

ANNEXE I - MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Notre étude mondiale était constituée d'un sondage en ligne de portée internationale, une série d'événements clients à l'échelle internationale, et des entrevues avec des clients choisis pour valider les résultats de l'étude. Au total, ce sont les données de 2 084 répondants qui ont été comptabilisées.

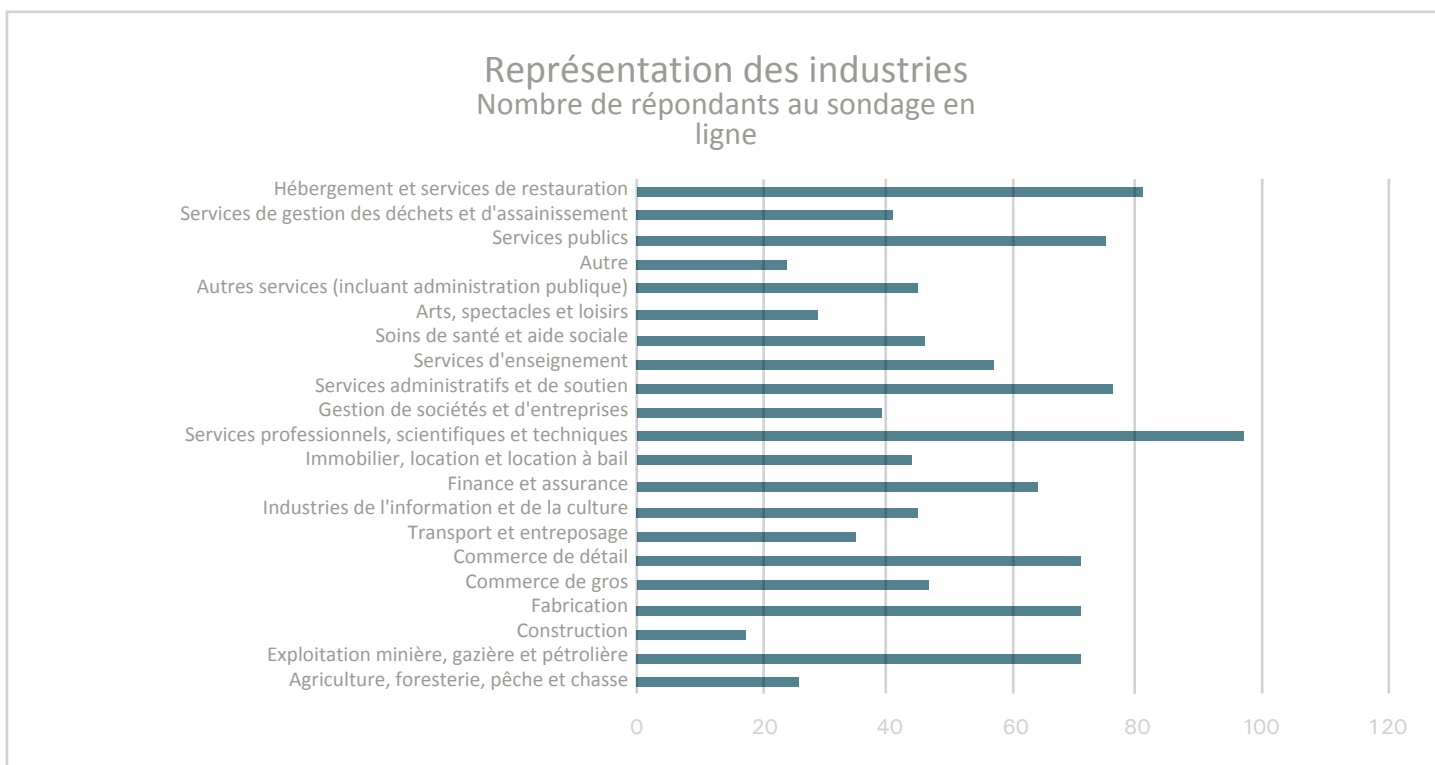
LE SONDAGE EN LIGNE

Le sondage en ligne a été rempli par 1 116 répondants. Il abordait l'imputabilité du leadership de façon générale en explorant trois dimensions : les comportements généralement démontrés par les leaders imputables, les pratiques organisationnelles visant à renforcer l'imputabilité du leadership, et les attributs caractérisant une culture de leadership nécessaires pour ancrer et maintenir l'imputabilité du leadership.

La distribution du sondage en ligne s'est faite comme suit :

- 29 % de hauts dirigeants (PDG, chefs des opérations, vice-présidents directeurs)
- 27 % de cadres supérieurs en RH (DPRH, vice-présidents directeurs, vice-présidents)
- 27 % de professionnels en RH (vice-présidents, directeurs)
- 8 % de conseillers en RH
- 9 % représentant la catégorie « Autre »

Un vaste échantillon d'industries étaient représentées, suggérant que les conclusions de cette étude s'appliquent à un large éventail d'entreprises de divers secteurs.



ÉVÉNEMENTS CLIENTS

Une série d'événements ont été tenus dans 33 villes auxquels 968 clients au total ont participé. Ils y ont chacun rempli une version abrégée du sondage. De plus, ces événements ont été l'occasion de susciter l'intérêt envers les constats émergeant de l'analyse des données du sondage.

ENTREVUES AVEC LES CLIENTS

Une série d'entrevues individuelles avec un nombre déterminé de clients a été utilisée pour valider et explorer davantage les thèmes émergeant des sondages et des événements clients. Un guide d'entrevue a été utilisé afin de mener des entretiens uniformes à travers toutes les industries et tous les segments.