

**SAÉ102 - CONCEVOIR UNE RECOMMANDATION DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE****SAÉ106 - GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE**

Conception d'une page web promotionnelle pour le livre augmenté *L'Herbier des fées*

---

**DESCRIPTION DU PROJET :**

Écrit par Benjamin Lacombe et Sébastien Perez, *L'Herbier des fées* est un album jeunesse publié aux éditions Albin Michel depuis 2011. Il se présente sous la forme d'un carnet intime d'un botaniste russe, Aleksandr Bogdanovich, dont la quête d'un elixir d'immortalité le mènera en forêt de Brocéliande. Au-delà de l'histoire, c'est la forme de l'album qui transporte et immerge le lecteur dans cet univers merveilleux : les illustrations de Benjamin Lacombe, entre esquisses de botaniste, photographies vieillies et coupures de journaux, mais également les calques et les découpes rendent cet album très réaliste et immersif.

Fort de son succès en version imprimée mais également en livre numérique sur tablette, *L'Herbier des fées* sera réédité le 7 décembre 2022 en version augmentée. Cette réédition sera accompagnée de l'édition d'une application numérique pour smartphone qui proposera des séquences dynamiques et interactives du carnet de Aleksandr Bogdanovich, dépassant alors les propositions du livre numérique de 2011. Cette application expérientielle et immersive repose sur une narration ouverte, déterminée par les actions et les choix de l'utilisateur. Elle sera disponible sur App Store et Google Play Store au tarif de 9.99 euros. Pour mener à bien ce projet, les auteurs ont renouvelé leur collaboration avec les éditions Albin Michel et ont sollicité l'agence Bookbeo<sup>1</sup>, spécialisée dans le développement d'applications web et mobiles, et plus particulièrement dans la création de « livres vivants ».

Afin d'assurer la promotion de cette application numérique, les éditions Albin Michel ont sollicité l'agence de design ComUnity afin qu'elle conçoive une page web promotionnelle de cette application et qu'elle développe une stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Cette page web et cette stratégie de communication digitale sont destinées à présenter l'application *L'Herbier des fées* et à inciter les mobinautes à l'acheter.

**ORGANISATION DE LA CONDUITE DU PROJET**

Les étudiants travailleront par **binômes du même groupe de TP** sur ce projet de recommandation pour la communication numérique autour du livre augmenté *L'Herbier des Fées*. Chaque groupe incarnera une équipe de création et de communication de l'agence de design *ComUnity*, en charge de proposer les solutions web et SMO les plus optimales pour promouvoir le livre augmenté et satisfaire les attentes des futurs lecteurs.

---

<sup>1</sup> <https://www.bookbeo.com/fr>

Les deux semaines de SAé (semaines 45 et 46) seront consacrées à la conduite de ce projet. Votre objectif : concevoir une recommandation de communication pour la sortie de l'application numérique du livre augmenté *L'Herbier des Féés*.

Cette SAé est combinée avec la SAé106 - Gérer un projet de communication numérique, dont l'objectif principal est de mettre en place la gestion de projet pour proposer la recommandation de communication numérique autour de cette application.



## LIVRABLES ET MODALITES DE RESTITUTION

L'évaluation de ces SAé couplées portera sur la réalisation des livrables suivants :

### SAE 102

#### LIVRABLE 1 – UN DOSSIER D'ANALYSE ET DE CONCEPTION

Ce document devra intégrer...

1/ Un benchmark argumenté et illustré devant inclure l'analyse de :

- 4 sites concurrents,
- 2 sources d'inspiration.

Il devra présenter une synthèse des recommandations stratégiques pour la conception du site web promotionnel du livre augmenté.

2/ Une analyse des cibles composée de :

- 2 users stories,
- 2 personae associés.

Cette analyse proposera une conclusion sous la forme de recommandations stratégiques sur les fonctionnalités à prévoir pour chaque cible, en fonction de leurs attentes et de leurs besoins.

3/ Une ébauche de stratégie de communication que le site web doit satisfaire. Cette stratégie comprendra :

- Les objectifs de communication du site web,
- Le(s) type(s) de site au(x)quel(s) il devra appartenir,
- Les stratégies d'énonciation associées,
- L'architecture de l'information (type d'arborescence ; user tasks, wire-flows, user-flows).

