

DOSSIER TWITCH - ÉQUIPE LINKEDIN

**BAUMANN / BLONDEAU
GUICHARD / PERRIN**

08/02/2022



SOMMAIRE

QUESTIONS ET OBJECTIFS SUR TWITCH.....	P3
ÉTAT DES LIEUX DE TWITCH.....	P4
ADÉQUATION DE L'IDENTITÉ DU DÉPARTEMENT ET CIBLES.....	P5
LIGNE ÉDITORIALE.....	P10
LES PLUS VALUES ET FREINS.....	P11
LES RESSOURCES.....	P16
COMPARAISON YOUTUBE / TWITCH.....	P17
SYNTHÈSE.....	P25



QUESTIONS ET OBJECTIFS

Pour nous, le département a sa place sur Twitch sous différentes utilisations. En effet, la plateforme propose de plus en plus de types de contenus comme des émissions typées télévisées, du just chatting, débat politiques... C'est donc une opportunité de proposer du contenu lié à notre IUT pour s'inclure dans cette nouvelle vague de contenu.

En termes d'opportunités, nous pouvons diffuser les différents événements organisés par le département MMI comme le défi 24h ou les JPO. On peut aussi diffuser des films étudiants ou encore créer du contenu spécialement pour Twitch avec la WebTV de L'IUT, des directs, ou des événements participatifs comme le "Twitch plays pokémon" en rapport avec le DUT. Cela permettrait de créer de l'interaction avec les étudiants du département tout en permettant aux futurs étudiants de mieux se projeter.

Discord est aussi une bonne opportunité. On pourrait se servir de Discord pour apporter une base de viewers sur la chaîne Twitch et créer de l'interaction. Comme question à cette partie sur les opportunités nous pouvons nous demander si la création d'une communauté sur Twitch et Discord est pertinente pour une formation dans le supérieur.

La chaîne Twitch du département MMI de Montbéliard ne publiera pas toutes les vidéos de la WebTV, en effet la WebTV est un atelier de l'IUT de Belfort-Montbéliard et non du département. Il n'y aura que les vidéos importantes comme les vœux du directeur, le direct de la JPO et les vidéos en rapport avec le département MMI.



QUESTIONS ET OBJECTIFS

L'objectif à travers l'utilisation de cette plateforme est de créer un lien entre les étudiants intéressés par les métiers du web et le DUT MMI, de sorte à les diriger vers notre formation et si possible notre IUT en montrant nos savoir-faire, nos compétences et l'ambiance générale. De plus, en utilisant Twitch, on développe nos compétences en travaillant la partie audiovisuelle de la formation pour la gestion des streams par exemple. Cela peut intéresser les étudiants pour pouvoir devenir indépendant et développer des contenus qualitatifs sur des plateformes pour parvenir à être influenceur. En effet, ils auront une meilleure connaissance des différents réseaux sociaux ainsi que de leur utilisation propre et il faut s'appuyer sur ce point pour une partie du contenu sur Twitch.

Pour les vidéos en double sur la chaîne YouTube et Twitch, nous pouvons interchanger les contenus, parfois mettre la rediffusion d'un live Twitch sur YouTube et inversement. Le but est de dynamiser les deux plateformes en postant du contenu audiovisuel qualitatif donnant envie à l'utilisateur de s'intéresser de plus près à la formation.

