

OUTIL 2.9

Exemple de questionnaire d'évaluation des besoins pour élaborer un programme d'accompagnement destiné aux entreprises appartenant à des femmes

- » **OBJECTIF** : Proposer un modèle de questionnaire d'évaluation des besoins pour les sociétés souhaitant élaborer un programme d'accompagnement visant les entrepreneures qui sont des fournisseuses actuelles et potentielles
- » **UNITÉS CIBLES** : Approvisionnement, relations avec les communautés

D'après les dernières études menées par la Banque mondiale dans plusieurs pays sur les difficultés rencontrées par les entreprises appartenant à des femmes, la faiblesse des dividendes que perçoivent les entrepreneures tient à trois facteurs : le manque de capitaux, le choix des secteurs d'activité et les pratiques commerciales. Le présent outil vise à répondre au troisième facteur, à savoir les pratiques commerciales. Les interventions qui ont fait la preuve de leur capacité à aider les entreprises féminines dans ce domaine comprennent des formations professionnelles moins axées sur la formation commerciale technique et portant plus sur la combinaison du savoir-faire commercial et de l'encouragement des femmes à adopter des comportements proactifs, tels que le renforcement de la confiance, la persévérance et l'esprit d'initiative. Il a été établi que de telles approches augmentaient la rentabilité des entreprises appartenant à des femmes jusqu'à hauteur de 40 %⁴⁰. Le *coaching* de groupe est une approche alternative, mais complémentaire à la formation, qui est généralement centrée sur l'acquisition d'un éventail de compétences spécifiques. Sa méthodologie vise spécifiquement à donner aux participants les moyens de trouver la voie menant à l'acquisition de compétences non techniques et à l'autonomie communautaire qui leur convient le mieux, en fonction de leurs atouts et de leurs priorités. Cet outil présente une évaluation des besoins permettant de recueillir des données auprès des entrepreneures, qui peuvent ensuite être utilisées par un professionnel pour concevoir un programme d'accompagnement. Il est recommandé aux sociétés qui ont l'intention de soutenir les propriétaires d'entreprise de cette manière de faire appel aux services d'un *coach* qualifié ou d'un cabinet de *coaching* pour concevoir et mettre en œuvre le programme, en ligne ou en personne.

Exemple de questionnaire d'évaluation des besoins pour un programme de *coaching*

Nom de l'entreprise :

Nom et fonction du répondant :

Secteur d'activité :

Nombre d'employés :

Année de création de l'entreprise :

⁴⁰ Groupe de la Banque mondiale, "[Profiting from Parity: Unlocking the Potential of Women's Business in Africa](#)," 2019.

- | | | | |
|---|--------|--------|------------------|
| 1. Je veux clarifier ma vision globale et mon plan pour l'avenir, notamment définir des objectifs. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 2. J'ai une idée claire de mes plus grands atouts. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 3. Je veux élaborer un plan pour ma propre croissance et pour mon développement personnel. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 4. Je peux citer les trois choses qui m'importent le plus dans la vie. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 5. Je vis ma vie en accord avec ces priorités. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 6. Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la vie que vous menez en ce moment ? | 1 | 2 | 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| 7. Sur une échelle de 1 à 10, quel est votre niveau de motivation dans votre vie professionnelle ou personnelle ? | 1 | 2 | 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| 8. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point vous sentez-vous stressé(e) en ce moment ? | 1 | 2 | 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| 9. Je veux concevoir une meilleure approche pour faire les choses que je dois faire. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 10. Je veux trouver le moyen d'améliorer ma confiance en moi. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 11. Je reçois des réactions indiquant que je dois changer un comportement. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 12. Je veux améliorer ma présence en tant que <i>leader</i> . | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 13. J'aimerais me sentir plus à l'aise quand j'ai des conversations difficiles. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 14. Je veux construire de meilleures relations. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 15. J'ai du mal à trouver un équilibre entre ma vie personnelle et mon travail. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 16. J'ai une idée claire de ce que le succès signifie pour moi. | a. Oui | b. Non | c. Pas sûr(e) |
| 17. Comment saurez-vous que le processus de <i>coaching</i> vous bonifie ? | | | |

SUIVRE ET PÉRENNISER : OUTIL 2.10

La seule façon de savoir avec certitude que vous avez fait des progrès sur les objectifs de diversité des genres dans la chaîne d'approvisionnement est d'assurer le suivi. À l'échelle mondiale, les sociétés de tous les secteurs sont appelées à communiquer davantage d'informations sur leur collaboration avec les entreprises féminines, dans le cadre d'une dynamique visant à encourager une communication plus large des aspects non financiers de leurs opérations. L'encadré 2H présente l'une de ces initiatives visant les sociétés américaines.

ENCADRÉ 2H | De grandes multinationales américaines s'engagent à communiquer sur la diversité de leurs chaînes d'approvisionnement

En mars 2017, neuf sociétés américaines ont formé une coalition résolue à suivre et à rendre compte de leurs approvisionnements auprès d'entreprises appartenant à des femmes.

La coalition comprend *Walmart*, *Campbell Soup Company*, *The Coca-Cola Company*, *General Mills*, *Johnson & Johnson*, *Mondelēz International*, *PepsiCo* et *Procter & Gamble*.

Selon Doug McMillon, PDG de *Walmart* : « Nos clients se soucient de l'origine des produits, et nous croyons que le fait de soutenir des entreprises appartenant à des femmes nous permet de mettre des produits novateurs dans nos rayons, et, ce faisant, nous aidons ces entreprises à prospérer et à croître ».

Pamela Prince-Eason, PDG du Conseil national des entreprises appartenant à des femmes (WBENC), ajoute : « En participant à cette initiative, ces sociétés contribueront à stimuler l'innovation et la croissance des entreprises appartenant à des femmes partout aux États-Unis. Étant donné que ces dernières soutiennent actuellement la création ou le maintien de 23 millions d'emplois aux États-Unis, investir dans leur croissance revient à investir dans un plus grand nombre de possibilités pour la main-d'œuvre en général ».

Source : *Walmart*, « [Les principales entreprises de consommation du WBENC s'unissent pour la première fois dans le cadre d'une initiative collective pour s'approvisionner auprès d'entreprises appartenant à des femmes.](#) »