

ATELIER	THÉMATIQUE PRINCIPALE	3 sous-thèmes abordés successivement durant les 3 heures (1 heure par thème)
2	Boîte à outils du PPCB (Parfait petit communicant en bibliothèque)	1. OUTILS DE PILOTAGE (PLAN, INDICATEURS) 2. STRATEGIE NUMERIQUE (WEB ET RESEAUX SOCIAUX, CHARTES, CALENDRIER, PAO, ETC.) 3. SUPPORTS IMPRIMES ET GOODIES (ARTICULATION, SPECIFICITE, RATIONALISATION, PLACE ET ROLE)

BIBCAMP COM 1^{er} février 2016 - Verbatim des ateliers

Atelier 2 Boîte à outils du PPCB (à peu près 25 participants)

2.1 Outils de pilotage

Demande forte des participants à l'atelier pour récupérer et partager des plans de communication sur une plate-forme.

Le plan ne peut s'imposer d'emblée, il est issu d'une pratique au quotidien. Faire remonter cela. La stratégie fait partie du plan de com.

Plan du plan de com :

Identification des cibles, des objectifs, puis outils avec rétro-planning. Cela se fait **par petites briques**. De qui vient la demande ? Pas forcément de la direction.

Voir le cours ENSSIB de Raphaëlle Bats pour le plan de com

Le SCD de Besançon a hérité du plan de com de l'université, puis a travaillé sur les différentes BU dans un GT Com. Evaluation en fin d'année sur les points forts et points faibles. Le plan de com des BU a été validé par l'Université. Création de BU Lab (BUL) pour porter la com de chaque projet : 10 collègues sur 13 sont impliqués dans les BUL

UVSQ

Création d'un pôle Promotion des services des partenariats, avec chargée de com.

Formation continue en communication avec intervenant extérieur communiquant. Travail en cours par exemple sur la charte éditoriale. Volontariat pour les réseaux sociaux, mais Twitter imposé aux catégories A.

Biblioremix : Outil de brain storming créatif.

BU d'Amiens : communication par les réseaux sociaux mais site web vécu comme concurrentiel de celui de l'établissement.

La com des bibliothèques a du mal à se faire reconnaître par le service com de l'université.

Toulouse utilise les outils de la com de l'établissement en leur préparant tout.

La stratégie d'entrée sur les outils de l'université est quand même payante (relais fort) même si ce n'est pas facile de se comprendre. Il faut donner un texte clé en main.

Les réunions transversales ne permettent pas de se libérer des injonctions.

Nantes : il y a eu initialement refus de réseaux sociaux et de web 2.0 pour la bibliothèque. Mais avec beaucoup de pédagogie on a abouti à une ouverture de droits.

2.1 Synthèse

Attente forte : méthodologie des plans de com : boîte à outils de plans de com
Besoin de communiquer sur la nécessité d'une communication BU auprès de l'établissement.

Définition : Information *versus* communication : la communication se soucie du récepteur.

2.2 Stratégie numérique (web et réseaux sociaux chartes calendrier PAO etc.)

Toulouse : groupe de travail refonte du projet web.

Sans DSI et sans service com.

Charte éditoriale, charte d'usage. 2 personnes tweetent. Pas de circuit de validation Pour le blog, circuit de validation mais ouvert à tous sur Wordpress.

Méthode de tri de cartes pour le site web : ce sont les usagers qui trient.

Le groupe de travail a duré 1,5ans pour RS et blog. Ce n'est pas une expérience isolée.

Lyon 2 : Facebook ou pas ? Dédiaboliser Facebook, apprendre à se désinscrire de Facebook , organiser des formations internes aux réseaux sociaux (ça marche).

Actions transversales Facebook Twitter : la question des publications simultanées
Outils de planification (*i.e.* Google agenda) pour éviter que les publications ne se télescopent.

Lyon3 : la page Facebook est ouverte depuis 2008.

Désormais on n'est plus obligé de mettre son vrai nom et son vrai prénom.

Question sur les statistiques de consultation et le temps qu'on y passe.

Interactivité et réactivité *via* Facebook. On élargit vraiment son audience *via* ce type de media. Ne pas confondre amis et vues.

LinkedIn : l'université est sur ce créneau. Instagram : lancé dans 2 mois par Lyon 3

Plus de 53% des pages Facebook se consultent *via* smartphones.

Quelle stratégie des réseaux sociaux : quand, à quelle fréquence, pourquoi ?

Pour Instagram, proposer beaucoup de hashtags. Lancer des jeux-concours pour les étudiants car ce sont les étudiants qui relaient.

Facebook de Besançon: on a créé un avatar pour chaque bibliothécaire. Organigramme : carte des avatars avec les fonctions.

Sur le site : parcours documentaires, visites virtuelles, cartes heuristiques.

Newsletter tous les deux mois. 20 pages sous Powerpoint, ouverte à tous, *via* Mail team, outil gratuit.

Comment valoriser la doc électro qui coûte une fortune ?