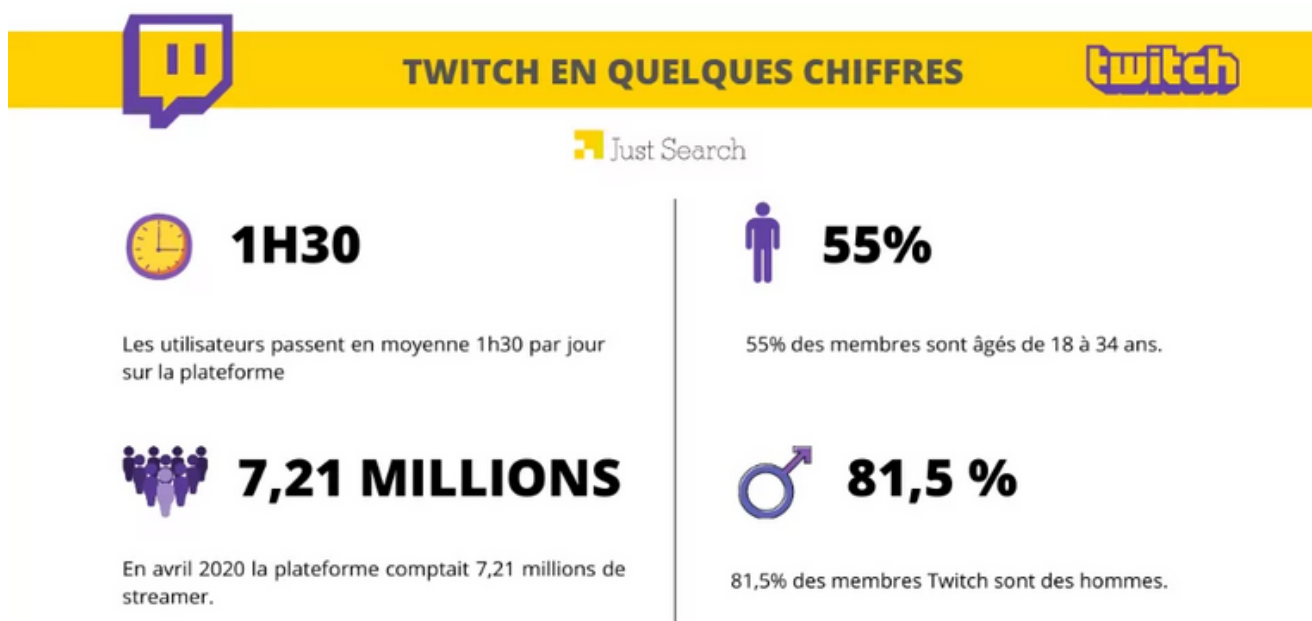


ÉTAT DES LIEUX DE TWITCH

Twitch est une plateforme de diffusion en direct lancée en 2007, à l'époque sous le nom de "justin.tv". Aujourd'hui, Twitch compte 9.2 millions de streamers actifs par mois et 2.9 millions de viewers par semaine.

Le contenu principal sur Twitch est le gaming mais plusieurs autres catégories sont en tendance. Il y a même eu des débats politiques sur Twitch.

Twitch est une plateforme qui évolue au fil des tendances et qui effectue des changements régulièrement avec l'ajout de tags de chaînes, de concepts et de catégories.



ADÉQUATION DE L'IDENTITÉ DU DÉPARTEMENT ET CIBLES

Si l'on prend comme cible de référence de l'IUT les étudiants, notamment les lycéens et ceux en sortie de BAC, on peut dire que la plateforme Twitch apporte un plus à l'IUT, au département MMI et à la WebTV.

En effet, sachant qu'une majeure partie des lycéens et étudiants ont comme majeur passe-temps Internet et les réseaux sociaux, Twitch peut être une plateforme de choix pour la WebTV et être recommandé à des "jeunes" notamment dans une localisation proche de l'IUT.

La question est maintenant de savoir si ceci à un rapport avec l'identité du département MMI et si ceci concorde avec Twitch. Si ceci peut avantager sur certains points, il faut tout de même que ceci soit en accord avec l'identité du département.

On peut résumer le département MMI comme une filière d'études ouverte sur l'avenir et les technologies du Web. On pourrait donc en somme lier les "idéaux" du département MMI aux outils à portée de main mais surtout qui correspondent aux besoins, aux idées et ce qui constitue de département MMI.

La plateforme Twitch compte 13% d'utilisateurs qui ont entre 13 et 17 ans mais également 55% des utilisateurs se trouvent avoir entre 18 ans et 34 ans. On peut donc noter une utilité majeure de par la présence majeure de la tranche d'âge cible de l'IUT et du département MMI.



