS N'AVEZ PAS AIMÉ DE CETTE (CES) VIDÉO(S)? »

(Base : ceux qui ont aimé « peu » ou « pas du tout »
la/les capsules; n : 17)

TOTAL DE TROIS MENTIONS

	n
Ne décrivent pas assez les emplois au MTQ	6
Ne permettent pas d'en connaître sur les différents métiers disponibles au MTQ	5
Ne permettent pas de ressentir que les témoignages sont authentiques	4
Ne démontrent pas l'expertise au MTQ	3
Ne permettent pas de voir les innovations au MTQ	3
Vidéos trop longs	3
N'expriment pas bien la passion des employés pour leur travail	2
Ne sont pas dynamiques	2
Présentent des employés réels du MTQ	1
Vidéos trop courts	1
Ne montrent pas les vraies choses	1

PEU D'INSATISFACTION

Seulement 17 répondants ont dit apprécier « peu » (12) ou « pas du tout » (5) les capsules de témoignage. Ces 17 personnes représentent 10 % du total des personnes qui ont affirmé avoir visionné au moins une vidéo.

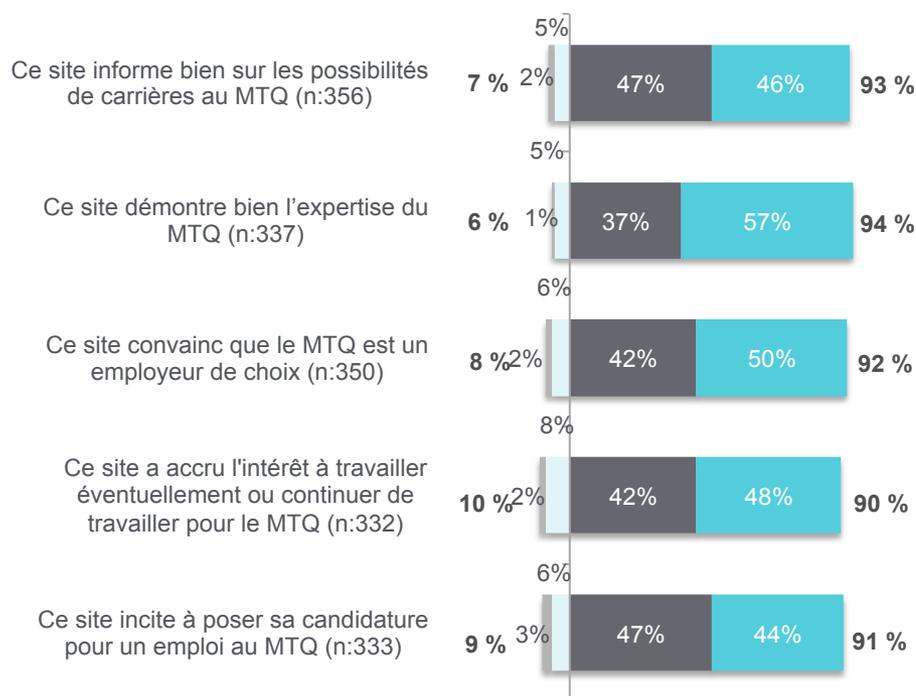
Un total de 6 répondants (représentant moins de 4 % du total des personnes ayant visionné au moins une vidéo), auraient souhaité que les vidéos décrivent davantage les emplois au MTQ, cinq (3 % du total des personnes ayant visionné au moins une vidéo) auraient souhaité en connaître plus sur les différents métiers et quatre personnes (2 % du total des personnes ayant visionné au moins une vidéo) critiquent l'authenticité des témoignages.

