

Travail veille posts/événements



Rapport de veille – Communication et contenu des écoles concurrentes

1. Objectif de la mission

Dans le cadre de ma formation à la Normandie Web School, j'ai réalisé une veille sur la communication d'autres écoles de la région, principalement celles du Havre et de Normandie (comme l'E2SE, l'ISCOM, l'ESP, etc.).

L'objectif était de comprendre quels types de contenus elles publient, comment elles valorisent leurs étudiants et leurs événements, et d'en tirer des idées concrètes de posts ou d'actions que la NWS pourrait mettre en place.

Cette veille m'a permis de mieux comprendre comment les écoles utilisent les réseaux sociaux pour :

- Attirer de nouveaux étudiants,
- Mettre en avant leur vie de campus,
- Et renforcer leur image de marque.

2. Ce que j'ai observé

Les formats les plus utilisés

Les autres écoles misent beaucoup sur le visuel humain : photos naturelles, vidéos courtes, témoignages, stories spontanées...

Les Reels et Stories fonctionnent beaucoup mieux que les posts statiques : ce sont des formats plus dynamiques, plus immersifs, et qui donnent envie de s'identifier.

Les thématiques qui reviennent souvent

- Témoignages étudiants : "Pourquoi j'ai choisi cette école", "Mon alternance", "Mon projet préféré"...
- Ateliers pratiques et projets concrets : les étudiants présentent leurs créations avant/après, ou les coulisses d'un projet.
 - Événements internes et externes : participation à des salons, journées portes ouvertes, partenariats locaux.

- Vie étudiante : mise en avant des locaux, du matériel, du cadre de vie, de la restauration ou des commodités proches.
- Événements du calendrier : beaucoup d'écoles (notamment l'E2SE) s'appuient sur des dates clés comme Octobre Rose, Halloween, ou la Transat Jacques Vabre pour créer du contenu original et fédérateur.
- Valeurs et inclusivité : l'accessibilité, la diversité et le bien-être des étudiants sont souvent mis en avant.

3. Ce que j'en retiens

Les écoles qui réussissent le mieux sur les réseaux sont celles qui :

- Humanisent leur communication,
- Valorisent les réussites étudiantes,
- Et créent un lien de proximité avec leur communauté.

En résumé : les gens s'intéressent moins aux discours institutionnels, et beaucoup plus à ce qu'ils peuvent vivre, ressentir ou partager.

C'est ce que la NWS pourrait encore davantage mettre en avant dans sa communication.

4. Idées de contenus pour la NWS

Annonce Portes Ouvertes

Filmer depuis l'extérieur de l'école, montrer le chemin pour y entrer et présenter les locaux avec une phrase accrocheuse du type :

“Viens découvrir la NWS au Havre !”

Ce format immersif permettrait aux futurs étudiants de visualiser les lieux avant même de venir, tout en créant un ton accueillant et convivial.

Post alternance

En m'inspirant de l'E2SE, on pourrait publier des carrousels d'images présentant les étudiants dans leurs entreprises, accompagnés d'une courte citation sur leur expérience :

“Grâce à la NWS, j'ai trouvé une alternance dans une entreprise qui me correspond.”

Cela permettrait de valoriser la réussite professionnelle des étudiants et de montrer les débouchés concrets de la formation.

Témoignage étudiant – “Pourquoi venir à la NWS ?”

Un post ou un petit Reel où un étudiant explique son parcours, ce qu'il aime à la NWS, et pourquoi il a choisi cette école.

Cela rend la communication plus humaine et authentique, et crée un sentiment de proximité avec les futurs candidats.

Post “Transat Journée”

Créer un Reel ou un carrousel d’images pour revenir sur cette journée enrichissante.
On pourrait montrer les meilleurs moments, les sourires, les activités et la victoire finale contre les autres écoles du Havre.

Objectif : mettre en valeur la cohésion, la bonne humeur et l’esprit d’équipe de la NWS.

Ce type de contenu renforce l’image d’une école dynamique et familiale.

Projet Avant / Après

Montrer un projet étudiant (affiche, site, identité visuelle, etc.) depuis le brief jusqu’au rendu final.
Cela permet à la fois de valoriser les compétences des étudiants, de montrer le concret de la formation, et d’aider les élèves à promouvoir leur travail sur les réseaux.

Événements du calendrier

Publier autour des événements nationaux ou locaux :

Octobre Rose, Halloween, Noël, Transat Jacques Vabre, etc.

Ces contenus sont l’occasion de créer de la cohésion et de montrer que l’école est vivante et connectée à l’actualité.