

Modèle de Synthèse Job Crafting

Groupe Evolut'In Academy - Formation Job Crafting

© Groupe Evolut'In 2026 - Ressource pédagogique

Instructions d'utilisation

Ce modèle vous guide dans la rédaction d'une synthèse Job Crafting professionnelle à remettre au bénéficiaire à l'issue du bilan de compétences. La synthèse doit faire **10-15 pages maximum (hors annexes)** et respecter la structure suivante.

Conseils de rédaction :

- Utilisez un langage professionnel mais accessible (FALC)
 - Privilégiez les phrases courtes et les paragraphes aérés
 - Intégrez des exemples concrets issus des entretiens
 - Utilisez des visuels (graphiques, tableaux) pour illustrer les données
 - Restez factuel et bienveillant dans vos formulations
-

Page de couverture

SYNTHÈSE JOB CRAFTING

Bilan de compétences de [Prénom NOM]

Période : [Date début] - [Date fin]

Consultant(e) : [Votre nom]

Organisme : Groupe Evolut'In Academy

Date de remise : [Date]

1. Contexte et objectifs du bilan

1.1 Présentation du bénéficiaire

Profil professionnel :

- Poste actuel : [Intitulé du poste]
- Entreprise : [Nom de l'entreprise] - [Secteur d'activité]
- Ancienneté dans le poste : [X années]
- Ancienneté dans l'entreprise : [X années]

Situation professionnelle initiale :

[Décrire en 2-3 paragraphes la situation professionnelle du bénéficiaire au début du bilan : niveau d'engagement, sources de frustration, aspirations, contexte organisationnel]

Exemple :

Marie occupe le poste de Responsable Marketing Digital depuis 4 ans dans une entreprise de e-commerce. Bien qu'elle apprécie son secteur d'activité et son équipe, elle exprime une frustration croissante liée à la part importante de tâches administratives (50% de son temps) au détriment des missions stratégiques qui la passionnent. Son niveau d'engagement est en baisse ($\frac{4}{10}$) et elle envisageait une reconversion avant de découvrir le Job Crafting.

1.2 Objectifs du bilan de compétences

Objectif principal :

[Décrire l'objectif principal du bénéficiaire]

Exemple :

Retrouver du sens et de l'engagement dans son poste actuel sans changer d'entreprise, en réorganisant ses missions pour se concentrer davantage sur les aspects stratégiques du marketing digital.

Objectifs secondaires :

- [Objectif 2]

- [Objectif 3]

Exemple :

- Développer son leadership et ses compétences en mentorat
 - Améliorer son équilibre vie professionnelle / vie personnelle
-

2. Diagnostic initial

2.1 Évaluation de l'engagement et du bien-être

Score d'engagement initial : [X/10]

Analyse :

[Décrire le niveau d'engagement initial et les facteurs qui l'influencent]

Exemple :

Le score d'engagement de Marie (4/10) reflète une insatisfaction croissante liée à un décalage entre ses aspirations (travail stratégique, créativité, innovation) et la réalité de son quotidien (tâches administratives, réunions peu productives, reporting excessif).

Principaux facteurs de frustration :

- [Facteur 1]
- [Facteur 2]
- [Facteur 3]

Exemple :

- 50% du temps consacré à des tâches administratives répétitives
- Manque d'autonomie dans la prise de décision stratégique
- Peu d'interactions avec des pairs pour partager les bonnes pratiques

2.2 Répartition du temps de travail

Analyse de la répartition actuelle :

- Tâches stratégiques (création, innovation, décision) : [X%]
- Tâches opérationnelles (exécution, coordination) : [X%]
- Tâches administratives (reporting, réunions, emails) : [X%]

Répartition souhaitée :

- Tâches stratégiques : [X%]
- Tâches opérationnelles : [X%]
- Tâches administratives : [X%]

Écart à combler : [Décrire l'écart entre la situation actuelle et la situation souhaitée]

2.3 Relations professionnelles

Qualité des relations actuelles :

[Décrire la qualité des relations avec le manager, les collègues, les autres services]

Exemple :

Marie entretient de bonnes relations avec son équipe directe (3 personnes) mais se sent isolée au niveau stratégique. Elle manque d'interactions avec des pairs (autres responsables marketing) pour partager les bonnes pratiques et bénéficier de retours d'expérience.

