RÉSEAU PROFESSIONNEL ORIENTÉ QUALITÉ : Méthodologie de mise en place

Master Mastère Spécialisé Qualité 2014 / 2015

Abdoulaye N'DIAYE
Corentin CHEMINOT
Badrâne MADMOUNE
Mathieu DESENZANI

Consultez notre MIM sur : www.utc.fr/master-qualite/ puis "Travaux" et "Qualité-Management" **ref 307**

Situation actuelle Picardie : Plus de 45 000 entreprises présentes, des formations sont disponibles, mais réseau professionnel qualité inexistant
→ Manque à gagner en terme de partage de connaissances et d'améliorations

Intérêt du réseau : Développer les techniques & cibler les compétences
→ Déployer la qualité au sens large & accompagner les adhérents dans cette démarche. Situation gagnant-gagnant, partage et apprentissage

ÉTAT DES LIEUX

RECUEIL D'INFORMATION CIBLES

- Organismes Qualité en France:
  - Pour points positifs
  - Pour points négatifs à ne pas refaire
- Organismes à l'international

BENCHMARKING

Prise de Contacts:

- Diffusion mails type avec questions prédéfinies
- Entretiens téléphoniques
- Entretiens physiques

CONCLUSION

La qualité est à consommer mais l'innovation peut effrayer les utilisateurs

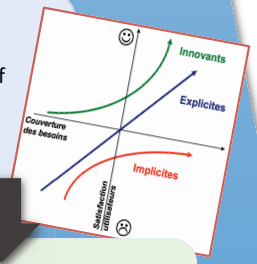
DÉFINITION DU BESOIN

Recueillir la voix du client

- Contact par mail des entreprises ciblées
- Échantillon représentatif mais non exhaustif

Méthode utilisée:

- Enquête Kano
  - Prioriser les offres issues du benchmarking



Mises en garde:

- Prévoir une fiche explicative pour éliminer toute ambigüité sur les offres proposées dans l'enquête

Le produit répond-il au marché?

Étude de marché:

- Questionnaire d'adhésion
- Diffusion large selon public ciblé
- Exploitation de résultats pour prise de décision quant au produit à développer

Mises en garde:

- Prévoir une marge d'erreur due à la fiabilité des réponses des cibles

Innovations

Organisme en ligne

Avantages :

- Réduction des frais de fonctionnement (locaux, salariés, etc…)
- Couverture de zone géographique quasi-illimitée
- Pas de conflit d'intérêt sur l'emplacement du réseau

Ressources nécessaires :

- Serveur dédié -> location
- Nom de domaine
- Webmaster
- Admin (modérateur)

Innover pour attirer

Réseau social dédié

Intérêts :

- Faciliter les contacts en interne
- Dynamiser les relations interprofessionnelles

Avantages :

- Cibler les compétences -> page de profil utilisateur
- Permettre des débats asynchrone
- Permettre des prises de décisions communes

Mise en garde:

- Impliquer les adhérents et sensibiliser

PERSPECTIVES

- Accroitre le nombre d'adhérents
- Trouver des partenariats avec d'autres réseaux existants (Tremplin UTC, Bureau Des Étudiants UTC, etc…)

BIBLIOGRAPHIE

« Guide du Benchmarking ». - Jacques Alexandre et al.
La faisabilité de projet: Une démarche vers l'efficience et l'efficacité - Wilson O'Shaughnessy - Google Livres.
« Annuaire des Entreprises de France : achat de fichiers d'entreprises et recherche d'informations économique sur les sociétés » consulté le 7 janvier 2015 www.aef.com
« Les différents besoins des clients KANO » - Eric Lamidieu – www.eric.lamidieu.org