ADÉQUATION DE L'IDENTITÉ DU DÉPARTEMENT ET CIBLES

Cependant, cette chaîne doit prendre en compte les idées et utilisations de Twitch et prendre en considération si l'utiliser pour communiquer sur les valeurs et les objectifs du département MMI est intéressant. En effet, sur Twitch nous retrouvons généralement des influenceurs diffusant des directs en train de jouer ou en train de réagir à d'autres vidéos, il y a peu d'établissements qui ont fait le choix de s'inscrire sur une plateforme de streaming vidéo. En connaissant la cible, ils utilisent les réseaux sociaux pour parler avec leurs liens de pairs, pour passer le temps et s'informer. Mais en allant sur cette plateforme réservée aux divertissements, il est peu probable qu'un jeune entre 15 et 18 ans aille s'informer sur la plateforme en recherchant des vidéos sur des formations dans le supérieur. Donc est-ce judicieux de faire des contenus sur cette plateforme pour le département MMI de Montbéliard ?

Pour répondre à cette problématique, ce sera détaillé dans la partie ligne éditoriale. En résumé, c'est judicieux de faire du contenu sur cette plateforme pour le département MMI sous conditions qu'il doit être adapté à Twitch, à la cible visée et ne pas être basé essentiellement sur le côté sérieux du statut de formation dans le supérieur.



LIGNE ÉDITORIALE

En terme de ligne éditoriale, la chaîne Twitch parlerait des compétences internes au DUT aux travers de lives avec une dimension interactive. Par exemple un challenge de design de logo ou de code avec des inclusions d'idée du chat.

On parlerait dans une tonalité et dans un registre adapté à Twitch, c'est-à-dire un registre plutôt familier, pour créer une proximité avec le "viewer". Cette proximité serait appuyée avec une ambiance détendue.

On se rapproche donc des lives d'influenceurs spécialisés comme BastiUi (<https://www.twitch.tv/search?term=bastiui>) (influenceur spécialisé dans l'Ux/UI design / Ux/UI designer et intervenant)

La fréquence de diffusion pourrait varier de deux fois par mois à une fois par semaine en fonction des événements au département et des émissions mises en place. Comme type de contenus, nous pouvons proposer des rediffusions comme écrit dans la partie précédente mais aussi une partie "gaming" réservée uniquement à cette plateforme. Cette partie sera des petits jeux collaboratifs avec quelques rapports avec la formation, le seul risque avec ce choix est de donner aux étudiants une connotation de personnes "fainéantes et désinvoltes"



LIGNE ÉDITORIALE

La chaîne Twitch peut être gérée par plusieurs organismes, soit par le BDE qui change chaque année ou par la WebTV. Pour le BDE, cela peut être intéressant car il pourra poster les différents événements au département MMI sur la plateforme tout en invitant une communauté naissante à participer à des jeux collaboratifs ou concours. Le seul défaut de cette solution est qu'il change chaque année donc le contenu peut changer d'une année à une autre. Pour la WebTV cela pourrait être intéressant avec le matériel et le plateau mais la ligne éditoriale est différente.

En effet, la WebTV détient une ligne éditorial sérieuse avec la réalisation d'interviews et reportages comme à la télévision or sur Twitch nous aimerions que l'ambiance soit plus agréable en rigolant pour montrer une sphère moins stricte (pouvant être repoussante) du département aux futurs étudiants.

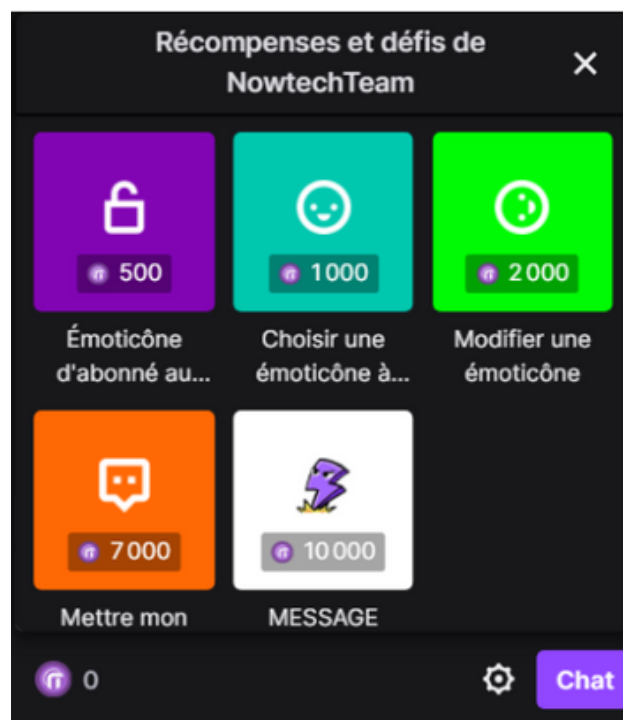


LES PLUS-VALUES ET FREINS

LES PLUS-VALUES

Twitch à plusieurs avantages comparé à d'autres plateformes de streaming. L'interface est facile à utiliser et la modération est simple à opérer. Il sera donc possible d'avoir un contrôle total sur le chat.

