

Plan de communication

MMI et après ?

Axé pour les étudiants :

Objectif principal :

Faire en sorte que les étudiants viennent à cet événement et qu'ils s'inscrivent.

Levier utilisé :

L'humour et le sérieux mélangés.

Pendant combien de temps ?

La campagne de communication pour les étudiants débute le 28 Novembre et se terminera une semaine après l'évènement.

Objectif affectif pour les étudiants principalement :

Marquer les esprits et faire passer des émotions positives, faire rire, pour que l'évènement soit soutenu et réussi.

Thème : les 4 éléments naturels lié au choix

Choix des moyens (cible étudiante) :

	Objectif	Contenu
Réseaux sociaux (Facebook)	Créer une communauté autour de cet événement, faire soutenir l'évènement, informer, tenir en haleine jusqu'au jour J	Se référer au planning de publication

Affiche	Inscriptions : Inciter les étudiants à s'inscrire pour les stage-dating	Date des inscriptions genre : "Les inscriptions c'est le 7 janvier 2019 sur le site " http://www.mmietapres.fr " + MMI & après + date (17 janvier 2019) + salle 193 + Le slogan du pôle + si il y a de la place "oublie pas ton CV"
Teaser	Informers les étudiants que l'événement revient, les faire rires, commencer à faire des teams	humour, différents pôles de MMI
Aftermovie	Remémorer les meilleurs moments de cette journée + faire envie au 1ère années de participer l'année prochaine	Mettre le maximum de temps forts, de retransmettre l'ambiance,
Site	Permettre de rassembler toutes les infos de l'événement ici + Inscriptions	Inscription, programme de la journée, témoignages, entreprises présentes

Planning :

28/11 → début com sur FB et linkedin

13/12 → Teaser

17/12 → affiche "préparez vos CV" + Image TV motion design

7/01 → inscriptions + Affiche préparez inscription + éléments disposés dans le couloir

17/01 → événement

Planning com FB :

- **Lundi 26/11** - actualisation pdp et bannière
- **Mercredi 28/11** - "Coucou on est de retour" - partage page événement → bannière event
- **Mardi 4/12** - Aftermovie année précédente
- **Jeudi 6/12** - Lien vers le site web
- **Mardi 11/12** - Posts réalisations MMI par pôle
- **Jeudi 13/12** - Post gestion de projet
- **Mardi 18/12** - entreprises participantes de l'année en cours (plusieurs post)
- **Mardi au Vendredi 18-21/12** - Teasers
- **Jeudi 27/12** - pas oublier le CV
- **Jeudi 3/01** - entreprises participantes de l'année en cours (plusieurs post)

- **Lundi 7/01** - lancement inscriptions
- **Jeudi 10/01** - programme
- **Mardi 15/01** - motion design qui récap en chiffre cette journée (... entreprises, ... rencontre, ... anciens étudiants, ... table ronde)
- **Jeudi 17/01** - 4 posts pendant l'événement
- *Idéalement dans la semaine suivante : jeudi 24/01? aftermovie cette année**

Lieux d'affichage des affiches :

- Porte d'entrée du couloir département MMI en haut (2 : 1 pour les 2 côtés de la porte)
 - Porte d'entrée du département MMI côté cour (2 : 1 pour les 2 coté de la porte)
 - Couloir du haut et du bas + escalier (6 : 2 couloir du haut, 2 couloir du bas, 1 dans chaque escaliers)
 - Salle de cours "principale" : 300 et 301 (2 : 1 dans chaque)
- TOTAL : 12 affiches (multiple de 4 car 4 affiches différentes)

Association éléments/ pôle :

- Dev : terre

La prog est associée à la Terre. C'est la base de toutes les applications qu'on utilise. Elle représente les fondations des interfaces et des fonctionnalités des médias.

- com : air

La communication est légère et rapide. Elle se diffuse et se répand dans le monde entier. Le vent souffle sur la terre comme la communication sur internet.

- graph : eau

L'eau est essentielle à la vie qui apporte ses couleurs à la Terre. Contrairement au Feu constamment en mouvement, le graph fige un sujet et lui donne son éclat.

- AV : feu

L'audiovisuel capte l'énergie dans le feu de l'action et la retransmet à travers le son et l'image. À travers l'écran, l'AV irradie de ses pixels rvb.

Annnonce ouverture des inscriptions :

→ "Manifestation" dans le couloir MMI du haut :

Disposition à différents endroits du couloir les 4 éléments avec une petite pancarte "Inscris-toi !"

Une plante pour les prog (Terre)

Un ventilateur pour les com (Air)

Des bougies LED pour les AV (Feu)

Petite fontaine ou "pêche au canard" pour les graph (Eau)

Slogans de teams :

Av : L'AV c'est le feu (de l'action) !

Prog : La prog' c'est le terreau (de tout site) !

Com : La com' c'est l'air (et la manière de la diffusion) !

Graph : Le graph' c'est l'eau (qui ruisselle de créativité) !

Slogan pour l'événement :

- Choisis un stage dans ton élément !

ou : Choisissez votre élément !

→ Pour communication commune (entreprises et étudiants)

I
I
I
V

I
I
I
V

I
I
I
V

Axé pour les entreprises :

Objectif principal :

Informer le maximum d'entreprises et les faire venir à cet évènement

Levier utilisé :

Le professionnalisme et la détente mélangé.

Pendant Combien de temps ?

La campagne de communication débute début Novembre et se terminera une semaine après l'évènement.

Objectif cognitif pour les entreprises principalement :

Faire connaître la formation MMI et l'évènement MMI et après ?

→ Qui sommes nous ? De quoi nous sommes capable ?

Thème : les 4 éléments naturels lié au choix

Choix des moyens :

	Objectif	Contenu
Cartons d'invitation	Informer les entreprises sur l'évènement	Date, lieu, mail, téléphone, site Mot clé : MMI, stagiaire, multimédia
Réseaux sociaux LinkedIn (Facebook)	Créer une communauté avec les entreprises autour de cet évènement, faire soutenir l'évènement, informer, tenir en haleine jusqu'au jour J	Entreprises participantes, planning, mini showreel
Showreel	Montrer le potentiel des étudiants de MMI dans les 4 pôles, faire envie aux entreprises de venir recruter chez MMI	Réalisations faites dans les 4 pôles de MMI

Phoning et mailing	Recruter des entreprises, les tenir en haleine, leur présenter la formation et le déroulé de l'événement (Mail personnalisé pour les entreprises revenantes)	Appel et mail → se référer au document des mails et appels + mail de relance + newsletters (une pour le déroulé, une quelque jours avant) + mail de remerciement
Aftermovie	Remémorer les meilleurs moments de cette journée + leur faire envie de revenir l'année prochaine et de toucher si possible d'autres entreprises	Mettre le maximum de temps forts, de retransmettre l'ambiance et le professionnalisme du département MMI de Chambéry
Site	Permettre de rassembler toutes les infos de l'événement ici + Inscriptions	Inscription, programme de la journée, témoignages, entreprises présentes

Planning :

10/11 → début campagne phoning et mailing

19/11 → flyers

28/11 → début com sur FB et linkedin

7/01 → inscriptions

17/01 → événement

18/01 → Mail de remerciement

Slogan pour l'événement : Choisissez votre élément !