

GUIDE DE SEMINAIRE

1) PREPARATION DU SEMINAIRE :

1.1) Supports :

- **La plaquette de présentation** du laboratoire peut prendre une forme papier ou web. Ce document est envoyé avec l'invitation au séminaire. Elle est remise également à l'occasion des visites programmées du laboratoire.

La présentation de l'activité du laboratoire tient en deux pages, complétés par quelques visuels

Pour être facilement accessible aux entreprises, le document devrait être construit selon le schéma suivant :

a) De quoi s'agit-il ?

Il est question là de donner un éclairage rapide, illustré par des exemples concrets les plus parlants possible pour des non scientifiques et des professionnels peu au fait des thèmes de recherche du laboratoire. Des visuels, sans être « grand public » doivent néanmoins susciter un intérêt, une motivation de la part de chefs d'entreprise, d'ingénieurs qui travaillent dans un autre champ d'activité.

b) Par qui et comment ? Quels sont les moyens, les équipements utilisés ?

Les entreprises n'imaginent pas forcément quels types de mesures sont développées et réalisées par un laboratoire dans le cadre de ses recherches. Les représentants de l'entreprise peuvent être surpris par les nombreuses techniques utilisées par le chercheur dans son laboratoire et par la diversité des expériences qui y sont menées. En outre, l'industriel voit le secteur de la recherche comme un monde très sectorisé en termes de disciplines (chimie, physique, biologie, mathématiques appliquées, ...). Qu'un laboratoire mette en oeuvre plusieurs de ces disciplines va intéresser l'industriel : le laboratoire doit donc mettre en avant dans la plaquette les compétences, les savoir-faire mis en oeuvre, ainsi que les disciplines et techniques auxquels il fait appel.

c) Quels types de prestations ?

Devant ces potentiels techniques, ces expériences accumulées, qu'est-ce qu'une entreprise peut se voir offrir en termes de partenariat ? Quels types de prestations lui seraient accessibles ? Le laboratoire expose dans la plaquette de présentation son catalogue de prestations : conseils, études, expérimentations ponctuelles, contrats d'étude...

d) Quelles références significatives et quels exemples de réalisation ?

Bien évidemment, le laboratoire peut disposer d'un score élogieux dans le "citation index", des chercheurs qui accumulent des prix scientifiques mais, cela ne présente pas vraiment d'intérêt pour l'entreprise. L'industriel est intéressé par les exemples de brevets, de contrats signés avec des entreprises ; les sujets de ces brevets et contrats sont à mettre en avant dans le document, tout en respectant la nécessaire confidentialité de l'identité des partenaires.

e) Quelle suite possible ? Et demain ? Et après-demain ?

Si des développements ultérieurs sont espérés, prévisibles, même rêvés, il est intéressant de les formuler même si les études ne sont pas encore mises en oeuvre. De plus, les contacts sont susceptibles de conduire à des réalisations et des développements qui n'étaient même pas soupçonnés par le chercheur ou/et le professionnel d'entreprise.

La plaquette de présentation sera utilisée dans les occasions suivantes :

- envoi du dossier d'invitation
- séminaire
- visite du laboratoire

De ce document réalisé à l'attention de spécialistes déjà sensibilisés par les thèmes de recherche du laboratoire, il est possible d'extraire un *document simplifié* à destination de publics non avertis, mais qui s'intéressent néanmoins à la Recherche et qui souhaiteraient visiter le laboratoire pour leur culture personnelle.

- **Le support de présentation orale** : dans un souci de cohérence avec la plaquette de présentation du laboratoire, le support Power Point reprend la logique du document papier, complété par des photos, schémas, et autres illustrations qui rendent la présentation vivante. Certes, les laboratoires disposent tous de ces supports, mais ils doivent être adaptés à une cible d'industriels : sans faire "grand public", le laboratoire veillera à aller à l'essentiel, en évitant les informations trop théoriques ou hyper-techniques qui n'ajouteraient rien à l'intérêt des entreprises mais au contraire, parasiteraient la présentation. Sur chaque diapositive, bien reprendre en haut à gauche la rubrique correspondante pour donner des repères. Penser à limiter et à ajuster le nombre de diapositives au temps de présentation.
- **Le document d'invitation (flyer)** : proposé par l'AUEG, il synthétise l'objet du séminaire en reprenant quelques éléments-clé du contenu des points a), b), c) de la plaquette de présentation. A compléter par les noms et qualités des intervenants, adresse et plan d'accès, ainsi qu'un coupon réponse à retourner. Ce document sera adressé aux entreprises concernées par le thème du séminaire, ou, mieux, nominativement, aux personnes susceptibles d'être intéressées.