Le chat est aussi une plus value car il dispose d'un système d'émote et de points de chaîne. Les points de chaînes permettent de demander des actions au streamer et/ou de mettre en avant son message. Cela permet, en plus de créer un lien et un sentiment d'appartenance, de créer une interaction plus forte entre le streamer et Twitch.



LES PLUS-VALUES ET FREINS

LES FREINS

Vis à vis du ciblage, Twitch n'est pas le réseau social préféré des parents. En effet, il n'y a que 30% des + de 35 ans utilisant cette plateforme. Les effets peuvent être liés au principe même de la plateforme, c'est-à-dire axer sur le gaming est constitué exclusivement de lives. Cet aspect est moins attirant pour les parents qui préfèrent se rabattre sur YouTube pour visionner des vidéos plus variées. De plus, Twitch est un réseau social qui risque de leur faire un peu peur car ils n'y sont pas habitués. Il faut donc garder une image sérieuse et rassurante pour arrondir les angles avec les parents et créer un lien de confiance avec eux. Cela est important car ils ont un poids très fort dans la décision de leur enfant sur l'orientation.

L'algorithme de Twitch est assez complexe et il est compliqué pour des débutants de grimper en follower. Ce problème peut cependant être facilement résolu grâce au nombre de personnes présentes au département. En effet, si une bonne partie des étudiants et des professeurs s'abonnent à la chaîne Twitch et regardent les lives, la chaîne va rapidement prendre en vitesse. Une fois lancée, elle va pouvoir se servir de cette inertie pour apparaître plus souvent dans les recommandations et attirer plus de viewers.



LES RESSOURCES

Pour nous lancer sur Twitch nous avons déjà toutes les ressources nécessaires. Nous avons le matériel de la WebTV, qui comprend plusieurs caméras, du matériel de mixage audio et un serveur de stream. Les étudiants de la WebTV peuvent aussi animer la chaîne Twitch, bien qu'il serait intéressant que des étudiants en dehors de la chaîne puissent le faire aussi.

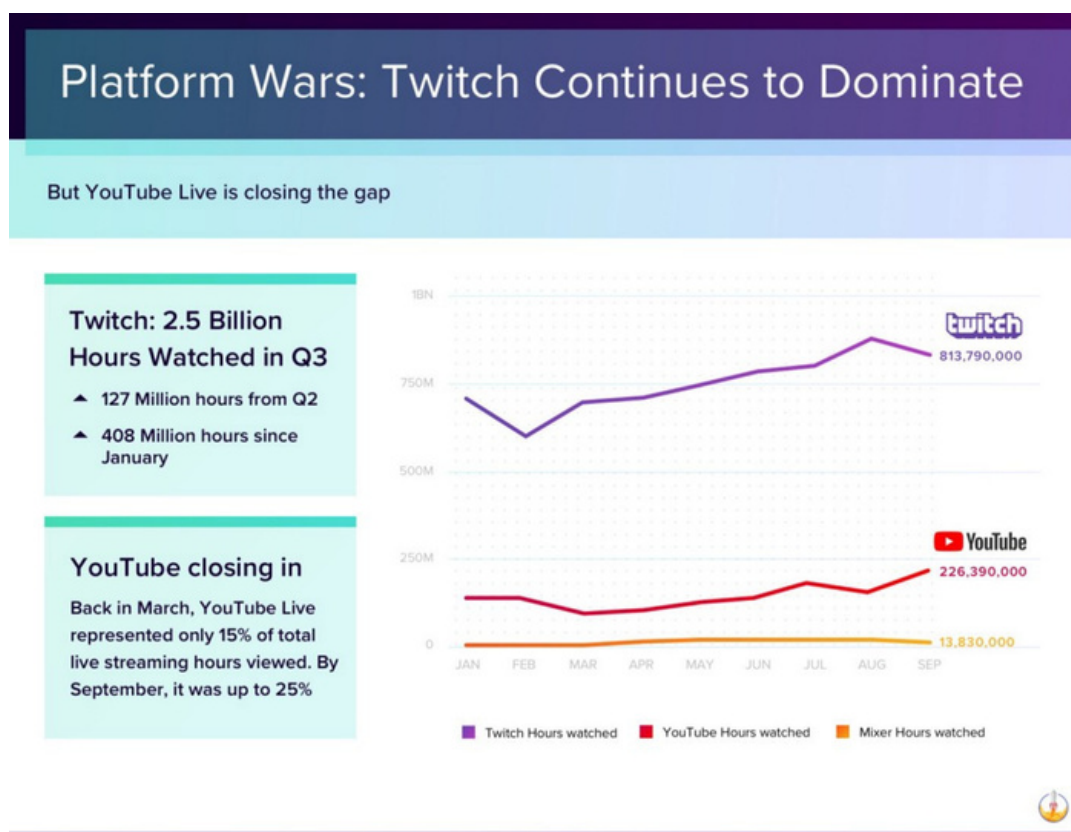
Il y a différents matériels dans la régie, il y a une régie son où l'on peut gérer les différentes sorties audios et le volume des micros sur le plateau. Ensuite il y a un ordinateur que l'on utilise pour mettre les synthés et génériques. Puis un mélangeur vidéo où l'on peut gérer les caméras et le passage en direct. Ensuite sur le plateau, nous disposons de sièges et de plusieurs types de caméras, ainsi que des kakemonos.



