

## Offre d'évaluation de Solo Values

### Offre d'évaluation n°3

**Solo Value Your Organization** : *Rapport d'évaluation du profil de valeurs d'un(e) candidat(e) à un poste au sein d'une entreprise*

Cette offre s'adresse à toute entreprise qui souhaiterait embaucher un(e) candidat(e) sur la base d'une correspondance entre les valeurs du (de la) candidat(e) et celles de l'entreprise.

Elle se base sur un **modèle et un questionnaire des valeurs personnelles en entreprise** inspirés de la théorie des valeurs universelles de base de Schwartz (Schwartz *et al.*, 2012)\*.

Elle permet d'évaluer la correspondance **Candidat-Entreprise** à deux niveaux de pertinence, du général (personnel) au spécifique (entreprise).

Le rapport d'évaluation, construit sur la base des réponses au questionnaire d'un(e) candidat(e) et celles d'une personne (ou d'un groupe) de référence d'une entreprise, donne une **description détaillée** des différentes valeurs du modèle et des **graphiques détaillés** présentant les scores du (de la) candidat(e) comparés aux scores de la personne (ou du groupe) de référence.

Une entreprise peut ainsi intégrer ce rapport dans le **processus d'évaluation et de sélection** des candidat(e)s à un poste donné, choisir le (la) candidat(e) qui épousera au mieux ses valeurs et profiter des avantages que cela apporte.

En effet, plusieurs études et méta-analyses\*\* l'ont démontrée ; **une congruence entre les valeurs d'une personne et celles d'une organisation** (*person-organization fit* en anglais) prédit de manière significative la **satisfaction au travail**, l'**implication organisationnelle** et l'**intention d'une personne de rester au sein d'une organisation**.

\*Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., ... & Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of personality and social psychology*, 103(4), 663.

\*\*Kristof-Brown, A. L., Zimmermann, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281–342.

**Procédure et délais :**

1. *Entreprise* : Commande du rapport sur le site de [Solo Values](#) ;
2. *Solo Values* : Envoie dans un délai de *3 jours* ouvrés d'un contrat de vente avec le prix du rapport et les conditions générales de vente ;
3. *Entreprise* : Signature du contrat et paiement du rapport ;
4. *Solo Values* : Envoie dans un délai de *3 jours* ouvrés d'un lien personnalisé vers le questionnaire en ligne ;
5. *Entreprise* : Envoie du lien vers le questionnaire au (à la) candidat(e) et à la personne ou au groupe de référence de l'entreprise ;
6. *Solo Values* : Analyse des données, création du rapport et envoi dans un délai de *7 jours ouvrés* du rapport en format PDF ;
7. *Solo Values* : (Option à choix) Restitution des résultats du rapport.

*Pour de plus amples informations, voir ci-dessous le modèle utilisé, une description du questionnaire et un aperçu du contenu du rapport.*

## Modèle des valeurs personnelles en entreprise

<i>Valeurs niveau 1 (Général)</i>	<i>Niveau 2 (Spécifique)</i>
Orientation vers le changement	Liberté de pensée
	Liberté d'action
	Variété
	Plaisir
Orientation vers les autres	Égalité
	Environnement
	Diversité
	Fiabilité
	Aide
	Humilité
Orientation vers la stabilité	Respect
	Droiture
	Culture
	Protection
	Sécurité
	Image publique
Orientation vers soi	Ressource
	Influence
	Excellence

Le **questionnaire des valeurs personnelles en entreprise**, d'une durée de **5 et 7 minutes**, comprend une liste de 57 énoncés mesurant chacune des 19 valeurs spécifiques (3 énoncés par valeur). Les 4 valeurs de niveau général sont obtenues en agrégeant les scores des valeurs spécifiques qui les sous-tendent.

Les personnes évaluent ainsi à quel point chacune de ces valeurs est importante à leurs yeux sur une échelle allant de 1 à 6. Un score élevé proche du maximum de 6 signifie que cette valeur est extrêmement importante aux yeux de la personne qui l'a évaluée. A l'inverse un score proche de 1 signifie que cette valeur n'est pas du tout importante.

