

MMI à l'international

Stratégie/Marketing digital



Métiers du Multimédia
et de l'Internet
Grenoble

Sommaire

La communication numérique du département MMI

- 01 **Les demandes et objectifs du dossier**
- 02 **Présentation du département MMI**
- 03 **Présentation de la vidéo promotionnelle**
- 04 **visibilité de la formation MMI à l'international**

Ce dossier est une recommandation numérique pour le département MMI de Grenoble. Ce dernier souhaite promouvoir sa visibilité à l'international afin d'attirer de nouveaux étudiants du monde entier.

Le département MMI Grenoble et sa communication numérique.

Le BUT MMI est un Diplôme national de l'enseignement supérieur, le BUT se prépare en 3 ans en IUT (institut universitaire de technologie), à temps plein ou en apprentissage. C'est une formation publique et gratuite à Grenoble.

Le département MMI permet aux étudiants d'acquérir à la fois un savoir-faire technique (réseaux, outils et méthodes informatiques...) mais aussi une culture et des compétences en multimédia (infographie, vidéo), et en communication (communication, droit, marketing).

Le BUT métiers du multimédia et d'internet fait partie de l'UGA à IUT1 et le bâtiment de la formation se situe au 23 avenue des Martyrs, sur la presqu'île au polygone scientifique. Cette formation accueille environ 300 étudiants chaque année.

Ce BUT à Grenoble est l'un des rares à proposer les 3 parcours d'études : *Développement WEB* (Ce parcours est centré sur la programmation, le développement de sites web et d'applications. Les étudiants apprennent à utiliser des langages de programmation, à développer des architectures de sites internet et à optimiser les sites pour l'expérience utilisateur.) , *Stratégies de communication* (Ce parcours prépare les étudiants à devenir des professionnels de la communication numérique. Ils apprennent à élaborer des campagnes de communication, gérer des projets de marketing digital, comprendre le comportement des utilisateurs en ligne, et à utiliser les outils de communication sur internet.) et *Création numérique* (Ce parcours est dédié à la création graphique, au design multimédia et à la production audiovisuelle. Les étudiants se forment à l'infographie, à l'animation, au montage vidéo, ainsi qu'à la création de contenus visuels interactifs pour des applications et des sites web.)

Elle débouche sur plusieurs possibilités dans le monde professionnel, on peut accéder aux métiers dans le secteur du multimédia(designer, infographiste, game designer ou technicien audiovisuel), du numérique(développement Web, agences de création de sites) ou de la communication (communication audiovisuelle, infographie, publicité...). On peut aussi choisir de poursuivre ses études en faisant un master, ou une école d'ingénieur.

le BUT MMI à Grenoble est une formation complète et polyvalente qui permet aux étudiants de s'adapter aux exigences d'un secteur dynamique, en acquérant des compétences techniques solides, des connaissances en communication et une ouverture sur la création numérique.

La vidéo promotionnelle du département MMI

La vidéo réalisée dure 2min30. Dans cette vidéo, nous ferons d'abord une présentation du département MMI puis, de la vie étudiante à Grenoble. L'objectif est multiple: tout d'abord il s'agit de présenter aux élèves internationaux le BUT MMI à Grenoble. Ensuite, la vidéo nous permet de promouvoir l'école et de convaincre des potentiels étudiants à venir en MMI et spécialement à Grenoble.

La vidéo s'adresse donc aux étudiants en général mais surtout aux étudiants internationaux, possiblement Erasmus. De plus, selon le réseau choisi pour la communication, les parents sont également une cible car ils seront en mesure d'influencer et d'informer leur enfant pour le choix de ses études.

La vidéo doit être diffusée en entier vue sa diversité et les informations transmises par son biais.

Cette vidéo sera diffusée sur plusieurs de vos réseaux sociaux déjà existant:

- Youtube (en format paysage) : L'âge moyen de ce canal de diffusion est entre 14 et 34 ans, ce qui correspond bien à votre cible principale : les jeunes étudiants. La vidéo serait donc destinée aux personnes qui connaissent déjà la formation et qui ont besoin de plus d'informations.

