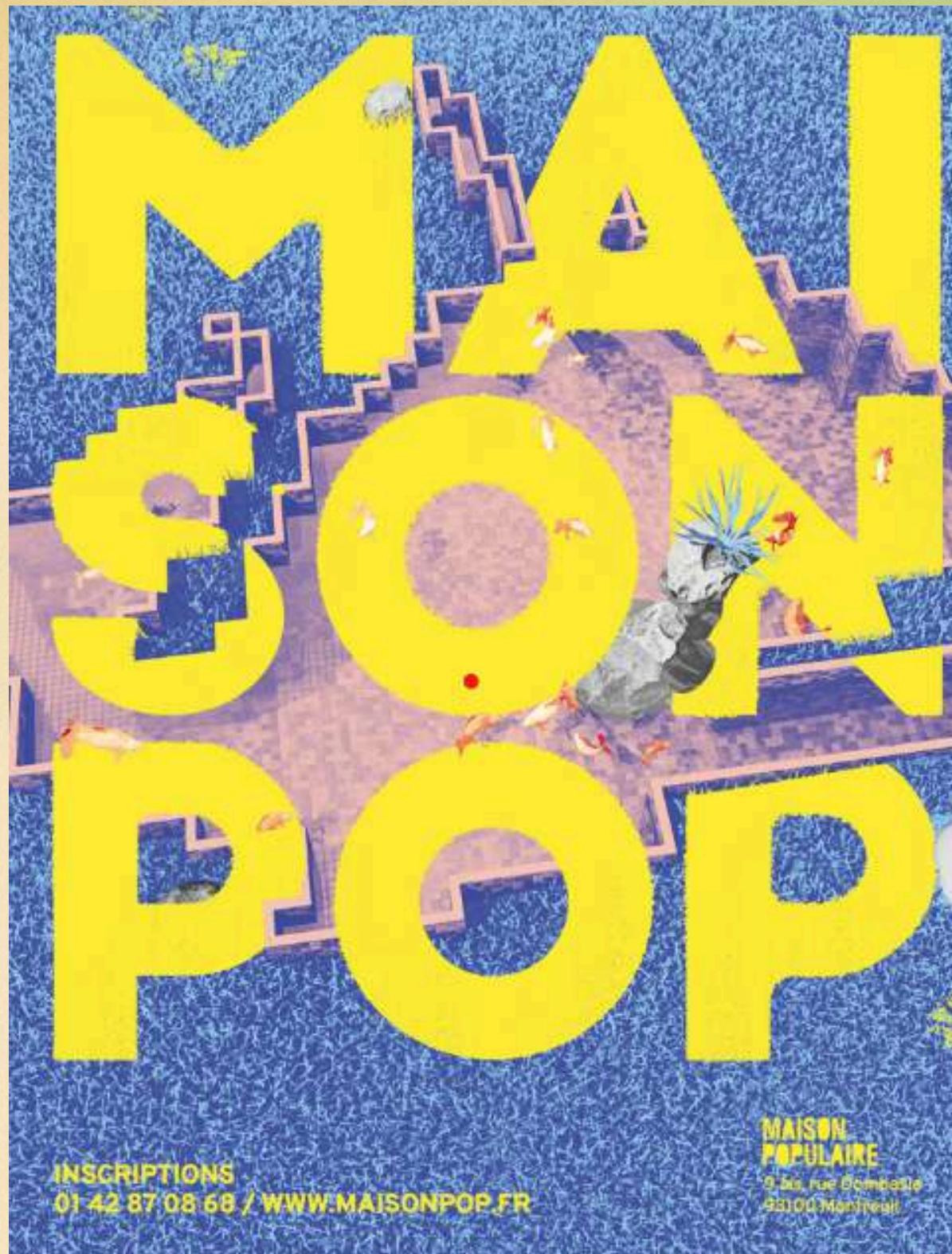


Stratégie de communication



LÉA, IMEN ET SAMI



Sommaire



1

Introduction

2

Résumé de nos actions

3

Explication en détail de la vidéo

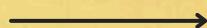
4

Enseignements que l'on a tirés

5

Bilan

INTRODUCTION



Notre projet

- BUT de cette SAE → réaliser un projet nous permettant de
 - Travailler en équipe
 - Mettre en pratique les compétences que nous avons acquises en première année
- La Maison Populaire de Montreuil → Association d'éducation populaire, pour la culture et les loisirs

Problématique

«Comment communiquer de manière efficace pour faire connaître le Pop[lab] et expliquer de façon claire et accessible le concept de fablab, afin d'attirer un public plus large?»

