



BTS COMMUNICATION — PÔLE SUPÉRIEUR ST LOUIS-ST BRUNO

Proposition d'identité de marque et de la stratégie de la page LinkedIn

LE PROJET

Contexte & demande de l'annonceur

● Annonceur

Pôle Supérieur des Lycées Saint Louis - Saint Bruno, section BTS Communication, campus SupAlta à Lyon. Une formation reconnue depuis plus de 30 ans, avec un taux de réussite proche de 100 % et un réseau d'Alumni actif.

● Contexte

Le marché de la formation en communication à Lyon est très concurrentiel. La plupart des écoles sont déjà présentes sur LinkedIn, alors que SLSB reste peu visible sur les réseaux sociaux malgré un site internet et des comptes Instagram (@campussupalta, @apprentissageupalta7).

● Demande

Créer une page LinkedIn dédiée pour communiquer sur les événements du pôle supérieur, en construisant une véritable identité de marque (logo, baseline, bannière) pour faciliter sa reconnaissance.

● Contrainte

Respecter la charte graphique de l'établissement et le délai imposé : présentation du projet le 17 février.

CHARTE ÉDITORIALE

Positionnement

➡ Une formation **humaine** qui accompagne et **professionnalise** ses étudiants

CHARTRE ÉDITORIALE



Cibles

Principale : **utilisateurs LinkedIn** qui ont un lien avec le monde de la communication

Cœur de cible : **tuteurs**, professionnels de la communication

Secondaire : **équipe pédagogique** et la direction du campus SupAlta et du pôle supérieur SLSB

Relais : média, étudiants de la formation



Objectifs

Cognitifs

Inscrire la section BTS Communication à SLSB **comme une référence**

Renforcer la **crédibilité et la légitimité** des étudiants dans leur recherche de stage et d'alternance

Montrer les **compétences les savoir faire** de nos étudiants aux potentiels tuteurs

Affectifs

Apporter une image d'une **formation connectée** avec un contenu structuré et cohérent

Créer une relation de **proximité et de transparence** avec le réseau

Conatif

Inciter à prendre contact et à **choisir nos étudiants** pour divers projets professionnels, stages et alternances