1.2) Campagne d'invitation

Etape incontournable qui *mérite que l'on y passe du temps* : un fichier correctement ciblé est le garant de la réussite de l'opération.

Un bon fichier fournit :

- le nom des entreprises, l'adresse postale, l'adresse e-mail, le n° de téléphone (indispensable pour les relances);
- MAIS EGALEMENT le nom de la(les) personne(s) potentiellement intéressée(s) par l'objet du séminaire.

La campagne d'invitation sera réussie si le fichier a été correctement qualifié, et si on a pris le soin d'effectuer les relances téléphoniques après envoi des invitations.

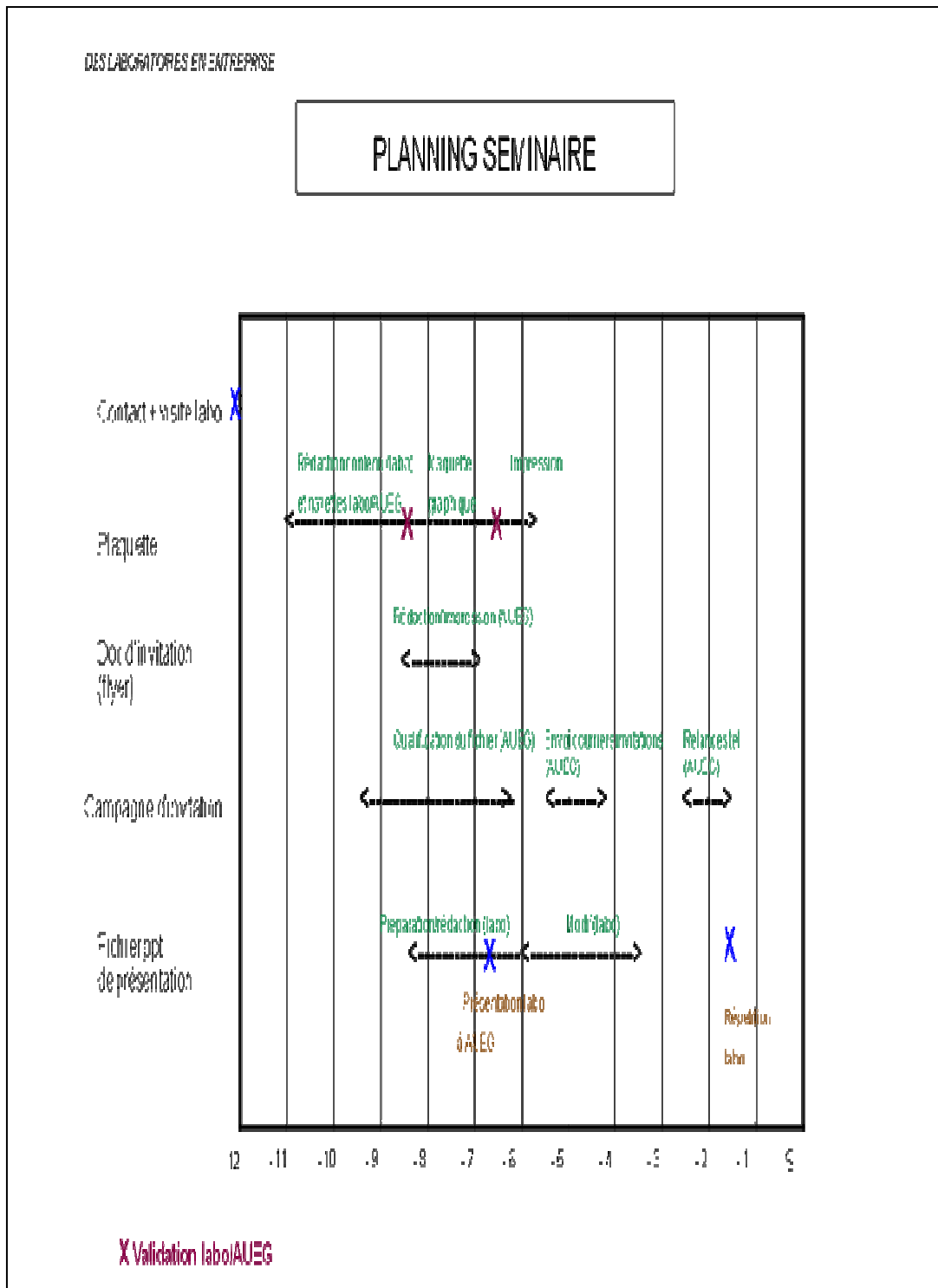
- Le fichier doit être correctement **qualifié** :
Pour identifier les cibles potentielles d'entreprises, il est indispensable de suivre les étapes suivantes :
 - a) *définir* -avec l'aide du laboratoire- *les activités économiques* d'entreprises susceptibles d'être concernées, intéressées potentiellement par la démarche,
 - b) à partir des listes d'activités, *identifier les entreprises concernées* en s'appuyant sur des sources documentaires professionnelles soit en recherche directe par annuaires et fichiers personnels, soit par le relais de pôles d'affaires (Inovallée, Cosi, ...), ou d'organismes compétents (AEPI,...).
 - c) *identifier la(les) personne(s) susceptible(s) d'être intéressée(s) par la démarche*. Recherche à faire par téléphone auprès du standard téléphonique de l'entreprise, à qui on demandera -selon la taille de l'entreprise- le nom du PDG, du Directeur ou Responsable d'une Division ou d'une équipe, ou du(des) responsable(s) scientifique(s) et/ou technique(s) proche(s) (par ordre décroissant "d'intérêt") de la R&D, Production, Industrialisation, Fabrication, Méthodes...
- L'envoi de l'invitation (courrier ou mail) est à faire suivre d'une relance téléphonique en cas d'absence de réponse à J-3 semaines avant le séminaire.