4/ Une ébauche de stratégie de création à réaliser directement sur Figma®. Cette ébauche regroupe les principaux composants graphiques du projet, autrement dit :

- Les atomes (styles typographiques, couleurs, formes, icônes, illustrations)
- Les composants d'interface (bouton, barre de menu, formulaire...).

Ce dossier d'analyse et de conception, de **15 pages au maximum**, sera créé sous la forme d'un fichier au format pdf qui devra **impérativement** respecter l'intitulé suivant :

nométudiant1\_nométudiant2\_analyses.pdf. Ce fichier, contenant un lien Figma vers la stratégie de création, est à envoyer par mail à Mme Moutat Audrey ([audrey.moutat@unilim.fr](mailto:audrey.moutat@unilim.fr)) au plus tard le **16 novembre 2022 à 12H00**. Le mail doit adopter un style rédactionnel professionnel. **Tout mail ne contenant qu'une pièce jointe sans message sera rejeté !**

**!!Tout document restitué au-delà de ces dates et horaires sera rejeté !!**

#### LIVRABLE 2 – UN PLAN DE COMMUNICATION DIGITALE

Ce document, qui détaillera votre stratégie de communication sur les réseaux sociaux, devra reposer sur les éléments suivants :

1/ Benchmark : Analysez la présence et les stratégies mises en place sur les réseaux sociaux par vos 3 principaux concurrents directs (fréquence, format, type des publications...).

2/ Procédez au choix des réseaux sociaux les plus adaptés à la situation. Argumentez vos choix **avec des données précises**. (3 réseaux sociaux minimum - 5 maximum)

3/ Appuyez-vous sur les objectifs du projet, le benchmark et vos cibles clientèles pour argumenter le choix de la stratégie que vous souhaitez mettre en place et les thématiques des publications les plus adaptées selon vous. Vos choix devront être argumentés (au moins 6 arguments différents)

4/ Sur les réseaux sociaux retenus pour votre stratégie, choisissez-en un et proposez un calendrier éditorial comprenant :

- La date et l'horaire de chaque publication
- Le format de la publication (image, visuel, vidéo...)
- La thématique de la publication (à détailler au maximum)
- L'objectif de la publication

Votre calendrier éditorial devra comprendre 15 publications à répartir judicieusement entre le 1<sup>er</sup> novembre et 25 décembre 2022.

Ce plan de communication, de **15 pages au maximum**, sera créé sous la forme d'un fichier au format pdf qui devra **impérativement** respecter l'intitulé suivant : nométudiant1\_nométudiant2\_communicationRS.pdf. Ce fichier est à envoyer par mail à Mme Dubreuil Anne-Sophie ([anne-sophie.dubreuil.aff@unilim.fr](mailto:anne-sophie.dubreuil.aff@unilim.fr)) au plus tard le **16 novembre 2022 à 12H00**. Le mail doit adopter un style rédactionnel professionnel. **Tout mail ne contenant qu'une pièce jointe sans message sera rejeté !**

**!!Tout document restitué au-delà de ces dates et horaires sera rejeté !!**

## SAE 106

LIVRABLE 3 – UN PLAN DE GESTION DE PROJET

Ce livrable devra intégrer un rétroplanning :

Un Trello devra être complété avec les différentes tâches et sous-tâches à mettre en place pour la réalisation de l'intégralité de la SAé. Chaque tâche devra avoir une estimation de temps de réalisation ainsi qu'une personne attitrée pour la réaliser. Aussi, les tâches et sous-tâches devront être rangées par ordre chronologique.

Dans ce tableau devront figurer toutes les étapes en lien avec le livrable 1 et le livrable 2, c'est à dire les étapes à mettre en œuvre pour la réalisation du benchmark, la stratégie de communication, la stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Le timing du projet se passe donc sur la période de réalisation de la SAé.

Le lien de partage du Trello (en public) devra être envoyé par mail à Mme Druon Charlène ([druon.charlene@orange.fr](mailto:druon.charlene@orange.fr)) au plus tard le 16 novembre 2022 à 12H00. Le mail doit adopter un style rédactionnel professionnel. **Tout mail ne contenant qu'une pièce jointe sans message sera rejeté !**

**!!Tout document restitué au-delà de ces dates et horaires sera rejeté !!**

## SAÉ 102 – SAÉ 106

LIVRABLE 4 – ORAL EVALUATION IN ENGLISH IN TD CLASS ON YOUR STRATEGY OF COMMUNICATION

Ms. Adamczyk will play the role of the head of the children's book department of Albin Michel, in charge of the international promotion of *L'Herbier des fées*. In your oral presentation you will need to convince her that your strategy to promote the augmented book is the best.