Interactions significatives par mois : [X]

Besoins relationnels identifiés :

- [Besoin 1]
 - [Besoin 2]
-

3. Leviers Job Crafting identifiés

3.1 Task Crafting (Modification des tâches)

Tâches à augmenter :

[Lister les tâches que le bénéficiaire souhaite augmenter]

Exemple :

- Définition de la stratégie marketing digitale (objectif : passer de 20% à 50% du temps)
- Veille concurrentielle et innovation (objectif : passer de 5% à 15% du temps)
- Analyse de données et optimisation des campagnes (objectif : passer de 10% à 20% du temps)

Tâches à diminuer :

[Lister les tâches que le bénéficiaire souhaite diminuer]

Exemple :

- Reporting administratif répétitif (objectif : passer de 30% à 10% du temps via automatisation)
- Réunions peu productives (objectif : passer de 20% à 10% du temps via sélection et optimisation)

Tâches à déléguer :

[Lister les tâches que le bénéficiaire souhaite déléguer]

Exemple :

- Mise à jour des tableaux de bord hebdomadaires → délégation à un membre de l'équipe
- Gestion des demandes ponctuelles des autres services → mise en place d'un process structuré

3.2 Relational Crafting (Modification des relations)

Relations à développer :

[Lister les relations que le bénéficiaire souhaite développer]

Exemple :

- Mentorat de juniors : accompagner 2 jeunes marketeurs pour transmettre son expertise
- Réseau de pairs : rejoindre une communauté de responsables marketing digital (meetups, LinkedIn)
- Collaboration transverse : renforcer les liens avec les équipes Produit et Data

Relations à ajuster :

[Lister les relations que le bénéficiaire souhaite ajuster]

Exemple :

- Manager : négocier des points de suivi hebdomadaires plus stratégiques (30 min) au lieu de réunions quotidiennes opérationnelles (15 min)
- Équipe : déléguer davantage pour responsabiliser et développer l'autonomie

3.3 Cognitive Crafting (Modification de la perception)

Recadrages cognitifs identifiés :

[Lister les recadrages cognitifs que le bénéficiaire peut mettre en œuvre]

Exemple :

- Voir le reporting non comme une contrainte administrative mais comme une opportunité de valoriser l'impact du marketing auprès de la direction
 - Percevoir les réunions comme des moments de co-construction plutôt que des interruptions
 - Considérer le mentorat comme un investissement dans l'avenir de l'équipe plutôt qu'une charge supplémentaire
-

4. Plan d'action Job Crafting

4.1 Phase 1 : Quick Wins (1-3 mois)

Objectif : Obtenir des résultats rapides pour maintenir la motivation

Modifications à mettre en œuvre :

Modification 1 : [Titre]

- **Action concrète :** [Décrire l'action]
- **Échéance :** [Date]
- **Indicateur de succès :** [Comment mesurer]
- **Obstacles anticipés :** [Quels freins possibles]
- **Stratégies d'adaptation :** [Comment les contourner]

Exemple :

Modification 1 : Automatiser le reporting hebdomadaire

- **Action concrète :** Créer un tableau de bord automatisé avec Google Data Studio pour remplacer les 3h de reporting manuel hebdomadaire
- **Échéance :** Semaine 4
- **Indicateur de succès :** Temps de reporting réduit de 3h à 30 min par semaine
- **Obstacles anticipés :** Courbe d'apprentissage de l'outil, résistance du manager habitué à l'ancien format
- **Stratégies d'adaptation :** Formation en ligne sur Data Studio (2h), présentation du nouveau format au manager avec démonstration des avantages

[Répéter pour chaque modification de la Phase 1]

4.2 Phase 2 : Modifications modérées (3-6 mois)

Objectif : Consolider les Quick Wins et mettre en œuvre des modifications plus structurelles

Modifications à mettre en œuvre :

[Même structure que Phase 1]

Exemple :

Modification 1 : Lancer un programme de mentorat

- **Action concrète** : Accompagner 2 jeunes marketeurs pendant 6 mois (1h/semaine chacun) pour transmettre son expertise et développer son leadership
- **Échéance** : Démarrage mois 4
- **Indicateur de succès** : 2 mentorés accompagnés, feedback positif des mentorés, développement de compétences en leadership
- **Obstacles anticipés** : Manque de temps, difficulté à trouver des mentorés motivés
- **Stratégies d'adaptation** : Bloquer 2h/semaine dans l'agenda, communiquer l'opportunité en interne, obtenir le soutien du manager

4.3 Phase 3 : Modifications ambitieuses (6-12 mois)

Objectif : Transformer durablement le poste et envisager une évolution

Modifications à mettre en œuvre :

[Même structure que Phase 1]

Exemple :

Modification 1 : Évoluer vers un rôle de Lead Marketing avec une dimension stratégique renforcée

- **Action concrète** : Proposer au manager une évolution du poste avec une dimension plus stratégique (définition de la vision marketing, pilotage de projets transverses) et moins opérationnelle (délégation des tâches d'exécution à l'équipe)
- **Échéance** : Mois 9-12
- **Indicateur de succès** : Évolution du poste validée, nouvelles missions stratégiques intégrées, reconnaissance du manager

- **Obstacles anticipés** : Réticence du manager à faire évoluer le poste, manque de budget pour recruter un renfort opérationnel
 - **Stratégies d'adaptation** : Préparer un argumentaire chiffré (gains de productivité, impact business), proposer une période d'essai de 3 mois
-

5. Indicateurs de suivi

5.1 Indicateurs quantitatifs

Indicateurs à suivre mensuellement :

Indicateur	Initial	Objectif 6 mois	Méthode de mesure
Engagement (/10)	[X]	[X]	Auto-évaluation mensuelle
Temps tâches stratégiques (%)	[X%]	[X%]	Time tracking hebdomadaire
Temps tâches administratives (%)	[X%]	[X%]	Time tracking hebdomadaire
Interactions significatives (/mois)	[X]	[X]	Comptage mensuel

5.2 Indicateurs qualitatifs

Questions à se poser mensuellement :

- Comment je me sens dans mon poste aujourd'hui ? (échelle 1-10)
- Quels changements positifs ai-je observés ce mois-ci ?
- Quels obstacles ai-je rencontrés ? Comment les ai-je surmontés ?
- Quelles modifications ont été les plus efficaces ?

