

Développement et renforcement de gestion de la relation entre le secteur économique et universitaire

Conseil pour la promotion de Master IGEL
FST Tétouan
08 au 09 Mars 2012

Management des Relations Clients – MRC
Customer Relationship Management - CRM

MRC

Resultats du SWOT (Atelier à Marrakech) Des activités ayant une relation avec l'industrie

	Forces	Faiblesses
Opportunités	La coopération université – CGEM – entreprises Quelques enseignants de Marrakech: « Bon partenariat avec l'industrie »	Problème de communication de l'information (décideurs – chercheurs – enseignants) Réticence des milieux socio – économiques à travers l'université
Menaces	Faiblesse dans le professionnalisme en contact avec l'industrie	La désintéresse des entreprises à l'égard de la protection de l'environnement

MRC

Schéma d'interprétation

	Forces	Faiblesses
Opportunités	Les grands atouts Jouez	Potentiels externes Balancez & développez
Menaces	Potentiels internes Balancez & développez	Signaux d'alarme Sauvez & prévenez

Management des Relations Clients – MRC

La conséquence

- Nous devons faire quelque chose
- Développement et renforcement de gestion de la relation entre le secteur économique et universitaire
- MRC - de quoi s'agit – t- il ?

Management des Relations Clients – MRC

Introduction

1. Une entreprise fabrique des produits

la vente: marketing :

publicité ou/et des instruments récents:

la communication permanente / fidèle avec ses clients

ex. les produits pharmaceutiques : ACESS direct (porte-à-porte)

ex. La carte du magasin (carte de fidélité)

le Management des relations clients - MRC

Management des Relations Clients – MRC

Introduction

2. Une université/fac. fabrique aussi des „ produits“:

on forme des Masters pour

la recherche scientifique
le secteur privé
l'administration



Clients

on réalise (produit) des projets de recherche :

on cherche des fonds - état /fondations, etc.
- secteur privé



Clients

3. Question: La demande pour les produits ?

Management des Relations Clients – MRC

Introduction

3. Réponse: Les produits (les diplômés et les projets) doivent être intéressants et utilisables pour les clients

4. En revanche:

Le secteur privé et l'administration (l'économie) doivent contribuer à l'amélioration de qualité de l'enseignement et de la recherche (impératif)

5. La solution: Mieux organiser la communication avec les clients - MRC

Management des Relations Clients – MRC

Niveau universitaire

- La suite:

La communication /coopération doit être initialiser, organiser et appliquer à deux niveaux:

- au niveau de l'université même
- au niveau de la Fac., c.à.d. au niveau du Master IGEL

Management des Relations Clients – MRC

Niveau universitaire

- Les intervention dans les études et dans le perfectionnement
- Le développement de l'infrastructure scientifique
- La coopération et le financement pour la recherche

Management des Relations Clients – MRC

Niveau universitaire

-
- Les interventions dans les études et dans le perfectionnement
 - Création des « filières duales » intégrant des éléments de travail pratiques
 - La participation au conseil de l'université et les organismes d'accréditation (ex. Bade-Württemberg)
 - Etablir des comités mixtes de suivi pour des filières spécifiques
Exemple: REMENA
 - Organiser en commun le perfectionnement des cadres des entreprises (ateliers, workshops, etc.)
 - Organiser des visites sur place chez les entreprises et effectuer des ateliers en commun

Management des Relations Clients – MRC

Niveau universitaire

- Le développement de l'infrastructure scientifique:
 - Le parrainage de postes d'enseignement – chair de fondation
 - Le cofinancement de l'infrastructure physique et de l'équipement
 - Le soutien des associations des lauréats
 - Les dons à l'université

Management des Relations Clients – MRC

Niveau universitaire

- La coopération et le financement pour la recherche
 - La recherche conjointe
 - La mise en place conjointe des instituts et des centres
 - La recherche et des études sous contrat
 - L' échange de personnel
 - Les dons à des congrès scientifiques
 - La contribution aux prix scientifiques
 - Le soutiens de la création des associations professionnelles

Management des Relations Clients – MRC

Niveau Fac / IGEL

- Définition:

Sous le Management de la Relation Clients (CRM), on entend des mesures coordonnées pour établir et maintenir des relations clients, d'affaires et aux sponsors

