



REVUE DE PROCESSUS :  
**PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1



**Pilote du processus** : Anne-Lise Fontan

**Lieu de consultation du document** : Arel, espace Qualité

**Date de la réunion**: 17 janvier 2014

**Auteur**: Stéphanie Guérin

**Participants:**

Nom	présent	Nom	présent
Anne-Lise Fontan	O		
Aurélie Frémaux	O		
Stéphanie Guérin	O		

**Destinataires:**

Nom	Pour	Nom	Pour
Anne-Lise Fontan	A		
Aurélie Frémaux	A		
Anne Foutrier	A		

**Pour :**

A	I	D	
Action	Information	Diffusion	



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

## 1 - OBJECTIF DU DOCUMENT

L'objectif du document consiste à revoir l'ensemble des éléments composant le processus. Cette révision permettra de déceler les failles et de s'améliorer.

## 2 - REVUE DU PROCESSUS

### 2.1 Revue des actions de la revue précédente

Revue précédente trop ancienne.

### 2.2 Révision de la cartographie du processus

La fiche processus et le logigramme du processus ont-ils besoin d'être amélioré ?

Oui

Sur quelle partie porte cette amélioration ?

Les éléments d'entrée du processus : changer l'élément d'entrée actuel par :

« Définition de la stratégie de la communication de l'Ecole » puis « Expression des besoins de communication » puis « Définir des actions correspondant à la stratégie et répondant aux besoins »

Ajouter les clients « institutionnels et grands publics » (image globale de l'EISTI) avec les mêmes activités que pour la partie Entreprise.

L'enchaînement des tâches est-il fluide?

Oui

Quels sont les points sensibles du processus ?

L'activité Presse car il est difficile de maîtriser le contenu de l'article fait par un journaliste. Une personne de la Direction est généralement interviewée.

Les réseaux sociaux → possibilité de se faire polluer les publications et/ou les pages. Pour l'instant actions limités par rédiger des réponses ou enfouir son commentaire.



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

## 2.3 Interactions du Processus

### Quelles sont les interactions avec les autres processus ?

- Quelles sont les éléments d'entrée (processus, exigences client, documents....) et d'où proviennent-elles ?

Stratégie de l'école (quelles sont ces cibles prioritaires ?), besoins exprimés par les services (potentiellement tous les services), service communication en demande d'informations pour alimenter le site internet et les newsletters. Besoin des données d'Hecate pour les informations des étudiants. Possibilité de récupérer des fichiers sur les étudiants, parents, entreprises...

- Quelles sont les éléments de sortie (processus, satisfaction client, documents....) et où sont-elles transmises ?

Règles (chartre), document supports (Documents web, print, bandeaux,), organisation (événements), des écrits pour la Direction Générale ou autres services, vidéo.

### La finalité du processus a-t-elle évoluée?

Notre communication soit conforme à nos objectifs stratégiques d'images et de développement.

## 2.4 Les clients du processus

### 2.4.1 *Satisfaction clients du processus*

#### Avez-vous identifié l'ensemble des clients externes et internes pour votre processus?

Oui

#### Si oui qui sont-ils ?

Internes : d'abord la DG, ensuite la Direction de campus pour les prospections et JPO, les relations internationales et entreprises puis les activités type recherche (Placis Collégium). La Direction des Etudes.

Externes : la press (demande d'interviews), les entreprises et les prospects et établissements partenaires, les institutionnels (Val d'Oise, le conseil général...).



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

Avez-vous déterminé leurs exigences ? Ces exigences ont-elles évolué depuis la dernière revue de processus?

Presse : réponses aux demandes d'interviews, réactivité et demandes d'info

Entreprises : Gestion du forum et besoin ponctuels

Prospects : demande d'informations, visite de l'établissement

Etablissements partenaires : selon la demande de la Direction Générale

Les institutionnels : demande d'évènementiel et besoins ponctuels

Interne : selon les demandes

*Cette rubrique est destinée à faire le point sur les résultats de la satisfaction/ insatisfaction des clients du processus et sur les méthodes utilisées pour obtenir ces résultats (à partir de l'écoute client, réclamations, rencontres, réunions, ..)*

1	2	3	4

Pour la COTATION:

1: Résultats mauvais ET méthodes inadéquates

2: Résultat mauvais ET méthode adéquate

3: Résultats satisfaisants ET méthodes inadéquates

4: Résultats satisfaisants ET méthodes adéquates

Commentaires :

Pas d'outil de mesure pour mesurer la satisfaction sauf enquêtes de satisfaction évènementiel. Pas d'outil de notoriété pour l'instant.

