

Annexe A : Liste non exhaustive et non limitative des activités et type de dépenses
dans le cadre de la mise en place d'un plan de promotion et de communication de.s formation.s

Lots d'activités	Type d'activités	Objectifs	Public	Livrable	Type de dépenses
Image de marque	Élaboration d'une stratégie de marque de la formation (identité : analyse SWOT, concurrence, positionnement, valeurs...)	Identifier l'identité et les promesses de la formation	Grand public	Document émis par une agence de conseil en stratégie	Prestation de service en cas de faire appel à une agence de conseil
	Conception graphique du logo, de la mascotte et de la charte graphique de la formation	Véhiculer l'identité et les promesses de la formation auprès du public cible de manière cohérente	Grand public		Prestation de service en cas de faire appel à une agence de conseil
	Conception du slogan de la formation	Véhiculer l'identité et les promesses de la formation auprès du public cible de manière cohérente	Grand public		Prestation de service en cas de faire appel à une agence de conseil
	Campagne de "testimonials" (étudiants, anciens étudiants...)	Faire aimer et faire agir : Renforcer la crédibilité de la formation, transmettre les "arguments" de manière plus convaincante.	Futurs étudiants - Parents d'élèves		
	Sélection d'un (des) ambassadeur(s) de marque	Véhiculer une identité cohérente et les promesses de la formation auprès du public cible	Grand public		
Supports de communication	Conception et production de la brochure/plaquette de présentation de la formation	Faire connaître la formation	Futurs étudiants - Parents d'élèves	Une brochure - Une plaquette de la formation	Frais de conception et frais d'impression
	Construction d'une banque d'images de la formation (infrastructure, vie estudiantine, événements, cérémonie de remise de diplôme...)	Faire connaître la formation	Futurs étudiants - Parents d'élèves	Une banque de photos	Prestation de service en cas de faire appel aux photographes professionnels pour certains événements importants/ des sessions de photo
	Production des objets promotionnels avec la mascotte et le logo de la formation	Faire connaître et faire aimer la formation	Etudiants et futurs étudiants	Des objets promotionnels avec la mascotte et le logo de la formation	Prestation de service en cas de faire appel à un fournisseur pour la conception et la production des objets promotionnels
	Production d'un film de présentation de la formation	Faire connaître la formation	Futurs étudiants - Parents d'élèves	Un film de présentation de la formation	Prestation de service en cas de faire appel à une agence de production (frais de production et frais de soutitrage du film en français s'il est en langue locale et vice-versa)

Lots d'activités	Type d'activités	Objectifs	Public	Livrable	Type de dépenses
Communication numérique	Conception du site de présentation de la formation	Renforcer la crédibilité de la formation grâce à un outil de communication officiel	Grand public	Un site de présentation de la formation ou une page de présentation de la formation sur le site de l'Université (en français - anglais et langue locale)	Prestation de service en cas de faire appel à une agence/un développeur
	Construction et animation de la page Facebook de la formation	Convaincre les futurs étudiants - "utilisateurs finaux" à travers les nouveaux médias qui peuvent toucher les jeunes	Futurs étudiants	Une page Facebook de la formation	
	Construction et animation du groupe Facebook de la formation	Créer une communauté et faire parler le public en ligne de la formation	Futurs étudiants	Un groupe Facebook de la formation	
	Construction et animation de la page Instagram de la formation	Transmettre l'image dynamique de la formation auprès des lycéens à travers d'un média très utilisé par les jeunes	Futurs étudiants	Une page Instagram de la formation	
	Construction et animation de la page Youtube de la formation	Convaincre les futurs étudiants - "utilisateurs finaux" à travers les nouveaux médias qui peuvent toucher les jeunes	Futurs étudiants	Une page Youtube de la formation	
	Construction et animation de la page Tiktok de la formation	Convaincre les futurs étudiants - "utilisateurs finaux" à travers les nouveaux médias qui peuvent toucher les jeunes	Futurs étudiants	Une page Tiktok de la formation	
	Construction et animation de la page LinkedIn de la formation	Construire un réseau de professionnels en faveur de la recherche de stages pour ses étudiants Renforcer la notoriété : Transmettre une image professionnelle de la formation	Secteur socio-économique	Une page LinkedIn de la formation	
	Mise en place d'une campagne de publicité en ligne (GG ads, FB ads, zalo ads...)	Attirer et diriger les "prospects" vers le site de présentation de la formation tout en collectant leurs coordonnées		Une campagne de publicité en ligne (GG ads, FB ads, zalo ads...) avec rapport détaillé sur le contenu, la durée, le nombre de personnes touchées, le nombre de réactions et l'analyse de l'audience	Campagne de publicité payante (contenu sponsorisé, achat d'espace etc.)
	Conception d'une campagne d'email-MKT (email automation)	Maintenir le contact avec les prospects tout en leur fournissant des informations utiles et intéressantes pour les convaincre	Futurs étudiants	Une campagne d'email marketing avec rapport détaillé sur le contenu, la date de diffusion, le nombre de destinataires, le taux d'ouverture, l'analyse de l'audience	Prestation de service en cas de faire appel à une agence de marketing
	Coopération avec les hot fanpages (post, seeding...)	Renforcer la notoriété de la formation	Futurs étudiants	Capture d'écran de chaque publication et rapport détaillé sur la date et le contenu, le nombre de réactions et de commentaires	Prestation de service en cas de faire appel à une agence de communication digitale