- (CRM = Customer Relationship Management)
- 3 domaines:
 - Parmi des partenaires (par exemple TUD - IWAR, 3 universités marocaines, GIZ et autres bailleurs de fonds).
 - Collecte de fonds pour la recherche, pour des études,
 - L'administration, les médias, la coopération industrielle

Management des Relations Clients – MRC

Niveau Fac / IGEL

- Pourquoi MRC-IGEL? – Nous avons besoin de:
- Soutien de l'IGEL par l'industrie régionale, y compris le secteur consulting et l'administration
- les stages de fin d'études,
- les sujets de thèse de maîtrise,
- les postes de travail pour les débutants, etc.
- Promotion de la perfectionnement des enseignants IGEL en demandant des professeurs
 - pour des études spécifiques
 - des expertises, etc.
- par l'économie

Management des Relations Clients – MRC

Niveau Fac / IGEL

Objectifs du MRC-IGEL:

- Renforcement de la pertinence pratique des étudiants
- Le renforcement des capacités des enseignants du IGEL
- Le gain économique de l'industrie et l'administration

Management des Relations Clients – MRC

Niveau Fac / IGEL

- L'outil le plus important du MRC

Langue,, c.à.d. la communication entre eux.

2 niveaux:

- niveau de conteneur
- niveau de sympathie,
les relations professionnelles et privées
(probablement la partie la plus importante)

MRC Niveau Fac / IGEL

Le développement et la mise en oeuvre

- Etablir la coopération entre l'industrie régionale, l'administration et les trois facultés au Maroc, IWAR, CPG et d'autres donateurs dans les 2 ans)
 - Elaborer les vols suivants:
 - Une liste avec des instruments/outils de la coopération et communication (non-exhaustive)
 - Développement d'un niveau de sympathie
 - Représentation de la fiabilité dans le domaine de la Fac
 - Démonstration de la compétence de la Fac
 - Passez à l'activité
-

MRC Niveau Fac / IGEL

Le développement et la mise en oeuvre (l'opérationnalisation)

- l'utilisation d'un questionnaire:

Effectuer une enquête sur les partenariats/coopérations existants avec les partenaires régionaux de l'industrie , etc.

(La groupe cible sont tous les enseignants de l'IGEL)

Demander des propositions pour les 3 composantes (niveau sympathie,)

Elaborer la demande (maximum) pour la coopération industrielle pour la mise en œuvre de la réussite de l'IGEL (valeur nominale), par exemple, Master thèses, etc.

Comparer la valeur nominale – valeur existant

- Dérivation des activités prometteuses

MRC Niveau Fac - IGEL

L'opérationnalisation

- Dérivation d'une matrice commune, avec les professeurs filtrés qui reflète les thèmes des modules de IGEL et les «secteurs partenaires.»
- Sur la base des questionnaires des mentors de l'industrie (des professeurs de l'IGEL-Masters) sont nommés.
- Activités sur trois niveaux:
- La liste avec des instruments/outils de la coopération et communication (non-exhaustive)
- Développement d'un niveau de sympathie
- Représentation de la fiabilité dans le domaine de la Fac
- Démonstration de la compétence de la Fac

MRC Niveau Fac - IGEL

L'opérationnalisation

Thèmes des modules de la filière IGEL	Partenaires (groupements ou branches)	Usines/Entreprises dans les régions Mar, Tet, Tang ou Casa ?	Relations existantes (par personnes, enseignants et chercheurs)	Mentors à choisir
SME				
contrôle	Administration			

MRC -Niveau Fac – IGEL

instruments de coopération sélectionnés

- Le soutien des étudiants universitaires et postuniversitaires
- Des prêts ou des bourses d'études
- Les stages dans les entreprises et dans les organisations du secteur privé
- Les programmes d'intégration pour les stagiaires
- Les programmes d'apprentissage
- Le développement des emplois au sein des entreprises

MRC -Niveau Fac – IGEL

instruments de coopération sélectionnés

- Organiser des visites sur place chez les entreprises et effectuer des ateliers en commun (ex. Michelin: cours de formation en soft-skills)
- Le soutien aux étudiants universitaires et postuniversitaires (Modèle Havard)
- La mise en œuvre des académies d'été pour les employés des partenaires industriels sur des sujets choisis
- La recherche et des études sous contrat
- **Un prix pour le meilleur étudiant**

