

# La Communication

Maud COPPEL

Mercredi 3 février 2021

A quoi ça sert une chargée  
de communication dans un  
laboratoire ?

# Chargée de communication au LAPP

## Gérer l'image externe du laboratoire

- Animer la présence en ligne (site web, réseaux sociaux...)
- Coordonner la création des supports de communication (brochures, affiches, cartes de visites...)
- Gérer les relations presse et les relations institutionnelles
- Valoriser les partenaires du laboratoire



## Organiser les événements

- Planifier les événements et définir les publics
- Créer les supports de communication associés
- Assurer la logistique interne de l'organisation

# Chargée de communication au LAPP



## Coordonner la communication des projets

- Définir la stratégie de communication des différents projets pilotés par le LAPP
- Définir le cahier des charges et suivre la création des contenus
- Participer à l'animation des équipes communication des projets

## Gérer la communication interne

- Rédiger et mettre en page la lettre interne
- Coordonner la communication entre les services
- Organiser des rendez-vous de communication et d'échange avec la direction



# Compétences

- Polyvalence
- Organisation
- Sens de l'écoute
- Patience et diplomatie
- Curiosité
- Créativité
- Travail d'équipe
- Connaissance des outils digitaux
- Connaissance des logiciels graphiques
- Bon niveau en anglais



## Ce qui est super



- On peut travailler en lien avec tous les projets du laboratoire (sans avoir fait un doctorat)
- On rencontre des personnes passionnées et passionnantes
- C'est un métier toujours en pleine évolution
- On ne s'ennuie jamais

## Ce qui est moins bien



- C'est un métier perçu comme facile (à tort) et peu valorisé
- Le secteur de l'emploi est très concurrentiel

# Les métiers de la communication

## En Interne

- Chargé de communication
- Community Manager
- Graphiste
- Chargé de projet événementiel
- Attaché de presse

## En agence

- Chef de projet
- Directeur artistique
- Graphiste
- Développeur

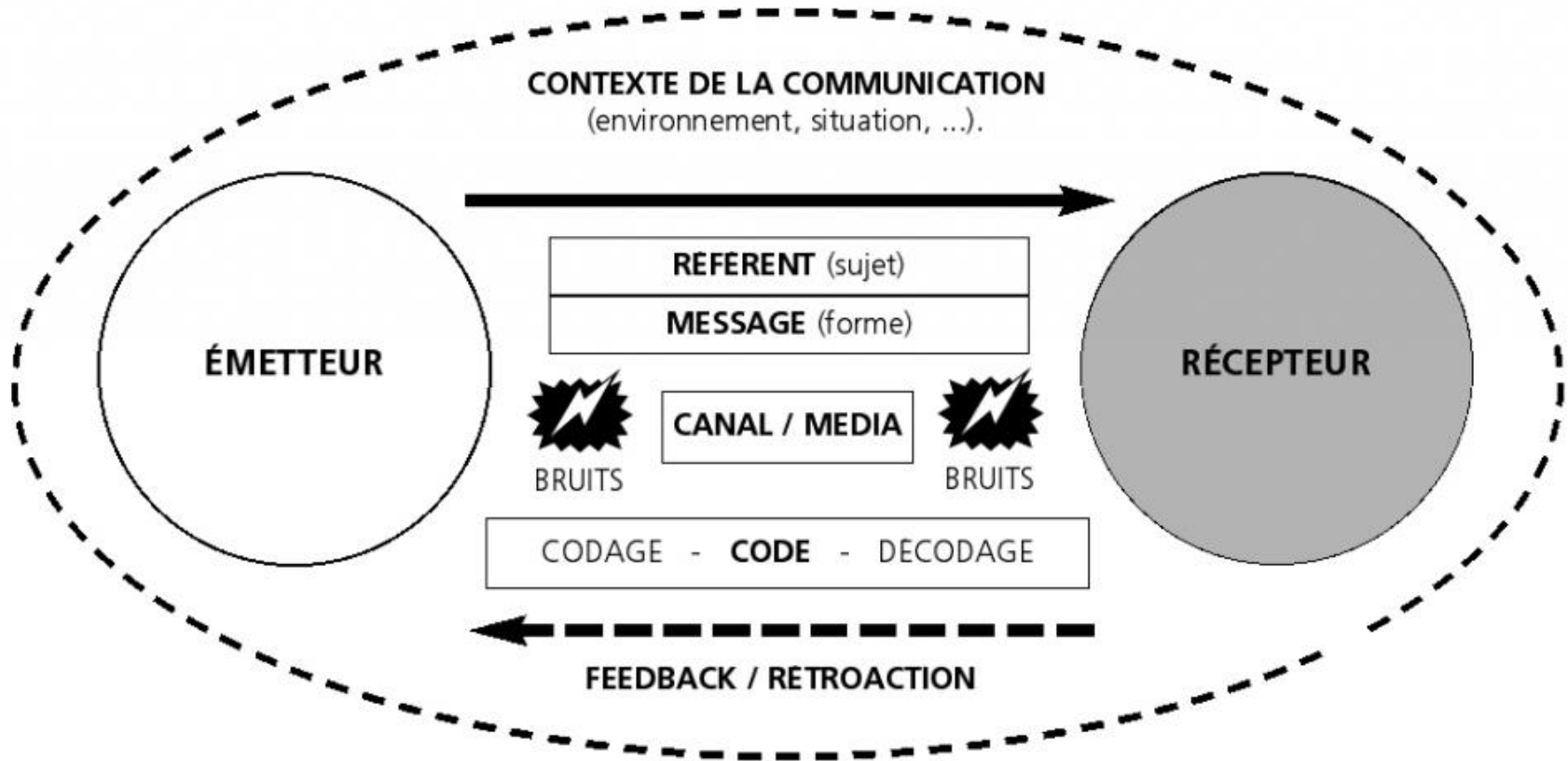
## • Ailleurs (médias, publicité, indépendants...) :

