



Margaux Couturier
Eva Lacroix
mMI 2 - TPA

SAE 302

Sommaire

Stratégie de communication.....	2
Contexte et analyse de la situation.....	2
Contexte général.....	2
Informations disponibles & arborescence.....	2
Analyse synthétique des besoins de communication.....	3
Cible + objectifs SMART.....	4
Persona principal - Anne Henry.....	4
Objectif SMART.....	5
Analyse des espaces et audits.....	7
Audit de la page choisie.....	7
Recommandation stratégique - Page magazine & contenus multimédias.....	13
Rôle de la nouvelle page HTML/CSS.....	13
Stratégie SEO pour la page.....	14
Adaptation pour un public international.....	16
KPIs pour la page.....	17
Messages clés et plan d'actions.....	18
Axes éditoriaux.....	18
Messages clés.....	18
Tableau "plan d'actions".....	19
Médias sociaux.....	20
Instagram.....	20
Post "Financer son départ".....	20
Carrousel "3 raisons + 3 destinations".....	21
LinkedIn.....	24
Post "Témoignage étudiant international".....	24
Identité visuelle.....	25
Magazine print international.....	25
Maquette de page web.....	25
Maquette de publication LinkedIn, une publication Instagram, vidéo "Réal" ou tiktok ?.....	25
Habillage de l'émission WebTV.....	25
Liens & livrables.....	26
Page HTML/CSS.....	26
Magazine WebTV.....	26
Binômes.....	26
Annexe.....	26

Stratégie de communication

Contexte et analyse de la situation

Contexte général

L'IUT Nord Franche-Comté propose à ses étudiants des expériences de mobilité internationale (stages, alternance, et 1 à 2 semestres d'études à l'étranger à partir de la 2e année), et met en avant les bénéfices en compétences, langue et employabilité. En parallèle, l'IUT accueille des étudiants internationaux via des programmes d'échange (ADIUT, MEXPROTEC, ERASMUS) ou en mobilité individuelle (notamment via Campus France), avec un label « Bienvenue en France » qui sert de preuve de qualité d'accueil.

Informations disponibles & arborescence



À travers cette carte mentale, nous mettons en avant l'arborescence de la rubrique *International* du menu du site de l'IUT NFC, accompagnée d'une explication pour chaque page. Cette démarche nous permet d'identifier les éléments mis en avant, ainsi que ceux qui le sont moins. De ce fait, nous pouvons adapter notre stratégie de communication en fonction de cette analyse.



D'après cette étude, certains éléments semblent manquer, notamment une présentation plus claire des différentes destinations accessibles. Celles-ci sont peu évoquées et les parcours proposés manquent de lisibilité, ce qui limiterait la compréhension et l'accès à l'information pour les étudiants. Une mise en avant plus détaillée permettrait ainsi d'apporter davantage de réponses aux utilisateurs.

Par ailleurs, une page intitulée « Faire une alternance à l'étranger » est disponible, mais elle ne fournit pas d'informations précises. L'absence de détails concernant le processus à suivre, les aides financières possibles ou encore la durée du séjour peut engendrer une confusion pour l'utilisateur et freiner son engagement.

Analyse synthétique des besoins de communication

Le besoin de communication est donc de toucher une audience internationale et multiculturelle en clarifiant les parcours (où partir/venir, quand, comment candidater) et en rassurant grâce à des informations concrètes (formations, procédures, accompagnement, aides).

Cible + objectifs SMART

Persona principal - Anne Henry



"Rester, c'est exister. Mais voyager, c'est vivre." - Gustave Nadaud

AGE
PROFESSION
STATUS
LOCATION

20 ans
Etudiante
Célibataire
Montbéliard, FR

Anne Henry

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL



OBJECTIFS

- Vise un semestre Erasmus au Canada pour améliorer son anglais
- Se démarquer sur LinkedIn/CV avec une expérience à l'internationale
- Améliorer ses soft skills : prise de parole, adaptation, gestion du stress, autonomie.

PERSONNALITÉ

Curieuse	●	●	●	●	●	●
Autonome	●	●	●	●	●	●
Sociale	●	●	●	●	●	●
Adaptable	●	●	●	●	●	●
Organisée	●	●	●	●	●	●

FRUSTRATIONS

- Administratif : dossiers, assurance, conventions, visa (hors UE), documents en anglais.
- Financier : avance de frais, incertitude sur le montant/versement des aides, coût du logement.
- Psychologique : peur de l'isolement, barrière de la langue, stress "je ne vais pas être au niveau".

MARQUES FAVORITES



Anne Henry est une étudiante de 20 ans en MMI à Montbéliard. Elle représente le profil type d'une étudiante de l'IUT NFC intéressée par une mobilité internationale, avec une sensibilité forte aux enjeux de carrière et de développement personnel.

Son objectif principal est d'effectuer un semestre à l'étranger afin d'améliorer son anglais, de gagner en autonomie et de se démarquer sur son CV/LinkedIn grâce à une expérience internationale. Curieuse et adaptable, elle est motivée par la découverte d'une nouvelle culture, l'acquisition de soft skills (prise de parole, gestion du stress, capacité d'adaptation) et l'idée de vivre une expérience "marquante" avant d'entrer sur le marché du travail.

Cependant, plusieurs freins peuvent ralentir sa décision : la complexité des démarches administratives (documents, assurances, conventions, visa selon la destination), l'incertitude financière (avance de frais, aides, coût du logement) et des inquiétudes plus personnelles (peur de l'isolement, barrière de la langue, crainte de ne pas être au niveau). Ce persona permet donc d'orienter la stratégie de communication vers des contenus rassurants et très concrets : étapes claires, contacts identifiés, informations sur les aides, retours d'expérience et exemples pratiques, dans des formats adaptés à une étudiante créative et connectée.

Objectif SMART

Critère SMART	Améliorer l'information "venir étudier"	Augmenter les candidatures (ou prises de contact)	Faciliter l'intégration (rassurer avant l'arrivée)
Spécifique	Clarifier le parcours "Je suis étudiant international : que puis-je étudier ? comment candidater ?" (UE / hors UE).	Inciter les étudiants internationaux à passer à l'action (clic candidature, demande d'info, RDV).	Proposer un kit d'accueil (logement, vie pratique, démarches) + contacts référents.
Mesurable	Nombre de visites sur la page "accueil des étudiants internationaux", taux de scroll, temps moyen.	Clics vers "Études en France", "eCandidat", formulaire contact, emails envoyés.	Téléchargements/consultations du kit, clics vers FAQ, messages reçus, participation à une visio d'accueil.
Atteignable	Oui, via réécriture plus simple, CTA visibles, version courte en anglais, FAQ.	Oui, via posts ciblés + témoignages d'internationaux + CTA "Apply / Contact".	Oui, avec contenus réutilisables (checklist, FAQ, mini-vidéo 60s) et relais BDE/reliations internationales.
Réaliste / Pertinent	Pertinent car la friction principale est souvent la compréhension des étapes et des formations (langue, procédures).	Pertinent car l'objectif final est la conversion (candidature/contact), pas seulement la visibilité.	Pertinent car rassurer réduit l'abandon et améliore l'expérience d'accueil.
Temporel	Sous 6 semaines (optimisation page + FAQ + version EN).	Sous 8 semaines après diffusion de la mini-campagne (3-6 contenus).	Sous 8 semaines (kit + 1 visio d'accueil + 1 contenu "vie à Montbéliard/Belfort").