MRC -Niveau Fac – IGEL

instruments de coopération sélectionnés

- Effectuer des cours sélectionnés pour des Responsables de l'environnement, etc.
- Elaborer un avant-projet filière formation continue (filière duale)
- Projet « Usine de Processus » à Darmstadt;
Rapporteur M. Stock
- Parrainage des cadres des entreprises pour le support technique de candidat Master pendant un semestre, pour élaborer le thèse à la fin d'études
Y compris l'offre de séminaires spéciaux dans les laboratoires de l'usine du secteur privé concernant de sujet l'analyse de déchets

Management des Relations Clients – MRC

La suite

Travail en groupe

voir la propre présentation

MRC

Definition Coopération

La coopération est

l'interaction

**(c.à.d un type de comportement
d'action et de réaction)**

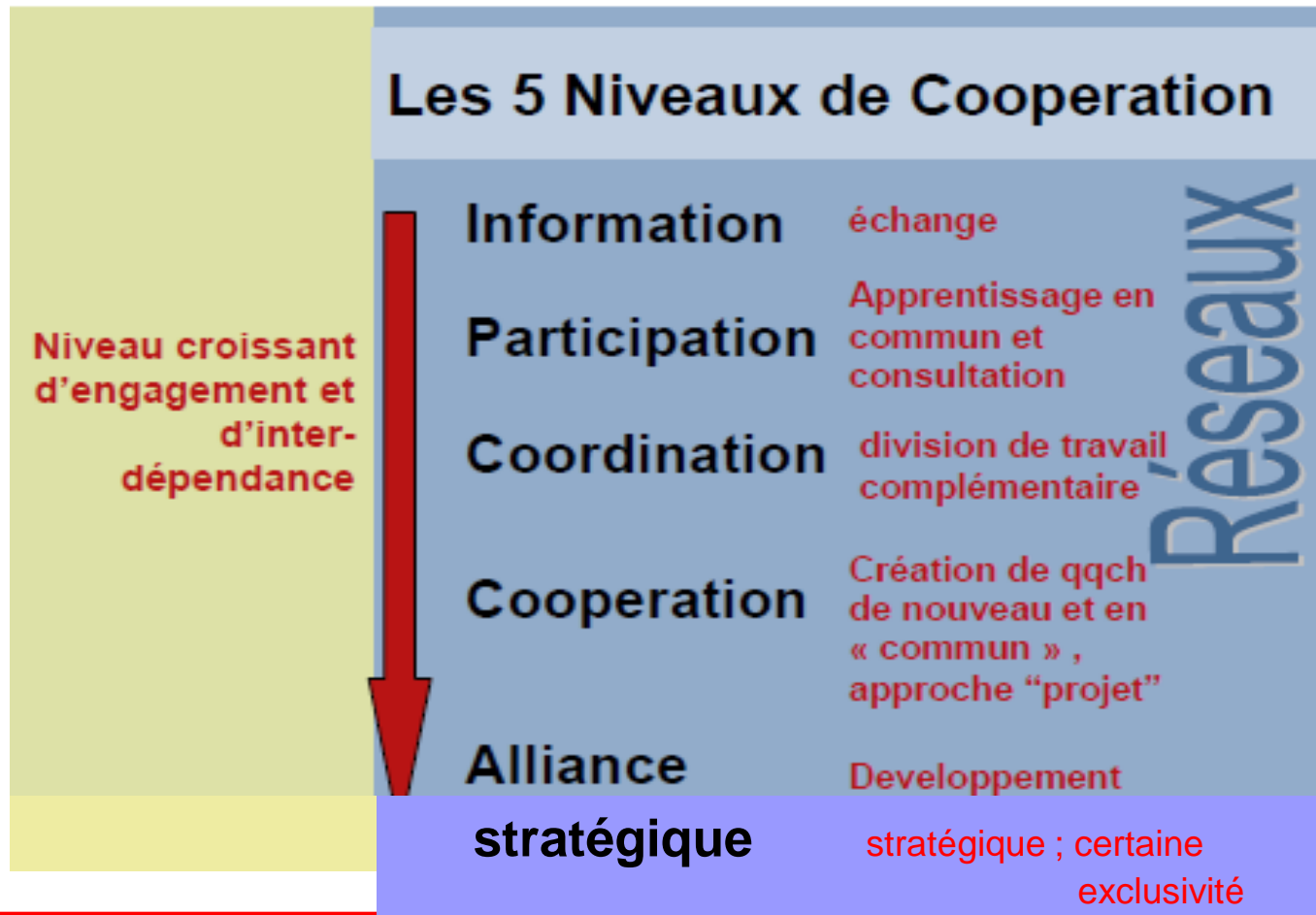
**marquée par une
interdépendance stratégique**

et orientée vers le

**but commun de tous les acteurs
participants.**

MRC

Les 5 niveaux de la coopération et leurs implications



MRC

Definition Alliance Stratégique

L'alliance stratégique est une forme spécifique de la coopération – qqch comme une « coopération durable ».