To do that, you need to prepare a PowerPoint presentation using the elements of your analysis done for Mrs Moutat

**In your oral presentation you will need to convince her that your strategy to promote the game is the best.**

Presentation day: November 17<sup>th</sup> – Time of the presentation: 6 minutes min/ 10 min maximum

- Use the document "how to make an efficient oral presentation" to help you structure your presentation.
- Be persuasive.



### OBJECTIF DE LA SAÉ

- Être capable de mettre en œuvre une stratégie créative ;
- Savoir rédiger des documents professionnels pour un client fictif ;
- Mettre en œuvre et combiner les ressources liées la gestion de projet, à la gestion et à l'économie ;
- Mobiliser les ressources liées aux langues vivantes et à l'expression écrite et orale.
- Exploiter ses acquis en Stratégies de Communication, Gestion de projet et en Ergonomie et accessibilité.



### COMPETENCES CIBLEES

- Concevoir
- Entreprendre



### APPRENTISSAGES CRITIQUES COUVERTS

#### SAÉ 102

- AC12.03 | Proposer une recommandation marketing (cibles, objectifs, points de contact)
- AC12.04 | Proposer une stratégie de communication

#### SAÉ 106

- AC15.01 | Gérer un projet avec une méthode classique
- AC15.02 | Budgérer un projet et suivre sa rentabilité
- AC15.03 | Découvrir les écosystèmes d'innovation numérique (fab labs, living labs, tiers-lieux, incubateurs...)
- AC15.06 | Interagir au sein des organisations
- AC15.07 | Produire un message écrit ou oral professionnel



### RESSOURCES MOBILISEES

R101 | Anglais

R102 | Anglais renforcé

R105 | Stratégies de communication et marketing

R106 | Expression, Communication et Rhétorique

R115 | Gestion de projet

R116 | Économie, Gestion et droit du numérique

R117 | Projet Personnel et Professionnel



## CRITERES D'EVALUATION :

LIVRABLE 1 – UN DOSSIER D'ANALYSE ET DE CONCEPTION

Critères d'évaluation	Apprentissage critique correspondant	Ressource correspondante	Non acquis	En cours d'acquisition	Acquis	Au-delà des attentes
Savoir identifier une problématique stratégique	AC   12.03 AC   12.04	R105 R115				
Savoir construire une argumentation	AC   12.03	R105 R115				
Savoir conduire une analyse d'identité	AC   12.03 AC   12.04	R105 R115				
Savoir proposer des recommandations stratégiques pertinentes	AC   12.03	R105 R115				
Savoir produire un message écrit professionnel	AC   15.07	R115				
Savoir rédiger les premiers éléments d'une charte graphique	AC   12.04	R105				

LIVRABLE 2 – UN PLAN DE COMMUNICATION DIGITALE

Critères d'évaluation	Apprentissage critique correspondant	Ressource correspondante	Non acquis	En cours d'acquisition	Acquis	Au-delà des attentes
Savoir identifier une problématique stratégique	AC   12.03 AC   12.04	R105 R115				
Savoir construire une argumentation	AC   12.03	R105 R115				
Savoir proposer des recommandations	AC   12.03	R105 R115				
Savoir analyser et faire des choix stratégiques	AC   12.03	R105				
Savoir construire un calendrier éditorial	AC   12.03	R105				

LIVRABLE 3 – UN PLAN DE GESTION DE PROJET

Critères d'évaluation	Apprentissage critique correspondant	Ressource correspondante	Non acquis	En cours d'acquisition	Acquis	Au-delà des attentes
Savoir lister les tâches et sous-tâches	AC   15.01	R115 R117				
Savoir associer un service à chaque tâche	AC   15.01	R115 R117				
Savoir estimer un temps	AC   15.01	R115 R117				
Comprendre l'articulation entre les tâches et la chronologie	AC   15.01	R115 R117				
Anticiper les besoins et prévoir les imprévus	AC   15.01	R115 R117				