L'avantage de Youtube est les sous-titres car ils peuvent être disponibles en plusieurs langues différentes, automatiquement. Cela pourra donc toucher le plus d'étudiants étrangers possibles. La vidéo aura un titre "What's the lifestyle of an MMI student ? " afin de mettre en valeur l'idée de promotion de l'école.

La description de la vidéo pourrait ressembler à ça :

"Bienvenue au département MMI de Grenoble.

Si vous avez besoin de plus de renseignement, n'hésitez pas à nous contacter par mail : iut1.mmi@univ-grenoble-alpes.fr

Vous pouvez également nous rejoindre sur nos réseaux sociaux.

Instagram : @mmi_grenoble

Linkedin : MMI Grenoble

Facebook : MMI Grenoble"

Pour augmenter la visibilité de votre vidéo, vous devez également créer des short (en format verticale), avec des séquences d'environ 20 secondes, qui renverrait à la vidéo entière.

- Instagram : L'âge moyen, sur Instagram, est entre 18 et 34 ans, ce qui correspond à votre cible principale.

Les vidéos Instagram sont maintenant automatiquement publiées en tant que reels. Le format verticale serait donc le plus adéquat pour ce réseau, mais il y a aussi la possibilité de publier en format paysage. Pour toucher un plus large public, vous devrez ajouter des sous-titres en anglais, pour les personnes regardant les réseaux sociaux sans le son. Le problème est qu'il faut que l'utilisateur parle anglais car il n'y aura pas la possibilité de choisir une autre langue pour les sous-titres.

Sur instagram, l'utilisation de hashtags sera importante pour réussir à rendre visible la vidéo, car les utilisateurs ont la possibilité de s'abonner à des hashtags spécifiques. voici une liste non-exhaustive de ceux qui pourraient être utilisés :

#grenoble #france #mmi #etudiant #study #erasmus #exchangestudent #student #multimédia #webdevelopment #communication, etc

La description de la vidéo doit être courte. Nous proposons donc : "Bienvenue à MMI Grenoble !".

- Facebook : L'âge moyen sur Facebook est au-dessus de 37 ans, ce qui correspond à votre cible secondaire : les parents d'élèves. L'avantage de l'appartenance de Facebook et Instagram, au groupe Meta est que l'on peut poster des vidéos sur Instagram qui seront automatiquement publiées sur Facebook. Cette possibilité réduit donc le temps de travail.

Ce réseau social sera donc utilisé pour que les parents d'étudiant soient informés de l'existence de cette formation, et puissent influencer le choix de leur enfant.

La description sera identique à celle d'Instagram.

- LinkedIn : Un réseau social qui vise les adultes, professionnel, ce qui correspond à votre cible secondaire : les parents d'élèves. La vidéo pourra être postée dans son entièreté en format paysage.

Ce réseau social sera donc utilisé pour que les parents d'étudiant soient informés de l'existence de cette formation, et puissent conseiller et influencer le choix de leur enfant.

La description pourra être plus exhaustive et reprendre la présentation de la formation, disponible sur le site de l'uga :

"Les métiers du multimédia et de l'internet sont omniprésents : de la conception / réalisation de site internet à la gestion de communauté, en passant par la production de contenu. La formation MMI s'attache à intégrer la dimension innovante de ce secteur en s'appuyant sur les compétences et connaissances des métiers d'aujourd'hui. La notion de veille technologique, indissociable de cette formation, permet à l'équipe pédagogique d'adapter les enseignements en permanence pour prendre en compte les évolutions technologiques et assurer l'employabilité des diplômés.

Cette formation aux métiers du Web et de l'univers du multimédia est destinée à former des développeurs web, designers graphiques, techniciens audiovisuels, assistants de communication...

N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'informations."

L'utilisation de tiktok pour promouvoir le département MMI est indispensable pour mener une campagne de communication complète, auprès d'étudiants internationaux entre 16 et 24 ans ([sleeq](#)).

Tiktok permet en effet de toucher plus facilement, un nombre plus conséquent d'utilisateurs, que tous les autres réseaux sociaux, car le principe même de tiktok est de découvrir des vidéos de personnes que l'on ne suit pas. Il est donc beaucoup plus facile de faire découvrir votre formation à des étudiants qui ne la connaissent pas.