Elle

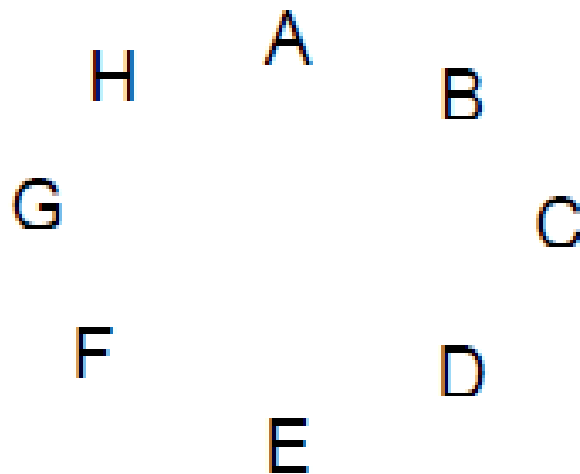
- est basée sur une certaine exclusivité et loyauté
- a comme but le développement stratégique des partenaires (par ex. d'un marché ...)
- profite de la complémentarité durable des partenaires

MRC

Manières d'organisation des coopérations

Exemple: 8 Organisations en face de l'organisation de la coopération

1. 8 Organisations sans connexion ou coopération

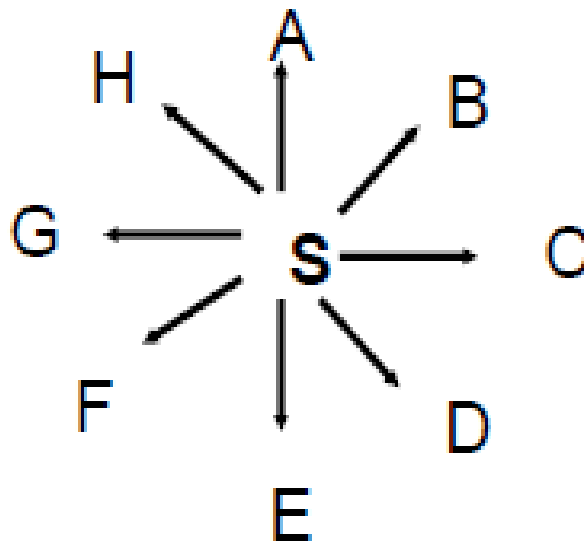


MRC

Manières d'organisation des coopérations

Example: 8 Organisations en face de l'organisation de la coopération

2. Répartition d'information a travers d'un service central. Il n'y a pas d'échange d'information entre les membres directement.

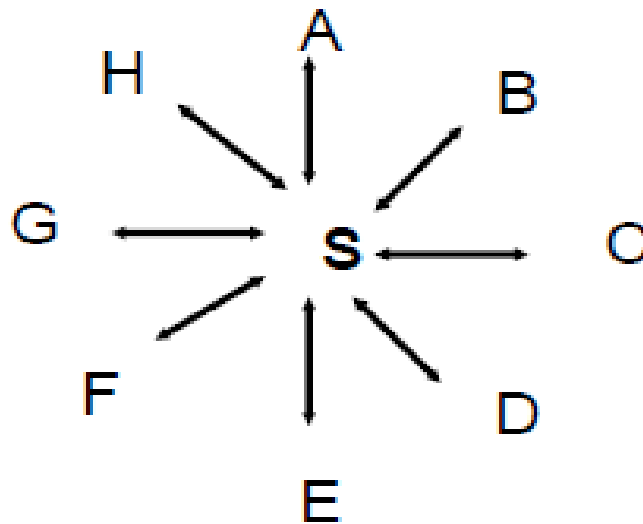


MRC

Manières d'organisation des coopérations

Exemple: 8 Organisations en face de l'organisation de la coopération

3. Les organisations travaillent dans un réseau hautement centralisé. Tous ont une relation mutuelle avec le secrétariat, mais aucune relation directe entre elles-mêmes.

