

Problématique Écocups

Comment valoriser le BTS Communication à travers un produit basique comme l'éco cup ?

L'éco Cup du BTS Communication n'est pas un simple gobelet réutilisable, mais un **support d'expression et d'appartenance**. Il incarne la créativité, l'éco-responsabilité et l'identité du BTS Communication, tout en étant un outil du quotidien pour les étudiants et enseignants.

Positionnement :

- **Valeurs** : Créativité, engagement écologique, fierté d'appartenance
- **Personnalité** : Moderne, dynamique, inspirant
- **Mission** : Faire de l'éco cup un symbole de l'esprit BTS Com, en valorisant la formation à travers un objet du quotidien.

Cibles

1. Écocups :

- Com 1 et 2
- Participants aux événements du BTS Com (portes ouvertes, conférences, rencontres pro, etc.)
- Professeurs
- Partenaires

Freins :

1. → L'éco Cup peut être vu comme un simple gobelet sans réelle valeur
2. → Les étudiants peuvent ne pas voir son usage quotidien s'ils n'ont pas l'habitude d'utiliser des écocups.
3. → Le design.

Motivations :

1. → Avoir un objet qui symbolise leur BTS.
2. → Participer à une démarche durable en réduisant les déchets plastiques.
3. → Un visuel moderne.
4. → L'envie d'avoir un objet unique.

Besoins :

1. → Un message fun, impactant et qui valorise le BTS Communication.

Objectifs

- **Notoriété** : Faire connaître le BTS Communication à travers des objets visibles et utilisés au quotidien.
- **Engagement** : Créer un sentiment d'appartenance et de fierté chez les étudiants.

Stratégie Créative

- **Ecocup** :
 - Design impactant avec un slogan accrocheur lié à la communication.
 - Campagne teasing sur les réseaux sociaux avant la mise en vente.

Stratégie de Moyens

1. **Supports de communication** :
 - Affiches au lycée.
 - Stories et posts sur les réseaux sociaux du BTS Com avec mise en avant des produits.
2. **Canaux de vente** :
 - Précommandes en ligne via un formulaire.
 - Vente en direct lors des événements et dans le lycée.

Lena, Maïli

Problématique Textile

Comment inciter les étudiants à acheter un produit textile siglé "BTS Com" alors qu'ils n'ont pas un bon budget ?

Positionnement de Communication

"Un vêtement qui symbolise la curiosité, le travail de groupe, l'entraide, le sérieux"

- Il représente l'esprit du BTS Com
- Design personnalisé (motif devant ou derrière)

Cibles

- Étudiants de 1ère et 2ème année de BTS Com
- Professeurs du BTS Com

Motivation

- Besoin d'un produit qui permet de se démarquer et qui montre l'appartenance à l'univers de la com'

Freins

- Design qui plait pas a certain

Objectifs

- **Notoriété** : Faire connaître le BTS Com en ayant un produit visible que les étudiants et professeurs porteront.
- **Engagement** : Créer un sentiment de fierté et d'appartenance, en incitant les étudiants et professeurs à se sentir connectés à leur filière en portant le tissu.

Stratégie Créative

- Design attrayant avec un motif moderne et personnalisé (devant ou derrière).
- Slogan inspirant ou accrocheur qui fait référence aux valeurs du BTS Com (ex : "Créateurs de communication", "BTS Com - Ensemble, on communique").
- Offrir la possibilité de personnaliser le T-shirt avec des options (nom, promo, citation).

Stratégie de Moyens

- **Affiches et flyers** dans le lycée avec des visuels mettant en avant le produit (motif, slogan). 2 affiches, une pour chaque salle et quelques flyers à ceux intéressent.
- **Publications sur les réseaux sociaux du BTS Com** (Instagram, Facebook, etc.) avec des visuels du tissu porté par des étudiants ou professeurs
- **Précommandes en ligne** via une plateforme de précommande facile à utiliser, permettant de récolter les tailles et quantités.
- **QR Code** sur les affiches vers un formulaire de précommande en ligne

Conclusion

Le **tissu personnalisé BTS Com** sera un produit accessible, attrayant et porteur des valeurs du BTS, grâce à des actions de communication efficaces, des précommandes et des offres spéciales, nous pourrons surmonter la problématique du budget tout en augmentant la visibilité et l'engagement des étudiants.