Les utilisateurs de ce réseau social sont également jeunes, avec 36,4% des utilisateurs qui ont entre 16 et 24 ans ([unchainedmusic.com](#)).

C'est donc le réseau social idéal pour toucher un jeune public international.

Cependant il faut être vigilant sur les lois des autres pays, car certains envisagent d'interdire TikTok. Si cette application commence à être interdite dans certains pays, ce ne serait plus logique de l'utiliser.

([Le Monde](#))

La vidéo devra donc être diffusée en format vertical, il faudra donc la redimensionner.
Pour qu'une vidéo marche bien, sur ce réseau social, ce qui compte le plus pour l'algorithme c'est le nombre d'utilisateurs qui ont regardé la vidéo en entier.

La stratégie ici serait donc de diviser la vidéo originale en 3 parties, ce qui augmenterait le nombre de gens qui la regardent totalement, et donc augmenterait sa visibilité.

Pour les hashtags, ils sont moins importants que sur instagram car sur Tiktok il n'y a pas la possibilité de s'abonner à des hashtags.

Il permettent à l'algorithme de cibler les vidéos qu'ils montrent aux utilisateurs, mais également ils permettent de référencer les vidéos dans l'outil recherche de l'application. Nous pouvons donc vous recommander d'en mettre 3 : #grenoble #study #France.

Ces hashtags permettent donc d'augmenter la visibilité de la vidéo auprès des étudiant français et étrangers, qui s'intéresse à la france et peut-être plus précisément à Grenoble. Dans l'outil de recherche de l'application, la vidéo serait très bien référencée si les mot "study" et "grenoble" ou "france" sont associés dans une recherche.

L'avantage de Tiktok est également que cette plateforme permet une transcription automatique et dans plusieurs langues, les dialogues de la vidéo.

La description que l'on mettra sur la vidéo doit être courte pour que l'utilisateur la voit entièrement dès le début, nous pensons donc à mettre : "Come study in MMI Grenoble - Part ()". Cette description est également traductible dans plusieurs langues.

Réflexion globale sur une communication centrée sur la visibilité de la formation MMI à l'international

L'objectif de cette stratégie est de promouvoir la formation auprès d'étudiants internationaux, qu'ils soient francophones ou non. Nous allons déterminer les cibles prioritaires, les réseaux sociaux à privilégier, les sites web utiles et les langues à utiliser.

1. Cible prioritaire à toucher

La cible principale pour la communication internationale sont les étudiants Erasmus et les lycéens qui envisagent d'entrer dans le programme Erasmus. Il sont donc âgés de 16 à 25 ans.

En termes de nationalités, les cibles principales seraient les étudiants européens, mais aussi les étudiants venant de pays francophones hors Europe.

Pourquoi cette cible ?

- Ce sont des étudiants qui envisagent de poursuivre leurs études à l'étranger, ce qui en fait la cible idéale.
- L'IUT1 et le département MMI ont des accords avec le programme ERASMUS
- Des étudiants européen qui sont donc éligibles au programme ERASMUS

2. Comment y arriver : Stratégie de communication

Pour atteindre efficacement ces cibles, une stratégie mobilisant plusieurs réseaux sociaux est nécessaire. La combinaison de différents canaux permet de toucher un public large tout en étant ciblé.

Les réseaux sociaux instagram et tiktok sont pour nous les plus importants dans notre stratégie de communication. Ils nous permettent en effet de toucher un public jeune et en nombre. Ces réseaux sociaux permettent de rendre visible les vidéos à des gens qui ne sont pas forcément abonné à vos comptes, et donc ne vous connaissent sûrement pas. MMI possède déjà un compte instagram, mais vous devrez créer un compte tiktok.

Sur instagram il faudra publier des posts, hebdomadairement, qui présentent la formation. Des posts comme celui de GEM de Grenoble que vous pouvez retrouver dans l'annexe est un exemple de post qu'il serait possible de faire. Il faudrait également essayer de publier des story tous les 2 jours des travaux pratiques que les étudiants réalisent. Cela renforcerait le lien avec les spectateurs, mais permettrait également de présenter plus en détail la formation. Sur instagram, il est également possible de poster des reels, de petite vidéo que les étudiants pourraient voir autant qu'ils veulent et qu'il leur montreraient plus de détails sur l'école. Vous pouvez retrouver en annexe un lien d'un reel fait par l'école de GEM de Grenoble.