Justification

Objectif 1 : Augmenter le trafic vers la page "Mobilité internationale / partir à l'étranger" (ton +30% en 8 semaines)

Notre objectif 1 est d'augmenter de 30% le trafic vers la page "Faire un ou plusieurs semestres à l'étranger" (ou la page "Mobilité internationale") de l'IUT NFC en 8 semaines. Cet objectif est spécifique car il cible une page précise liée au départ à l'étranger et un chiffre clair (+30%). Cet objectif est mesurable car on peut suivre l'évolution des visites, des visiteurs uniques et du temps passé via des statistiques web (type analytics). Cet objectif est atteignable grâce à une mini-campagne de contenus (posts, réels, témoignages) avec un lien/CTA unique renvoyant vers la page, et un relais par les canaux de l'IUT. Cet objectif est réaliste car il repose sur des actions légères (rédaction, visuels, diffusion régulière) réalisables dans le cadre de la SAÉ, sans budget lourd. Enfin, il est temporel car on fixe une durée de 8 semaines pour atteindre le résultat.

Objectif 2 : Générer des clics “candidater / contact” pour étudiants internationaux (60 clics en 8 semaines)

Notre deuxième objectif est de générer 60 clics “candidater / contact” (ex : vers “Études en France”, eCandidat ou un formulaire mail) depuis les contenus de campagne en 8 semaines. Cet objectif est spécifique car on mesure une action concrète attendue : le clic vers les démarches de candidature. C’est mesurable car on peut compter les clics sur les liens et boutons (CTR, clics sortants). C’est atteignable en publiant des contenus qui répondent aux questions clés (conditions, étapes, deadlines) et en intégrant un lien unique et un CTA clair dans chaque contenu. C’est réaliste car, même avec une audience limitée, une mini-campagne régulière + des témoignages augmentent fortement la probabilité de passage à l’action. Et c’est temporel car l’objectif doit être atteint sur une période de 8 semaines.

Objectif 3 : Obtenir 100 consultations du “kit d’accueil” (6 semaines)

Notre troisième objectif est d’obtenir 100 consultations (ou téléchargements) d’un “kit d’accueil international” (checklist + FAQ + contacts) en 6 semaines après sa mise en ligne. Cet objectif est spécifique car il porte sur un contenu précis : le kit d’accueil, avec un chiffre défini : 100. C’est mesurable car on peut compter le nombre de clics, de vues ou de téléchargements du kit. C’est atteignable en le mettant en avant sur la page “Accueil”, dans une story Instagram, et dans une publication dédiée (avec rappel hebdomadaire). C’est réaliste car le kit est un contenu simple à produire (format PDF + liens), réutilisable dans plusieurs supports (site, réseaux, magazine). Enfin, c’est temporel car on se donne 6 semaines pour obtenir ces résultats.

Analyse des espaces et audits

Audit de la page choisie

Audit technique

Structure, navigation & maillage interne (crawl)

La page “PARTIR ETUDIER À L'ETRANGER” est structurée en 3 sections principales dédiées aux parcours de mobilité : “Partir en stage”, “Partir en semestre d'études” et “Alternance”. Cette organisation aide Google à comprendre les sous-thèmes (stage / semestre / alternance) et facilite la lecture pour l'utilisateur.

L'IUT Nord Franche-comté offre à ses étudiants la possibilité d'effectuer des stages, une alternance, et un à deux semestre(s) d'études à l'étranger, en pays francophones, anglophones, germanophones, hispanophones, ou autres.

Partir en stage

Chaque année, des étudiants effectuent un stage à l'étranger, en Europe ou sur d'autres continents. La proximité avec la Suisse romande et alémanique est particulièrement attractive pour les étudiants.

Effectuer un ou plusieurs stages à l'étranger permet :

- de maîtriser une langue étrangère pour améliorer son employabilité ou en vue d'une poursuite d'études,
- de découvrir une autre culture,
- d'approfondir ses connaissances,
- (de s'ouvrir un plus grand nombre de portes en sortant de l'Université),

« d'acquies une expérience professionnelle et culturelle unique »

Elle est cumulable avec la bourse d'enseignement supérieur, attribution sur critères sociaux (dont la demande est à effectuer du 15 janvier au 15 avril sur [crous besançon](#))

Cette liste n'est pas exhaustive > [d'infos](#)

Partir en semestre d'études

À partir de la 2ème année, les étudiants peuvent faire un ou deux semestres de leur formation à l'étranger, en fonction des accords établis avec des établissements partenaires par leur département de formation, dans la limite de 2 semestres pour les 3 ans de formation.

Les étudiants peuvent, par exemple, faire un semestre en 2ème année de BUT dans un CEGEP (équivalent d'un IUT) ou deux semestres en 3ème année en école d'ingénieur ou université au Canada (Québec) selon les formations.

Les étudiants peuvent aussi effectuer un ou deux semestres dans un établissement partenaires Erasmus par exemple en Allemagne, en Espagne ou en Belgique selon les formations.

Aides à la mobilité internationale dans le cadre d'un programme d'échanges

Alternance

Il est possible de faire une alternance à l'étranger.

Portrait :



L'alternance à l'international : Portrait d'un alternant en Suisse

Comment trouver une alternance en Suisse ?

- Il faut envisager l'alternance dès l'inscription, ne pas laisser les bourses d'admission se fermer.
- Être rigoureux.

LES AVANTAGES ?

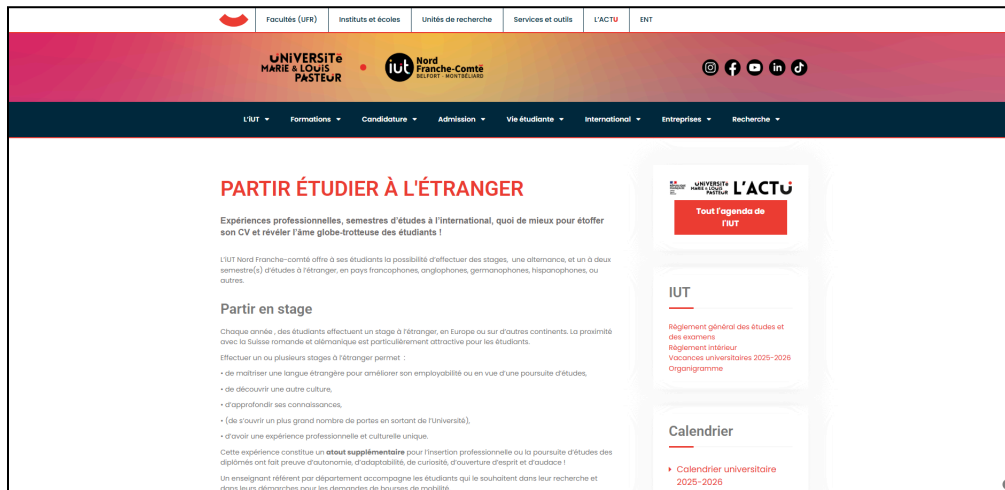
- Le salaire.
- Le séjour de formation (pas besoin de certificat).
- Possibilité d'emploi après dans l'entreprise d'origine.

QUELS SONT LES CONSEILS QUE TU DONNERAIS AUX ÉTUDIANTS QUI SOUHAIENT FAIRE LEUR ALTERNANCE EN SUISSE ?

LES INCONVÉNIENTS ?

- 400 heures.
- Perte de la vie sociale.