COMPARAISON YOUTUBE / TWITCH

Comparé à YouTube, Twitch est différent. Il dispose d'une base d'utilisateurs bien plus jeunes (entre 18-34 ans, voire moins) comparé à YouTube qui à une audience plus mature (de 25 à 35 ans). Twitch est surtout basé sur le gaming, contrairement à YouTube qui n'a pas de contenu défini.

Le profil des utilisateurs de Twitch est donc plus restreint, et donc plus simple à cibler. C'est aussi un type de public qui s'intéresse au multimédia et à internet (grâce aux jeux en ligne et à la culture des YouTubers et des Streamers). C'est donc un public rêvé pour le DUT MMI.



SYNTHESE

Suivant l'utilisation que nous aimerions faire de la plateforme Twitch, il y a un degré de pertinence changeant entre deux utilisations types.

Dans le premier cas, ce serait d'utiliser Twitch lors d'évènements au département MMI de Montbéliard, cela signifie donc une activité très rare. Cette option peut être pertinente si beaucoup de communication est effectuée au préalable et si c'est vraiment intéressant pour le public. Par exemple, nous pensions que le Bureau des Étudiants pourrait utiliser la plateforme Twitch du département dans le cadre de la journée d'intégration ainsi que pour le défi 24H. Cela donnerait envie aux étudiants de venir car ces événements sont propres à notre département et permettraient de montrer une facette plus conviviale. Malheureusement, la communication trop faible ne nous permettra pas d'avoir des chiffres convenables et l'engagement serait donc trop faible. Ce qui en fait une solution trop peu pertinente en définitive

Dans le second cas, Twitch aurait une utilisation plus fréquente avec un contenu typé Twitch (Des lives de discussion, de présentation de travaux et de compétences, live du BDE,...). Ce contenu est le plus pertinent car il permet d'avoir de la régularité, donc de se construire une audience régulière, de créer un lien fort et surtout de donner envie de nous rejoindre en montrant les ficelles, les savoirs faire et l'ambiance du MMI.

Il faut aussi garder à l'esprit qu'il faut un ton rassurant mais convivial pour plaire aux parents et à leurs enfants.

Selon nous, cette solution est la plus pertinente, car en plus de coller au format Twitch et à son algorithme, il va permettre de recruter efficacement les futurs étudiants en créant de l'interaction avec eux, un lien et de l'envie.

De plus le matériel de la WebTV, et leurs compétences nous donnent un gros avantage technique.

C'est dans ce format que Twitch pourrait être le plus pertinent et efficace pour le département.