## Aperçu du contenu du rapport

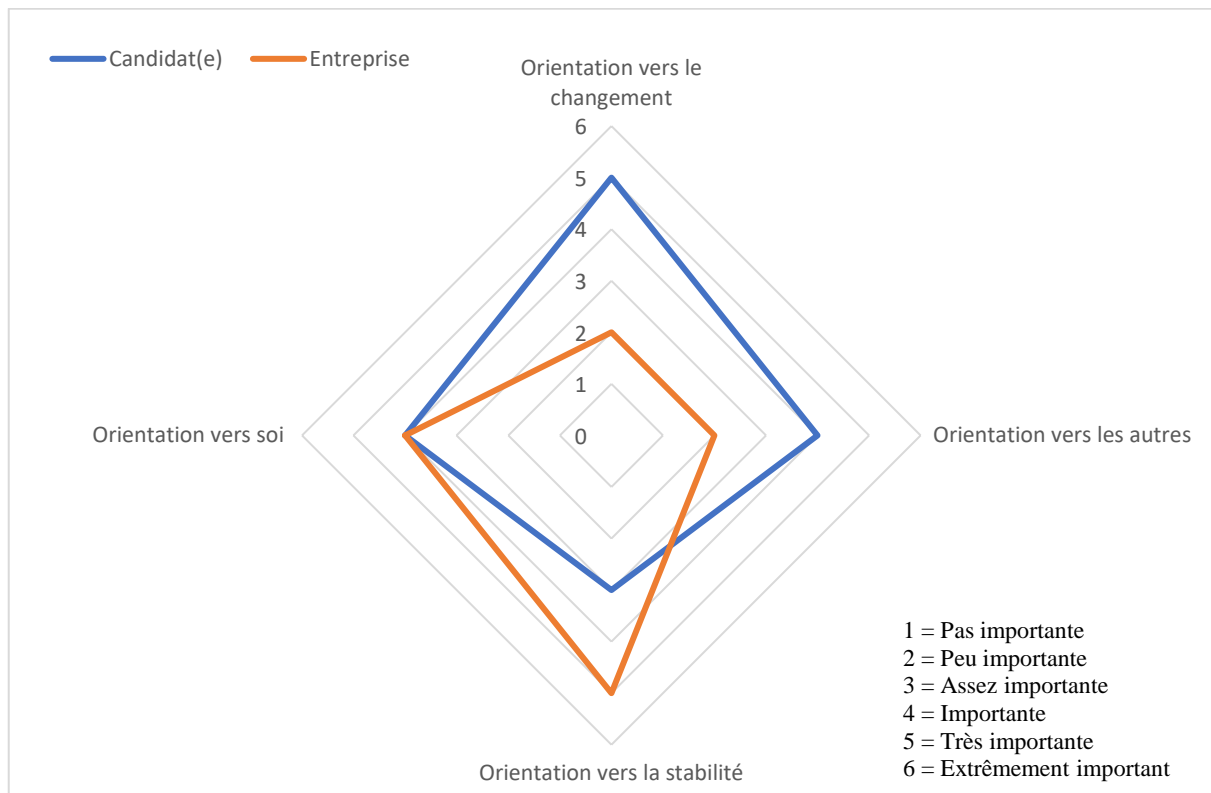
### 1. Introduction

### 2. Description des valeurs et graphiques des scores

#### 2.1 Valeurs de niveau 1

Le premier niveau rend compte de quatre valeurs fondamentales qui se manifestent de manière naturelle et spontanée chez les individus. Ces valeurs traduisent des orientations fondamentales qui structurent et guident les choix, les motivations et les comportements des individus.