En revanche, la navigation manque d'un repère essentiel : il n'y a pas de fil d'Ariane visible. Cela rend le repérage moins intuitif sur le site, car l'utilisateur ne voit pas clairement où il se situe dans l'arborescence (ex. Accueil > International > Mobilité internationale) et peut ne plus se souvenir du chemin parcouru après avoir cliqué sur plusieurs liens (internes ou externes). Cette absence augmente la friction, surtout pour un sujet complexe (démarches, bourses, calendrier).



Par ailleurs, le maillage interne peut être renforcé : la page explique les possibilités (stage, semestre, alternance), mais elle ne met pas suffisamment en avant des liens internes “forts” (CTA) vers les pages dédiées qui existent déjà (par exemple “Faire un stage à l’étranger” ou “Faire un ou plusieurs semestres à l’étranger”).

Principe SEO :

Un maillage interne clair facilite l'exploration (crawl), améliore la compréhension de la structure du site et renforce la performance des pages cibles grâce à une meilleure circulation de l'autorité interne. De plus, un fil d'Ariane clarifie la structure du site pour l'utilisateur (et pour les moteurs), en facilitant le retour vers les pages parentes et en réduisant la perte de contexte lors de la navigation.

Recommandations concrètes:

- Ajouter un fil d'Ariane en haut de page, par exemple : Accueil > International > Mobilité internationale, et l'harmoniser sur les pages du même thème.
- Ajouter 3 boutons/CTA visibles (un sous chaque section) :
 - sous “Partir en stage” → lien interne vers la page “Faire un stage à l’étranger” ;
 - sous “Partir en semestre d’études” → lien interne vers la page “Faire un ou plusieurs semestres à l’étranger” ;
 - sous “Alternance” → lien interne vers la page “Faire une alternance à l’étranger” ou vers une page explicative plus détaillée.

Ajouter un bloc “Ressources utiles” comprenant 5 liens internes (stage, semestre, alternance, certifications langues, mobilité entrante/accueil internationaux) afin d’augmenter le nombre de passerelles vers les contenus utiles et de renforcer la cohérence du cluster “international”.

Qualité des liens sortants

Dans les sections sur les aides financières, plusieurs passages utilisent des formulations comme “depuis ce lien” ou “aides pour financer”, sans afficher systématiquement une URL explicite ou un intitulé de lien clair. Cela peut générer des liens incomplets, peu visibles ou ambigus et dégrader l’expérience utilisateur (l’étudiant ne sait pas exactement où cliquer), notamment sur mobile.

Aides à la mobilité internationale dans le cadre d’un stage

Il existe plusieurs bourses de stage à l’international, qui sont cumulables (certaines sont soumises à conditions de ressources).

- **Bourse de stage Erasmus+**

Candidature, informations sur les pays éligibles et conditions d’éligibilité depuis ce lien :

> **Bourses de stage Erasmus**

Certains étudiants peuvent bénéficier d’un complément inclusion Erasmus+, informations sur le montant et les conditions d’éligibilité depuis ce lien :

> **Complément inclusion Erasmus+**

- **Dynastage**

Principe SEO

Une mauvaise expérience de navigation (liens difficiles à trouver/comprendre) peut réduire l’engagement et augmenter les retours rapides, ce qui peut nuire indirectement à la performance.

Recommandations concrètes (avec chiffres) :

- Objectif qualité : viser 100% de liens sortants importants en version “ancre descriptive + URL fonctionnelle” (testés sur mobile)
- Remplacer chaque “depuis ce lien” par une ancre explicite : “Candidater à la bourse Erasmus+”, “Complément inclusion Erasmus+”, “Aide à la mobilité internationale”, etc...
- Ajouter un encadré “Financer sa mobilité” avec 3 liens sortants officiels (Erasmus+ / AMI / Région) pour centraliser et éviter la dispersion

Audit sémantique

La page traite de mobilité sortante (stage, semestre, alternance) et de financement (Erasmus+, bourses, aides), donc les mots-clés doivent refléter l'intention "partir à l'étranger" et inclure la dimension "IUT NFC / local".

Expressions principales visées

- "mobilité internationale IUT Nord Franche-Comté" (requête marque + information)
- "semestre à l'étranger IUT Belfort Montbéliard" (intention : partir étudier, requête locale)
- "stage à l'étranger IUT NFC" (intention : partir en stage, requête ciblée)

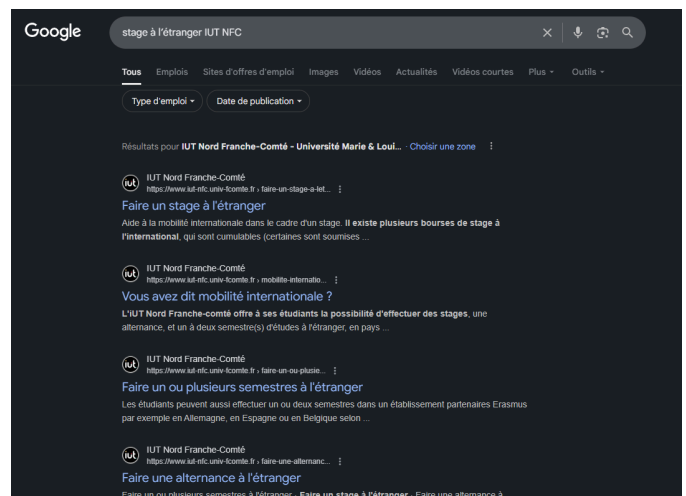
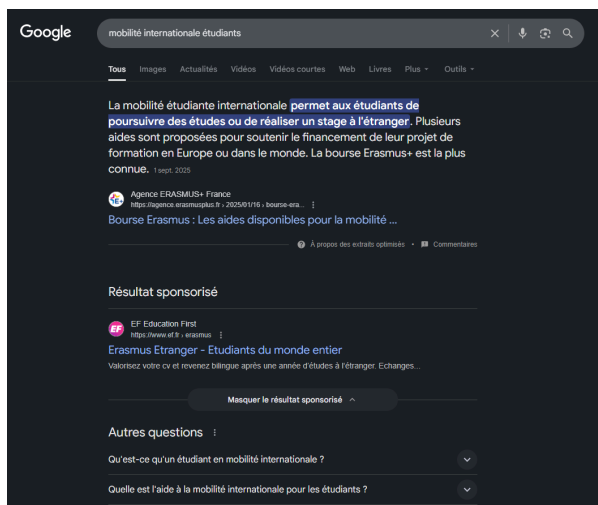
Recommandations sémantiques

- Renforcer le contexte local et l'identification : intégrer "IUT Nord Franche-Comté" dès l'introduction et dans un intertitre pour capter les requêtes "marque + intention".
- Optimiser les intertitres : faire apparaître "stage à l'étranger" et "semestre à l'étranger" directement dans les titres de section (ou sous-titres), car ce sont des formulations naturelles de recherche.
- Optimiser les ancres des liens internes : préférer "Faire un stage à l'étranger" plutôt que "en savoir plus" pour renforcer la pertinence sémantique.
- Ajouter une mini-FAQ de 4 questions (Quand partir ? Où partir ? Quelles bourses ? Qui contacter ?) pour capter des requêtes longue traîne et améliorer la clarté.

Audit visibilité (SERP)

Sans outil de positionnement, l'analyse de visibilité repose sur l'observation de la SERP via une capture Google. Sur des requêtes très génériques ("mobilité internationale étudiants", "partir étudier à l'étranger"), les premiers résultats sont souvent dominés par des sites institutionnels nationaux, de grandes universités et des pages guides, ce qui crée une forte concurrence.