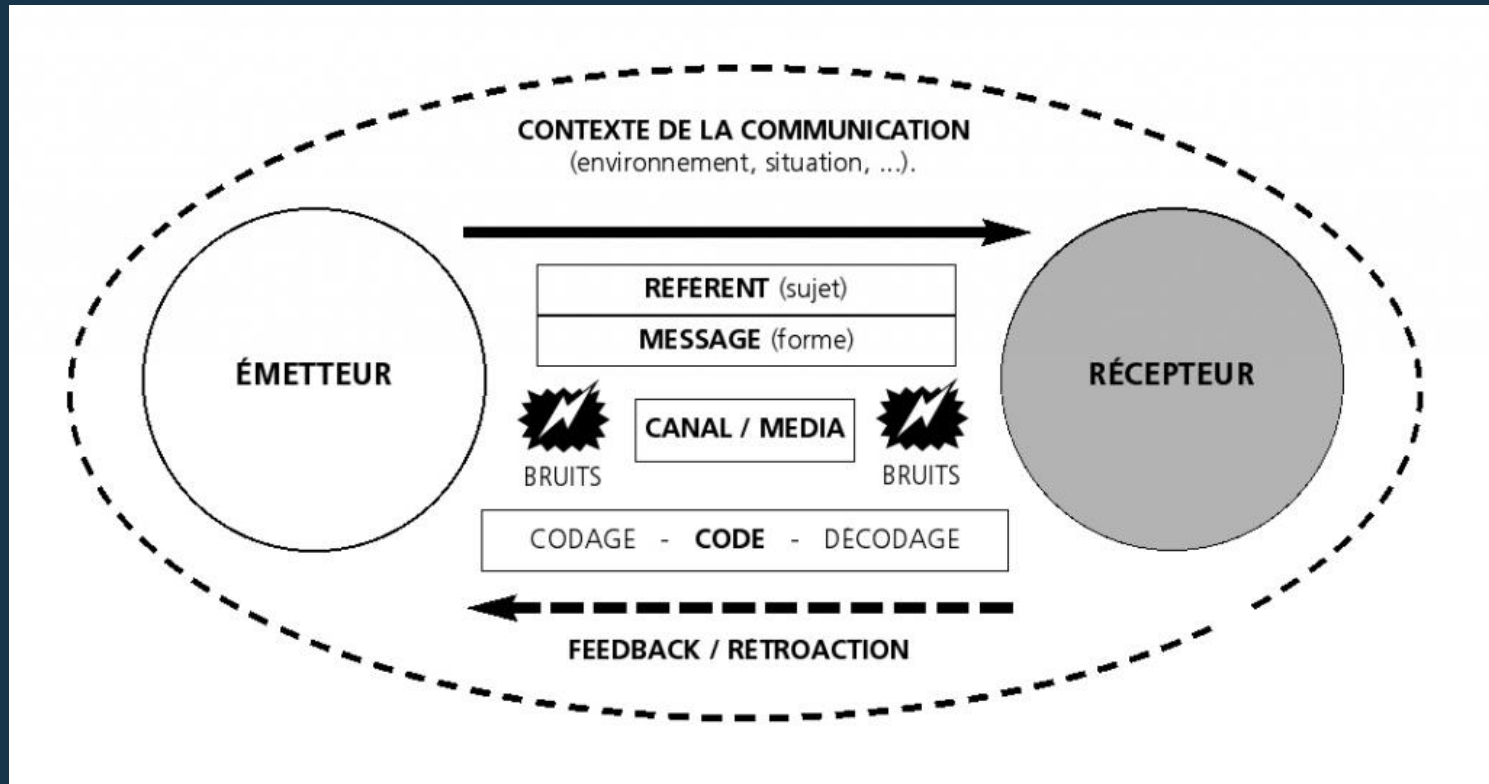
- Journaliste
- Rédacteur
- Chargé de publicité

C'est quoi la  
Communication ?

