



SOCIAL ADS

PRÉSENTATION



AUBLANG / LAMBOLEY / CHEVIRON / BROUSSIER



PERSONA

Cible principale

Motivations: découvrir une formation qui ne ferme pas trop de portes

Freins: peur de se tromper de formation, de partir de chez ses parents et que ce ne soit pas assez professionnalisant



Lycéenne en terminal
spécialité: HGGSP,
SES et maths

Habite à **Châlon-Sur-Saône**

Elle **aime sortir** avec ses amis, lire, aller au cinéma, danser et boire du café

Elle **ne sait pas trop** ce qu'elle veut faire plus tard mais elle est intéressée par l'évènementiel ou le journalisme



CRITÈRES GÉOGRAPHIQUES

- France métropolitaine et Outre-mer
- Zones urbaine, périurbaine et rurale
- Accessibilité moyens de transports en commun ou personnel



CRITÈRES DÉMOGRAPHIQUES

- 16-21 ans
- Femme, homme et non-binaire
- Futurs étudiants ou en ré-orientation

PERSONA

Cible secondaire

INFO-COM

Motivations: le bonheur et la réussite professionnelle de leurs enfants

Freins : inquiétudes d'un manque de cadrage de formation sans débouchés



MANUELLE & JÉRÔME

Parents pour qui leur premier enfant entre dans le supérieur

Habitent à **Besançon**

Cinquantennaires

Aiment leur famille, sont protecteurs



CRITÈRES GÉOGRAPHIQUES

- France métropolitaine et Outre-mer
- Zones urbaine, périurbaine et rurale



CRITÈRES DÉMOGRAPHIQUES

- 40-55 ans
- Femme, homme et non-binaire
- Parents mariés ou divorcés, vivant seul ou en couple

PLATEFORME DE DIFFUSION



Pour notre campagne Social Ads, nous avons décidé d'axer davantage notre communication sur le réseau social **Instagram**.



POURQUOI ?

UN COMPTE
INSTAGRAM INFOCOM
ACTIF ET ATTRACTIF

UNE CIBLE
PRINCIPALE CIBLE
DU RÉSEAU SOCIAL

MOTEUR DE RECHERCHE
DE PERSONNES,
STRUCTURES, CÉLÉBRITÉS
: PLATEFORME ADÉQUATE

CONCEPT CRÉATIF



Parce qu'à ICB, la bonne humeur et le soutien font partie du quotidien



Parce qu'à ICB, nous pouvons aussi rigoler avec les professeurs comme se confier

**PROXIMITÉ
HUMOUR**



Parce qu'ICB, c'est une grande famille, nous partageons des moments forts les uns avec les autres