Note : vu la petite taille d'échantillon, les résultats sont présentés en nombre plutôt qu'en pourcentage

ÉVALUATION SELON CERTAINS CRITÈRES D'APPRÉCIATION

Q12a à 12e. « POUR CHACUNE DES AFFIRMATIONS SUIVANTES, VEUILLEZ INDICHER SI VOUS ÊTES TOTALEMENT D'ACCORD, PLUTÔT D'ACCORD, PLUTÔT EN DÉSACCORD OU TOUT À FAIT EN DÉSACCORD. »

(Base : tous, excluant « ne s'applique pas » et la non-réponse)



■ Totalement en désaccord ■ Plutôt en désaccord ■ Totalement d'accord ■ Plutôt d'accord

UN SITE QUI REMPLIT BIEN SES OBJECTIFS

Comme c'était le cas lors de la première vague, tous les énoncés d'appréciation évalués obtiennent une note d'accord égale ou supérieure à 90 % lorsque sont combinées les réponses « totalement d'accord » et « plutôt d'accord ».

Les répondants âgés de 26 à 35 sont plus nombreux (64 %) à être totalement d'accord avec l'énoncé voulant que le site informe bien sur les possibilités de carrière au MTQ (47 % pour l'ensemble). Cette proportion est par contre plus basse chez les personnes déjà en emploi (40 %) et chez celles en emploi en lien avec le génie civil et les infrastructures de transport (28 %).

LES TRAVAILLEURS DU SECTEUR PRIVÉ ET LES UNIVERSITAIRES SE DÉMARQUENT

Les détenteurs d'un diplôme universitaire sont moins nombreux à être en accord pour dire que le site convainc que le MTQ est un employeur de choix (85 % contre 97 % chez les détenteurs d'un DES ou moins et 93 % chez les détenteurs d'un diplôme d'études collégiales).

Lorsqu'on leur a demandé si le site avait accru leur intérêt à travailler ou à continuer de travailler pour le MTQ, seulement 32 % des universitaires ont répondu qu'ils étaient totalement en accord, contre 52 % chez les détenteurs d'un DES ou moins et 41 % chez les détenteurs d'un diplôme d'études collégiales.

Enfin, le site incite 85 % des universitaires à poser leur candidature, contre 95 % des détenteurs d'un DES ou moins. Cette proportion est de 96 % chez les détenteurs d'un diplôme d'études collégiales.

ÉVALUATION SELON CERTAINS CRITÈRES D'APPRÉCIATION (SUITE)

Les travailleurs du secteur privé sont plus nombreux à être « totalement d'accord » avec l'énoncé selon lequel le site convainc que le MTQ est un employeur de choix (50 % contre 20 % chez les personnes travaillant dans une organisation gouvernementale autre que le MTQ).

Le scénario se répète pour l'énoncé « ce site a accru l'intérêt à travailler éventuellement ou continuer de travailler pour le MTQ » (47 % des travailleurs du secteur privé sont « totalement d'accord contre 15 % chez les personnes travaillant dans une organisation gouvernementale autre que le MTQ) ainsi que pour l'énoncé « le site incite à poser sa candidature pour un emploi au MTQ » (50 % des travailleurs du secteur privé sont « totalement » d'accord contre 21 % chez les personnes travaillant dans une organisation gouvernementale autre que le MTQ).



CONCLUSIONS

UN SITE CONVIVAL ET COMPLET

La seconde vague de l'étude vient confirmer les résultats obtenus lors de la première vague : le site répond aux besoins d'information de la majorité (62 %) des visiteurs et il est considéré comme étant convivial et apprécié par plus de neuf répondants sur dix. De plus, le profil des visiteurs est, de façon générale, intéressant pour le Ministère. À titre d'exemple, 41 % des répondants étaient détenteurs d'un diplôme dans les secteurs du génie.

LES TÉMOIGNAGES ONT ÉTÉ VISIONNÉS PLUS SOUVENT ET TOUT AUSSI APPRÉCIÉS

Près de 48 % des répondants ont visionné au moins une vidéo de témoignage d'employés du Ministère. Il s'agit d'une hausse notable par rapport à la première vague (35 %). Bien qu'ils aient été globalement appréciés par tous, ces témoignages semblent avoir été plus appréciés par les personnes âgées de 26 à 35 ans, ce qui correspond approximativement à l'âge des employés mis en vedette dans les vidéos. Il pourrait être intéressant d'explorer l'idée de présenter des employés d'une gamme d'âges plus étendue pour susciter l'intérêt des visiteurs plus jeunes ou plus âgés.