LIVRABLE 4 – ORAL PRESENTATION

Critères d'évaluation	Apprentissage critique correspondant	Ressource correspondante	Non acquis	En cours d'acquisition	Acquis	Au-delà des attentes
Quality of the presentation	AC   15.07	R101 R102				
Structure, presence of visuals	AC   15.07	R101 R102				
Quality of the English used	AC   15.07	R101 R102				
Grammar, pronunciation, vocabulary	AC   15.07	R101 R102				
Efforts to convince	AC   15.07	R101 R102				
Look, voice, body language	AC   15.07	R101 R102				



## PORTFOLIO DE TRACES :

Veillez à remplir votre portfolio de traces à la fin de la SAé. Pour rappel : « Le portfolio est un échantillon de preuves, sélectionnées par l'étudiant pour rendre compte de ses apprentissages » (Tardif, 2006).

## Portfolio de traces

SAÉ1.02 | Concevoir une recommandation de communication numérique

### Concevoir

Niveau 1

Concevoir une réponse stratégique

#### Apprentissages critiques

AC12.03 | Proposer une recommandation marketing (cibles, objectifs, points de contact)

AC12.04 | Proposer une stratégie de communication

## Portfolio de traces

SAÉ1.06 | Gérer un projet de communication numérique

### Entreprendre

Niveau 1

Entreprendre un projet numérique

#### Apprentissages critiques

AC15.01 | Gérer un projet avec une méthode classique

AC15.02 | Budgéter un projet et suivre sa rentabilité

AC15.03 | Découvrir les écosystèmes d'innovation numérique (fab labs, living labs, tiers-lieux, incubateurs...)

AC15.06 | Interagir au sein des organisations

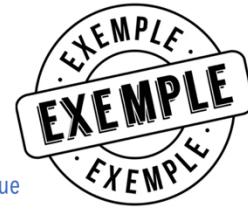
AC15.07 | Produire un message écrit ou oral professionnel

Les traces, sont les marques laissées par une action ; ce qui reste d'un événement passé. Ces traces doivent être accompagnées de commentaires, autrement dit de remarques, exposés qui expliquent, interprètent... Le portfolio de traces est donc une collection de traces argumentées et accompagnées de commentaires dans le but de démontrer la véracité des compétences acquises (ce sont des preuves matérielles et convaincantes).

# 05

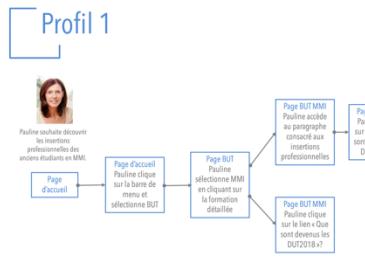
## Portfolio de traces

SAÉ1.02 | Concevoir une recommandation de communication numérique



### Apprentissages critiques

AC12.04 | Proposer une stratégie de communication



Je sais concevoir l'architecture de l'information d'un site web en fonction des objectifs de chaque profil utilisateur.

Ainsi, lors de cette Saé, j'ai construit des users flows qui permettent de déterminer le parcours de chaque utilisateur, autrement dit les étapes qu'il a à suivre pour réaliser son objectif sur le site.

Voici l'exemple de Pauline qui, soucieuse de l'avenir de son enfant, souhaite connaître les débouchés de la formation MMI.

Son parcours nécessite donc la mise en place d'une page consacrée aux témoignages d'anciens étudiants en fonction du parcours choisi en MMI.

*Exemple illustratif et non exhaustif*

La mise à jour de votre portfolio devra être communiquée à votre tuteur PPP à l'issue de la SAé, **au plus tard le 21 novembre 2022 à 19h30.**



## ANNEXES :

Lien de présentation de l'édition 2011 de l'album papier et du livre numérique :

