



# Valoriser ce qui a été réalisé

6 OCTOBRE 2022

## Opportunités

- Pas de concurrents directs
- Soutien de personnalités publiques
- 400 journalistes aident les étudiants pendant 8 mois
- Les profs sont des professionnels du journalisme audiovisuel et de la presse écrite, papier ou Internet.
- Préparation aux 14 écoles reconnues pour le journalisme.
- Adaptation possible avec les étudiants qui ont un emploi à temps partiel.

## Risques

- Pas assez de budget pour la communication
- Uniquement accessible aux boursiers donc moins de candidats potentiels
- Si on est pas inscrit en fac c'est compliqué d'y accéder car c'est plus difficile de trouver un stage sans être en fac.  
(pas de fac = pas de convention = pas de stage)
- Procédure de candidature longue + demandes de papiers supplémentaires possible

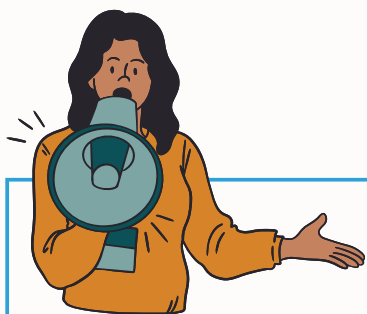
## Points faibles

- Les couleurs sont agressives, pas harmonieuses sur l'affiche
- Aucune ligne éditoriale
- La fréquence des vidéos n'est pas assez régulière
- Pas présent sur TikTok
- Pas bon référencement sur Twitter quand on tape "la chance média", on ne trouve pas directement le compte, plus de retweets que de tweets
- Très peu d'interactions sur leurs propres tweets malgré leurs nombreux abonnés (~15RT pour 5k abonnés)
- Les photos ne sont pas modernes
- Peu de communication sur les réseaux sociaux donc peu de personnes connaissent

## Notre questionnaire

On pourrait envisager la création d'un groupe privé sur LinkedIn car on se pose une question sur la stratégie de communication. On imagine une conversation qu'entre professionnels.





## Points forts

- Ils postent souvent sur les réseaux sociaux avec plusieurs types de post (diversifiés) avec assez d'interactions (sur Instagram)
- Vidéo sur leur chaîne YouTube avec des journalistes / présentateurs télé tels que Gilles Bouleau (le parrain de l'association), Patrick Cohen et Laurence Ferrari et même reconnu au niveau national par la présentation du projet par François Hollande.
- Une présence dans les médias traditionnels (presse et télé)
- 5k abonnés sur Twitter avec bonne forme (utilisation de hashtag, d'emoji...)
- La forme du site web est facile d'accès, ils respectent leur charte graphique & il est facilement compréhensible et simple d'utilisation
- Ils ont beaucoup de partenaires publics et privés, une cinquantaine à peu près dont TF1, Le Monde, le ministère de la Culture, Google news, l'AFP... ce qui renforce la crédibilité du cursus et inspire la confiance aux étudiants qui hésitent
- Partenariat avec BNP-Paribas qui est également une grosse aide financière
- Ils font partie d'un collectif d'association (L'ascenseur) qui réunit 20 associations autour de l'égalité des chances
- Ils sont présents sur des festivals de rencontre par exemple sur Mediapart
- Ils valorisent leurs étudiants sur leurs réseaux sociaux
- Inscrit sur une plateforme qui regroupe des associations avec une possibilité de faire des dons (helloasso)
- Quand on les cherche sur Google, c'est le 2e site qui apparaît
- Un grand nombre de parrain/marraine avec une forte influence (voir liste sur leur site) dont Laurence Ferrari, Gilles Bouleau, David Pujadas...
- Assez d'engagements sur Facebook (moyenne de 30 likes sur leurs post) avec une présence assez régulière par période (1 à 2 post par jour au moment des candidatures)
- Communique beaucoup par vidéo (interview d'anciens étudiants, journalistes...)
- Est présente dans la plupart des grandes villes de France (Paris, Toulouse, Strasbourg, Grenoble, Marseille, Rennes et Bordeaux)
- Prépas gratuites aux concours d'écoles de journalisme pour les boursiers
- Leur réseau de communication est étendu
- 75% des anciens étudiants sont devenus journalistes

## La conclusion



On remarque que l'association a beaucoup de points forts cependant ils ne sont pas encore assez exploités mais on perçoit une bonne évolution pour qu'elle soit connue à l'échelle de notre cible.