La qualification du fichier prend du temps et nécessite des ressources adaptées.

La campagne d'invitation doit être menée *en parallèle* avec le travail de préparation de la plaquette de présentation du laboratoire (et non lui succéder !). En effet, les invitations par courrier et courriel doivent être suivi de relances téléphoniques systématiques. Lors de ces relances, le dialogue avec l'entrepreneur est délicat et il est parfois difficile d'éveiller son intérêt, même si cette entreprise nous semble directement concernée par le séminaire proposé. Il faut alors s'efforcer de trouver les mots et expressions qui sensibiliseront l'entrepreneur, par exemple en utilisant le vocabulaire employé par sa clientèle.

1.3) Planning

Le déroulement de l'ensemble des actes nécessite un compte à rebours sur au moins 10 semaines, et pour être "confortable", il faudrait compter 11 semaines. Le planning ci-dessous reprend les phases détaillées en fonction des supports à mettre en place.



B)DEROULEMENT DU SEMINAIRE

Le déroulement-type du séminaire proposé est le suivant :

- *Durée de la présentation* (avec support de présentation sur power point) : 30 à 40 mn au maximum; le cas échéant, apporter des échantillons ou tout support facilitant la compréhension.
- *Echanges* : 40 à 60 mn environ. En vue de répondre aux questions posées par les participants, le laboratoire prévoit les diapositives à présenter pour compléter la présentation.
- *Un pot convivial* doit permettre la poursuite d'échanges décontractés

Une visite du laboratoire peut être proposée à la fin des échanges, et devra alors avoir été mentionnée sur le document d'invitation.

3 – APRES LE SEMINAIRE ...

Le laboratoire envoie un courrier 1 à 2 semaines après le séminaire sur la base du fichier transmis par l'AUEG :

- aux industriels présents au séminaire, pour les remercier de leur présence, leur rappeler les formes de coopération possibles, avec envoi de la plaquette de présentation papier, et proposer une visite du laboratoire (programmée ou non)
- aux industriels invités mais non présents, en leur adressant par courrier, (après la réunion de présentation) à nouveau un exemplaire de la plaquette de présentation papier ; il est conseillé également de proposer une visite du laboratoire (qu'elle soit déjà programmée ou non), avec coupon-réponse.