Les posts seraient poster en double, 1 en français et 1 en anglais pour maximiser la portée du message. Pour les story, s'il y a du texte, il serait également écrit en 2 langues mais sur la même story.

Sur Tiktok, il faudrait essayer d'augmenter la visibilité du profil. Pour se faire il faut suivre les trends, dès qu'il y en a une nouvelle. Et 1 fois par semaine, publier une vidéo plus sérieuse pour présenter la formation car grâce aux trends suivis, la visibilité de la formation augmentera de jour en jour.

La chaîne youtube de MMI sert à poster les productions vidéos des étudiants. Il faudra donc continuer à faire ça pour pouvoir montrer aux potentiels futurs étudiants, ce que la formation permet d'apprendre à réaliser.

Sur linkedin et facebook, il faudra continuer faire des publications plus conventionnels (événements, conférences, etc organisés par MMI).

3. Langues et localisation des contenus

Pour toucher une audience internationale, il est obligatoire de traduire le contenu de la vidéo et des supports numériques dans plusieurs langues. L'anglais devrait être la langue principale, car c'est la langue internationale des étudiants. Cependant, il serait intéressant d'ajouter des sous-titres dans d'autres langues selon les cibles géographiques prioritaires, comme l'espagnol, le français (pour les pays francophones), l'allemand et le chinois (pour toucher des étudiants venant d'Asie). De plus, la plateforme TikTok propose des transcriptions automatiques en plusieurs langues, ce qui facilitera la diffusion sans barrières linguistiques.

Annexe

Liste des réseaux et abonnés MMI à Grenoble

Nom du réseau social	Objectif général du réseau social	Cible(s) du réseau social	Quelle(s) forme(s) pour la vidéo ?	Nombre d'abonnés MMI Grenoble
LinkedIn	- Réseau social professionnel	- Les professionnels en reconversion ,les étudiants, les entreprises et organisations, des vacataires. - 52% d'hommes	Moyenne : max 10 min	643
Facebook	- Réseau social généraliste:permet de publier des vidéos,photos,images,fi chiers,d'échanger des messages...	- 51% de femmes -79% d'entre eux ont plus de 37 ans.	Tout dépend de la forme story : max 15sFil : max 240 minIn stream (mobile) : max 10 min	405
Instagram	- Réseau social qui permet de partager des vidéos et des photos	- Majoritairement des 18-34 ans - Étudiants, jeunes professionnelles - 53% de femmes	Courte maximum 1.30s pour les story et les réels, texte d'accompagnement format vertical en description des réels	585
X	- Réseau social de microblog	- 66% d'hommes	Max 4h sur iosmax 10 minutes sur android	205
Youtube	- Média social qui permet de regarder,commenter ,envoyer et partager des vidéos	- Majoritairement des hommes : 54% - En moyenne les utilisateurs ont entre 14 et 34 ans	Pas de limite de temps pour les vidéos classiques 1 min max pour les shorts	265

Annexe

Liste des illustrations

idée de post Instagram (en anglais) :



idée de reels Instagram (en anglais) :

<https://www.instagram.com/reel/C32UP9bo223/?igsh=ZXNkdjlsdW82ZHF5>

Annexe

Liste des sources

Source image de présentation

https://st4.depositphotos.com/3662505/21969/i/450/depositphotos_219697074-stock-photo-close-workers-have-discussion-modern.jpg

Source partie 1

source 1: site de l'UGA "Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI) - IUT1 - Université Grenoble Alpes"

source 2: site de l'Onisep "BUT métiers du multimédia et de l'internet (MMI) - Onisep"

Source listes des réseaux et abonnés MMI à Grenoble

"Quel réseau social utiliser pour bien cibler son audience et développer son activité ?" , le 23/11/2021 par Les échos Solution

source: pour les objectifs général des réseaux sociaux : "Wikipédia"