<https://www.dailymotion.com/video/x11i00j>



Figure 1. Couverture de l'album

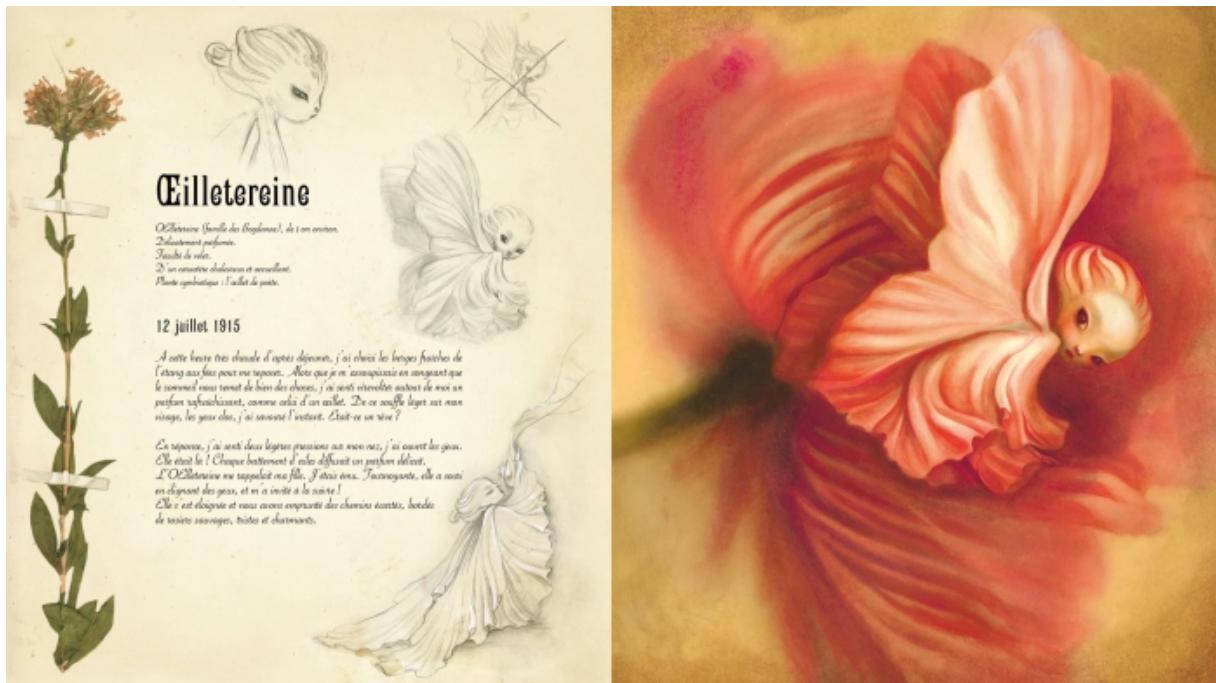


Figure 2. Exemple d'illustration



Figure 3. Exemple d'illustration



Figure 4 - Calque au sein de l'album

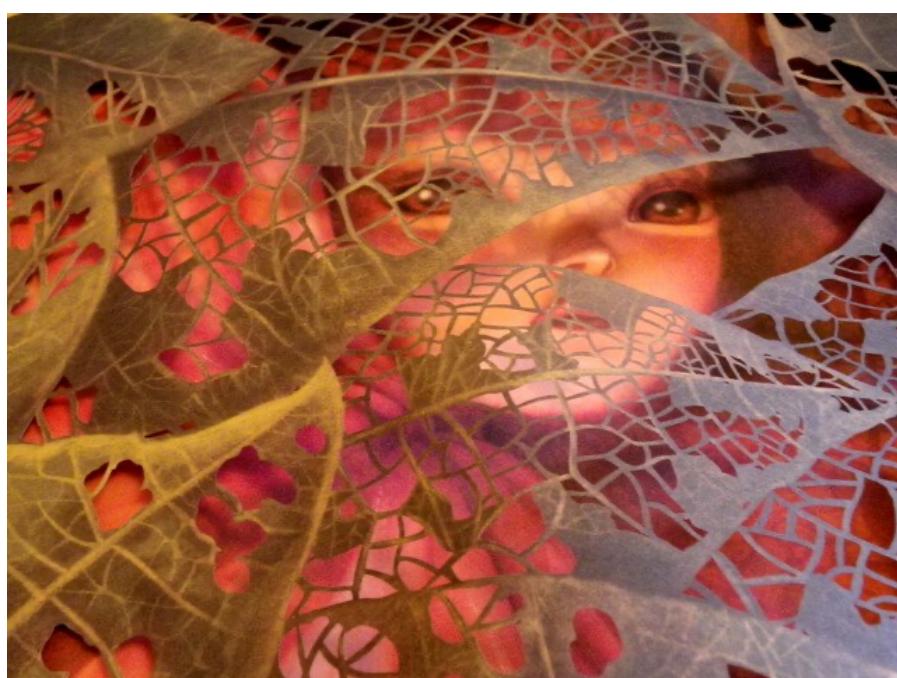


Figure 5 - Calque au sein de l'album