



La communication appliquée à la valorisation

États des lieux et conseil

RÉSEAU C.U.R.I.E.



Le Réseau C.U.R.I.E. propose une mini-étude pour analyser les besoins du service de valorisation en termes de communication, aussi bien en dehors qu'au sein même de la structure, en fonction de ses problématiques et des objectifs qu'il souhaite atteindre.

Objectif :

- Analyser l'existant
- Déterminer les besoins du service de valorisation
- Définir les objectifs de communication et la cible visée
- Proposer des recommandations et des outils associés

Dans un premier temps, nous souhaitons établir un état des lieux en termes de communication du service de valorisation. Merci de répondre aux questions suivantes afin de pouvoir définir les besoins de votre service de valorisation, puis de renvoyer ce document à : communication@curie.asso.fr

Nous pourrions dans un second temps convenir d'un rendez-vous pour échanger sur les conclusions de cette étude et sur les solutions qui pourraient être mises en place.

A l'aide de mots clés, indiquez les objectifs globaux du service de valorisation

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Les difficultés rencontrées :

Quels sont les points de blocage lorsque vous contactez une entreprise :

- Reconnaissance des potentialités qu'offrent la recherche publique
- Méconnaissance de la structure
- Méconnaissance du sujet de la valorisation
- Souhaite être en contact directement avec les chercheurs
- Difficulté à mettre en relation avec les chercheurs
- Autre :

LES ACTIONS MISES EN PLACE

Faites-vous des actions pour communiquer sur les missions de valorisation :

- A l'extérieur de votre structure :

Oui

Non

- Au sein de votre structure

Oui

Non

Si non, quelles en sont les raisons :

.....
.....
.....
.....

Si oui. Lesquelles :

.....
.....
.....
.....

Quelles sont les cibles¹ que vous souhaitez atteindre à travers ces actions :

.....
.....

Évaluez-vous les retombées de ces actions :

Oui

Non

Si oui, comment :

.....
.....
.....
.....

¹ La cible correspond au public visé, exemple : « les entreprises », « les chercheurs »

LES OUTILS

De quels outils disposez-vous :

- Base de données, sur quel support :
.....
- Logiciel ou site d' emailing, lequel :
.....
- Newsletter, transmise par la structure
- Newsletter du service de valorisation
- Service de graphisme en interne
- Espace d'affichage général
- Espace d'affichage dédié à la valorisation
- Outils de communication physiques (kakémono, affiches ...), lesquels :
.....
.....
- ...
- Espace dédié à la valorisation sur le site internet de la structure
- Intranet
- Accès aux réseaux sociaux de la structure :
 - Facebook
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Autre :
- Réseaux sociaux dédiés à la valorisation :
 - Facebook
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Autre :

LES MOYENS DISPONIBLES

Combien de temps dans une semaine pouvez-vous consacrer à la communication :

.....
.....
.....

Quel budget pouvez-vous accorder à la communication :

.....
.....
.....