

BIBLIOTHÈQUES PLAN DE COMMUNICATION UNIVERSITAIRES 2018 / 19



La communication : un élément incontournable de l'activité du SCD de l'Université Jean Monnet.

Annoncer de nouveaux services, valoriser les actions entreprises auprès des différentes communautés d'usagers, mettre en avant l'évolution et les changements positifs dans l'utilisation des bibliothèques ou encore médiatiser les événements culturels proposés dans les BU de Saint-Etienne et Roanne, tels sont les objectifs de ce 1er plan de communication. Construit à partir d'un audit effectué en interne, ce plan a été pensé en articulation avec le projet de service du SCD. La communication ayant pris ces dernières années de plus en plus d'ampleur, la nécessité de travailler selon une démarche anticipée, réfléchie et coordonnée s'imposait.

Conçu comme un outil de pilotage qui sera réactualisé chaque année, il permet de donner davantage de sens et de cohérence à nos actions de communication, de préciser leurs objectifs, de cibler les publics visés, d'identifier les outils les plus appropriés pour leur réalisation et, enfin, de mieux réfléchir à leur évaluation. Plus largement, ce plan inscrit la communication dans une démarche stratégique globale qui accompagne l'évolution de nos bibliothèques vers une culture de l'usager, soutenant ainsi l'image de BU tournées vers la médiation et soucieuses d'être à l'écoute des besoins de ses publics.

Brigitte Renouf Directrice du SCD

NOS MISSIONS

Nous soutenons la réussite des étudiants et le travail des chercheurs en les accueillant dans des espaces confortables, en leur proposant des services facilitant leur quotidien, en mettant à disposition une documentation adaptée à leurs besoins et en les aidant à son utilisation.

NOS AMBITIONS

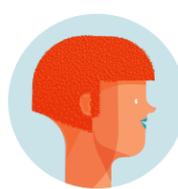
Les 4 grandes ambitions de notre projet de service

- 1 Faire du SCD un acteur clé de la réussite étudiante
- 2 Faire du SCD un soutien actif à la recherche
- 3 Proposer un accueil et des services de qualité à des coûts maîtrisés
- 4 Faire du SCD un acteur-clé de la vie culturelle à l'UJM

NOS PUBLICS CIBLES



Étudiants



Doctorants



Enseignants



Chercheurs



Lycéens



Tous publics

UN POINT DE DÉPART

L'évaluation de la communication au SCD

NOS POINTS FORTS

- Des compétences nombreuses dans les équipes du SCD
- Des outils de communication graphique et web riches et variés
- Une identité graphique affirmée
- Le soutien fort de la Direction de la communication de l'UJM

NOS MARGES DE PROGRESSION

- Développer une vision stratégique de nos actions de communication pour leur donner plus de sens par rapport à nos ambitions
- Mieux connaître les pratiques de nos publics cibles pour adapter nos campagnes de communication
- Se coordonner davantage en interne pour accompagner les projets de communication des différents services
- Renforcer la planification de nos actions de communication

NOS ACTIONS D'AMÉLIORATION

- Définir des axes stratégiques de communication en lien avec nos ambitions
- Etablir le calendrier annuel de nos actions de communication
- Concevoir un organigramme de la communication
- Elaborer une cartographie des publics et de leurs habitudes en matière de communication
- Identifier des indicateurs pertinents pour construire et évaluer nos actions de communication

LES BU
VOS ACCELERATEURS
DE REUSSITE



DÉFINITION

de nos axes stratégiques de communication

AXE 1

Montrer que les BU de l'UJM œuvrent pour la réussite étudiante par leurs actions de médiations en présentiel et en ligne

Mots clés

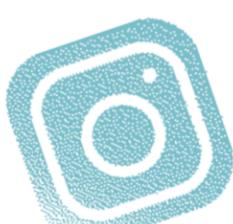
Jamais sans ma BU
Réussite étudiante

3 exemples d'actions de communication à mettre en œuvre :

➤ Mieux connaître la cible étudiante et ses modes de communication en organisant des Focus groupes dans les différentes BU

➤ Être un acteur incontournable des Journées Portes Ouvertes avec la diffusion d'un kit BU réussite étudiante

➤ Accompagner le lancement des guides thématiques disciplinaires par un événement festif



AXE 3

Montrer que les BU de l'UJM sont dans une dynamique d'évolution pour mieux accueillir et accompagner les usagers à travers des services innovants et des espaces chaleureux et confortables

Mots clés

J'en ai rêvé, ma BU l'a fait

Services

BUujm

3 exemples d'actions de communication à mettre en œuvre :

➤ Communiquer sur le projet BU2M : création d'un learning center sur le campus Manufacture et rénovation de la BU Sciences sur le campus Métare

➤ Informer sur l'amélioration de vos espaces de travail dans les BU de Roanne et de Tréfilerie

➤ Faire connaître la réservation des espaces de travail dans les BU de Tréfilerie et de Santé via une application smartphone

AXE 2

Valoriser les actions d'appui à la pédagogie et de soutien à la recherche auprès des enseignants-chercheurs

Mots clés

La BU aime la recherche !

2 exemples d'actions de communication à mettre en œuvre :

➤ Promouvoir les richesses documentaires acquises pour ces publics

➤ Promouvoir les services indispensables aux enseignants et chercheurs comme le Prêt entre bibliothèque ou le Point Info-Doc

AXE 4

A travers une politique événementielle ambitieuse, montrer que les BU de l'UJM sont un acteur clé de valorisation et de production de savoirs de l'Université

Mots clés

Une programmation culturelle des BU en miroir de l'Université

3 exemples d'actions de communication à mettre en œuvre :

➤ Participer au projet de célébration des 50 ans de l'UJM pour montrer l'évolution et le dynamisme de la bibliothèque à travers les années

➤ Dynamiser la médiatisation autour de la Nuit de la lecture sur le plan local et national

➤ Renforcer la visibilité de nos animations par la création d'un programme avec une ligne graphique spécifique

A la croisée des 4 axes stratégiques, les BU de l'UJM s'affichent sur Instagram



MESURER

la réussite de nos actions

Une nécessité :

évaluer nos actions de communication pour progresser

➤ Des indicateurs quantitatifs, permettant de mesurer notre activité et les moyens mis en œuvre (budget, personnel mobilisé)

➤ Des indicateurs qualitatifs, concernant nos publics mais aussi nos équipes de bibliothécaires, obtenus par le biais d'enquêtes de satisfaction, entretiens individuels et autres focus groupe.

NOTRE ORGANIGRAMME