Client interne : satisfaction orale principalement (insatisfaction rapidement su).

## **2.4.2 Les réclamations client**

Y-a-t-il eu des réclamations client ?

Il y a surtout des demandes de clarté par certains services.

Deux réclamations émises par le service RI :

- Une demande de badge manquant d'un membre du personnel pour l'accès au Forum
- Les N+I ne s'étaient pas inscrits au bus les emmenant au Forum Collégium et il y a une réclamation du service RI pour qu'ils aient un bus

Comment ont-elles été traitées ?

Les deux réclamations :

- La remarque de badge a été notée pour l'année prochaine



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

- L'organisation du transport pour le Forum a été revue pour disposer d'un bus pour les N+i

Des actions préventives ont-elles été mise en place ?

Que du correctif

Cotation

*Cette rubrique est destinée à évaluer le traitement des réclamations client*

*Cotation.*

	1	2	3	4
			X	

Pour la COTATION :

1 : Mauvais ; 2: Insuffisant ; 3: Satisfaisant ; 4 : Très satisfaisant

Commentaires :

## 2.5 Indicateurs de performance et de surveillance du processus

### 2.5.1 Revue des indicateurs

Quels sont les indicateurs définis pour le processus ?

Les indicateurs ont été revus au moins de décembre suite au changement du Directeur de la Communication.

Indicateurs PRO 02	Objectifs à atteindre
Ind. 1: Nombre de plaquettes diffusées dans l'année	52 000
Ind 2 : Réseaux sociaux	J'aime Facebook : 1700 Abonnés Twitter : 1000 Blog N. Fintz : 6 nouveaux articles
Indic 3 : Site Web Notion de visiteurs uniques	115 000 visites uniques
Nombre de nouveaux contenus	30
Ind 4 : nombre de contacts qualifiés (prospects salon) Nombre de plaquettes diffusées en salons	(surveillance pour cette année)



**REVUE DE PROCESSUS :**  
**PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA**  
**COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
 CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

Ind 5 : création d'une newsletter	4 par an
Ind. 6 : Nombre d'articles de presse parus et répertoriés par l'argus de la presse	300
Ind 7 : Nombre d'interviews par an avec un journaliste de la presse grand public ou spécialisée	10

### 2.5.2 Pertinence des indicateurs

*Evaluation non pas des résultats de l'indicateur mais de*

- *l'existence,*
- *la mise en œuvre,*
- *la pertinence,*
- *la facilité d'alimentation,*
- *la définition du seuil,*
- *la communication aux intéressés*

Indicateurs	mise en œuvre	pertinence	facilité d'alimentation	définition du seuil	communication
Ind. 1: Nombre de plaquettes diffusées dans l'année	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
Ind 2 : Réseaux sociaux	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
Indic 3 : Site Web Notion de visiteurs uniques  Nombre de nouveaux contenus	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
Ind 4 : nombre de contacts qualifiés (prospects salon)  Nombre de plaquettes diffusées en salons	OUI	OUI	A VOIR	OUI	OUI
Ind 5 : création d'une newsletter	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

Indicateurs	mise en œuvre	pertinence	facilité d'alimentation	définition du seuil	communication
Ind. 6 : Nombre d'articles de presse parus et répertoriés par l'argus de la presse	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
Ind 7 : Nombre d'interviews par an avec un journaliste de la presse grand public ou spécialisée	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI

### Cotation

*Cette rubrique est destinée à évaluer (à partir de la feuille de synthèse des indicateurs) non pas les résultats de l'indicateur mais l'existence, la mise en œuvre, la pertinence, la facilité d'alimentation, la définition du seuil, la communication aux intéressés,...*

	1	2	3	4
Ind n°1			X	
Ind n°2			X	
Ind n°3			X	
Ind. n°4			X	
Ind. n°5			X	
Ind. n°6			X	
Ind. n°7			X	

Pour la COTATION :

1 : Mauvais ; 2 : Insuffisant ; 3 : Satisfaisant ; 4 : Très satisfaisant

### Commentaires :

Indicateurs à analyser en juin

## **2.6 Gestion documentaire du processus**

Quels sont les documents nécessaires au fonctionnement du processus (doc int, ext, enr)?