SOURCE DE LA CONNAISSANCE DU SITE

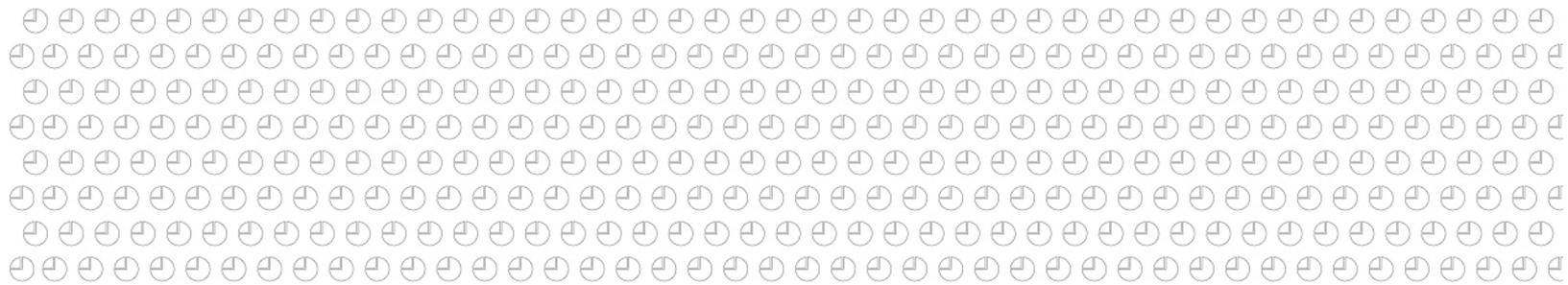
Le site Web du MTQ (33 %) a généré davantage de visites que ce qui avait été observé lors de la première vague, tout comme les médias sociaux (11 %) et les événements carrière (6 %). Les événements carrière semblent par ailleurs être une façon prometteuse d'attirer les universitaires. En effet, 11 % d'entre eux avaient entendu parler du site par le biais d'un tel événement.

AMÉLIORATIONS POTENTIELLES

Les répondants ont clairement signifié qu'ils étaient à la recherche d'informations sur les possibilités de carrière au MTQ. Bien que la majorité des personnes aient été satisfaites de l'information trouvée sur le site, certaines personnes auraient souhaité en avoir encore davantage. Les personnes déjà en emploi, et encore plus particulièrement celles en emploi dans le secteur en lien avec le génie civil et les infrastructures, se sont montrées un peu moins satisfaites de l'information sur les possibilités de carrière au MTQ que le reste des répondants.

Le site semble aussi un peu moins apprécié des détenteurs d'un diplôme universitaire, en comparaison avec les personnes dont le niveau de scolarité est moins élevé. Il pourrait être intéressant d'explorer plus en profondeur les attentes de ce sous-groupe.

Certains répondants ont critiqué la lourdeur de la mise en page et la navigation difficile. Ces répondants sont toutefois très minoritaires.



ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

OBJECTIFS

De façon générale, l'étude qui visait, notamment :

- à connaître la satisfaction des visiteurs quant à la convivialité du site;
- à connaître la satisfaction générale du site et de son contenu;
- à connaître l'intérêt que suscite le site.

Cette seconde vague de l'étude avait pour objectif plus spécifique d'identifier les éléments du site Web sur lesquels le MTQ devrait miser au cours de la prochaine année pour améliorer l'expérience des visiteurs. Le questionnaire a par ailleurs été modifié à cet effet.

L'objectif de cette annexe est de réunir les renseignements sur le déroulement de l'enquête. Pour ce faire, nous expliquons la méthodologie utilisée et nous en présentons les résultats administratifs, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats.