Les enjeux du projet



Premier enjeu

Communiquer sur le Pop[lab] et les cours de lutherie numérique

Second enjeu

Réaliser de la veille et se renseigner sur les concurrents

Troisième enjeu

Trouver la meilleure action de communication

Acteurs principaux



Simon Larcher
Fabmanager



Olivia Ipek
Chargée de
mission



Jeanne Berthier
Chargée de
communication



Adam Lostys Arrighi
L'attaché à la
communication
et partenariats

Secondaire

Nos rôles



Léa Kacemi

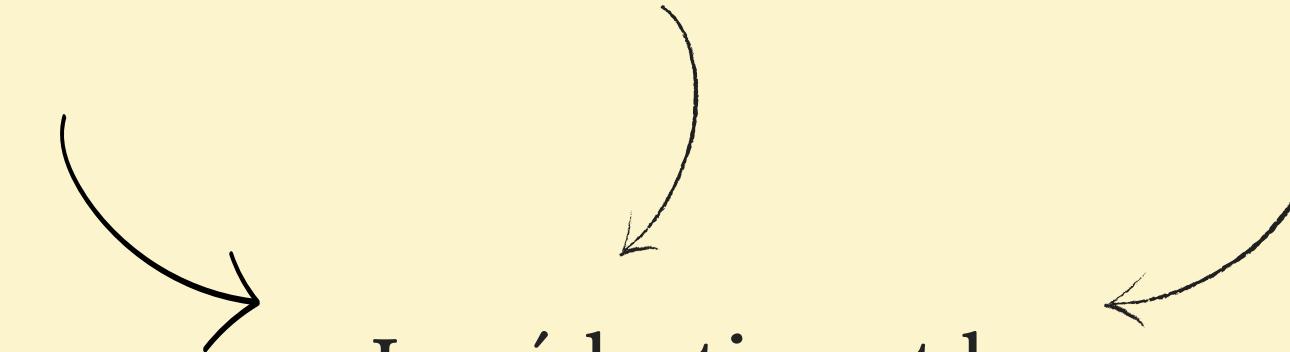


Imen Tamouneit



Sami Bendriss

La rédaction et la
réflexion des
différents travaux



Résumé de nos actions



1ère action

Imen TAMOUNEIT ; Léa KACEMI ; Sami BENDRISS

[“Qu'est-ce que le Pop\[lab\] ?”](#)

Les fablabs (*Fabrication Laboratory*) sont apparus aux États-Unis au début des années 2000. Le projet est né plus précisément dans une faculté américaine, spécialisée en technologie, qui se nomme le MIT. Sur le campus, un atelier partagé a été mis en place pour pouvoir travailler librement et échanger sur les activités réalisées. L'objectif étant de créer un espace collaboratif, axé sur l'entraide et le partage du savoir. C'est donc dans cette mesure que les fablabs se sont popularisés avec ce même concept. Ce espace met en avant des valeurs de transparence et d'ouverture, à savoir d'open source. Par conséquent, au fur et à mesure, les adhérents des fablabs se sont entraînés et formés entre eux, ce qui a majoritairement continué à développer le principe du fablab dans le monde entier. Ainsi, le fablab de la Maison Populaire reprend ce même concept, et propose d'initier à l'utilisation de machines technologiques. Ce type de matériel n'étant pas facilement accessible, le fablab permet de tester plusieurs machines innovantes à faible coût, que ce soit pour réaliser un projet créatif personnel ou bien développer un prototype professionnel.

Ainsi, le fablab de la Maison Populaire dispose de plusieurs machines de fabrication numérique, telles que l'imprimante 3D. À partir de modèles 3D, il est donc possible de produire des formes variées d'objets.



Puis, il est aussi possible de découvrir notre découpeuse laser, qui découpe et grave des inscriptions fines dans le bois ou le plexi. Cela permet donc de créer des pancartes, mais les idées de créations sont libres, laissez court à votre imagination !



Le fablab donne aussi accès à une découpeuse vinyle, qui est aussi compatible avec le papier ou le tissu.



Document interne “Qu'est-ce qu'un Pop[lab] ?”

- Rédigé pour **expliquer** simplement ce concept à un **public novice**
- Le but était de rendre l'**explication compréhensible** et **accessible** à tous
- Le **document** étant destiné à un **usage interne** à la Maison Populaire

2ème action



Personas (= questionnaire)

- Il était essentiel d'**identifier précisément la cible à atteindre**
- Un questionnaire **Google Forms** a été créé pour obtenir des **données quantitatives**, bien que l'association privilégiait **des entretiens téléphoniques**
- **Échec du questionnaire** : seulement **3 réponses ont été obtenues**, rendant les personas inefficaces

3ème action



Collaboration micro-
influenceurs

- Recherche d'un **micro-influenceur local** (moins de 10 000 abonnés) basé à **Montreuil** ou en **région parisienne**, spécialisé dans le **DIY** ou la **création manuelle**
- L'objectif était d'établir un **partenariat à moindre coût**, en échange de bons procédés plutôt qu'une rémunération financière
- Malgré une sélection affinée de **7 influenceurs** et des messages personnalisés → la **démarche a échoué**