Procédures en éléments d'entrée

Pour les enregistrements : ajout de 2 documents : chartre graphique d'utilisation du logo et statistique web



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

Sont-ils toujours en adéquation avec l'existant et les exigences ?

Non pour quelques procédures

Dans la négative, sur quoi porte les améliorations nécessaires ?

Procédures à modifier ou à supprimer :

Revue des procédures entre la Directrice de la communication et la chargée de communication :

- Suppression de la 02.09, 02.11, 02.15 car changement de DirCom ; suppression de la 02.14 et 02.17 car intégration aux concours CCP.
- Modifications à apporter sur la 02.01 , 02.03.

Cotation

*Cette rubrique est destinée à évaluer :*

- *la maîtrise du système documentaire ( doc. int., ext., enr.)*
- *la maîtrise des Non Conformité ( si Processus de réalisation )*
- *l'adéquation du système documentaire*

	1	2	3	4
			X	

Pour la COTATION :

1: Mauvais ; 2: Insuffisant ; 3: Satisfaisant, 4: Très satisfaisant

Commentaires :

Procédures et liste enregistrement à mettre à jour

## **2.7 Ressources**

### **2.7.1 Les fournisseurs**

Comment sont évalués les fournisseurs (le système d'évaluation, sélection, réévaluation des fournisseurs) ?

Fournisseurs existants les prix ont été discutés

Selon l'activité, il peut y avoir un appel d'offre (ex : évènementiel) ou une cotation sur la satisfaction de leur prestation.

Cotation si le Processus intègre l'activité « achat » pour certaines de ses ressources

*Cette rubrique est destinée à évaluer le système d'évaluation, sélection, réévaluation des fournisseurs*



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

	1	2	3	4
			X	

Pour la COTATION :

1: Mauvais ; 2: Insuffisant ; 3: Satisfaisant, 4: Très satisfaisant

Commentaires :

Tableau d'évaluation des fournisseurs en cours de transmission

### **2.7.2 Ressources humaines et matérielles**

Est-ce que la mise à disposition des ressources est adaptée pour le bon fonctionnement du processus en terme de :

- ressources humaines ? Suffisante mais la polyvalence fait qu'il faut s'adapter selon les besoins
- techniques ?
- système d'information, logiciel ? Besoin du CRM (en cours) avec des cahiers des charges transmis, Besoins de fonctionnalité supplémentaires sur le site web pour un administrateur web (obligé de rentrer dans le code).
- moyens financiers, budget ? Plus de visibilité plus globale souhaitable

#### Cotation

*Cette rubrique est destinée à évaluer la mise à disposition des ressources adaptées pour le bon fonctionnement du Processus (Ressources humaines, techniques, SI, moyens....).*

	1	2	3	4
RH			X	
Techniques, SI,		X		
Budget		X		

Pour la COTATION :

1: Mauvais ; 2: Insuffisant ; 3: Satisfaisant, 4: Très satisfaisant

Commentaires :

### **2.8 Audits :**

Que donnent comme résultats les précédents audits conduits sur le Processus?  
(Audits internes, ou autres, ....)



**REVUE DE PROCESSUS :  
PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

- écarts
  - points forts,
  - points sensibles ou points d'amélioration
  - notes
1. « Evolution des modalités de communication avec les clients: utilisation des réseaux sociaux (dont le Directeur général). Adaptation de la communication au nouveau sourcing des concours. (Plaquette/AVENIR). Un CRM est en cours d'étude. »
  2. « Avec les nouvelles modalités de recrutement il n'existe plus d'entretien de recrutement et donc plus de moyen pour identifier les critères de choix des candidats. Ces manques sont probablement à combler directement auprès des nouvelles recrues. »

## **2.9 Dynamique d'amélioration**

### **2.9.1 Actions d'amélioration validées**

#### La dynamique d'amélioration du est-elle améliorable ?

- Plans d'action d'amélioration

Action en cours :

Créer des pages dédiées sur certaines bannières (futur indicateur : nb de visiteurs par bannière)

Cotation : (de l'ensemble du paragraphe 9)

*Cette rubrique est destinée à évaluer la dynamique du Processus à partir :*

- *des améliorations effectuées*
- *des fiches d'amélioration suite à audit ou revues de Processus ou autres... sous l'aspect : nombre d'actions menées, clôturées, efficaces,...*

	1	2	3	4
			X	

Pour la COTATION :

1: Mauvais ; 2: Insuffisant ; 3: Satisfaisant, 4: Très satisfaisant

#### Commentaires :

Action en phase de mise en place et test.