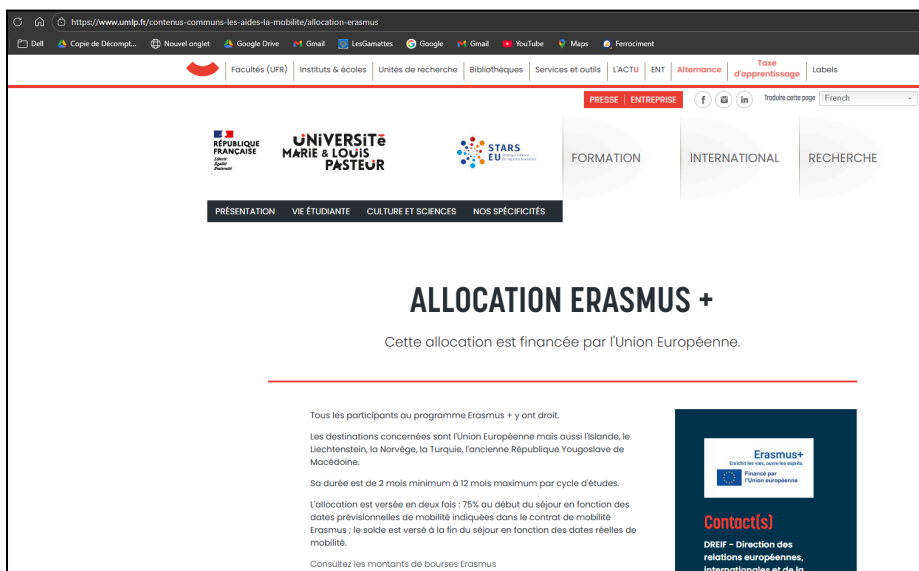
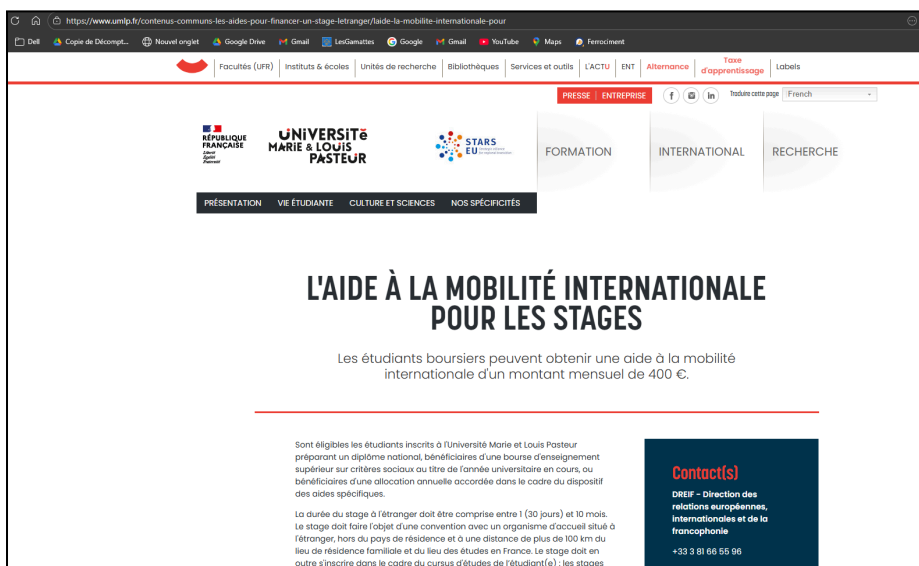
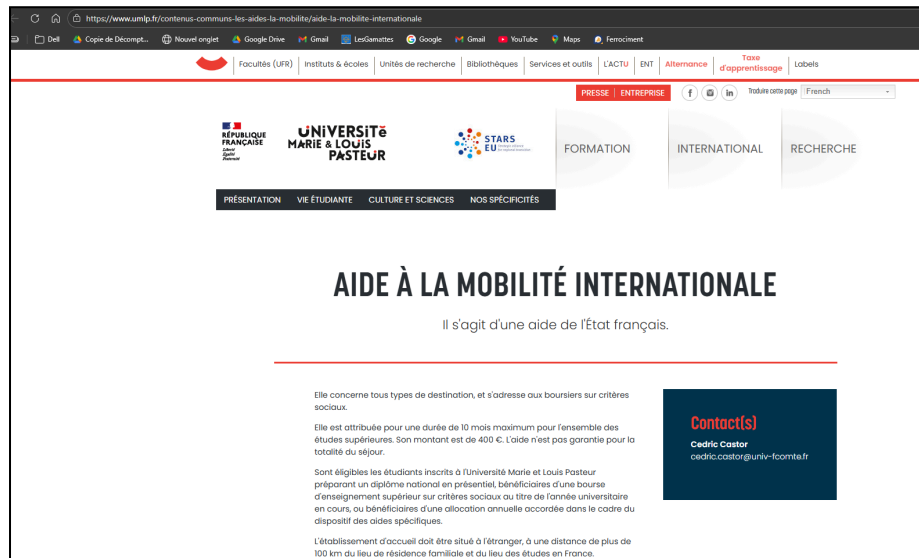
Pour maximiser les chances d'apparaître, la stratégie la plus réaliste consiste à viser des requêtes longue traîne et marque + local ("IUT NFC", "Belfort/Montbéliard", "stage/semestre à l'étranger"), puis à renforcer le contenu et le maillage interne autour de ces intentions.



Netlinking

L'objectif du netlinking est d'obtenir des liens entrants depuis des sites fiables et thématiques, afin d'augmenter l'autorité perçue de la page.

- Backlink 1 (institutionnel / UMLP) : obtenir un lien depuis une page UMLP sur les aides à la mobilité (AMI/allocations) vers la page "mobilité internationale" IUT NFC, avec l'ancrage "Mobilité internationale – IUT Nord Franche-Comté".
- Backlink 2 (collectivités / Région BFC) : obtenir un lien depuis une page régionale "Mobilité internationale" vers la page IUT NFC, avec l'ancrage "partir en semestre/stage à l'étranger avec l'IUT NFC".



Recommandation stratégique - Page magazine & contenus multimédias

Rôle de la nouvelle page HTML/CSS

La page web créée (<https://sae302-couturier-lacroix.netlify.app/>) joue le rôle de hub central pour la communication sur la mobilité internationale à l'IUT NFC. Elle remplit trois fonctions stratégiques :

1. Vitrine du magazine bilingue

La page met en avant les deux versions du magazine (français et anglais) avec téléchargement direct en PDF. Chaque magazine est présenté dans une carte visuelle avec badge de langue, nombre de pages et description, facilitant l'accès immédiat au contenu.

2. Plateforme multimédia intégrée

Elle centralise tous les contenus produits dans le cadre de la SAÉ 302 : magazine WebTV, témoignages vidéo d'étudiants (Zoé-Augustine au Canada), et informations sur les programmes de mobilité (FutureLab 2026, stages, alternances).

3. Point d'entrée vers les ressources internationales

La page propose une navigation claire vers les destinations partenaires (8 pays avec statistiques), les programmes institutionnels (Erasmus+, STAR-EU, VIÉ), et les réseaux sociaux de l'IUT NFC pour suivre l'actualité internationale.

Valeur ajoutée : Contrairement aux pages existantes du site IUT NFC qui sont textuelles et informatives, cette page adopte une approche visuelle et narrative avec sélecteur de langue (FR/EN/ES), cartes interactives des destinations, badges drapeaux, et design moderne adapté à une audience internationale.