IDENTITÉ DU COMPTE

Présentation du logo



IDENTITÉ DU COMPTE

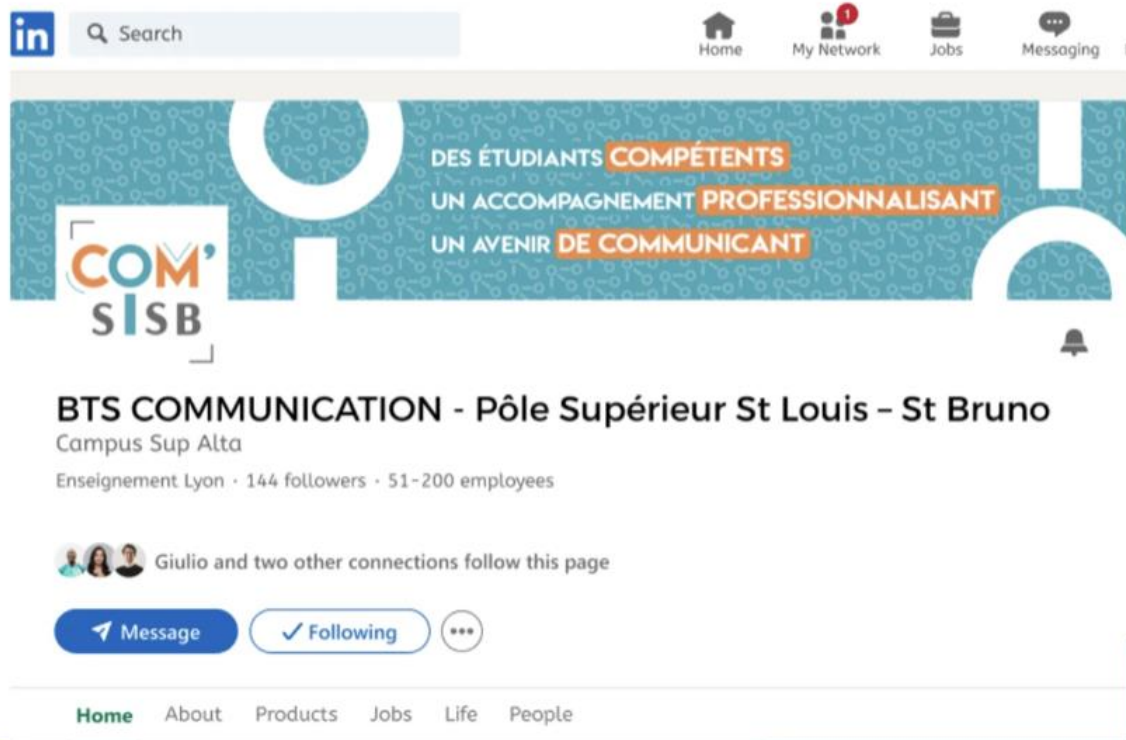
Présentation de la Bannière



=> sont tous les 3 liés

IDENTITÉ DU COMPTE

Mockup de la bannière



IDENTITÉ DU COMPTE

Présentation du texte à propos

Fort d'une expertise de plus de 30 ans, avec un taux de réussite de 98 %, le BTS communication de Saint Louis - Saint Bruno et son réseau d'Alumni professionnels et engagés constituent un atout de la formation. Elles allient écoute, accompagnement et un enseignement correspondant aux attentes du monde professionnel.

Situé dans le campus Sup Alta, en plein cœur de Lyon, cet environnement moderne et partagé avec d'autres établissements du Pôle Supérieur offre des espaces de travail collaboratif conçus pour favoriser l'échange et l'épanouissement.

Le cursus comporte des ateliers professionnalisant au service d'annonceurs réels, où l'esprit d'équipe contribue à l'efficacité de la gestion des projets concrets.

La formation propose également différentes périodes et terrains de stage pouvant être réalisés au sein de collectivités locales, d'agences de communication ou d'entreprises. En fin de première année, il est possible de réaliser un stage en Erasmus, une expérience unique tant pour l'évolution personnelle que professionnelle.

Les étudiants sont formés à la création et à la conception de supports de communication et développent également des compétences en planification, pilotage et analyse des retombées des stratégies de communication pour ainsi mener des projets jusqu'à leur aboutissement. Leurs savoir-faire les préparent aux métiers de chef de projet, chargée de communication ou encore social media manager.

Le pôle supérieur Saint-Louis Saint-Bruno offre aux étudiants la possibilité de poursuivre leur parcours sur le campus SupAlta avec un Bachelor Marketing et Communication en alternance qui propose deux spécialités : Event and Public Relations ou Social Media Manager leur permettant de consolider leur employabilité.

in

Recherche

Accueil

Réseau

Emploi

Message

Notification

COM'SISB

DES ÉTUDIANTS **COMPÉTENTS**

UN ACCOMPAGNEMENT **PROFESSIONNALISANT**

UN AVENIR **DE COMMUNIQUANT**

BTS COMMUNICATION - Pôle Supérieur St Louis-St Bruno

Campus Sup Alta

Enseignement Lyon - 144 followers - 51-200 employees

Giulia and two other connections follow this page

Message

Following

Accueil

À propos

Posts

Emplois

Personnes

Vue d'ensemble

Fort d'une expertise de plus de 30 ans, avec un taux de réussite de 98 %, le BTS communication de Saint Louis - Saint Bruno et son réseau d'Alumni professionnels et engagés constituent un atout de la formation. Elles allient écoute, accompagnement et un enseignement correspondant aux attentes du monde professionnel.

Situé dans le campus Sup Alta, en plein cœur de Lyon, cet environnement moderne et partagé avec d'autres établissements du Pôle Supérieur offre des espaces de travail collaboratif conçus pour favoriser l'échange et l'épanouissement.

Le cursus comporte des ateliers professionnalisant au service d'annonceurs réels, où l'esprit d'équipe contribue à l'efficacité de la gestion des projets concrets. La formation propose également différentes périodes et terrains de stage pouvant être réalisés au sein de collectivités locales, d'agences de communication ou d'entreprises. En fin de première année, il est possible de réaliser un stage en Erasmus, une expérience unique tant pour l'évolution personnelle que professionnelle.

Les étudiants sont formés à la création et à la conception de supports de communication et développent également des compétences en planification, pilotage et analyse des retombées des stratégies de communication pour ainsi mener des projets jusqu'à leur aboutissement. Leurs savoir-faire les préparent aux métiers de chef de projet, chargée de communication ou encore social media manager.