Lots d'activités	Type d'activités	Objectifs	Public	Livrable	Type de dépenses
Evenementiel/Communication directe	Mix de clubs étudiants	Renforcer l'attractivité de la formation à travers la vie estudiantine	Futurs étudiants		
	Participation aux forums des études	Faire connaître la formation	Futurs étudiants - Parents d'élèves	Photos et rapport sur le nombre d'inscriptions et nombre de participants, activités, retour d'expérience	Frais d'inscription aux forums au besoin
	Organisation des journées portes ouvertes et des visites guidées à destination des lycéens	Faire connaître la formation	Futurs étudiants	Photos et rapport sur le nombre d'inscriptions et nombre de participants, activités, retour d'expérience	
	Organisation des tournées d'informations dans les lycées	Faire connaître la formation	Futurs étudiants - Parents d'élèves	Photos et rapport sur le nombre d'inscriptions et nombre de participants, activités, retour d'expérience	Frais de déplacement
	Conférence d'orientation professionnelle dans le domaine d'études	Positionner la formation comme un expert dans son domaine	Étudiants - Secteur socio-économique	Photos et rapport sur le nombre d'inscriptions et nombre de participants, activités, retour d'expérience	Indemnité pour les intervenants
	Coopération avec les clubs étudiants (sponsor, co-organisateur des événements...)	Renforcer l'attractivité de la formation à travers la vie estudiantine	Futurs étudiants	Photos et rapport sur l'événement : nombre d'inscriptions et nombre de participants, activités, retour d'expérience	
Relations presse	Invitation des médias aux différents événements de la formation	Médiatiser les activités de la formation - Construire l'image d'une formation dynamique	Grand public	Articles de presse	Indemnité de déplacement des journalistes
	Organisation des rencontres de presse pour présenter plus profondément de la formation	Renforcer la crédibilité et la notoriété de la formation à travers les articles de fonds dans les grands médias	Grand public	Articles de presse	Indemnité de déplacement des journalistes
	Achat d'espace publicitaire dans les journaux d'éducation et de la jeunesse	Faire connaître la formation	Grand public	Articles de presse	Contrat avec les médias
	Invitation des médias à découvrir la formation en une journée (press day)	Faire connaître la formation	Grand public	Articles de presse	Indemnité de déplacement des journalistes

Lots d'activités	Type d'activités	Objectifs	Public	Livrable	Type de dépenses
Communication interne	Revue/Journal/Blog/réseau social interne de la formation	Créer la fierté et le sentiment d'appartenance chez les enseignants et étudiants pour qu'ils deviennent les ambassadeurs de la formation vers l'extérieur	Etudiants et enseignant	Revue/Journal/Blog/réseau social interne de la formation	
	Livret des projets marquants réalisés par les diplômés de la formation	Animer et fidéliser la communauté d'étudiants et favoriser l'effet bouche-à-oreille sur l'internet	Etudiants	Livret des projets marquants réalisés par les diplômés de la formation	Frais de conception et frais d'impression
	Campagne de portraits du mois (portrait d'étudiant ou d'enseignant)	Créer la fierté et le sentiment d'appartenance chez les enseignants et étudiants pour qu'ils deviennent les ambassadeurs de la formation vers l'extérieur	Etudiants et enseignant	Article	
	Fête de départ des diplômés/rencontre des étudiants internationaux de la formation	Animer et fidéliser la communauté d'étudiants et favoriser l'effet bouche-à-oreille sur l'internet	Etudiants	Photos et rapport sur le nombre de participants, nombre de nationalités, activités, retour d'expérience	
Campagne d'influenceurs et autres	Consitution d'un réseau des Alumni	Créer la fierté et le sentiment d'appartenance chez les anciens étudiants pour qu'ils deviennent les ambassadeurs de la formation vers l'extérieur Renforcer la notoriété de la formation à travers les succes stories des diplômés de la formation	Anciens étudiants	Annuaire des anciens étudiants Cérémonie de lancement du réseau d'Alumni de la formation Groupe Facebook des Alumni de la formation	Frais d'organisation liés au lancement du réseau
	Enquête sur le devenir des diplômés	Renforcer la notoriété de la formation à travers les données chiffrées sur le taux de réussite des diplômés de la formation	Parents d'élèves	Enquête sur le devenir des diplômés	Prestation de service en cas de faire appel à une agence pour la conception et la réalisation de l'enquête
	Campagne de mini-micro influenceurs	Renforcer la visibilité et l'attractivité de la formation à travers l'effet bouche-à-oreille	Futurs étudiants	Capture d'écran de chaque publication et rapport détaillé sur la date et le contenu, le nombre de réactions et de commentaires	
	Constitution d'un réseau des "ambassadeurs" qui sont actuellement étudiants de la formation	Renforcer la visibilité et l'attractivité de la formation à travers l'effet bouche-à-oreille	Futurs étudiants		