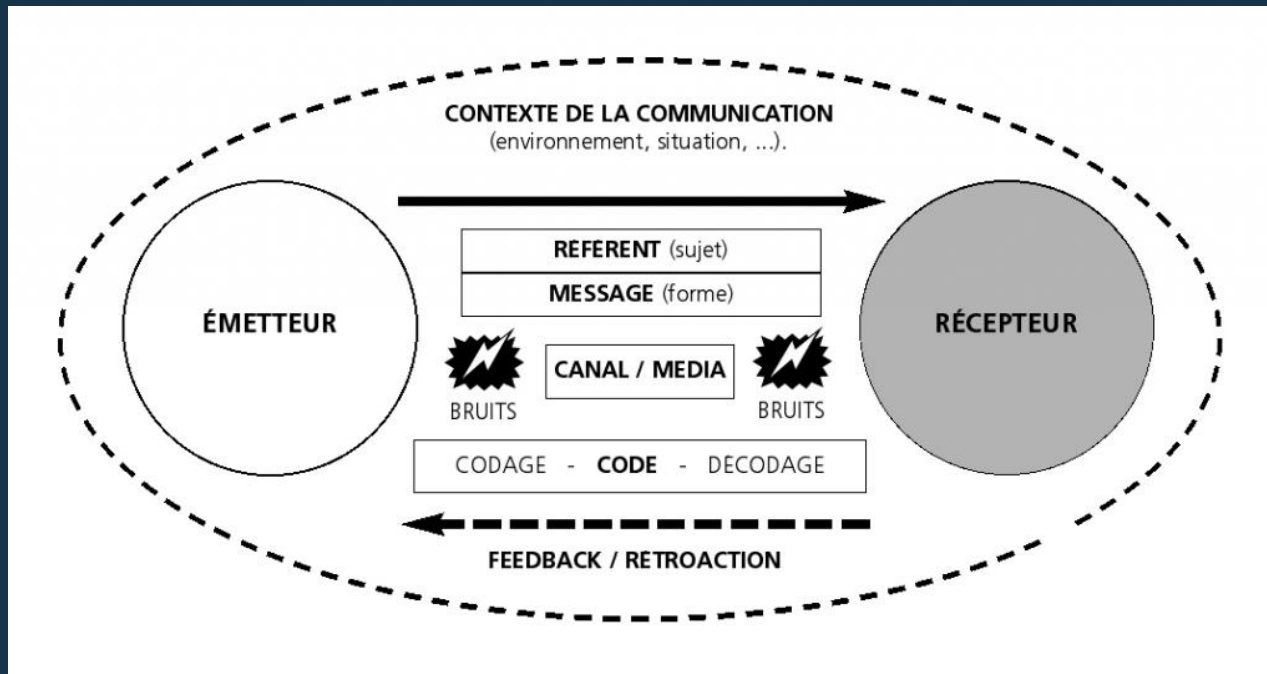


# Schéma de la communication

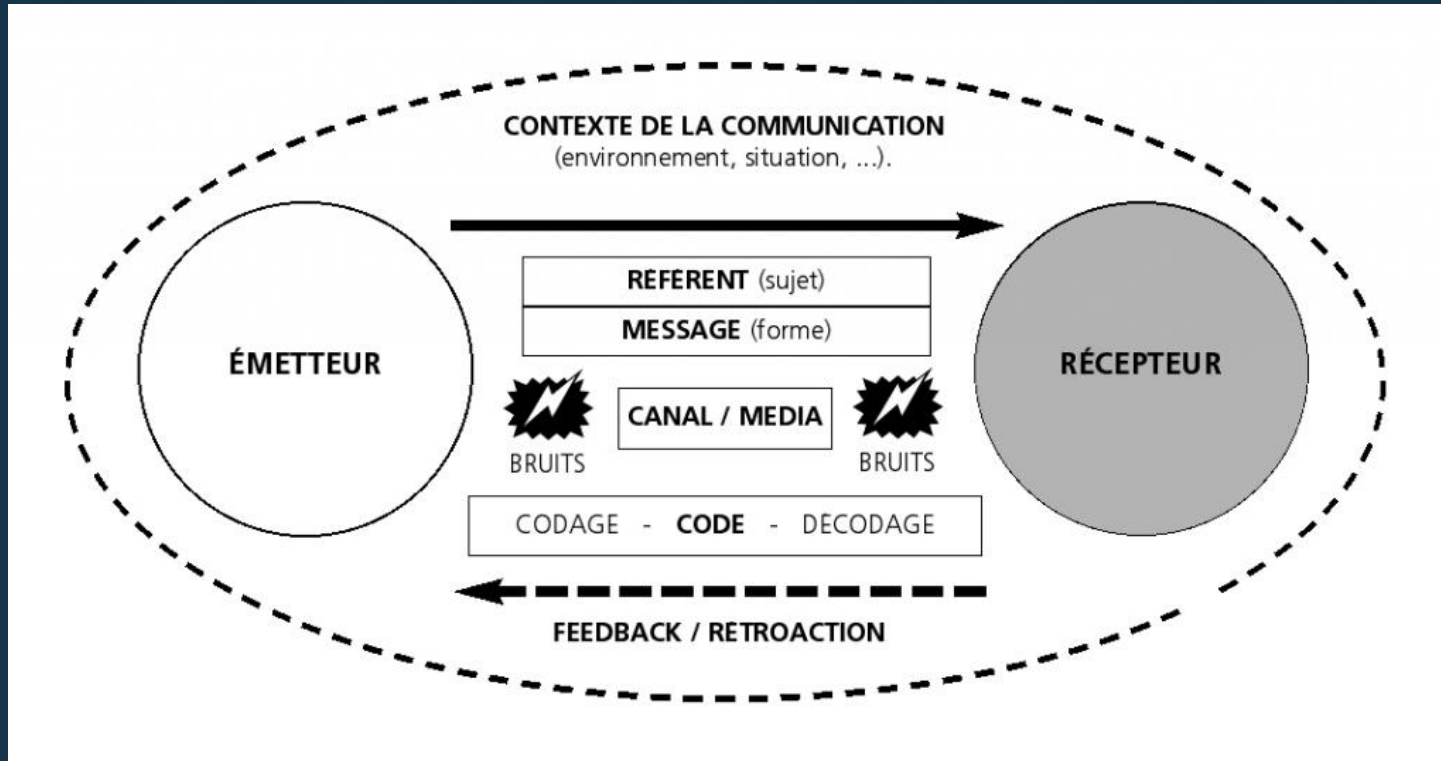