PLAN DE SONDAGE

Population cible et sélection du répondant

- Tous les visiteurs du site Web Bâisseurs recherchés au cours de la période de sondage.
- Invitation systématique de tous les visiteurs du site au cours de la période d'enquête sauf ceux qui y sont venus à plusieurs reprises (invitation seulement lors de la première visite).

Base de sondage

Les visiteurs du site Bâisseurs recherchés. Un total de 384 questionnaires ont été remplis.

QUESTIONNAIRE Le questionnaire d'enquête a été conçu conjointement par SOM et les responsables du projet au MTQ. Il a été révisé puis programmé par SOM. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2. Les questionnaires ont été remplis en français seulement.

Le questionnaire de la vague 2 diffère légèrement de celui de la vague 1. Seules les questions identiques ont été comparées par un traitement statistique.

COLLECTE **Période de collecte**

L'enquête en ligne s'est déroulée du 24 août au 22 octobre 2013.

Mode d'entrevue

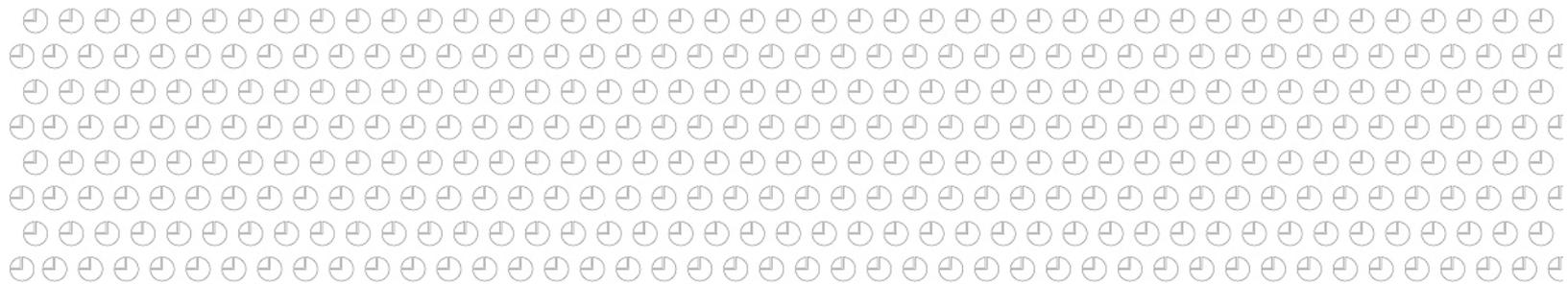
- Entrevues en ligne auprès des visiteurs interceptés sur le site Web Bâisseurs recherchés.
- Au besoin, soutien technique auprès des participants.
- Collecte sur les serveurs de SOM.

Résultats de la collecte en ligne

- 684 visiteurs ont accédé au questionnaire.
- 300 visiteurs ont abandonné le questionnaire en cours d'administration.
- Un total de 384 questionnaires ont été remplis, pour un taux de questionnaires complétés de 56,1 %.

TRAITEMENT

- Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB.
- Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.
- Comme tous les visiteurs étaient systématiquement invités à participer à l'étude, les données ne sont pas pondérées.
- Si on suppose que les répondants constituent un sous-groupe aléatoire de l'ensemble des visiteurs du site au cours de la période, la marge d'erreur maximale d'erreur d'échantillonnage, au niveau de confiance de 95 %, est de 5 %.



ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE

SONDAGE DESTINÉ AUX VISITEURS DU MICROSITE WEB BÂTISSEURS RECHERCHÉS
MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu, qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=., 2=., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indication contraire (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Slcal, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_SI... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire de l'information de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.

*/

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_Bi Merci de participer à ce court sondage qui nous aidera à mieux répondre aux attentes de ceux qui viennent nous visiter sur ce site Web.

->>1

Q_1 Comment avez-vous appris l'existence de ce site (Bâisseurs recherchés)?