Outil recommandé : Journal de bord hebdomadaire (15 min le vendredi)

6. Points de suivi prévus

6.1 Point de suivi à 3 mois

Date prévue : [Date]

Format : Entretien de 60 minutes (présentiel ou visio)

Objectifs :

- Évaluer les Quick Wins mis en œuvre
- Mesurer les premiers résultats
- Identifier les obstacles rencontrés
- Ajuster le plan pour la Phase 2

6.2 Point de suivi à 6 mois

Date prévue : [Date]

Format : Entretien de 90 minutes (présentiel recommandé)

Objectifs :

- Mesurer l'impact global du Job Crafting
- Évaluer la pérennisation des modifications
- Identifier les nouveaux besoins
- Préparer l'autonomie complète
- Envisager les prochaines étapes (reconversion, évolution, formation)

7. Ressources et outils

7.1 Outils de suivi

Tableau de bord de suivi Job Crafting (Excel)

Outil pour suivre l'évolution de vos indicateurs mensuellement

Journal de bord hebdomadaire (modèle)

Template pour noter vos observations et ressentis chaque semaine

Questionnaire UWES-9 (Utrecht Work Engagement Scale)

Outil validé scientifiquement pour mesurer l'engagement au travail

7.2 Ressources complémentaires

Livres recommandés :

- “Job Crafting” de Amy Wrzesniewski et Jane Dutton
- “Réinventer son travail” de Berg, Dutton et Wrzesniewski
- “Drive” de Daniel Pink (sur la motivation intrinsèque)

Articles et études :

- “What is Job Crafting and Why Does it Matter?” (Harvard Business Review)
- “The Power of Job Crafting” (MIT Sloan Management Review)

Communautés et réseaux :

- Groupe LinkedIn “Job Crafting Francophone”
- Meetups locaux sur le développement professionnel

8. Conclusion et recommandations

8.1 Synthèse du diagnostic

[Résumer en 2-3 paragraphes les principaux enseignements du bilan]

Exemple :

Le bilan de compétences de Marie a permis d'identifier un fort potentiel de Job Crafting dans son poste actuel. Bien que son niveau d'engagement initial soit faible ($4/10$), les leviers identifiés (Task Crafting, Relational Crafting, Cognitive Crafting) offrent des opportunités concrètes d'amélioration. Le plan d'action structuré en 3 phases (Quick Wins, modifications modérées, modifications ambitieuses) permettra une transformation progressive et durable de son poste.

8.2 Recommandations du consultant

Recommandation 1 : Prioriser les Quick Wins

[Expliquer pourquoi il est important de commencer par des modifications simples]

Recommandation 2 : Communiquer avec le manager

[Expliquer l'importance de présenter la démarche au manager et d'obtenir son soutien]

Recommandation 3 : Mesurer régulièrement les résultats

[Expliquer l'importance du suivi des indicateurs pour ajuster le plan]

Recommandation 4 : Rester flexible

[Expliquer que le plan d'action doit être ajusté en fonction des résultats et des obstacles rencontrés]

8.3 Conditions de réussite

Facteurs clés de succès identifiés :

- [Facteur 1]
- [Facteur 2]
- [Facteur 3]

Exemple :

- Engagement personnel de Marie dans la mise en œuvre du plan
- Soutien du manager et de l'équipe
- Suivi régulier des indicateurs et ajustements si nécessaire
- Accompagnement post-bilan à 3 et 6 mois

Signaux d'alerte à surveiller :

- [Signal 1]
- [Signal 2]

Exemple :

- Baisse continue de l'engagement malgré les modifications
 - Résistance forte du manager ou de l'organisation
 - Apparition de symptômes de burn out (épuisement, cynisme, perte d'efficacité)
-

Annexes

Annexe 1 : Résultats des tests et questionnaires

[Intégrer les résultats des tests utilisés : UWES-9, questionnaires de personnalité, etc.]

Annexe 2 : Tableau de bord de suivi (vierge)

[Intégrer le modèle de tableau de bord Excel à compléter mensuellement]

Annexe 3 : Modèle de journal de bord

[Intégrer le template de journal de bord hebdomadaire]

Annexe 4 : Script de présentation au manager

[Intégrer un script pour aider le bénéficiaire à présenter la démarche Job Crafting à son manager]

Synthèse rédigée par :

[Votre nom]

Consultant(e) en bilan de compétences

Groupe Evolut'In Academy

Date : [Date]

Signature :