Parce qu'à ICB, nous pratiquons comme de vrais pros, cafés inclus



Parce qu'ICB, ce sont nos plus belles années



POST ET STORY

À DESTINATION DES FUTURS ÉTUDIANTS

Cible principale





CARROUSEL

Cible principale

POST



CAROUSSEL

Cible principale

POST



STORY





POST ET STORY

À DESTINATION DES PARENTS

Cible secondaire



POST



STORY

FEED INSTA

Cible principale



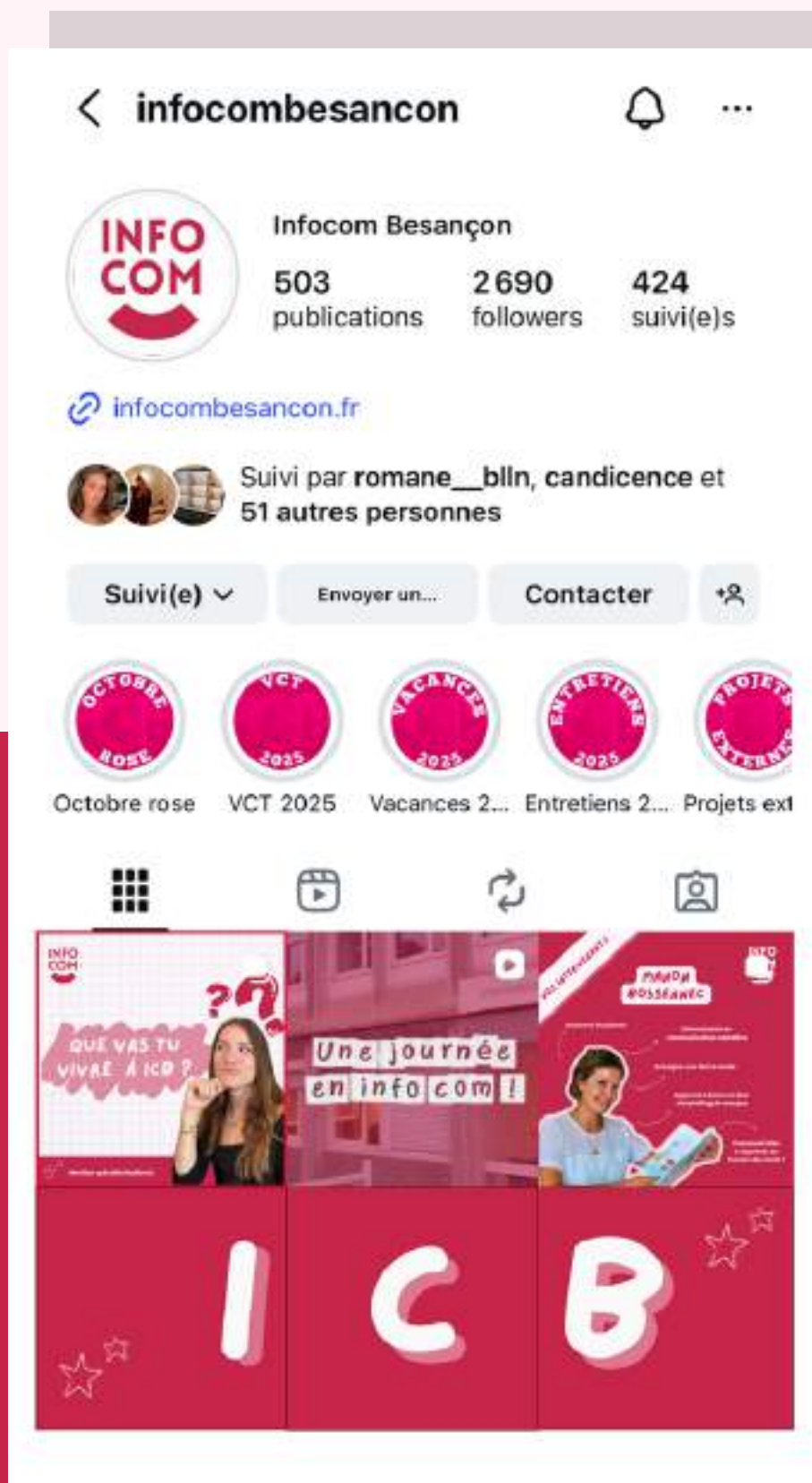
Feed instagram aux couleurs d'infocom

DA visuelle, mémorable et attractive

Plusieurs posts aux cibles différentes

Alterance régulière entre vidéos et carrousels.

Posts en cohérence les uns avec les autres (parfois par 3)





VIDÉOS

À DESTINATION DES FUTURS ÉTUDIANTS

Cible principale



FORMAT UGC

Cible principale

Format vlog avec une voix off
apportant proximité et simplicité

Transmission du quotidien (permet
une meilleure projection des
futurs étudiants)

Ton chaleureux et convivial



FORMAT UGC

Cible principale

Réel format micro-trottoirs
humoristiques

Liberté et diversité de la formation

Permet d'être vu plus facilement par
notre cible car elle suit une "Trend"
connue des RS

Montrer que c'est une formation créative
et conviviale (ambiance familiale)

1 RÉPONSE



VIDÉOS

À DESTINATION DES PARENTS

Cible secondaire



FORMAT "MARQUE"

Cible secondaire

Avis et conseils de professeurs (dont chercheurs et professionnels du secteur)
: crédibilisation de la formation

Rassure les parents sur l'avenir de
leurs enfants après la formation

Caractéristiques détaillées de la
formation (stages, cours etc.)

**Pourquoi venir à L'itut
info-com de Besançon ?**



FORMAT "MARQUE"

Cible secondaire



Témoignages formels et sérieux d'élèves

Projection future (travail et master)

Une formation qui ne ferme pas de portes

Rassurer les parents

Maxence, 3e année

que ce soit en communication



MERCI!!



AUBLANG / LAMBOLEY / CHEVIRON / BROUSSIER