<<1=Bouche-à-oreille (parents, amis, collègues)
2=Publicité Web (bannières sur différents sites Web)
3=Via le site Web du ministère des Transports
4=Publicité dans les journaux
5=Dans les médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube)
7=Grâce à une recherche avec un moteur de recherche (ex. : Google)
8=Lors d'un événement carrière (ex. : salon de l'emploi)
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne me souviens pas/je ne veux pas répondre>>

Q_1p1 En êtes-vous à votre première visite sur le site?

1=Oui
2=Non
9=*Je ne veux pas répondre

/*Q2a, PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES (Maximum de 3 mentions) */

Q_2a Pour quelles raisons êtes-vous venu consulter ce site aujourd'hui?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=99

<<1=Je suis en recherche d'emploi
2=Je suis à la recherche d'un stage ou d'un emploi étudiant
3=Je voulais connaître les conditions de travail au ministère des Transports
4=Je voulais savoir ce que font les employés du Ministère
5=Curiosité/simplement pour voir/le nom du site m'intriguait
6=Un ami/une connaissance me l'a conseillé
7=Travail scolaire/dans le cadre d'une recherche
8=Par hasard/en naviguant au hasard
9=Je connais quelqu'un qui a travaillé ou qui travaille au Ministère
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne veux pas répondre>>

Q_3 Avez-vous trouvé l'information que vous vouliez?

1=Oui, toute
2=Oui, en grande partie
3=Seulement en partie
4=Non, pas du tout
9=*Je ne veux pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*QN4a
Q_N4a

Maximum de 3 mentions*/

Quels sont les contenus que vous avez trouvé les plus intéressants?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=95,99

<<1=Les vidéos
2=Les statistiques sur les grands chantiers du MTQ
3=Les conditions de travail
4=L'explication du processus d'embauche
5=La présentation des offres d'emplois (concours de recrutement) actuels et à venir
6=L'inscription aux alertes-emplois
7=La description des profils recherchés par le MTQ
8=La foire aux questions
9=La liste des événements carrières
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
95=Tous les contenus sont intéressants
99=Je ne veux pas répondre>>

/*Q4au

Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_4

Quelle information additionnelle devrait-on ajouter, s'il y a lieu, selon vous?

*exclusif=(4au,4)

<< _____ *suf au

1=Rien, il y a tout ce qu'il faut
99=*Je ne veux pas répondre>>

/*Q5a

Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_5a

Qu'est-ce que vous avez plus particulièrement aimé de ce site Web?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=1,2,99

<<11=La convivialité, facilité de navigation
12=La clarté de l'information
13=La pertinence de l'information
14=Le style d'écriture
15=La présentation visuelle, la beauté du site, la conception
16=Le dynamisme du site
17=Mise en page simple et aérée
18=Police lisible
19=Vocabulaire simple
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
1=Rien en particulier
2=J'ai tout aimé

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/**texte**/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

99=*Je ne veux pas répondre>>

/*Q6a

Coder jusqu'à 3 mentions*/

Q_6a

Et qu'est-ce que vous avez le moins apprécié de ce site?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=1,99

<<11=Le manque de convivialité
12=Le manque de clarté de l'information
13=Information non pertinente
14=Le style d'écriture
15=La présentation visuelle
16=Le manque de dynamisme du site
17=Mise en page lourde
18=Police difficilement lisible
19=Vocabulaire compliqué
20=Navigation difficile
1=Rien, tout est correct
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
99=*Je ne veux pas répondre>>

Q_11

Quel est votre degré de satisfaction par rapport à la ((G **facilité de navigation**)) sur ce site (convivialité)?

1=Très satisfait
2=Plutôt satisfait
3=Plutôt insatisfait
4=Très insatisfait
9=*Je ne veux pas répondre

Q_9

Combien de « capsules vidéo » de témoignages (pas le clip d'accueil mais plutôt les témoignages d'employés) avez-vous visionnées (en tout ou en partie)?

1=Aucune->rot12
2=Une
3=Deux
4=Trois ou plus
9=*Je ne veux pas répondre->rot12

Q_10

Avez-vous beaucoup, assez, peu ou pas du tout aimé la ou les vidéos de ces témoignages?

