

# Ligne éditoriale

## Ligne éditoriale

1

Les objectifs



2

Les Persona



3

INFORMER



4

INSPIRER



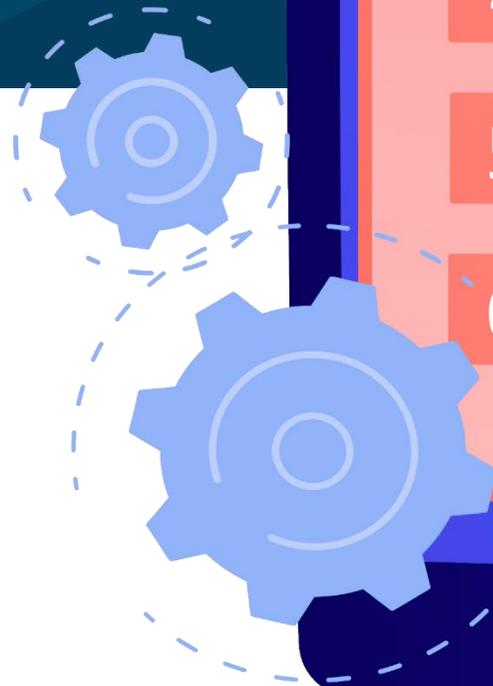
5

ENGAGER



6

Le ton



# Ligne éditoriale

1

## Objectifs à atteindre



**Informier** : conseiller, accompagner



**Inspirer** : partager des histoires inspirantes, donner envie d'en savoir plus



**Engager** : créer le sentiment d'appartenance, souder les Alumni

# Ligne éditoriale

2

## Persona : quels Alumni sont concernés ?



Les Alumni, **anciens étudiants d'un campus** (Amiens – Beauvais – Rennes – Rouen)



Les Alumni **en recherche d'emploi**



Les Alumni **professionnels**



Les Alumni **en quête de formations**



Les Alumni **à l'international**



Les Alumni **retraités**

# Ligne éditoriale

3

## INFORMER

conseiller, accompagner

### INFORMER SUR

- Les évolutions et projets de l'école par campus 
- La formation continue 
- L'emploi 
- Thèmes spécifiques (DDTES, bourses, ...) : sélection de la cible Alumni selon le thème

### QUI



Alumni par campus – en rech emploi – professionnel – en quête de formation – internationaux - retraités

### COMMENT

- Mail
- Trait d'Union
- Newsletter
- Site internet (agenda, actualités)
- Webinaires



# Ligne éditoriale

4

## INSPIRER

Partager des histoires inspirantes,  
donner envie d'en savoir plus

### INSPIRER SUR

- Les success stories des Alumni
- L'histoire des anciens
- Les portraits d'Alumni



### QUI



Alumni par campus – professionnel – internationaux - retraités

### COMMENT

- Trait d'Union
- Site internet
- Réseaux sociaux



# Ligne éditoriale

5

## ENGAGER

Créer le sentiment d'appartenance,  
souder les Alumni

### ENGAGEMENT AU TRAVERS

- Les invitations aux inaugurations, évènements institutionnels (anniversaire, ...)
- Des rencontres Alumni, étudiants, salariés  
=> WE de Promo, Entr'Actes, Apéritifs Citadins, Journées des Métiers ...
- Des dons (de temps, de matériel, d'argent)  
=> Administration de l'association, mécénat, TA, jury d'entretien, Coaching Emploi, duoday,...

### QUI



Alumni par campus – en rech emploi – professionnel – en quête de formation – internationaux - retraités

### COMMENT

- Site internet (agenda + actualités)
- Réseaux sociaux



# Ligne éditoriale

6

## Le ton et le style

Le ton employé ne doit pas être institutionnel. Il faut créer une relation personnalisée et privilégiée entre nous et nos lecteurs. À ce titre, "vous/nous", "votre/notre", "vos/nos" sont de mise. Les phrases sont courtes et rythmées, leur style se rapproche du langage parlé sans jamais l'atteindre. Et chaque argument est un fait, crédible et constructif, pas un jugement de valeur.