Stratégie SEO pour la page

Optimisation technique

- URL cible recommandée :
www.iut-nfc.univ-fcomte.fr/international/magazine-mobilite (URL courte et descriptive)
- Balises HTML optimisées :
 - <title> : "Mobilité Internationale - IUT NFC | UMLP"
 - Meta description (155 caractères) : "Découvrez notre magazine bilingue FR/EN avec témoignages d'étudiants, vidéos et toutes les infos pour partir en mobilité internationale à l'IUT NFC."
- Balises multilingues :
 - <html lang="fr"> avec <link rel="alternate" hreflang="en" href="..."> pour signaler à Google les versions linguistiques
 - Sélecteur de langue intégré (boutons FR/EN/ES) pour améliorer l'expérience utilisateur

Mots-clés ciblés

Français :

- "magazine mobilité internationale IUT NFC"
- "témoignage étudiant Erasmus Belfort"
- "partir étudier à l'étranger IUT Nord Franche-Comté"

Anglais :

- "study abroad IUT France"
- "international student testimonials Belfort"
- "Erasmus+ magazine IUT NFC"

Structure sémantique

- H1 : "Mobilité Internationale - Yes, I can!" (reprend le slogan + mots-clés)
- H2 : "Notre Magazine International", "Destinations Partenaires", "Programmes de Mobilité", "Témoignages d'Étudiants"
- Textes alternatifs : Toutes les images ont des attributs alt descriptifs (ex : "Couverture du magazine international IUT NFC")
- Données structurées (Schema.org) : Ajouter un balisage Article pour le magazine et VideoObject pour les témoignages afin d'améliorer l'affichage dans les résultats de recherche

Mini-FAQ recommandée

Pour capter des requêtes longue traîne, ajouter une section FAQ avec 5 questions :

1. Quand puis-je partir à l'étranger ? (Réponse : dès la 2e année BUT)
2. Quelles sont les destinations possibles ? (Réponse : 25 pays, 78+ universités)
3. Comment financer ma mobilité ? (Réponse : Erasmus+, AMI, aides régionales)
4. Dois-je parler la langue du pays ? (Réponse : niveau B1 recommandé + formations linguistiques)
5. Qui contacter pour plus d'infos ? (Réponse : service Relations Internationales + lien email)

Adaptation pour un public international

Version multilingue complète

- Sélecteur de langue : Boutons FR/EN/ES en haut de page (fixe au scroll) avec drapeaux
- Traduction 100% : Tous les textes, titres, boutons, descriptions traduits (pas de contenu hybride)
- Contenus adaptés culturellement :
 - Formats de date : JJ/MM/AAAA (FR) vs MM/DD/YYYY (EN)
 - Devises : Euros (FR) vs CAD/USD si applicable (EN)
 - Références culturelles : Adapter les expressions idiomatiques ("Yes, I can!" universel, pas de jeux de mots français)

Visuels universels et inclusifs

- Émojis drapeaux : Identification immédiate des destinations ( Espagne,  Allemagne,  Canada...)
- Icônes Font Awesome : Utilisées pour les actions ( télécharger,  vidéo,  destinations) compréhensibles sans texte
- Photos diversifiées : Représentation de différentes nationalités, cultures, et profils étudiants
- Vidéos sous-titrées : Tous les témoignages vidéo avec sous-titres FR + EN pour accessibilité et compréhension internationale

Canaux spécifiques public étranger

Partenariats avec universités

- Demander aux universités partenaires (Espagne, Allemagne, Canada) de partager la page sur leurs réseaux sociaux
- Échange de contenu : Publier un post "Discover IUT NFC" sur Instagram des universités partenaires avec lien

Forums et communautés internationales

- Reddit : Post sur StudyAbroad, Erasmus avec lien vers la page
- The Student Room (UK) : Thread "Study in France - IUT NFC experience"
- Facebook Groups : Groupes Erasmus France, International Students in France

Google Ads ciblé (optionnel, si budget)

- Campagne Google Ads Display ciblée "study in France" dans les pays partenaires (Espagne, Allemagne, Italie)
- Budget : 100-200€ pour 4 semaines → objectif : 500 clics vers la page

KPIs pour la page

KPI	Objectif	Outil de mesure	Justification
Visiteurs uniques	500	Google Analytics	Mesure l'audience touchée par la campagne de promotion
Taux de rebond	< 60%	Google Analytics	Indique si le contenu est pertinent et engage les visiteurs
Temps moyen sur page	> 2 min	Google Analytics	Reflète l'intérêt pour les contenus (vidéos, magazines, programmes)
Téléchargements magazine	150 (75 FR + 75 EN)	Tracking liens PDF (UTM)	Conversion principale : accès au contenu phare
Clics vidéos	200	YouTube Analytics / Video player	Mesure l'engagement avec les témoignages vidéo
Taux d'engagement Instagram	5%	Instagram Insights	Interactions (likes, commentaires, partages) / impressions
Clics LinkedIn	50	LinkedIn Analytics	Trafic généré depuis les posts professionnels
Vues TikTok / Reels	2 000	TikTok Analytics	Portée virale auprès de la GenZ internationale
Taux de changement de langue	20%	Google Analytics (événement)	Indique l'utilisation de la version EN/ES par les internationaux

Messages clés et plan d'actions

Axes éditoriaux

1. "Oser partir" : l'international comme accélérateur de parcours
 - Mettre en avant les bénéfices concrets : CV, employabilité, autonomie, ouverture culturelle, expérience unique
2. "C'est possible et accompagné" : simplifier la mobilité
 - Contenus orientés pratique : étapes, checklists, contacts/référents, retours d'expérience, et rassurance sur les démarches
3. "C'est finançable" : aides et solutions
 - Expliquer clairement les dispositifs (Erasmus+, Aide à la mobilité internationale, bourses régionales selon cas) et comment les demander

Messages clés

- « À l'IUT NFC, partir à l'étranger (stage ou semestre) est un vrai plus pour ton CV et ton projet pro. »
- « Tu peux partir dès la 2e année, selon les accords de ton département, et être accompagné par un référent. »
- « Des aides existent pour financer ta mobilité (Erasmus+, AMI, etc.) : on t'explique quoi demander et quand. »

Tableau “plan d’actions”