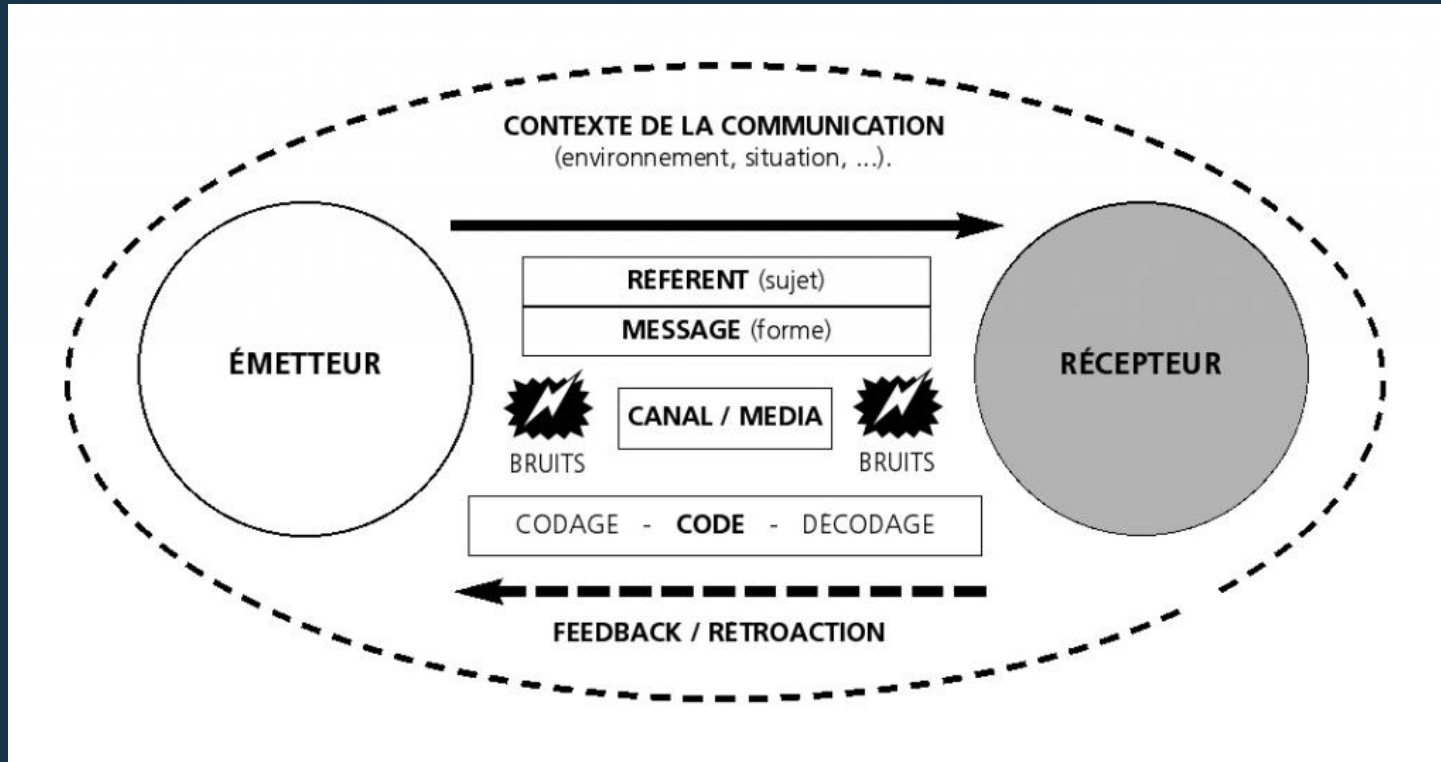
Exemple de message :  
Qu'est-ce qu'on mange ce soir ?  
*(Question posée à voix haute)*