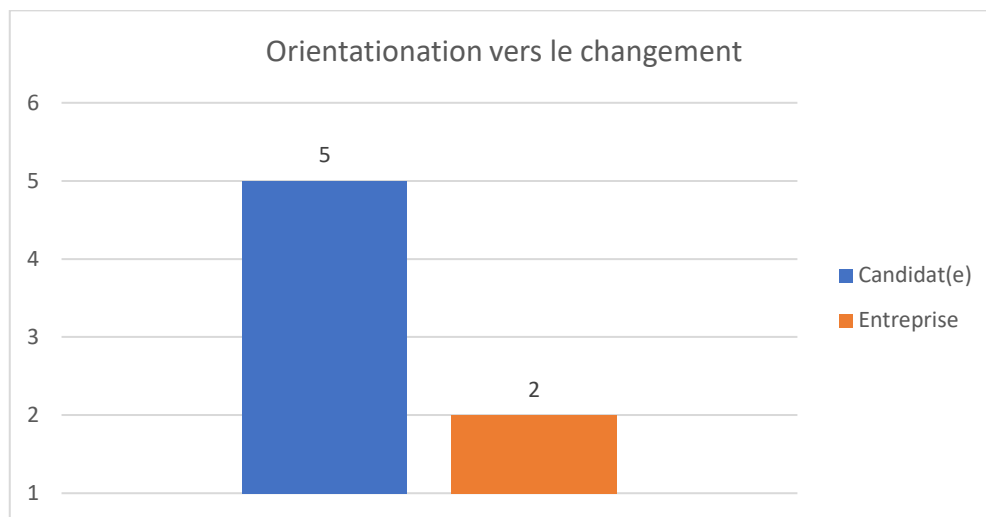
#### Graphique de synthèse des valeurs de niveau 1 (Exemple fictif)



### 2.1.1 Orientation vers le changement

L'orientation vers le changement décrit des personnes qui valorisent en priorité l'indépendance de la pensée, des actions et des sensations. Ces personnes sont naturellement orientées vers la nouveauté et l'innovation, la variété et les défis intellectuels, ainsi que les possibilités de gain et de développement.

Graphique des scores (Exemple fictif)



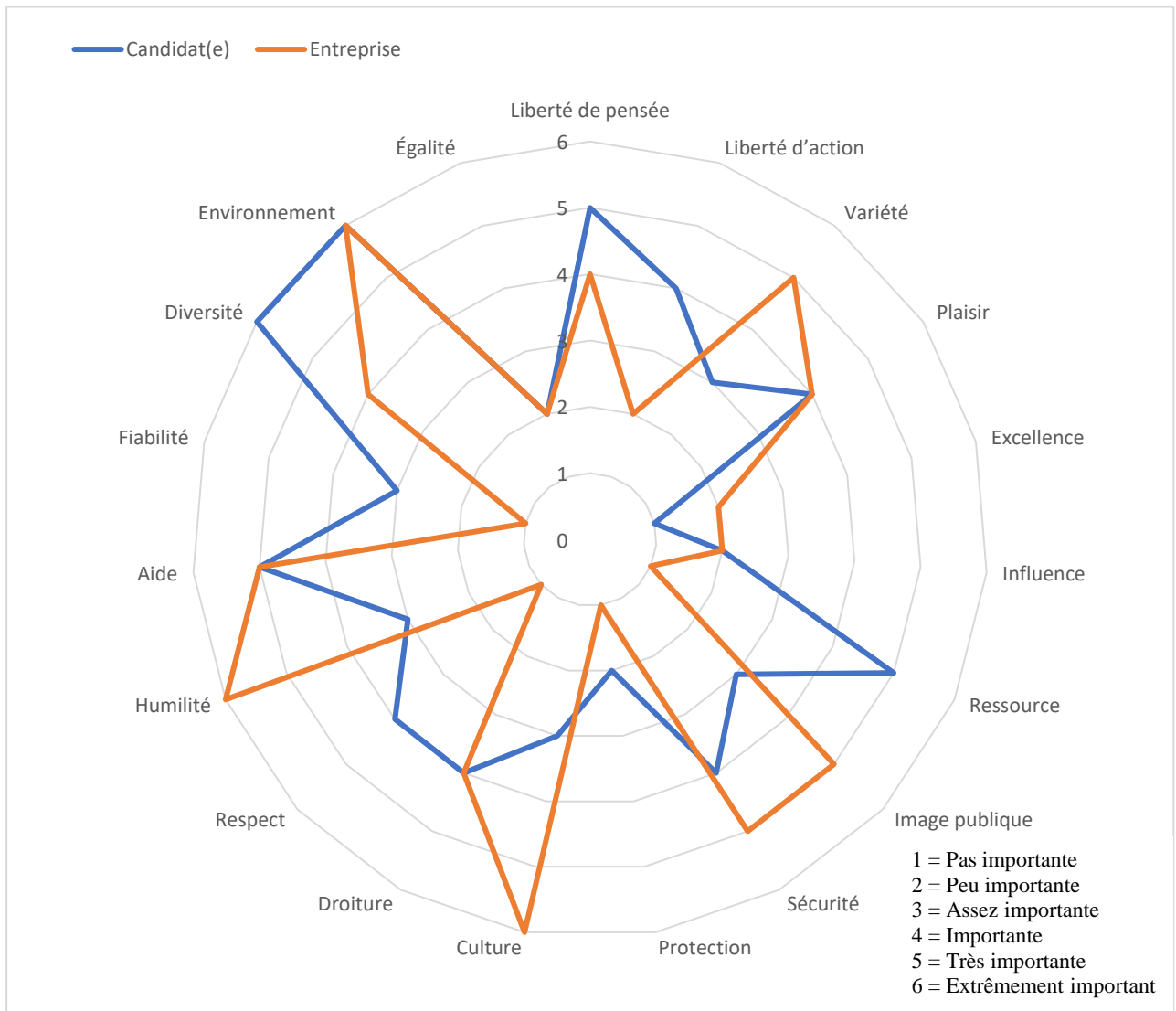
Les résultats de l'analyse des données suggèrent que l'orientation vers le changement est une valeur très importante pour le (la) candidat(e) et peu importante pour l'entreprise.