Cible	Objectif de l'action	Message	Canal	Contenu à produire	Date & fréquence	KPI (résultat attendu)
Étudiants IUT NFC (BUT2/BUT3)	Notoriété : faire connaître la mobilité sortante	« Partir en semestre/stage : un vrai plus pour le CV et les compétences. »	Instagram (post + story)	Carrousel “3 raisons de partir + 3 destinations possibles” + story sondage	Semaine 1 : 1 post + 2 stories	3 000 recherches ; 100 interactions (likes/commentaires/partage)
Étudiants IUT NFC (BUT2/BUT3)	Considération : rassurer sur les démarches	« On t'accompagne : étapes simples + contacts. »	Site web (page)	Mini-guide “checklist départ” (PDF) + encart “qui contacter”	Semaine 1 : mise en ligne ; rappel semaine 3	100 vues page ; 30 téléchargements PDF
Étudiants IUT NFC	Conversion : générer des clics vers infos (aides/démarches)	« Des aides existent : Erasmus+, AMI... voilà comment les demander. »	LinkedIn + Instagram + site web	Post “financer son départ” + visuel schéma + lien	Semaines 2-3 : 1 post/semaine	40 clics lien ; CTR ≥ 2%
Étudiants IUT NFC	Preuve sociale : donner envie par témoignage	« Elle/il est parti : ce que ça lui a apporté + conseils. »	Reel/TikTok	Vidéo 45-60s : avant/après + 3 tips	Semaine 2 : 1 vidéo ; semaine 4 : 1 vidéo	2 000 vues ; 5% engagement
Étudiants IUT NFC + parents	Conversion : amener vers la page “magazine + contenus”	« Tout est regroupé ici : magazine + vidéos + liens utiles. »	Page web “vitrine”	Landing page : magazine + extraits vidéo + boutons “semestre/stage /aides/contact”	Semaine 4 : mise en ligne	+30% trafic page en 8 semaines ; 50 clics CTA
Étudiants internationaux (entrants)	Notoriété : faire connaître l'IUT NFC	« Étudier à l'IUT NFC : parcours, vie étudiante, accueil. »	Instagram + page web (EN)	Post “Study in NFC” + mini FAQ en anglais (section page)	Semaines 1-2 : 1 post + MAJ page	2 000 recherches ; 20 clics vers page EN
Étudiants internationaux (entrants)	Conversion : encourager prise de contact/candidature	« Voici les étapes et les liens pour candidater selon ton profil. »	LinkedIn + page web	Post “How to apply” + CTA vers procédure (UE/hors UE)	Semaines 3-4 : 1 post	25 clics ; 5 mails “infos/candidature”
Tous publics (JPO)	Image : rendre le projet diffusable	« International à l'IUT : témoignages + infos concrètes. »	WebTV / YouTube	Émission 20-30 min : plateau + interview + reportage court	Semaine JPO : 1 live	100 vues ; 10 min de durée moyenne

Médias sociaux

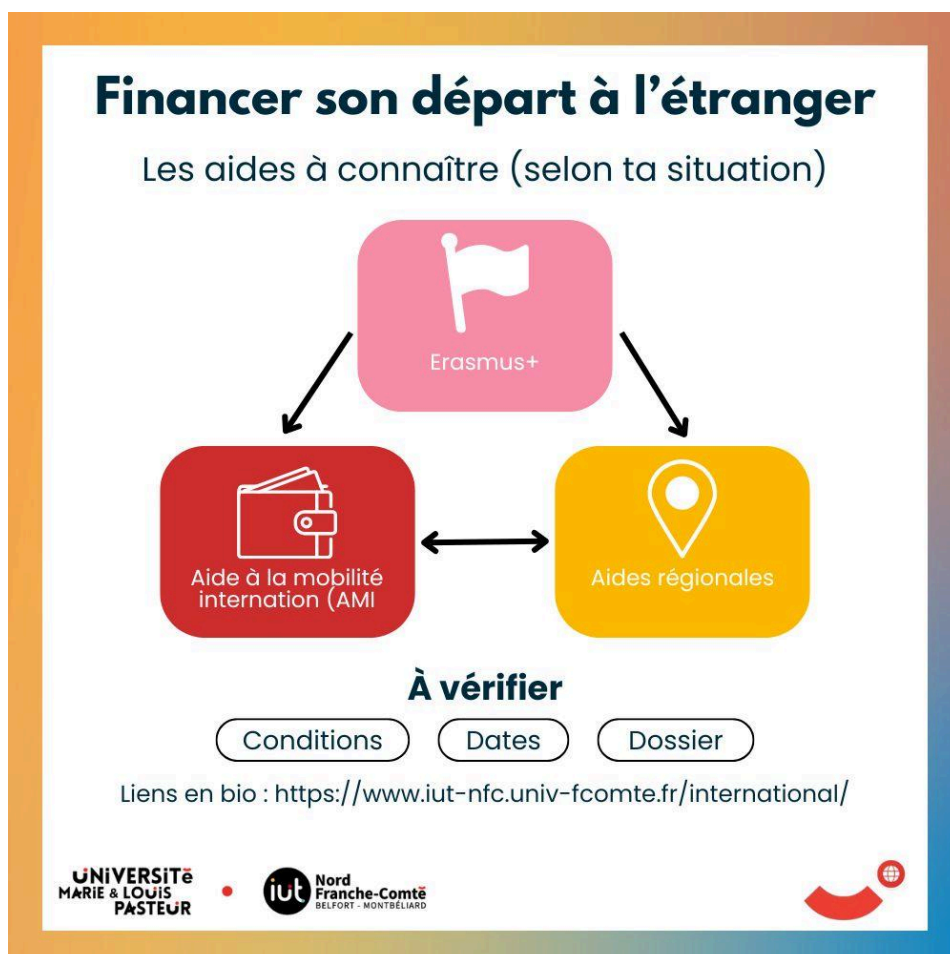
Instagram

Post “Financer son départ”

Ce post Instagram a pour objectif de lever l'un des principaux freins au départ à l'étranger : l'incertitude sur le financement. Le visuel adopte une forme d'infographie très simple (“schéma” en 3 blocs) pour rendre l'information immédiatement compréhensible sur mobile, en présentant les trois familles d'aides à connaître : Erasmus+, AMI et aides régionales.

Le choix d'un contenu court et structuré (titre clair + sous-titre + section “À vérifier : Conditions / Dates / Dossier”) répond au besoin des étudiants d'avoir une vue d'ensemble rapide avant d'entrer dans les détails administratifs. Enfin, l'appel à l'action “Lien en bio” permet de basculer vers une ressource plus complète (page web/guide), transformant un post de sensibilisation en étape concrète de parcours (information → action).

Visuel



Légende du post

🌍 Partir à l'étranger, c'est possible... et ça se prépare !

💰 Pour financer ton départ, pense à regarder : Erasmus+, AMI (Aide à la mobilité internationale), Aides régionales

📝 À vérifier avant de te lancer : Conditions - Dates - Dossier

🔗 Plus d'informations : <https://www.iut-nfc.univ-fcomte.fr/international/>

💬 Besoin d'aide ? Contacte ton référent mobilité

#IUTNFC #MobiliteInternationale #BourseErasmus #AideMobilite
#EtudierALEtranger #StageALEtranger #BUT #ErasmusLife #StudyAbroad
#BourseEtudiant

Carrousel “3 raisons + 3 destinations”

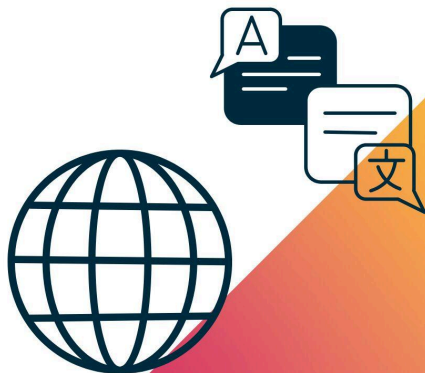
Ce carrousel a pour objectif de créer de l'envie et de faire comprendre rapidement, en quelques slides, pourquoi la mobilité internationale est intéressante pour un étudiant de l'IUT NFC. La structure “3 raisons + 3 destinations” simplifie le message et permet une lecture progressive.

Le contenu met en avant des bénéfices concrets et directement utiles pour la cible (expérience valorisable, langue/confiance, autonomie et réseau), avec des mots-clés courts (“CV”, “Portfolio”, “LinkedIn”) qui parlent particulièrement à des étudiants MMI. Enfin, la présence répétée de la mention “Infos : www.iut-nfc.univ-fcomte.fr” et le slide final qui invite à tenter l'aventure transforment le carrousel en passerelle vers une ressource plus complète, ce qui soutient l'objectif de conversion (se renseigner puis passer à l'action).