Explication en détail de la vidéo



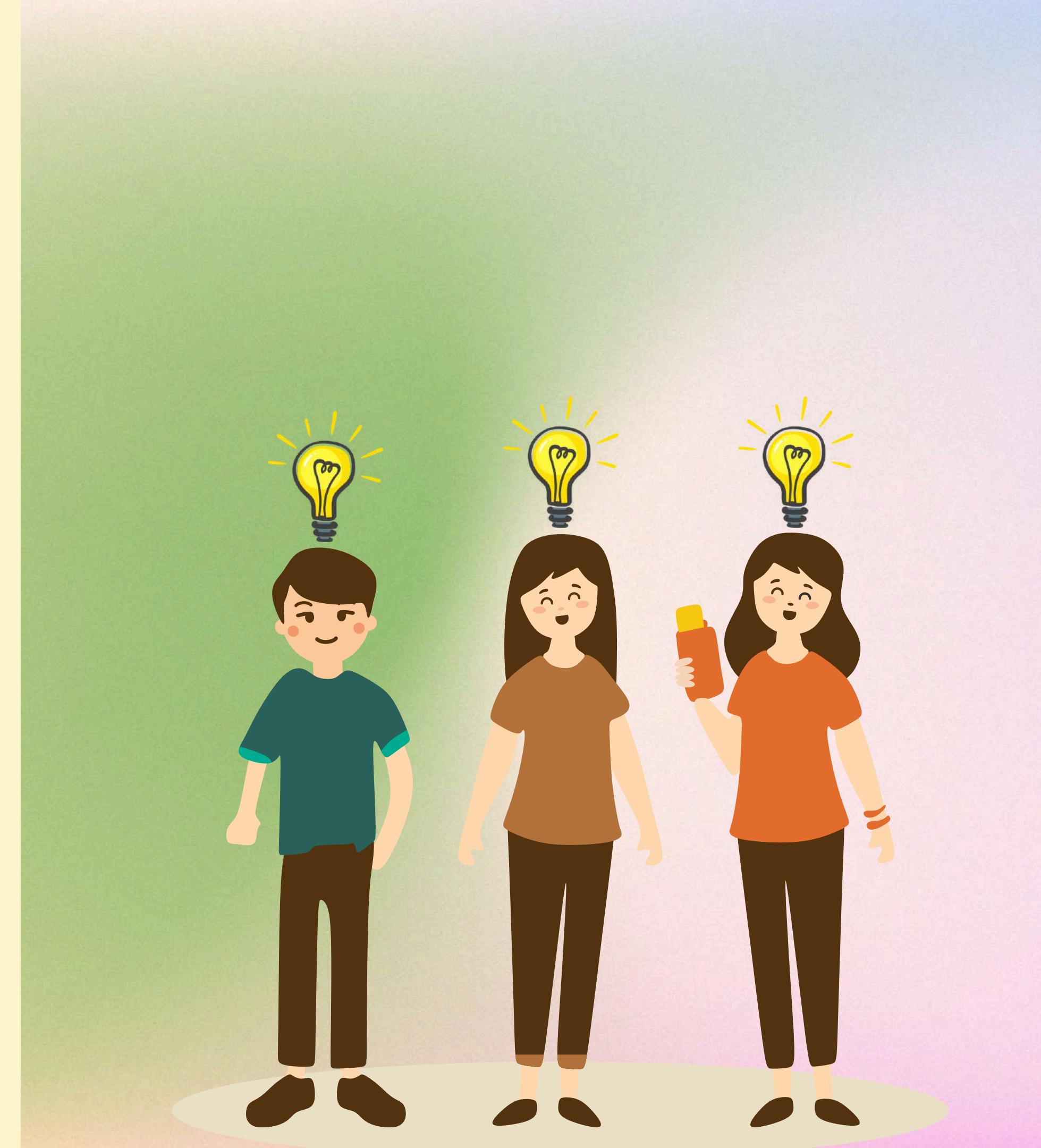
- Après l'échec de la première proposition, la Maison Populaire a suggéré de réaliser une vidéo tutoriel fun et engageante pour promouvoir les cours de lutherie numérique sur Instagram et TikTok, avec Simon en protagoniste.
- Le projet a suivi plusieurs étapes : **brainstorming, scénario, tournage, montage avec sous-titres dynamiques** et musique tendance.
- **Publiée le 6 mars** sur Instagram et le 10 mars sur TikTok, a généré des retours très positifs avec 7.370 vues



Enseignements que l'on a
tirés



- Adapter aux divers changements de direction concernant nos actions de communication
 - Développer notre culture générale concernant le domaine du fablab
 - Affiner notre rigueur
-



Bilan



Conclusion →



Persona

Parvenir à proposer des personas utiles pour établir une cible adaptée à notre stratégie de communication

Vidéo

Nous aurions souhaité réaliser de la vidéo en deux jours

Attraits

Confirmer certains attraits dans les domaines de la communication pour chacun d'entre nous

Merci pour votre écoute !



LÉA, IMEN ET SAMI