Dans les publications Facebook et Twitter sur la documentation électronique, utilisation de Bitly, raccourcisseur d'URL, afin de regarder les statistiques de clics sur l'URL raccourcie. Il faut ouvrir un compte Bitly gratuit pour bénéficier des statistiques. On peut rattacher le compte Bitly sur le compte Facebook

Besançon organise une communication décalée sur la doc elec.

Vidéos.

Collaborations vidéo : collaboration avec le service audio visuel de l'université (Toulouse). ou avec les filières info-com (Lyon 2) (EPFL). Logiciel Screen-Flow (EPFL). Parodies de Game of Thrones. Questions de droits : c'est autorisé si moins de 3mn. Le retour sur investissement tout à fait intéressant.

Outils gratuits :

Camtasia

Flipagram pour tablettes et mobiles

Overlapse vidéos accélérées.

Prezi gratuit

Calameo gratuit (20 pages)

Facebook images : prendre des photos. Pixabay libre de droits ; Flickr

Jeux et concours de photos

Concours de photos pour le guide du lecteur. Récompenses : on démarché les commerçants. Gâteau pour 100 personnes. Jeu : Trivial BU à la rentrée Besançon.

2.3 Imprimés et goodies

Lyon 3 : PAO : Indesign, graphiste à l'université pour certains travaux pour le reste il faut se débrouiller.

Goodies : impact réel.

Goodies d'éditeurs : les éditeurs donnent au personnel mais pas aux lecteurs.

Toulouse : travail complémentaire avec Wiley

Goodies d'éditeurs parfois étranges : allumettes, pansements...

Bruxelles : partenariat avec Canson. Presque du mécénat.

Trouver des idées de goodies en relation avec les bibliothèques ?

Lyon 1 : goodies autour des manga. Avatar désigné par l'école Emile Kohl. Mug fermé offert tous les 100 likes

Lille 2 : goodies pour communiquer autour des réseaux sociaux. Mug gain de jeux. L'étudiant vient chercher son lot à la BU, puis photo.

Persée : calendrier de l'avent.

A quoi servent les goodies ? Ils servent comme produits d'appel, appâts. Ex : journée d'accueil des nouveaux étudiants : Les goodies colorés attirent sur le stand, permettant de nouer le dialogue avec l'étudiant.

A Montpellier goodies payants tirés du fonds patrimonial. Affiches reproduisant des lithographies. Fonds Cocteau. Cartes postales, signets. Ventes.

La qualité doit être là pour ce genre de produits.

Campagne de com d'Angers : campagne contre le bruit : casques.

Stabilo, post-it. Couvertures prêtées contre le froid ? Bouchons à oreilles

Fausse bonne idée de vendre.

La bibliothèque comme lieu de tournage.

Rennes 1 : boules quies avant travaux

Accord avec les commerçants : bons d'achat Go Sport, Jeff de Bruges, Micromania. En contrepartie logo

Libqual : tablettes

Brocante : livres reçus, doublons. Avec décor guinguette. (bibliothèque d'architecture de Bruxelles)

Vente de livres à Nantes, suivie de 3 concerts. Dessin par artiste de presse. Partenariat avec la direction de la vie étudiante.

Dossier complet. Tout est fait, clé en main. Communication en ligne et papier. Il est à disposition du groupe.

Bourse aux livres : 2 fois par an, rentrée et fête de la Cité internationale universitaire de. Distribution gratuite de livres. Cela amorce le dialogue avec les étudiants. Partenariat avec Le Bouquin Volant. Lieu de diffusion de la culture francophone.

Troc Party à Besançon dans le Bienvenue aux étudiants. Bouts de moquette flashy par terre pour attirer l'attention. Troc d'objets mais aussi troc de services, qui a bien marché : covoiturage, échanges de cours. Café, musique. temps fort. Cela se passe à la BU.

Ne pas craindre de s'approcher d'autres services (restaurant)

Animation d'artiste : horloge géante faite de livres.

Bibliothèque d'architecture de Bruxelles : jeu de piste de rentrée : questions pour leur permettre de voir les lieux clés de la bibliothèque.

E books Party à Saint Quentin : gros cubes avec QRcodes à ebooks. Filmolux sur les que sais-je imprimés. 2 fois par an. Gros buzz.

Lyon 3 rematérialisation de doc élec : boîtes, QR codes, flyers.

Bib hors les murs : Montbéliard : café BU avec prêt sur place. Ou devant le CROUS. Ou dans les forums métiers.

2.3 Synthèse

La question des goodies a été traitée mais la question des supports imprimés n'a pas été abordée, car l'atelier a abordé une question intéressante, celle des actions de com dans et hors les murs, avec le partage de pratiques inventives et tout fait transposables sans gros moyens financiers. Bravo les BU !

Synthèse générale de cet atelier

Besoin d'une plate-forme collaborative pour recueillir et partager, avec effet d'émulation amicale :

1. les plans de com
2. les outils gratuits
3. les idées de com dans et hors les murs.