LANGUE + CONFIANCE

- Immersion au quotidien
- À l'aise à l'oral



UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR

iut Nord
Franche-Comté
BESANCON MONTBELLIAUD

AUTONOMIE

- Adaptation
- Réseau international



UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR

iut Nord
Franche-Comté
BESANCON MONTBELLIAUD

DESTINATION : SUISSE

Proche
Opportunités de stage

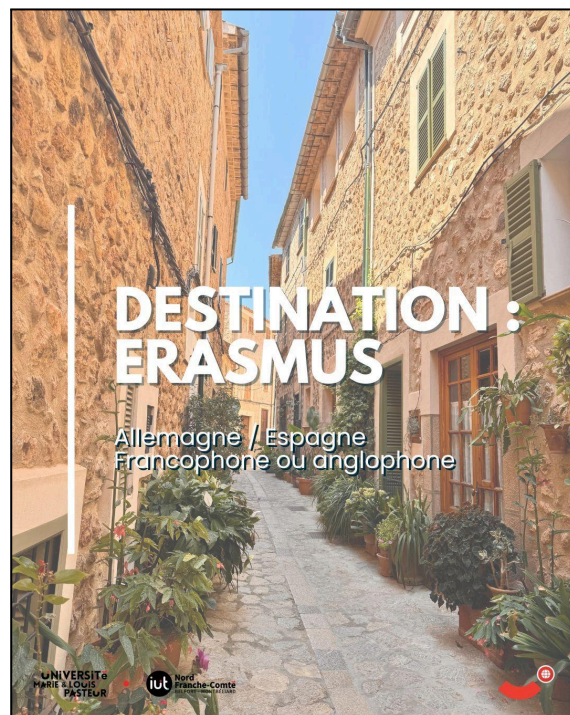


UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR

iut Nord
Franche-Comté
BESANCON MONTBELLIAUD

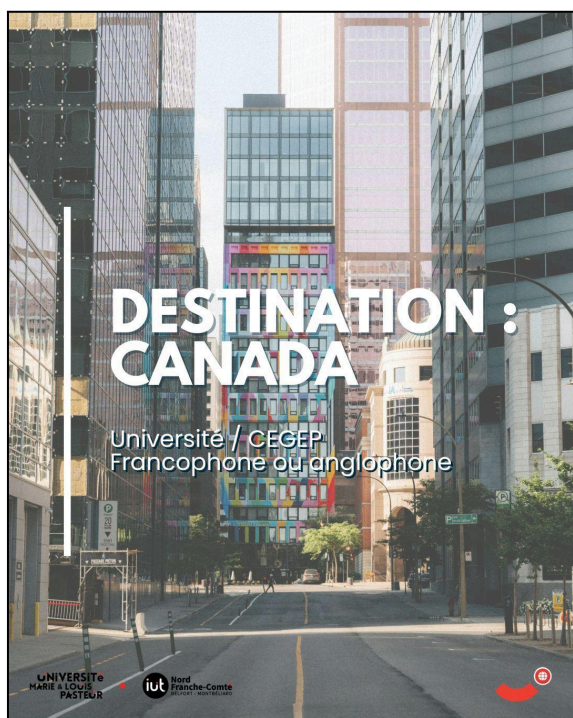
DESTINATION : ERASMUS

Allemagne / Espagne
Francophone ou anglophone



UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR

iut Nord
Franche-Comté
BESANCON MONTBELLIAUD



Légende du post

Envie de partir à l'étranger pendant ton BUT ? 🧐

Swipe 👉 pour découvrir 3 raisons de te lancer + 3 destinations possibles !

✅ Booster ton CV / portfolio

🧠 Progresser en langue (et en confiance)

🚀 Gagner en autonomie + élargir ton réseau

📌 Infos pratiques (semestre / stage / démarches) : www.iut-nfc.univ-fcomte.fr

💬 Des questions ? Parle-en à ton référent mobilité !

#IUTNFC #MobiliteInternationale #Erasmus #EtudierALetranger
#StageALetranger #BUT #MMI #StudentLife

Post "Témoignage étudiant international"

Objectif

Valoriser l'accueil des étudiants internationaux et inciter les étudiants IUT NFC à envisager une mobilité sortante.

Format

Post long (200-250 mots) + photo portrait étudiant

Texte

Mohamed, 22 ans, de Tunis à Belfort : son expérience en Bachelor Universitaire de Technologie à l'IUT NFC

Après avoir découvert l'IUT Nord Franche-Comté via Campus France, Mohamed a rejoint le BUT Génie Électrique et Informatique Industrielle en septembre 2024.

"Je cherchais une formation technique reconnue, avec un accompagnement personnalisé. L'IUT NFC offre les deux : des enseignants disponibles, des projets concrets et une vraie ouverture internationale."

Ce qu'il retient après 6 mois :

- ✓ Un accueil structuré (kit d'arrivée, référent mobilité, aide au logement)
- ✓ Une pédagogie par projets qui valorise l'autonomie
- ✓ Une communauté étudiante engagée (BDE, associations, événements)

Son conseil aux futurs étudiants internationaux ?

"N'hésitez pas à contacter le service Relations Internationales dès que vous avez une question. Ils répondent rapidement et vous guident à chaque étape."

Vous êtes étudiant international et vous souhaitez candidater ?

 Contactez-nous : +33 (0)3 84 58 77 00

 Toutes les infos : www.iut-nfc.univ-fcomte.fr/international

#IUTNordFrancheComté #MobiliteInternationale #StudyInFrance
#CampusFrance #BienvenueEnFrance #ErasmusPlus #InternationalStudents
#EngineeringEducation #Belfort #Montbeliard

Visuel

- Photo portrait de Mohamed sur le campus (bâtiment IUT en arrière-plan)
- Texte overlay : "Mohamed, Tunisie 🇹🇳 → IUT NFC 🇫🇷 | BUT GEII"

Identité visuelle

Magazine print international

[Voir à la fin du PDF en annexe](#)

Maquette de page web

[Mobilité Internationale - IUT NFC | UMLP](#)

Maquette de publication LinkedIn, une publication Instagram, vidéo "Réal" ou tiktok ?

[Voir plus haut](#)

Habillage de l'émission WebTV



Liens & livrables

Page HTML/CSS

[Mobilité Internationale - IUT NFC | UMLP](#)

Magazine WebTV

<https://youtube.com/live/cXvf6okbEk8>

Binômes

- Margaux Couturier & Eva Lacroix → binôme qui présente
- Eloïs Henry → Enregistrement et au son
- Manolia Kocaoglu → Télécommande caméra
- Victor Landwerlin → Réalisation
- Andréa Mestre → Lecteur vidéo

Pour le tournage de ce magazine nous avons rencontré un problème.

Il nous manquait un troisième binôme et "Andréa MESTRE & Maéna RABUSSEAU" et "Noah Barret & Eloïs Henry" étaient dans le même cas.

On a donc convenu un accord, une personne de chaque binôme va aider l'autre quatuor pendant le créneau de l'autre. Pour aider mais continuer d'avancer.

J'ai (Eva) donc participé à mon créneau de WebTV pour le binôme "Manolia Kocaoglu & Victor Landwerlin" le mercredi 07 janvier de 14h à 15h mais également au créneau de "Andréa MESTRE & Maéna RABUSSEAU" et "Noah Barret & Eloïs Henry" le mardi 06 janvier de 15h à 16h.