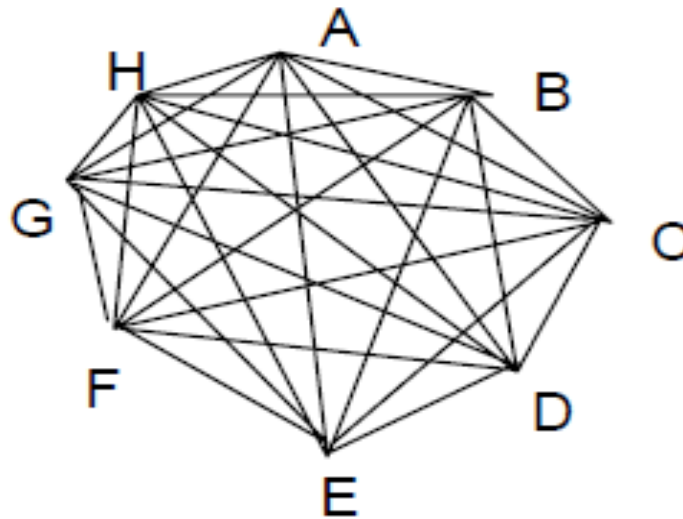


MRC

Manières d'organisation des coopérations

Exemple: 8 Organisations en face de l'organisation de la coopération

4. Toutes les organisations sont liées sans „facilitateur“ central. Théoriquement c'est le réseau idéal, mais probablement ce n'est pas très réaliste.

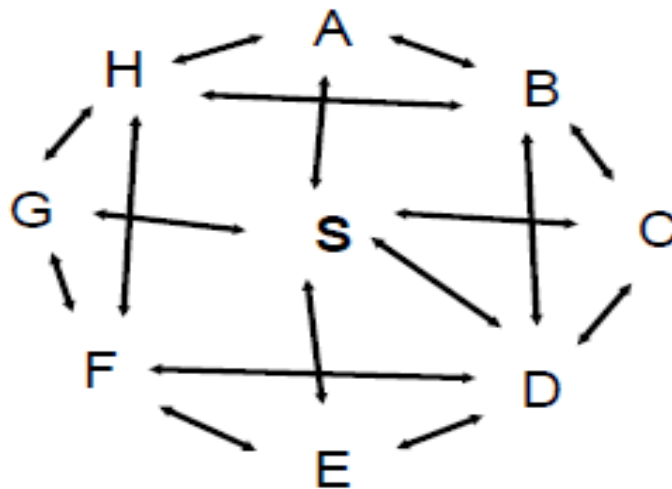


MRC

Manières d'organisation des coopérations

Exemple: 8 Organisations en face de l'organisation de la coopération

5. Les membres du réseau communiquent entre eux et avec le secrétariat qui facilite l'interaction entre les organisations.



Un secrétariat ou des personnes agissant et un site-Web sont impérieux

Management des Relations Clients – MRC

La suite

Travail en groupe – carte d'idées - 4 grands axes:

- La liste avec des instruments/outils de la coopération et communication (non-exhaustive)
 - Développement d'un niveau de sympathie
 - Représentation de la fiabilité dans le domaine de la Fac
 - Démonstration de la compétence de la Fac

 - Résultat: 3 carte d'idée
-

Difficulté
d'établissement du 1er
contact
Doute de la réalisation
de la compétence et
l'expertise requise

Représentation de la
fiabilité

instruments de la
coopération

Organisation d'ateliers,
séminaires ou de Conf.
thématiques communes
Institutionnalisation de
l'interface université -
entreprise
Montage d'un projet
pilote tripartite G - E - U
(Gouvernement -
Entreprise - Université
Ex.: Valorisation des
boues industrielles / la
phyto-épuration

La coopération/la
communication avec
l'économie nationale

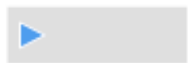
Bonne insertion des
étudiants (Lauréats)
dans/au sein de
l'entreprise
Projets "fin études"
répondant aux besoins
de l'entreprise