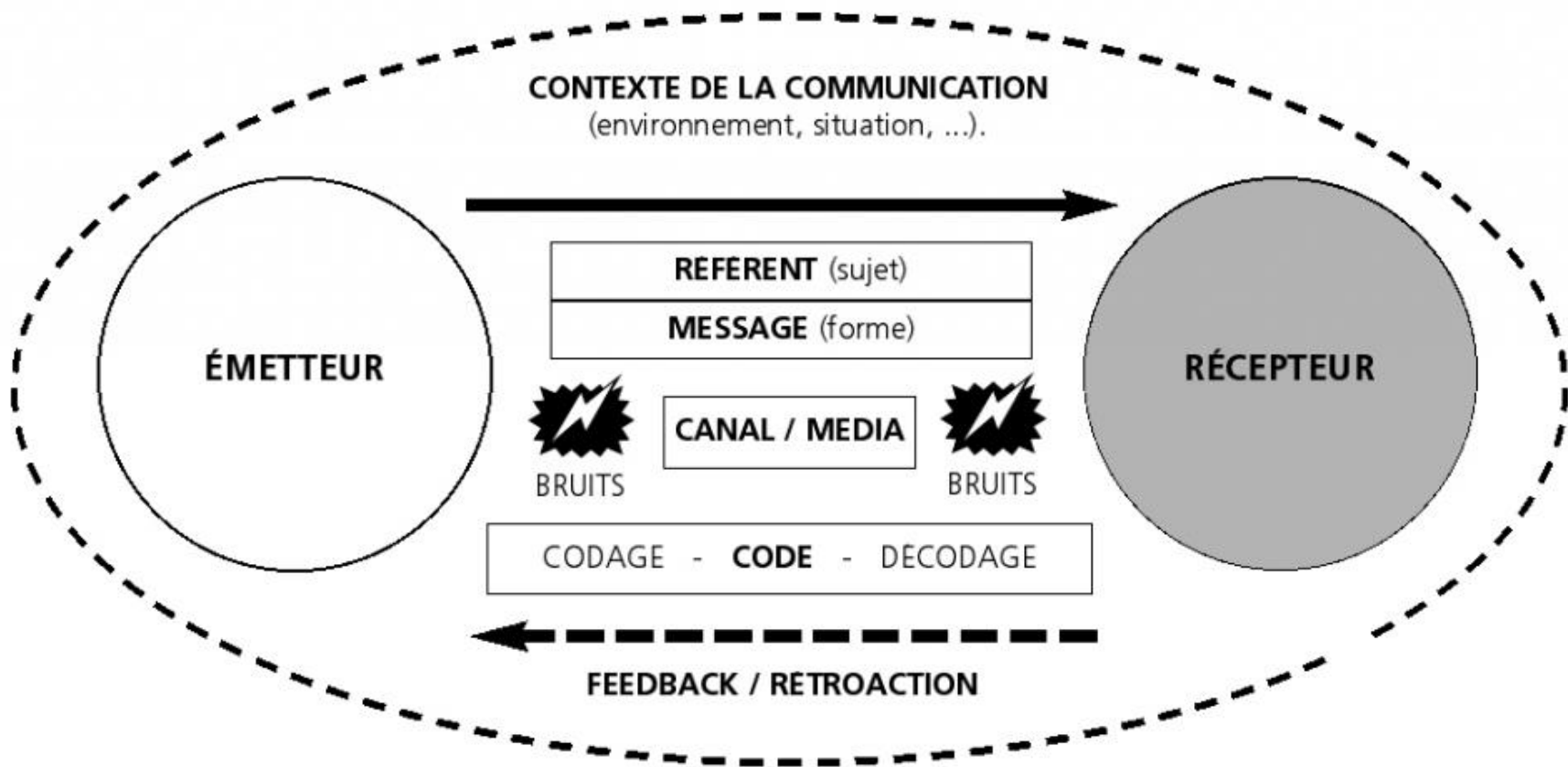
- Exemple de message : Qu'est-ce qu'on mange ce soir ?  
(Question posée à voix haute)
- Sujet : Le menu de ce soir
- Canal : voix
- Code : langue française



- Le sens de la question et de la réponse dépend de la situation.
- Contextes possibles :
  - Vous posez la question à vos parents en rentrant le soir
  - Vous êtes au supermarché en train de faire les courses
  - Vous êtes invités à un diner et vous êtes végétarien
  - Vous êtes sortis avec vos amis et devez choisir un restaurant



- Émetteur : celui qui pose la question
- Récepteur : celui à qui on pose la question.
- Feedback attendu : Une réponse, verbale ou non
- Bruits possible : télé, quelqu'un qui parle, un avion qui passe...



Choisir comment on  
communique

# Définir une stratégie de communication

- Qui je suis ?
- Quel objectif ?
- Quelle cible ?
- Quel message ? Quel ton ?
- Quel moyens ?
- Quand ?



# 1 – Qui je suis ?

## Identité

- Ce qu'on montre clairement au gens
- Voulu et contrôlé

## Image

- Ce que les gens perçoivent de nous
- Facteurs externes

# 1 – Qui je suis ?

## Identité

NOUS PENSONS QUE VOUS MÉRITEZ LE MEILLEUR, ET QUE VOUS NE DEVEZ PAS CHOISIR ENTRE LA QUALITÉ, DES PRIX ACCESSIBLES, ET DE VRAIES VALEURS.

De nouveau bijoux,  
mais les mêmes  
valeurs.

### **Bijoux qui résistent à la vie.**

Plaqué or, garantis 1 an et testés un à un.

Pour vous accompagner au quotidien.

### **Production responsable.**

Nos bijoux sont produits par les louves  
dans l'atelier parisien, et dorés par nos partenaires.

### **Des prix justes toute l'année.**

Nous produisons et distribuons sans intermédiaire,  
et donc sans commission, pour vous garantir  
une qualité élevée (3 microns) au prix le plus bas possible.

## Image

"Lou Yetu, c'est le meilleur  
exemple de la marque très  
belle en apparence mais qui  
est vraiment très laide  
derrière le rideau."