### **2.9.2 Projet d'amélioration**

Réflexion sur la communication grand public



REVUE DE PROCESSUS :  
**PRO 02 EVOLUTION ET SUIVI DE LA  
COMMUNICATION DE L'EISTI**

Réf doc :  
CRRP\_PRO02\_N°3\_V°1

## 2.10 Changements majeurs :

Y a-t-il eu des changements majeurs en terme d'organisation, moyens, prestations/ services, produits, clients,...qui se sont produits ou qui vont se produire ?

Il y a eu un changement de Direction de la Communication.

Que est l'impact de ces changements sur le système qualité du Processus, sa finalité, ses objectifs ?

L'impact est une vue nouvelle sur le système qualité tracée dans ce compte-rendu. Une nouvelle définition des indicateurs.

Les actions nécessaires et projetées ont-elles été menées ou sont-elles prévues ?

Voir 2.9.2

## 3 - DONNEES DE SORTIES SYNTHESE

### 3.1 Plan d'actions synthétiques

*Préciser les besoins en ressources éventuellement identifiés pour mener les actions.*

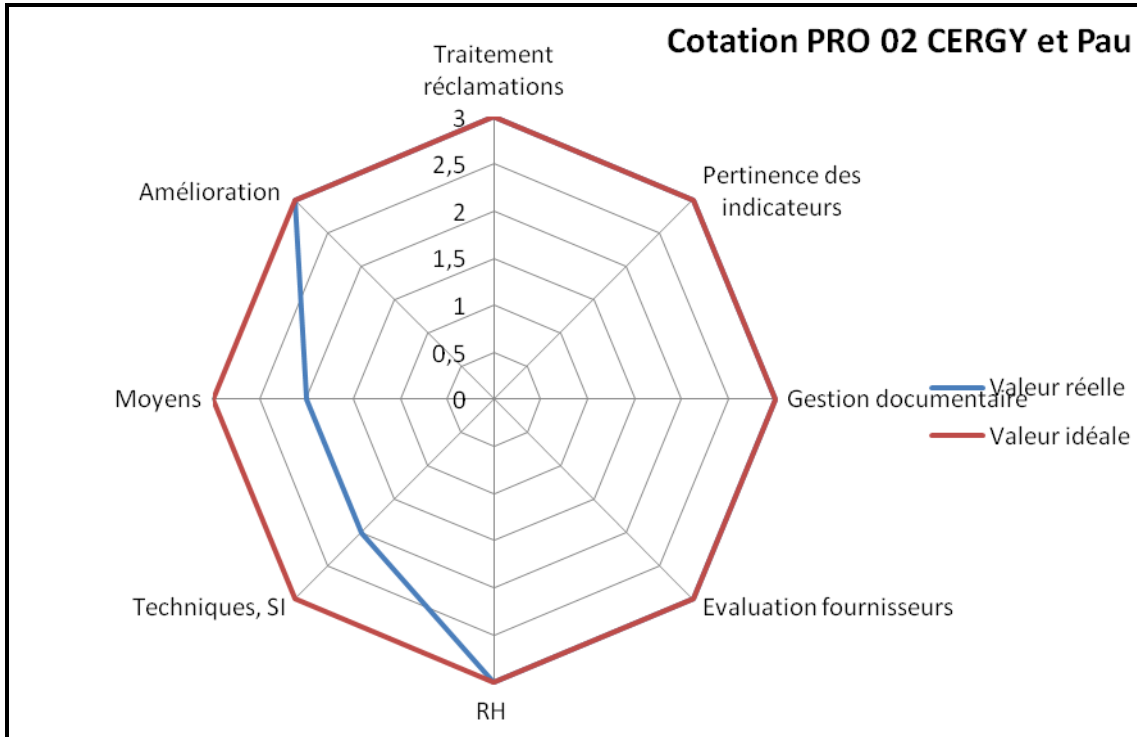
*Ce plan d'action doit recouvrir des actions d'amélioration*

- sur le produit du processus
- sur le processus

Action(s)	Pilote	Echéance
Mettre à jours les procédures et les soumettre à Pau	AFR	Février 2014
Mettre à jour le logigramme du processus	SG	Février 2014

### 3.2 Radar

Une Représentation sous forme graphique des résultats des paragraphes 2 à 9 est donnée ci-après.



#### 4 - PROCHAINE REUNION

A définir