

Recommandations de communication numérique

Sommaire

- I. Introduction**
- II. Le contexte**
- III. La stratégie globale de communication**
 - 1. Analyse générale
 - 2. Analyse des produits d'édition
- IV. Notre proposition**
 - 1. Notre manifest et notre ligne éditoriale
 - 2. Les prérequis de réalisations
 - 3. L'esthétique proposée
 - 4. La cible visée
 - 5. Les produits et services proposés
 - 6. Les canaux de diffusions utilisés
 - 7. Notre plan de communication
- V. Remerciements**
- VI. Bibliographie**

I. Introduction :

Nous sommes une agence de communication composée de 5 étudiants du département MMI de l'IUT de Lannion.

L'équipe se compose donc de Florine Dupont, Chef de projet et rédactrice; Maël Le Dû, porte-parole ainsi que graphiste; Alexandre Ansquer, graphiste et développeur; Sabrina Le Gall, graphiste et développeuse et pour finir Mathys Roland, rédacteur et infographiste.

Nous sommes une équipe jeune et dynamique maîtrisant les outils numériques et les nouvelles technologies. Nous sommes disposés à répondre au mieux aux besoins de nos clients de par notre organisation, notre cohésion, notre créativité et notre motivation.

II. Le contexte :

ArmorScience est une association de vulgarisation scientifique qui dispose actuellement d'une communication peu développée. Par conséquent, son public est restreint et assez âgé tout comme les membres de l'association.

L'association a fait appel à nous pour étendre leur visibilité; notre objectif principal est donc de leur apporter une nouvelle communication qui amènera un public plus large et plus diversifié.

III. La stratégie globale de communication :

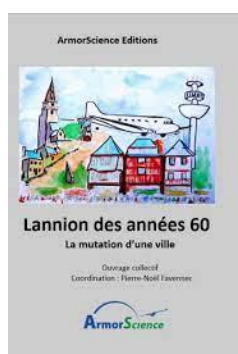
1. Analyse générale

Actuellement ArmorScience dispose d'une légère communication. En effet, ils diffusent leur savoir via différents moyens. L'association a son propre site web qui est en ce moment en reconstruction. Ils disposent d'un compte Facebook où ils partagent leurs actualités ainsi qu'une chaîne Youtube. De plus, un des membres de l'association partage aussi quelques actualités sur son compte Twitter. Leur communication passe aussi par la diffusion d'articles dans différents journaux (papier et web) et l'affichage sur les devantures de divers commerçants locaux.

2. Les produits d'édition

ArmorScience propose actuellement plusieurs ouvrages :

Leur premier ouvrage, Des dessins pour la science est un recueil de 110 pages regroupant diverses illustrations dessinées par Michel Urien, membre d'ArmorScience. Ces dessins sont aussi visibles sur différentes expositions, affiches ou articles disponibles sur le site web. Ce recueil a été publié en 2020.

