



Boîte à outils numérique

⋮
⋮

Conseils pour les projets Erasmus

Des médias sociaux intelligents



Introduction

Les projets Erasmus+ offrent des opportunités qui changent la vie des participants dans tout le Royaume-Uni. Partager les histoires et les expériences des organisations et des personnes impliquées est un excellent moyen de sensibiliser à Erasmus+ et d'encourager d'autres personnes à s'impliquer.

Nous avons rassemblé des conseils d'experts, des trucs et des astuces sur la façon dont les organisations peuvent présenter les réalisations inspirantes des participants en utilisant les dernières plateformes des nouveaux médias et, surtout, comment elles peuvent utiliser leurs propres voix pour raconter leur histoire. des histoires qui changent la vie.

Le point de vue d'un expert : la narration numérique

Il n'a jamais été aussi facile de s'auto-publier sur l'internet. Grâce aux communautés de contenu (telles que YouTube), tout le monde peut devenir créateur, produire des médias et les partager avec son propre public. La narration numérique est le terme générique que nous pouvons utiliser pour décrire ce processus d'utilisation d'outils numériques pour raconter des histoires.

Grâce à la vidéo, à l'audio, à l'écriture, aux blogs et aux médias sociaux, nous pouvons raconter notre propre histoire ou représenter celle des participants à nos projets de manière illimitée.

En capturant la planification, les moments clés, les activités en coulisses, etc. de nos projets, nous sommes en mesure de construire une image continue de ce qui se passe pendant que cela se passe, plutôt que d'attendre la production d'un rapport final ou d'une vidéo à la fin du projet.

Il s'agit d'un processus médiatique qui peut prendre la forme d'articles de blog et de réflexions, de tweets lors d'événements, de photos, d'interviews vidéo en coulisses avec des participants et des animateurs, et bien plus encore.

Lorsque nous produisons des supports de traitement, nous devons partir du principe qu'il est bon de les utiliser tels quels, même s'ils ne sont pas tout à fait parfaits. Vous devez créer un contenu qui est prêt à être mis en ligne. Il est donc utile de réfléchir à ce que vous faites en termes

d'apparence et de son. Veillez à ce que le son soit de la meilleure qualité possible, que les images soient claires et que tous les détails pertinents (tels que les informations sur le compte et les liens ou hashtags connexes) soient inclus.

Il est important de noter que les médias de processus racontent l'histoire de votre projet dans son contexte et, une fois le projet terminé, fournissent un enregistrement riche des voyages de vos participants.

L'utilisation d'un hashtag global pour votre projet vous aidera à suivre et à rechercher facilement le contenu, tandis que les outils de curation des médias sociaux tels que Twitter Moments vous permettent de sauvegarder et d'archiver le matériel, qui peut être utilisé ultérieurement pour compiler des rapports et des évaluations, des présentations, des études de cas, etc.

Par Jennifer Jones, experte en médias numériques



Pourquoi utiliser les médias sociaux ?

La promotion et la diffusion sont un thème important et font partie de l'expérience d'un projet Erasmus+. Il s'agit de partager les résultats de votre projet pour sensibiliser les principales parties prenantes et les publics cibles, ainsi que de fournir une plateforme pour laisser un héritage durable et créer des opportunités futures, en ayant un impact dans le domaine de l'éducation et de la formation au niveau local, national et européen.

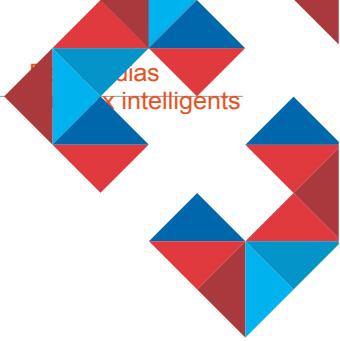
Avec 63 % des personnes au Royaume-Uni qui utilisent activement les médias sociaux, il s'agit d'un excellent moyen peu coûteux de partager vos histoires et expériences Erasmus+. Divers médias sociaux, comme Twitter, Facebook et Instagram, vous offrent un moyen intelligent de diffuser les nouvelles de votre projet à un large éventail de publics. Vous pouvez planifier vos activités en fonction de votre projet et des personnes que vous souhaitez atteindre en utilisant un large éventail de contenus, notamment des photos, des vidéos, des statistiques et des infographies.

Créer et publier du contenu, sans oublier de répondre aux demandes de renseignements et d'engager des conversations en ligne avec votre public, demande du temps et des compétences. Se concentrer et travailler intelligemment sont les meilleurs moyens d'utiliser les médias sociaux avec succès.