Le pôle supérieur Saint-Louis Saint-Bruno offre aux étudiants la possibilité de poursuivre leur parcours sur le campus SupAlta avec un Bachelor Marketing et Communication en alternance qui propose deux spécialités : Event and Public Relations ou Social Media Manager leur permettant de consolider leur employabilité.

Site web

BTS Communication - Pôle supérieur Saint Louis Saint Bruno

Campus Sup Alta

Téléphone

04.28.70.66.36

Directeur des formations : f.pegon@sisb.fr

Secteur

Enseignement

Taille de l'entreprise

51-200 employés

7 membres associés

IDENTITÉ DU COMPTE

SEO – Mots clés

Mots clés qui transmettent le positionnement de la page qui véhicule une image d'une formation professionnalisante tout en bénéficiant d'un accompagnement personnalisé. Une formation humaine qui accompagne et professionnalise ses étudiants.

Reprendre les mots clés en : Description / Page accueil / Bannière / Biographie / Publications

- Communication
- Stage
- Erasmus
- Professionnalisant
- Compétences
- Savoir-faire
- SupAlta
- Pôle supérieur SLSB
- Bachelor
- Employabilité
- Réseau alumni
- Équipe engagée
- Accompagnement
- Partage
- Suivi personnalisé
- Écoute
- Humain
- Monde professionnel

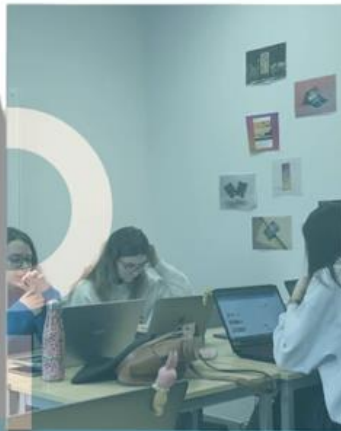
IDENTITÉ DU COMPTE

Templates de publication



IDENTITÉ DU COMPTE

Templates de publication



STRATÉGIE ÉDITORIALE

Thématiques et sujets

Vie de la formation

- Rentrée
- Stages
- JPO
- Examens
- Remise de diplôme

Étudiants

- Projets atelier
- Groupe gagnant
- Différents moments de l'atelier
- Outils maîtrisés
- Focus compétences
- Immersion dans la formation

Événements

- Nationaux
- Organisés par la formation
- Participation

Alumni

- Focus métiers (débouchés)
- Témoignage d'anciens étudiants sur les apports de la formation
- Témoignage des bachelors

STRATÉGIE ÉDITORIALE

Calendrier éditorial



Table Calendrier +

Aa Nom du post	Thématiques	statut	Format	Echéance	Date
Nationaux - journée internationale des droits de la femme	événements	à faire	Carroussel	semaine 11	8 mars 2025
Qui sont nos étudiants - Immersion dans la formation	étudiants	à faire	image	semaine 12	11 mars 2025
Expériences - stage 1er année	étudiants	à faire		semaine 13	19 mars 2025
Qui sont nos étudiants - Recherche de stages premières années	étudiants	à faire		semaine 14	25 mars 2025
Témoignage des bachelors - après 1 an en alternance, en quoi le BTS les a aidés dans leur poursuite d'étude	alumni	à faire		semaine 15	2 avril 2025
Nationaux - Pâques - Trouver votre alternant	événements	à faire	Carroussel	semaine 16	11 avril 2025
EXAMEN- Dernière ligne droite avant les examens	vie de la formation	à faire		semaine 17	16 avril 2025

Fréquence : 1 publication / semaine et une republication
Horaires de publication : entre 7h et 10h ou 16h et 17h

STRATÉGIE ÉDITORIALE

Post linkedin

[Étudiants]

Immersion en atelier de création de Logo !

Les étudiants créent le logo de COLTREN

une association iséroise dédiée à la sensibilisation et aux initiatives sur l'énergie.
Un atelier immersif pour concevoir une identité visuelle impactante ! ☀️

Cette semaine, nos étudiants de 2ème année ont présenté à l'association COLTREN leur propositions de logotype reflétant ses valeurs et sa mission, tout en respectant une charte graphique précise. [i](#)

Après un brief de l'annonceur, ils ont débuté dans une veille créative et concurrentielle afin d'établir leur stratégie de communication.