J'ai (Eva) participé en tant qu'ingénieur son pour leur deux émissions.

Annexe



WORLD CAMPUS

PARTIR À L'INTERNATIONAL : MODE D'EMPLOI



UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR



Nord
Franche-Comté
BELFORT - MONTBÉLIARD





PARTIR À L'INTERNATIONAL

Étudier, faire un stage ou s'engager à l'étranger, ce n'est pas seulement "changer de pays" : c'est apprendre dans un autre contexte, gagner en autonomie et élargir son réseau.

La mobilité internationale prend plusieurs formes (semestre, stage, mission pro type VIE, projets en réseau via des alliances d'universités), avec des bénéfices très concrets sur les compétences et l'employabilité.

Erasmus+ : la mobilité "académique" qui compte dans le diplôme

Erasmus+ est le programme de l'Union européenne qui soutient la mobilité à l'étranger (dont études et stages) et encourage aussi la coopération entre établissements/organisations.

Ce cadre te permet de vivre une expérience internationale tout en gardant un parcours lisible : tu pars avec un objectif d'apprentissage, tu suis des cours ou une mission, puis tu reviens avec des acquis valorisables.

Erasmus+ met également en avant des priorités comme l'inclusion et l'innovation, ce qui se traduit dans l'esprit du programme par l'idée que davantage d'étudiants doivent pouvoir partir et que les projets doivent être plus qualitatifs.

Pourquoi c'est intéressant ?

Pour progresser plus vite : langues, méthodes de travail, prises de parole, aisance interculturelle.

Pour ton dossier : expérience internationale "compréhensible" par un recruteur, car elle est structurée et reconnue.

Pour te créer un réseau : amis, profs, contacts de stage, opportunités futures.



VIE : une expérience pro internationale (accélérateur de carrière)

Le VIE (Volontariat International en Entreprise) permet d'effectuer une mission à l'étranger en entreprise dans un cadre officiel.

Dans un magazine, le VIE se raconte comme une étape "pro" : tu ne pars pas seulement apprendre, tu pars aussi produire des résultats, t'intégrer à une équipe et gagner en responsabilités.

Selon les missions, tu peux toucher à des sujets variés (technique, commerce, support, gestion de projet), ce qui en fait un format pertinent quand tu veux un vrai tremplin après tes études ou en fin de parcours.

Ce que ça t'apporte vraiment

Un niveau d'autonomie supérieur : gérer un sujet, un planning, des interlocuteurs, parfois dans une autre langue au quotidien.

Un "signal fort" sur ton CV : capacité d'adaptation, mobilité, posture professionnelle à l'international.

Un test grandeur nature : un pays, un secteur, un mode de travail—avant de t'installer durablement.



STARS EU : le réseau qui te met l'Europe dans ton parcours

STARS EU est une alliance de neuf universités européennes visant un campus ouvert et des collaborations transnationales.

L'intérêt pour les étudiants, c'est l'accès à une dynamique européenne : travailler avec d'autres pays, participer à des projets communs, et profiter d'opportunités partagées entre établissements (selon ce qui est proposé par l'alliance).

Même sans être déjà en mobilité physique, ce type de réseau peut t'exposer à des expériences internationales (collaborations, projets, événements), et faciliter un départ ensuite.



Mini-checklist

Clarifie ton objectif : découvrir (semestre), te professionnaliser (stage/VIE), construire un réseau (projets + mobilité).

Prépare 3 éléments à l'avance : budget, documents, et une phrase de présentation de ton projet (utile pour candidater).

Pense "après" : note ce que tu apprends (compétences, réalisations) pour le CV/ LinkedIn et les entretiens.



PARTIR, C'EST PLUS SIMPLE QUE TU NE CROIS.

Semestre d'études, stage, volontariat... il existe plusieurs chemins pour vivre une expérience internationale, progresser en langues, gagner en autonomie et construire un profil qui fait la différence.

Envie de te lancer ?

Scanne le QR code et découvre :

- Les programmes et destinations possibles
- Les étapes clés pour candidater
- Les contacts utiles (relations internationales / stages)



Tu reviens de mobilité ?

Partage ton expérience (photos + conseils + budget) et aide les prochains départs.

Contact : mobilite.international@lut-nfc.fr | [@IUTNFC_international](https://www.instagram.com/IUTNFC_international)



WORLD CAMPUS

GOING ABROAD: INSTRUCTIONS FOR USE



UNIVERSITÉ
MARIE & LOUIS
PASTEUR



Nord
Franche-Comté
BELFORT - MONTBÉLIARD





GOING ABROAD

Studying, doing an internship or getting involved abroad is not only about "changing countries": it's about learning in another context, gaining autonomy and expanding one's network.

International mobility takes several forms (semester, internship, professional mission type VIE, network projects via university alliances), with very concrete benefits on skills and employability.

Erasmus+: the 'academic' mobility that counts in the degree

Erasmus+ is the European Union programme that supports mobility abroad (including studies and internships) and also encourages cooperation between institutions/organisations.

This framework allows you to live an international experience while keeping a clear path: you leave with a learning objective, you follow courses or a mission, then you return with valuable achievements.

Erasmus+ also highlights priorities such as inclusion and innovation, which is reflected in the spirit of the programme by the idea that more students must be able to leave and that projects must be more qualitative.

Why is it interesting?

To progress faster: languages, working methods, speaking out, intercultural ease.

For your file: international experience 'understandable' by a recruiter, because it is structured and recognized.

To create a network for you: friends, teachers, internship contacts, future opportunities.



VIE: an international professional experience (career accelerator)

The VIE (International Corporate Volunteering) allows you to carry out a mission abroad in a company in an official setting.

In a magazine, the VIE is told as a step "pro": you do not only go to learn, you also go to produce results, integrate into a team and gain responsibilities.

Depending on the missions, you can touch on various subjects (technical, commercial, support, project management), which makes it a relevant format when you want a real stepping stone after your studies or at the end of your journey.

What it really brings you

A higher level of autonomy: manage a subject, a schedule, interlocutors, sometimes in another language on a daily basis.

A 'strong signal' on your resume: adaptability, mobility, professional posture internationally.

A life-size test: a country, a sector, a way of working—before you settle sustainably.



STARS EU: the network that puts Europe in your path

STARS EU is an alliance of nine European universities aiming at an open campus and transnational collaborations.

The interest for students is access to a European dynamic: working with other countries, participating in common projects, and taking advantage of shared opportunities between institutions (according to what is proposed by the alliance).

Even without already being physically mobile, this type of network can expose you to international experiences (collaborations, projects, events), and facilitate a departure afterwards.



Mini-checklist

Clarify your objective: discover (semester), professionalize yourself (internship/VIE), build a network (projects + mobility).

Prepare 3 elements in advance: budget, documents, and a presentation sentence of your project (useful for applying).

Think "after": note what you learn (skills, achievements) for the CV/LinkedIn and interviews.



LEAVING, IT'S EASIER THAN YOU THINK.

Semester of studies, internship, volunteering... there are several ways to live an international experience, progress in languages, gain autonomy and build a profile that makes the difference.

Do you want to start?

Scan the QR code and discover:

- The possible programs and destinations
- The key steps to apply
- Useful contacts (international relations / internships)



Are you coming back from mobility?

Share your experience (photos + tips + budget) and help with upcoming departures.

Contact: mobilite.International@lut-nfc.fr | [@IUTNFC_international](https://www.instagram.com/IUTNFC_international)