Démonstration de la
compétence de la Fac

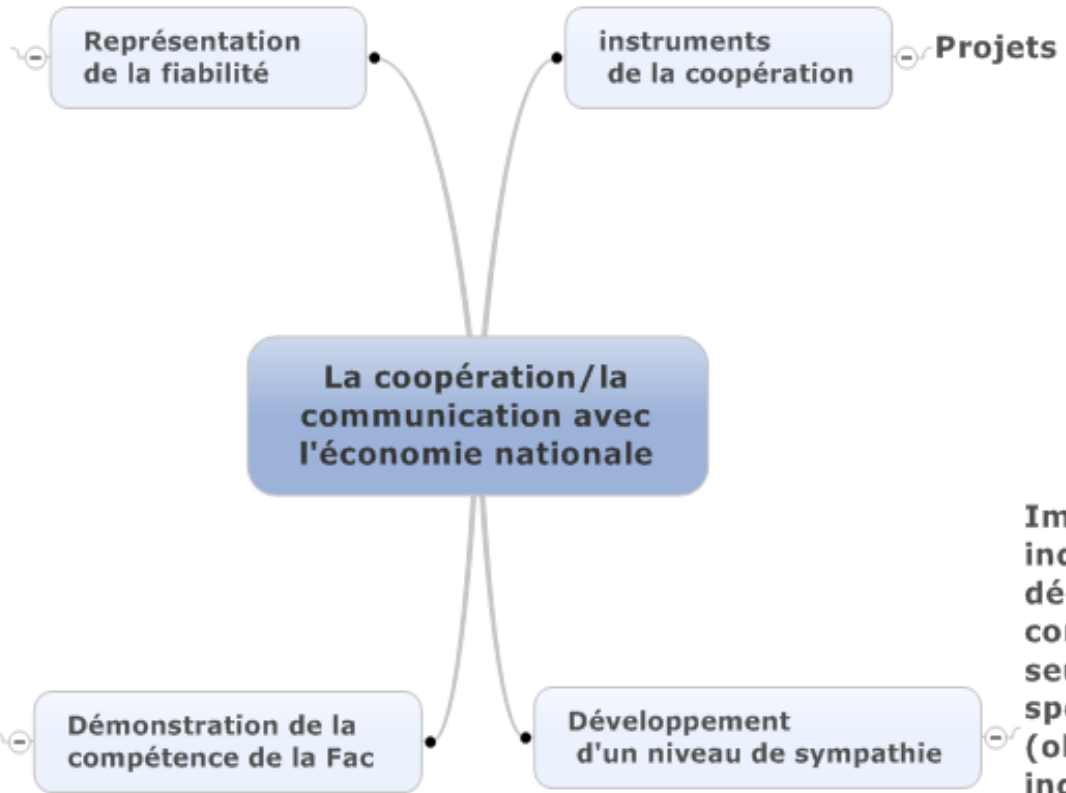
Développement d'un
niveau de sympathie

Mener une recherche
axée sur la R&D et la
valorisation de la
recherche

Qualité d'enseignement
Taux d'insertion des
lauréats
Bonne gouvernance
argumentaire



Résultats obtenues dans
le domaine de l'industrie
cible
Présentation des
équipements existants
colloques/séminaires



Implication des
industrielles dans les
décisions prise au niveau
conseil de Fac (non
seulement)
spécifique thème
(observateur coop.
industrielle)
offre de formation pour
le personnel des
entreprises
Repas de convivialité

**Structure de recherche
accréditées
Brevets
Publications
scientifique
Valorisation**

Représentation
de la fiabilité

instruments
de la coopération

**Conventions de
partenariat
projets de recherche
élaborés en commun
Orientations de la rech.
scient./résolution
problématique
spécifique à l'industrie**

**La coopération/la
communication avec
l'économie nationale**

Démonstration
de la compétence de la Fac

Développement
d'un niveau de sympathie

**Expositions
Organisation de
forums/séminaires/
café-scientifique
Dîner-débats**

**Prestations de services
Formations des cadres
et des techniciens
Séminaires, Formations
continues
Accueil de stagiaires
Journées "Portes -
Ouvertes**

Management des Relations Clients – MRC

La suite

Lieber Michael,

Setze bitte Deine zeitlichen Vorgaben ein und sende mir die Präsentation zurück. Ich gleiche sie dann mit meinen Aufzeichnungen ab.

Management des Relations Clients – MRC

La suite

- **Das waren meine ursprünglichen Vorschläge**
- L'élaboration et la mise en œuvre d'un questionnaire
- Développement d'une stratégie de communication / plan d'action MRC
- Effectuer des activités concrètes
- Développement et l'expansion d'un réseau IGEL - MRC

Management des Relations Clients – MRC

La suite

- Merci pour votre attention
- Bonne chance