📖 Méthodologie de travail :

- 🔍 Planche de recherche
- 📝 Planche de développement
- 🎨 Charte graphique
- 🗣️ Présentation

Merci à nos étudiants qui se sont impliqués dans le projet et à l'association COLTREN pour sa confiance. ✨



STRATÉGIE ÉDITORIALE

Post linkedin

[Alumni]

De l'étudiant au professionnel : un partage d'expérience inspirant !

Nos anciens étudiants, aujourd'hui créateurs d'agence, chefs de projet ou auto-entrepreneurs, sont revenus échanger avec la nouvelle génération du BTS. 💡

Au programme : conseils avisés, retour sur leur parcours et échanges sur les opportunités après la formation. Une belle occasion pour nos étudiants d'en apprendre plus sur les réalités du monde professionnel de la communication et de se projeter vers l'avenir ! 🧐

Merci à nos alumni pour leur disponibilité et leur engagement ! 🙌

@Mathide Croes

De l'étudiant au professionnel : un partage d'expérience inspirant ! 🌟

Nos anciens étudiants, aujourd'hui créateurs d'agence, chefs de projet ou auto-entrepreneurs ... voir plus

TÉMOIGNAGE



Mathilde Croes
Directrice de clientèle et
associée chez Rouge Grant

Être curieux, déterminé, ne rien lâcher dans
les recherches de stage et ne pas se fermer de portes

6



J'aime



Commenter



Republier

STRATÉGIE ÉDITORIALE

Post linkedin

[Événement]

Retour en images sur les MédiaDays 

Le 12 décembre 2023, les Com 1 ont participé au [@MédiaDays](#), le rendez-vous consacré à la relation Annonceurs / Médias donnant accès à toutes les innovations de l'écosystème média. 🇫🇷📱

Cette édition portait sur l'efficacité des moyens marketing/média et l'expérience média immersive.

Tout au long de la journée, ils ont assisté à des keynotes et des tables rondes de divers annonceurs comme [@JCDecaux](#), [@Havas Group](#), [@Clear Channel](#).

Cette journée a été une excellente occasion de découvrir de nouvelles méthodes de communication tout en échangeant avec des professionnels du domaine, qui ont répondu à leurs questions et partagé de précieux conseils. 🧑🏻

Ils ont aussi échangé avec différentes figures de la communication notamment [@Jacques Séguéla](#) en tant qu'invité d'honneur. 💬

COM'  BTS COMMUNICATION - Pôle Supérieur
SISB 51 abonnés
4 mois • 

Retour en images sur les MédiaDays 

Le 12 décembre 2023, les Com 1 ont participé au [@MédiaDays](#) ... voir plus



6



J'aime



Commenter



Republier

VEILLE

Benchmark de 10 comptes LinkedIn d'écoles de communication

École	Abonnés	Fréquence	Point clé
EFAP	47 000	2–4 posts/semaine	Fort engagement (jusqu'à 465 likes), hashtags réguliers
ESP	20 274	3–4 / semaine	≈15 réactions/post, carrousels 5–10 slides
BTS Suc de Pub	36 000	3–6 posts/mois	≈100 likes/post, peu de commentaires
esupcom	8 164	Irrégulière	20–50 likes, hashtags variés
ENC Bessières	1 641	1–2x/mois	Ton informel, peu d'emojis
ICOM Lyon 2	953	2–3 / mois	20–50 interactions, mentions fréquentes
La Martinière Diderot	338	1–2x/semaine	≈30 likes, 3–4 republications
BTS TYCOM	318	2–5 posts/semaine	Moins de 50 likes, très peu de commentaires
BTS Communication Cannes	316	2–7 posts/semaine	2–27 likes, ton chaleureux et engageant
BTS Bergès	324	1–2x/semaine	10–100 réactions, peu de présence SEO

À retenir : une concurrence très inégale (300 à 47 000 abonnés) mais un standard commun de 2 à 4 publications par semaine, et peu de travail SEO sur les mots-clés → opportunité de différenciation pour SL SB par un contenu humain et une vraie stratégie de mots-clés.

BILAN DU PROJET

- Une identité de marque complète créée de zéro : logo, baseline, bannière et charte éditoriale
- Une stratégie de contenu structurée autour de 4 thématiques et un calendrier éditorial opérationnel
- Une veille concurrentielle sur 10 comptes pour positionner SLSB sur un marché lyonnais saturé
- Un brief client réel mené et restitué dans les délais impartis

Merci

En collaboration avec Alice Mirandi, Samy Cheikh, Cassandre Rabret-Desjobert, Julie Verthemard