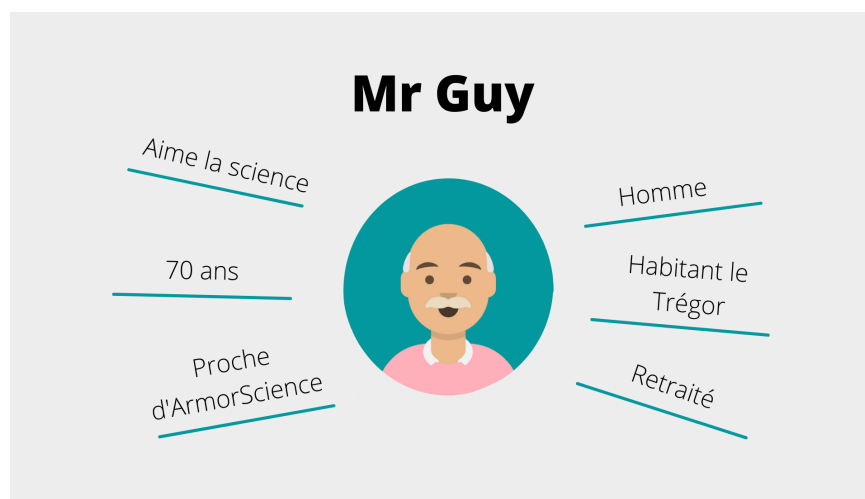


En ce qui concerne le second ouvrage, il s'agit d'un livre collectif, de 163 pages, nommé Lannion des années 60. Il a été écrit sous la coordination de Pierre-Noël Favennec. Depuis décembre 2020, il est disponible dans quelques librairies (Gwalarn à Lannion, Leclerc Culture de Lannion et Tom'Librairie à Perros-Guirec) au prix de 18€. ArmorScience a imprimé 500 exemplaires dont 160 qui ont été vendus. Ils ont fait la promotion de leur ouvrage via leur site web dans la section publication. L'association l'ARSSAT ainsi que des journaux régionaux (Ouest-France et Télégramme) ont publié des articles pour promouvoir l'ouvrage.

Ils ont créé 3 autres livres sur le thème de leurs expositions et conférences suivantes : "La fée électricité", "Robida et Internet" et "La bicyclette". Ces livres permettent d'approfondir les sujets traités. Ils ne sont pas disponibles à la vente en distribution, mais lors de conférences ou d'expositions il est possible de se les procurer.

Nous nous pencherons plus sur l'analyse du livre qui est disponible à la vente, Lannion des années 60. C'est un livre qui a besoin d'améliorations. En effet, malgré la présence de nombreuses informations et outils les illustrant, nous pouvons distinguer divers défauts comme la mise en page. Celle-ci n'est pas uniforme, certains chapitres n'ont pas de "page de séparation" et les paragraphes sont difficilement reconnaissables. Pour le côté esthétique, la couverture du livre paraît ancienne et est peu attrayante. À l'intérieur du livre, les graphiques et cartes sont des scans de dessins faits à la main ce qui est peu moderne et aussi moins lisible, de plus les images sont en noir et blanc.

Nous avons réalisé, par la suite, un avatar de l'acheteur type, actuel, des livres d'ArmorScience dans le but de se faire une représentation globale de la cible et du public actuel des éditions d'ArmorScience.



IV. Notre proposition :

1. Notre manifest et notre ligne éditorial :

ArmorScience, propose de faire découvrir la science à toutes les générations à travers des activités diverses et variées. Leur envie de partager leur savoir est grande mais ils veulent aussi et surtout instruire les gens, changer leur vision quant à certains sujets scientifiques où la population est encore trop peu voire même mal informée.

Nous avons résumé la philosophie et les valeurs de l'association ArmorScience en une seule phrase :

"Armorscience, pour un voyage culturel, temporel et scientifique à travers le Trégor et plus encore."

Nous proposons donc à ArmorScience de remettre leur communication à l'actualité pour étendre leur capacité à atteindre les gens et à diffuser leurs connaissances.

Pour la réédition de leur ouvrage actuel Lannion des années 60, nous leur proposons des illustrations, couvertures ou encore mises en page sur le thème du centre historique de Lannion, promouvant la ville et ses environs et surtout dans le but de faire connaître certaines faces cachées de celle-ci. Nous avons créé des représentations de lieux emblématiques de Lannion, pour le côté historique, par exemple les maisons à colombages mais aussi l'escalier "*nom de l'escalier*". Pour le côté scientifiques, nous avons représenté l'histoire des télécoms et ses infrastructures, avec des illustrations d'un bout de l'histoire Lannionnaise, nous espérons faire découvrir de nouvelles choses à leur public. Nous leur proposons une ligne éditoriale assez moderne pour parler à un public plus large, plus jeune et utilisons des couleurs dans les tons bleus pour rappeler la mer, l'océan, le voyage et la connaissance, le tout en gardant une harmonie graphique.

2. Les prérequis de réalisation :

Nous avons plusieurs prérequis de réalisation afin de réaliser au mieux notre mission. Pour commencer nous voulons former l'équipe d'ArmorScience aux réseaux sociaux tels que Instagram afin de promouvoir le livre ou encore Youtube afin de mieux gérer la plateforme, comme une vidéo promotionnelle sera publiée dessus. Nous voulons aussi imprimer des kakemonos et des flyers à placer et à donner durant les conférences et expositions mais aussi des affiches au format A4 afin de les placer dans les commerces locaux.