### Fin de l'aperçu des valeurs de niveau 1

## 2.2 Valeurs de niveau 2

Le deuxième niveau permet de rendre compte de dix-neuf tendances spécifiques qui sous-tendent chacune des quatre orientations fondamentales. Ces tendances traduisent des préférences, des attentes ou des manières de se conduire dans un environnement de travail.

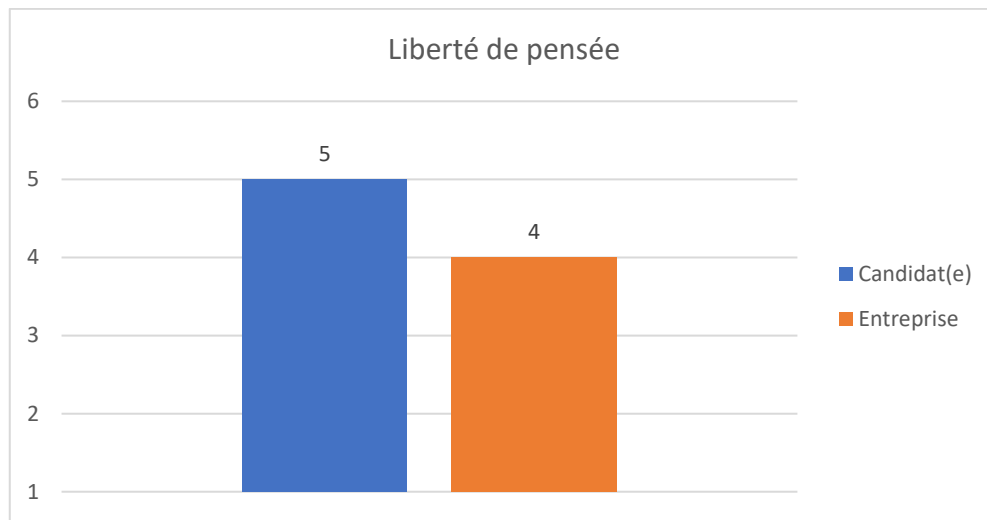
**Graphique de synthèse des valeurs de niveau 2 (Exemple fictif)**



### 2.2.1 Liberté de pensée

La liberté de pensée traduit la tendance spécifique d'une personne à vouloir cultiver et exprimer ses propres idées et capacités. Les personnes qui valorisent fortement cette valeur évoluent dans des entreprises dans lesquelles elles peuvent former leurs propres opinions, exprimer leurs idées et donner leurs avis. Ces personnes veulent avant tout pouvoir jouir d'une liberté de créativité et d'expression, apprendre de nouvelles choses et développer leurs capacités.

Graphique des scores (Exemple fictif)



Les résultats de l'analyse des données suggèrent que la liberté de pensée est une valeur très importante pour le (la) candidat(e) et importante pour l'entreprise.

### Fin de l'aperçu des valeurs de niveau 2

## 3. Conclusion

\*\*\*\*\*