

Proposer une stratégie des moyens pour mettre en œuvre la stratégie de communication.

A. Média :

Présentations des différents moyens de communications média :

Création d'un compte TikTok :

L'école La Fontaine est très présente sur les réseaux sociaux comme Facebook, Pinterest et Instagram, mais celle-ci est actuellement en manque de visibilité. De plus, l'école souhaite toucher une cible qu'elle n'arrive pas à capter sur les réseaux sociaux ou elle est active. La cible que l'école veut capter est jeune : entre 13 et 17 ans. TikTok est le réseau social qui correspond parfaitement à leur demande et à leurs besoins.

Pour commencer, j'ai défini les différents thèmes à respecter dans les TikTok ::

- L'école la Fontaine, ses valeurs, son fonctionnement,
- Les formations que l'école propose,
- L'équipe administrative de l'école,
- Les professeurs de l'école,
- Les élèves de l'école.

Le nombre de publications par semaine est entre 2 à 3 TikTok, plus on est actif sur ce réseau social, plus les résultats sont présents.

Ce moyen de communication aura un coup de 0 euro pendant 2 mois, car cette tâche est ma mission. Pour les mois suivants ,les employées de l'école effectueront cette tâche, donc le prix sera compris dans le salaire.

Création de poste Réels :

L'école La Fontaine est très présente sur Instagram, cependant elle n'est pas active dans la catégories réels de ce réseau social.

C'est pour cela que j'ai eu l'idée de poster nos Tik Tok dans cette catégorie, ceci permet d'avoir de la visibilité et de toucher une nouvelle cible avec le même contenu.

Le nombre de publications de réels est en fonctions des nombres de publications de TikTok. Ce moyen de communication aura un coup de 0 euro pendant 2 mois, car elle fait parti de ma mission. Pour les mois suivants ,les employées de l'école effectueront cette tâche, donc le prix sera compris dans le salaire..

Concours sur les réseaux sociaux

Comme nous l'avons dit ,l'école La Fontaine est présente sur Instagram, Cependant ,celle-ci ne possède pas de grands résultats face aux efforts fournis. Le nombre de likes, de partage, de commentaires est assez bas, et le nombre d'abonnés stagne.

J'ai donc proposé de faire un concours Instagram avec un kit de débutant pour être designer.

Les conditions principales pour participer à ce concours seront de :

- S'abonner au compte Instagram de l'école,
- Partager le post Instagram du concours
- Inviter un ami en commentaires
- Liker la publication

Ces conditions permettront d'avoir de nouveaux abonnés, qui pourraient potentiellement être des prospects.

Ce concours peut être mis en place durant les fêtes de fin d'année.

Le budget de ce moyen de communication est de 50 euros, c'est la valeur du lot à gagner.

B. Hors-média :

Présentation des différents moyens de communications hors média :

Partenariat :

L'école La Fontaine recherche de nombreux partenaires pour encore une fois développer son réseau. Ce moyen de communication a été réalisé en 2019 par une autre stagiaire. Je me suis rendu compte que ce listing n'est pas à jour, il a donc fallu le trier et faire de nouvelles recherches pour trouver de nouveaux designer, illustrateur, architecte,...

Après avoir réalisé cette veille, je les ai contactés via leurs adresses mail, ou sites internet. Le but principal de l'école est de créer un partenariat, pour cela, le potentiel partenaire doivent joindre :

- Le logo de son entreprise
- Un lien de redirection vers son site internet
- Une courte description de l'entreprise.

De plus , l'école La Fontaine fait de même afin de créer un partenariat.

Le partenariat est seulement un échange donc il n'y a pas de budget direct, cependant, ce sont les employés de l'école et moi-même qui effectue cette tâche, donc le prix sera compris dans leurs salaires.

La fête des peintres :

L'école La Fontaine a collaboré avec l'association Lion's Club de Montluçon, pour La Fête des peintres. Cet événement a pour but de peindre des endroits mythiques de la ville, tout en respectant le thème : D'or et Azur. À la fin du concours, le jury évalue les différentes œuvres d'arts réalisées. Le concours propose plus de 1700 euros de lots à gagner grâce aux partenaires.

Cet événement a déjà eu lieu les années précédentes, mais l'école la Fontaine n'a pas eu le temps de s'en occuper,

J'avais donc pour mission de recontacter les partenaires via le téléphone et de créer une affiche, que je devais par la suite distribuer dans les commerces de Montluçon.

Le But principal de cet événement est de développer le réseau local de l'école et de renvoyer une bonne image.

Le coût total de cet événement est de 20 euros, ceci représente le coût d'impressions des affiches.

Journée portes ouvertes :

L'école La Fontaine avait mis en place une journée portes ouvertes au mois de mars en distanciel. J'ai émis l'idée dans créer une seconde lors des résultats de parcoursup.

L'équipe et moi-même avons décidé de créer cette journée portes ouvertes le samedi 25 juin en distanciel.

Le but principal de cet événement est d'insister sur les potentiels prospects à s'inscrire à une des formations proposées par l'école, mais aussi de les rassurer en expliquant le déroulement de chaque diplôme, les valeurs de l'école, ...

Le budget mis en place pour cet événement est compris dans le salaire des employés de l'école.

C. Budgets :

Proposition d'une répartition budgétaire entre les différents choix média et hors média :

- Budget média : 53,45 euros
- Budget hors-média : 20 euros
- Budget Total : 73,45 euros