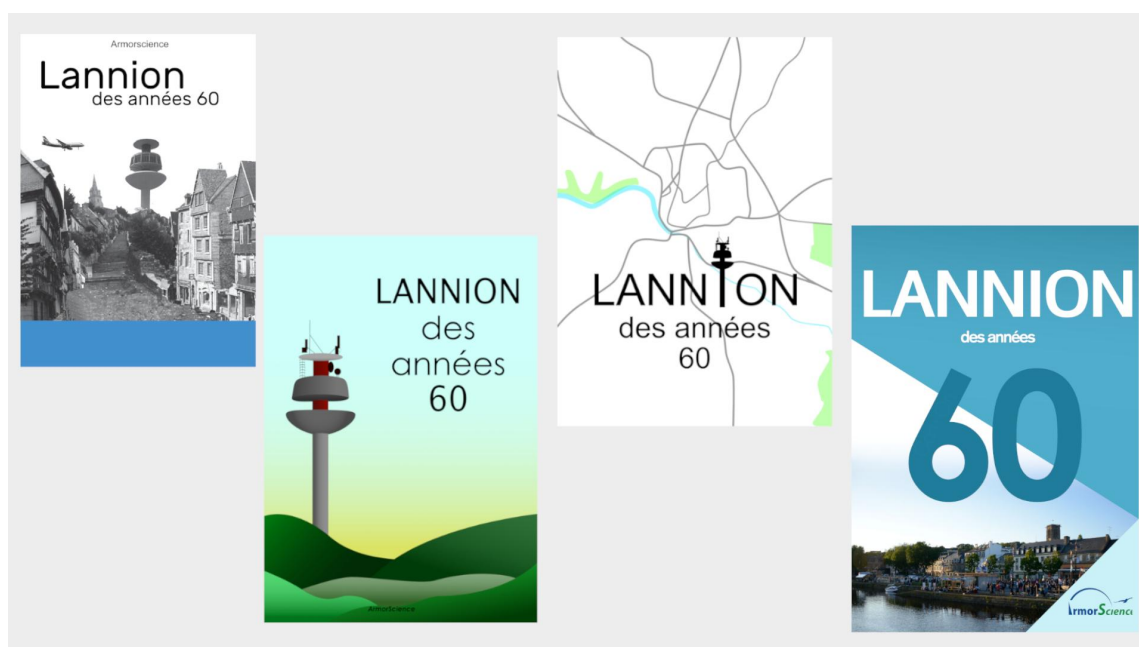
| Type de réalisation | Quantité | Prix |
|---------------------------|----------|--------------|
| Flyers | 1000 | environ 150€ |
| Kakemono | 3 | environ 120€ |
| Affiche A3 | 100 | environ 35€ |
| Formation réseaux sociaux | / | / |

3. L'esthétique proposée :

Voici, ci-dessous, quelques croquis pour une possible future couverture, réalisés par les membres de notre agence.




Voici quelques premières propositions de couverture. Il ne s'agit pas de propositions finies mais plus des maquettes pour mieux visualiser nos idées croquées.



4. La cible visée :

Le livre *Lannion des années 60* est donc plus à destination des personnes majeures habitant Le Trégor. Il s'agit de personnes qui aiment lire et qui ne sont pas forcément intéressées par toutes les sciences.

Nous avons créé un avatar type afin de montrer avec précision un exemple de cible possible. Il a été réalisé de façon détaillée afin d'être le plus réaliste et immersif possible.



Marie 29 ans

| | | |
|--------------------------------|--|--|
| Femme | Assistante maternelle | Gagne 1300€/mois |
| Généreuse et curieuse | Mariée | A un enfant de 4 ans |
| Habite le Trégor | Lit des livres sur son temps libre | S'intéresse aux sciences naturelles |
| Bénévole au Restos du Coeur | Ses valeurs sont : respect, partage, entraide, bienveillance et la tolérance. | |

5. Les produits et services proposés :

Nous proposons à ArmorScience de retravailler et republier leur ouvrage principal *Lannion des années 60*. Il s'agirait donc d'améliorer le visuel et la mise en page. Ce nouvel ouvrage pourra être vendu dans les mêmes magasins que l'ancien, soit le Leclerc Culture et la librairie Gwalarn à Lannion ainsi que la librairie de Perros-Guirec, Tom'Librairie. Il sera également possible de le vendre, sur un stand dédié, à la fin des conférences ou événements présentés par l'association.