1=Beaucoup->10a1
2=Assez->10a1
3=Peu->10b1
4=Pas du tout->10b1

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

9=*Je ne veux pas répondre->rot12

Q_10a1

Qu'avez-vous particulièrement aimé de cette ou ces vidéos?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=1,2,99

<<11=Décrivent bien les emplois au MTQ
12=Démontrent l'expertise au MTQ
13=Expriment bien la passion des employés pour leur travail
14=Présentent des employés réels du MTQ
15=Sont filmés sur les lieux réels de travail
16=Permettent de ressentir que les témoignages sont authentiques
17=Sont dynamiques
18=Permettent d'en connaître sur les différents métiers disponibles au MTQ
19=Permettent de voir les innovations au MTQ
20=La qualité de l'image, le style de montage
21=La durée des vidéos
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
1=Rien en particulier
2=J'ai tout aimé
99=*Je ne veux pas répondre>>

->>rot12

Q_10b1

Qu'est-ce que vous avez moins aimé de ces vidéos?

Vous pouvez cocher jusqu'à 3 réponses.

*choix multiples
*choixminmax=1,3
*Selectif=1,99

<<11=Ne décrivent pas assez les emplois au MTQ
12=Ne démontrent pas l'expertise au MTQ
13=N'expriment pas bien la passion des employés pour leur travail
14=Présentent des employés réels du MTQ
15=Sont réalisées sur les lieux réels de travail
16=Ne permettent pas de ressentir que les témoignages sont authentiques
17=Ne sont pas dynamiques
18=Ne permettent pas d'en connaître sur les différents métiers disponibles au MTQ
19=Ne permettent pas de voir les innovations au MTQ
20=La qualité de l'image, le style de montage ne sont pas adéquats
21=Vidéos trop courts
22=Vidéos trop longs
90=<preciser>Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
1=Rien, tout est correct
99=*Je ne veux pas répondre>>

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*SECTION

IMPACTS*/

/*

Rotation Q12a à Q12e*/

Q_inRot12
Q_12a

rotation=q#12a,q#12b,q#12c,q#12d,q#12e (après=q#s1)

Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez indiquer si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord.

Ce site Web informe bien sur les possibilités de carrières au ministère des Transports

*format matriciel

1=Totallement d'accord
2=Plutôt d'accord
3=Plutôt en désaccord
4=Totallement en désaccord
7=*Ne s'applique pas
9=*Je ne veux pas répondre

Q_12b

Ce site Web démontre bien l'expertise du ministère des Transports

*format matriciel

Q_12c

Ce site Web vous convainc que le ministère des Transports est un employeur de choix

*format matriciel

Q_12d

Ce site Web a accru votre intérêt à travailler éventuellement ou continuer de travailler pour le ministère des Transports

*format matriciel

Q_12e

Ce site Web vous incite à poser votre candidature pour un emploi au ministère des Transports

*format matriciel

/*PROFIL DES VISITEURS*/

Q_S1

Pour terminer, nous aimerions avoir quelques renseignements sur le profil des visiteurs de notre site Web. À quel groupe d'âge appartenez-vous?

<<1=20 ans ou moins
2=21 à 25 ans
3=26 à 30 ans
4=31 à 35 ans
5=36 à 44 ans
6=45 à 54 ans
7=55 à 64 ans
8=65 ans ou plus
9=*Je ne veux pas répondre>>

Q_S2

Êtes-vous...?

1=Un homme
2=Une femme
9=*Je ne veux pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_S3 À quel niveau de scolarité correspond le plus haut diplôme que vous avez obtenu?

- <<1=Aucun diplôme
- 2=Diplôme d'études secondaires (DES), de formation professionnelle ou l'équivalent
- 3=Diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent (profil général ex. sciences humaines ou sciences de la nature)
- 4=Diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent (profil technique)
- 5=Certificat, attestation ou autres études universitaires inférieures au baccalauréat
- 6=Diplôme universitaire de premier cycle (baccalauréat) ou l'équivalent
- 7=Diplôme universitaire d'études supérieures (maîtrise, doctorat, postdoctorat)
- 90=<précisez> Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
- 99=*Je ne veux pas répondre>>

Q_SicalS4
->>S5

Si Q#S3=4,5,6,7->S4

Q_S4

Dans quel domaine êtes-vous diplômé?