#balancetastartup



# 1 – Qui je suis ?

## Identité

- Ce qu'on montre clairement au gens
- > Voulu et contrôlé

NOUS PENSONS QUE VOUS MÉRITEZ LE MEILLEUR, ET QUE VOUS NE DEVEZ PAS CHOISIR ENTRE LA QUALITÉ, DES PRIX ACCESSIBLES, ET DE VRAIES VALEURS.

De nouveau bijoux,  
mais les mêmes  
valeurs.

### **Bijoux qui résistent à la vie.**

Plaqué or, garantis 1 an et testés un à un.

Pour vous accompagner au quotidien.

### **Production responsable.**

Nos bijoux sont produits par les louves

dans l'atelier parisien, et dorés par nos partenaires.

## Image

- Ce que les gens perçoivent de nous
- > Facteurs externes

Elle stipule une production 100% française mais les bijoux viennent d'Asie pour la plupart (made in France annoncé car il y a juste un fermoir rajouté sur une chaîne...)!

En moyenne les gens ne restent pas plus de 6 mois, aucun respect pour l'humain, il y a un réel harcèlement moral, les horaires sont à rallonge, la charge de travail toujours plus intense et ça paraît normal (excuse : tu es cadre forfait jour). Évidemment derrière aucune reconnaissance.

## 2 - Les Objectifs

### **COGNITIF**

**(faire savoir)**

- Notoriété
- Information
- Visibilité

### **AFFECTIF**

**(faire aimer)**

- Image
- Positionnement
- Lien affectif

### **COMPORTEMENTAL**

**(faire agir)**

- Comportement
- Retombées
- Echanges

## 2 - Les Objectifs

- Cognitif (faire savoir) : Notoriété - Information - Visibilité

VIDEO DU LAPP



PLAQUETTE DU LAPP















ANNUAIRE

Accueil du site > Actualités

### ATLAS à la recherche d'une nouvelle physique dans le cadre des théories effectives



L'un des principaux objectifs du programme de physique du LHC est la découverte de physique au delà du modèle standard, qui pourrait expliquer des phénomènes tels que la matière noire ou l'asymétrie matière/antimatière de l'univers.

Dans le meilleur des scénarios, cette nouvelle physique pourrait se manifester par la présence d'une résonance (un pic étroit dans une distribution d'évènements) similaire à celle qui a annoncé la découverte du boson de Higgs en 2012. Mais ces signaux, s'ils existent, pourraient se trouver à des énergies trop élevées pour être accessibles même au LHC. Tout ne serait pas perdu pour autant : de même que la pente d'un chemin peut renseigner sur le relief à venir, les données collectées au LHC pourraient donner des indications sur des signaux de physique présents à des énergies plus élevées.

Ces effets peuvent être étudiés dans le cadre des théories effectives (EFT), dans lequel les déviations entre le MS et les données sont interprétées comme les effets de nouvelles interactions "effectives" entre les particules habituelles du MS. Ces effets

## 2 - Les Objectifs

- Affectif (faire aimer) : Image – Positionnement – Lien affectif



## 2 - Les Objectifs

- Comportemental (faire agir) : Comportement – Retombées - Echanges

**PRÉPAREZ NOËL  
EN AVANCE**

OFFRES EXCEPTIONNELLES  
DURÉE LIMITÉE

JUSQU'À  
**-50%**



**CLICK &  
COLLECT**

VOS ACHATS FNAC.COM  
**PRÊTS EN 1H**  
DANS VOTRE MAGASIN

En profiter

## 2 - Les Objectifs

- Comportemental (faire agir) : Comportement – Retombées - Echanges





## 3 - La cible



# 3 - La cible

Qui sommes-nous ?