L'idée de créer un Ebook de ce même livre permettrait de toucher un public plus large qui n'a pas forcément les moyens d'acheter un livre papier mais aussi un public plus jeune qui peut possiblement s'orienter vers l'outil numérique.

6. Les canaux de diffusion utilisés :

Après avoir analysé notre cible nous proposons à ArmorScience de continuer de diffuser les informations via leurs réseaux sociaux (Facebook) mais en étendant leur présence sur internet avec d'autres plateformes comme Instagram et Twitter. Ils pourront poster sur ces trois plateformes, lors de la sortie du livre, des publications promouvant le livre (résumé, prix, lieu où se le procurer...)

Sur leur chaîne youtube, une vidéo de promotion très courte pourrait être créée et postée aussi à la sortie de l'ouvrage.

Une newsletter informant la réédition du livre sera envoyée à la liste de diffusion actuelle que dispose l'association.

La communication pourra être plus large en passant par un autre canal de diffusion qu'Internet. En effet, cela se fera en imprimant des affiches A3 à exposer dans les commerces locaux, les établissements scolaires mais aussi les établissements publics et culturels. Des flyers peuvent être créés pour être distribués lors des expositions ou des conférences présentées par ArmorScience et enfin l'imprimerie de 3 kakémonos qui pourront être exposés aux conférences et expositions.

Pour finir, il faudra référencer le livre sur Google Book qui enregistre de nombreux livres et regroupe les informations essentielles (dates, prix, auteurs...). Le site Babelio fait de même, l'association pourra donc créer un compte et publier les informations de leur livre.

7. Notre plan de communication :

Voici ci-dessous notre plan de communication. Il a pour but d'annoncer avec précision et sans ambiguïté les différentes stratégies adoptées afin d'aider l'association à améliorer leur communication au niveau de l'édition.

PLAN DE COMMUNICATION

L'objectif de cette collaboration entre ArmorScience et nous, est d'**améliorer leur communication** pour attirer un nouveau public plus jeune et varié.

Le nouveau public cible est **varié**, il s'agit en effet d'hommes et de femmes de tous âges, qui s'intéressent à la science et qui habitent en Bretagne, plus précisément le Trégor. Néanmoins, il s'agit d'attirer un **public plus jeune** que celui actuel.

Pour atteindre notre cible nous proposons à ArmorScience de **rééditer** leur livre *Lannion des années 60* en **format papier** et **Ebook** et de le partager via différents canaux :

- Partager la sortie du livre via la **newsletter**
- Des **publications** promotionnelles sur Instagram, Twitter et Facebook.
- Une **vidéo** promotionnelle sur Youtube en format court.
- **Référencer** le livre sur Google Book et Babelio.
- Imprimer plusieurs **Kakémonos** qui seront exposés à l'entrée des expositions et conférences.
- Imprimer des **flyers** qui seront donnés aux expositions et conférences.
- Imprimer des **affiches A3** pour exposer dans des commerces locaux, établissement publics et culturel.

Pour cela, il faudra faire appel à un **imprimeur**.
Nous comptons aussi leur faire une formation aux réseaux sociaux tels que Instagram, Twitter ou encore YouTube afin de les rendre autonome quant à ces derniers.

Tous ces moyens de communications auront pour but de **faire connaître ArmorScience et leur ouvrage** mais surtout de donner envie au public d'acheter et de lire le livre.

V. Remerciements :

Nous remercions les membres de l'association ArmorScience qui ont su répondre à nos questions afin que nous puissions leur proposer la meilleure recommandation de communication possible.

Nous souhaitons aussi adresser des remerciements à toute l'équipe pédagogique pour nous avoir guidés et accompagnés.

Si vous le souhaitez ou si vous avez des questions, vous pouvez joindre notre agence via l'adresse mail suivante : comon.mmi.contact@gmail.com.

VI. Bibliographie :

Afin de réaliser notre rapport de recommandations de communication numérique nous avons utilisé plusieurs documents et ressources que nous avons regroupés ci-dessous :

- Lannion des années 60, ArmorScience
- Des dessins de la sciences, Michel Urien
- Armorscience.com
- GoogleBook (books.google.fr)
- Ouest-France
- Telegram
- copees.com (pour les prix d'imprimerie)
- Documents sources ArmorScience (disponible sur le Teams)