- <<1=Soutien administratif et secrétariat
- 2=Administration, comptabilité et finance
- 3=Services financiers ou assurances
- 4=Commerce : vente et achat
- 5=Droit et services juridiques
- 6=Sciences, environnement et recherche
- 7=Génie
- 8=Santé, bien-être et services sociaux
- 9=Éducation
- 10=Sciences humaines
- 11=Technologie, informatique et multimédia
- 12=Arts, mode et divertissement
- 13=Sports, loisirs, tourisme, hôtellerie et restauration
- 14=Marketing, médias et communication
- 15=Ressources humaines
- 16=Construction et métiers spécialisés
- 90=<précisez> Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
- 99=*Je ne veux pas répondre>>

Q_S5

Quelle est votre ((G **principale**)) occupation présentement?

- <<1=J'ai un emploi
- 2=Je suis aux études
- 3=Je suis sans emploi mais à la recherche d'un emploi
- 4=Je suis sans emploi et ne cherche pas d'emploi
- 5=Je suis à la retraite
- 90=<précisez> Autre (spécifier dans la boîte ci-dessous)
- 99=*Je ne veux pas répondre>>

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_SicalS6
->>calS6b
Q_S6a

Si Q#S5=1->S6a

Votre emploi est-il en lien avec le domaine du génie civil, des travaux publics ou de la construction d'infrastructures de transport?

1=Oui
2=Non
9=*Je ne veux pas répondre

Q_S7a

Travaillez-vous...?

1=Pour le ministère des Transports du Québec
2=Pour une autre organisation gouvernementale ou parapublique
3=Dans le secteur privé (y inclus syndicat et organismes à but non lucratif)
9=*Je ne veux pas répondre

Q_SicalS6b
->>calS8
Q_S6b

Si Q#S5=3->S6b

Votre dernier emploi était-il en lien avec le domaine du génie civil, des travaux publics ou de la construction d'infrastructures de transport?

1=Oui
2=Non
8=*Je n'ai encore jamais eu d'emploi->calS8
9=*Je ne veux pas répondre

Q_S7b

Travailliez-vous alors...?

1=Pour le ministère des Transports du Québec
2=Pour une autre organisation gouvernementale ou parapublique
3=Dans le secteur privé (y inclus syndicat et organismes à but non lucratif)
9=*Je ne veux pas répondre

Q_SicalS8
->>FIN
Q_S8

Si (Q#S6a=1 ou Q#S6b=1)->S8

Combien d'années d'expérience de travail avez-vous dans le domaine des transports, des routes ou de la circulation?

1=Aucune expérience
2=Moins de 1 an
3=De 1 à 3 ans
4=De 4 à 10 ans
5=Plus de 10 ans
9=*Je ne veux pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_FIN

Voilà, c'est terminé. Merci beaucoup de votre collaboration et bonne fin de journée!

***informations

Projet=MTQBR2WEB
Fichier=FMTQBR2WEB
Reseau=serveur1:P13369WEB:
Pages=pmgabriel:users:gnolet:documents:PR13369WEB:pw13369:
Modeles=pmgabriel:users:gnolet:documents:PR13369WEB:modelesSOM4:
Images=pmgabriel:users:gnolet:documents:PR13369WEB:IMG:
Logodroite=ms4_blanc.gif
Logogauche=logosom_fr2011.gif
Debut=1
Precedent=Oui
Effacer=Non
Email=projet.13369@web.som.ca
Espace=5,80
Noquestion=ms4_Puce.gif
Progression=oui
BOUTONSTD=OUI
TypeSondage=2
/*Motdepasse=mp*/
Repmult=NON
/*Interrompre=oui*/
Duree=Non

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/