Actualités

Communauté

Nouveautés

**NETFLIX**

Investisseurs

Presse

Recrutement

Ressources

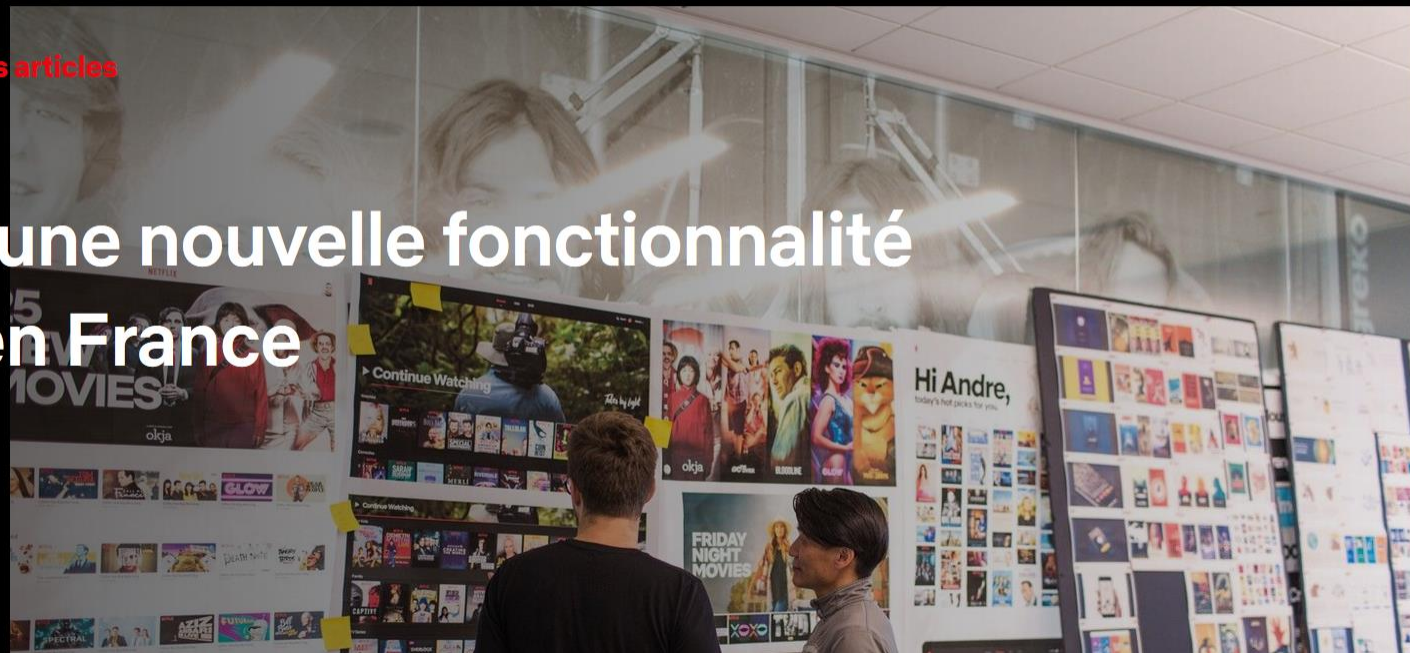
France

Français

[← Retour à Tous les articles](#)

## Direct : une nouvelle fonctionnalité testée en France

Emily Grewal  
Product Manager



## 4 – Le message : Quel ton ?

- La Bretagne ?

## 4 – Le message

### ici aussi, on a des hipsters

À Quimper, les entreprises du textile ont su se renouveler  
et faire d'un vêtement de mer, une pièce maîtresse de la mode.

**BRETAGNE** <sup>BE</sup>  
**PASSEZ À L'OUËST**



[passezalouest.bzh](http://passezalouest.bzh)

# 4 – Le message

ici aussi,  
il y a des bouchons

**BRETAGNE** <sup>BE</sup>  
PASSEZ À L'OUËST



[passezalouest.bzh](http://passezalouest.bzh)

## 4 – Le message

**ici aussi,  
les transports en commun  
sont bondés**

**BRETAGNE**   
**PASSEZ À L'OUËST**



[passezalouest.bzh](http://passezalouest.bzh)

## 4 – Le message : bien choisir ce qu'on dit



## 4 – Le message

 **Bouygues Telecom** ✓  
@bouyguetelecom

Ce matin, nous nous sommes réconciliés avec nos amis ostréiculteurs ❤️ Jusqu'à 13h dans notre boutique de Lorient, achetez une bourriche d'huîtres 🦪, nous vous offrons une coque 📱. Tous les bénéfices sont reversés par le CNC aux Hôpitaux de France. #BhuitresTelecom

[Translate Tweet](#)



12:08 PM · Nov 14, 2020 · Twitter for iPhone

134 Retweets 110 Quote Tweets 778 Likes



## 5 – Les moyens

- Owned : ce qui nous appartient
- Paid : ce qu'on paie
- Earned : ce qu'on gagne

## 6 – Quand ?

- Choisir le bon timing

La fin des blagues...

# #cetaituneblague



## CARAMBAR

## Discussion : les Réseaux sociaux

- Quels réseaux sociaux utilisez-vous ?
  - Quelles sont leurs différences ?

# BRIDGE INSIGHT : LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI COMPTENT EN 2020



RÉSEAUX SOCIAUX

**4,5 MILLIARDS**  
D'INTERNAUTES

**53%** SE CONNECTENT  
VIA MOBILE

**3,7 MILLIARDS**  
D'ACTIFS SUR LES RÉSEAUX

**97%** DES ACTIFS Y ACCÈDENT VIA  
MOBILE

**TEMPS PASSÉ**

**1H28** PAR JOUR EN FRANCE  
**2H40** PAR JOUR DANS LE MONDE

**PÉNÉTRATION**  
DES RÉSEAUX SOCIAUX  
DANS LE MONDE



FACEBOOK

**RÉSEAU SOCIAL**  
DANS 153 PAYS **N°1**

**2,45 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS  
**27,5 MILLIONS** EN FRANCE

**47%** D'ACTIFS SE CONNECTENT  
UNIQUEMENT VIA MOBILE

**20 MILLIARDS**  
DE MESSAGES ÉCHANGÉS PAR MOIS

**500.000** NOUVEAUX PROFILS  
CRÉÉS PAR JOUR SOIT 6/SECONDE

**4 MILLIONS**  
DE LIKES PAR MINUTE

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR FACEBOOK  
**35 MIN**  
PAR JOUR

ÂGE MOYEN DES ACTIFS : 25-34 ANS

**8 MILLIARDS**  
DE VIDÉOS VUES PAR JOUR

**85%** DES VIDÉOS SONT  
VUES SANS LE SON

**2 MDS** DE PERSONNES SONT  
TOUCHÉES PAR LES PUBS

**75%** DES MARQUES PRÉSENTES  
SUR FACEBOOK UTILISENT  
DES ANNONCES SPONSORISÉES



YOUTUBE

**2 MILLIARDS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**46 MILLIONS**  
DE VISITEURS UNIQUES PAR MOIS

**80.000 VIDÉOS**  
VUES CHAQUE SECONDE

**78%** DES VIDÉOS  
SONT VUES SUR MOBILE

**39 MILLIONS**  
DE FRANÇAIS REGARDENT DES VIDÉOS/MOIS

SOIT 77% DE COUVERTURE



**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
SUR YOUTUBE  
**46** (18-34 ANS) **27** (25-49 ANS)  
MINUTES/JOUR

**95%** DE VISIBILITÉ MOY. DES PUB

**90%** DES ACTIFS ONT DÉCOUVERT  
UNE MARQUE OU UN PRODUIT  
VIA YOUTUBE

**66%** DES PUBS « NON-SKIPPABLES »  
ONT AUGMENTÉ LA NOTORIÉTÉ  
DES MARQUES DE 14% (France)



INSTAGRAM

**1 MILLIARD**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
PAR JOUR

**17 MILLIONS**  
D'UTILISATEURS ACTIFS  
PAR MOIS EN FRANCE

**100 MILLIONS** DE PHOTOS  
PARTAGÉES PAR JOUR

**4,2 MILLIARDS**  
DE LIKES CHAQUE JOUR

**TEMPS MOYEN PASSÉ**  
15 MINUTES PAR JOUR

LA TOUR EIFFEL A ÉTÉ  
INSTAGRAMMÉE 5,8 M DE FOIS

**52%** DES ACTIFS SONT  
DES HOMMES

**32%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **25 - 34**  
ANS

**1/3** DES STORIES LES + VUES  
VIENNENT DES MARQUES  
D'ENTREPRISES ONT  
UN COMPTE

**90%** DES ACTIFS FRANÇAIS  
SUIVENT UNE ENTREPRISE  
SUR INSTAGRAM

**60%** DES ACTIFS FRANÇAIS  
DÉCOUVRENT DES NOUVEAUX  
PRODUITS SUR INSTAGRAM



TWITTER

**330 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**500 MILLIONS**  
DE TWEETS PAR JOUR

**80%**  
SUR MOBILE

**44%**  
DES MEMBRES N'ONT  
JAMAIS TWEETÉ

**16,8 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**66%** HOMMES **34%** FEMMES

**DURÉE DE VIE D'UN TWEET**  
15 À 20 MINUTES

**TEMPS MOYEN**  
PASSÉ SUR TWITTER  
**3,39 MIN** PAR SESSION

**92%** DES MARQUES POSTENT DES  
TWEETS + D'UNE FOIS PAR JOUR

**80%** DES TWTTOOS ONT MENTIONNÉS  
AU MOINS UNE MARQUE  
DANS LEURS TWEETS

UN TWEET AVEC UN VIDÉO  
OBTIENT 10 FOIS + D'ENGAGEMENT



PINTEREST

**322 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**10 MILLIONS**  
EN FRANCE

**80%** DES RECHERCHES  
SUR MOBILE

**60%**  
DES MEMBRES  
SONT DES FEMMES

**39,2%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **15-34 ANS**

**50%** DES ACTIFS  
ONT ENTRE **35-64 ANS**

**PLUS DE 4 MILLIARDS**  
DE TABLEAUX CRÉÉS

**PLUS DE 200 MILLIARDS**  
D'ÉPINGLES ENREGISTRÉES

**2 M D'ACTIFS** ENREGISTRENT  
DES ÉPINGLES CHAQUE JOUR

**LES 5 SUJETS TENDANCES**  
À SUIVRE SUR PINTEREST

- VOYAGES RESPONSABLES
- CONSOMMATION RESPONSABLE
- INSPIRATIONS DES CULTURES DU MONDE
- AU-DELÀ DE LA BINARIÉTÉ
- ANIMAUX



LINKEDIN

**660 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
DANS 200 PAYS

**310 MILLIONS**  
D'ACTIFS PAR MOIS

**19 MILLIONS**  
DE MEMBRES  
**10 MILLIONS**  
D'ACTIFS EN FRANCE

SOIT **64%** DE LA POPULATION  
ACTIVE EN FRANCE

**57%** DES ACTIFS  
SONT DES HOMMES

**38%** DES ACTIFS SONT  
NÉS DANS LES ANNÉES 80-90

**39%** DES MEMBRES SONT  
ABONNÉS À LINKEDIN PREMIUM

**70%** DES MEMBRES VIVENT  
EN DEHORS DES USA

**PLUS DE 30 MILLIONS**  
D'ENTREPRISES ONT UN COMPTE

**90%** DES RECRUTEURS UTILISENT  
RÉGULIÈREMENT LINKEDIN

# Discussion : les Réseaux sociaux

## Bonnes pratiques

- S'informer sur les pratiques commerciales et les algorithmes
  - Si c'est gratuit, c'est vous le produit
- Gardez vos comptes en mode privé
- N'acceptez les invitations que de gens que vous connaissez
- Ne cliquez pas sur les liens bizarres en MP
- Faites très attention à ce que vous publiez/partagez
  - Demander l'autorisation avant de poster une photo de quelqu'un
  - Ne jamais indiquer votre localisation
- Vérifiez la fiabilité des sources d'informations
- Etre conscient que tout est réfléchi : ce n'est pas la réalité

**Merci !**