Se concentrer

La tentation des médias sociaux peut être d'être présent sur toutes les plateformes à la fois pour ne rien manquer. Cependant, cela peut représenter beaucoup de travail et il se peut que vous puissiez mieux atteindre vos publics clés en vous concentrant sur un ou deux endroits. Les plateformes les plus utilisées par les projets Erasmus+ sont Facebook, Twitter et Instagram. Le choix de ces plateformes dépend des personnes que vous souhaitez atteindre et des raisons qui vous poussent à le faire.





Soyez intelligents

Il existe de nombreuses façons de réduire le temps consacré à la création et à la publication de contenu sur les médias sociaux, simplement en faisant preuve d'intelligence et en utilisant les nombreux outils en ligne disponibles.

Outils de programmation

Vous pouvez vous faciliter la vie en utilisant des outils en ligne gratuits pour gérer vos comptes de médias sociaux. Nombre d'entre eux vous permettent de gérer tous vos comptes en un seul endroit et de programmer des posts à l'avance et de les envoyer à l'heure de votre choix. Des services tels que Hootsuite et Buffer fonctionnent sur plusieurs plateformes. Faites une recherche en ligne sur les outils gratuits de gestion des médias sociaux pour découvrir l'ensemble de l'offre.

Réutilisation du contenu

Il n'est pas nécessaire que votre contenu soit toujours nouveau. La reprise régulière des mêmes informations sur une certaine période (à condition de ne pas le faire trop souvent) peut être un bon moyen de s'assurer que vos nouvelles atteignent votre public.

Impliquer les autres

N'hésitez pas à impliquer d'autres personnes. Peut-être l'une de vos organisations partenaires utilise-t-elle très bien Facebook et serait-elle heureuse de gérer une page pour vous ? Il y a peut-être des personnes dans votre organisation qui bloquent ou utilisent Twitter à titre personnel et qui peuvent vous montrer les ficelles du métier ? Ou pourquoi ne pas demander des idées à un autre projet Erasmus+ ? Les événements organisés par l'agence nationale britannique, tels que les réseaux d'apprentissage, la conférence annuelle ou les séminaires de lancement de projet, peuvent être un excellent moyen de rencontrer des personnes confrontées aux mêmes problèmes, dont certaines auront la bonne solution !

Aide en ligne

Vous pouvez trouver toutes sortes d'informations et de tutoriels en ligne pour vous aider à améliorer vos compétences sociales. les compétences médiatiques. Nous apprécions particulièrement les cours ci-dessous, mais d'autres sont disponibles :

Hootsuite : <https://education.hootsuite.com/collections/courses>

Garage numérique de Google : <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/topic-library>

Trouver son public

Afin de maximiser votre portée et votre impact sur les médias sociaux, vous devez tout d'abord prendre en compte les éléments suivants l'identité de votre (vos) public(s) cible(s).

En vous faisant une idée aussi détaillée que possible de leurs caractéristiques sociales, de leurs emplois, de leurs intérêts, de leurs passe-temps, etc., vous pourrez créer plus efficacement un contenu susceptible de les intéresser.

N'oubliez pas non plus que vous pouvez vouloir entrer en contact avec différents types de publics sur la même plateforme. Vous voudrez peut-être communiquer avec les principales parties prenantes de votre secteur, mais aussi avec les jeunes susceptibles de participer à vos projets. Réfléchissez au type de contenu qui intéresse chaque public - il n'est pas nécessaire d'adopter une approche unique. Par exemple, les parties prenantes nationales peuvent aimer les statistiques, les témoignages et les réflexions sur l'impact.

Il est important de se faire une idée des habitudes en ligne de chaque public cible, où et quand ils sont en ligne et quels canaux de médias sociaux ils utilisent eux-mêmes, qui suivent-ils, quel contenu aiment-ils et partagent-ils avec leurs followers ?

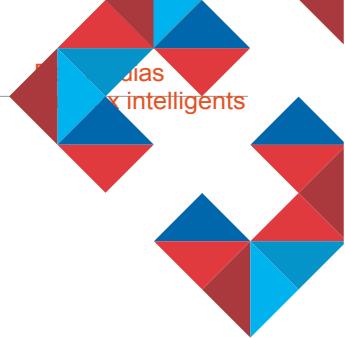
Lorsque vous partagez du contenu sur les comptes de votre projet ou de votre organisation, veillez à ce qu'il soit pertinent pour les personnes qui ont choisi de vous suivre. Le fait de choisir la bonne plateforme et d'adapter le contenu permet d'impliquer les différents publics et de faire en sorte que les messages ou les mises à jour leur paraissent pertinents.

Comme pour toute promotion et diffusion, il est important de se demander quel est mon objectif final. Peut-être cherchez-vous à toucher les jeunes pour qu'ils participent à des projets à venir ? Ou peut-être cherchez-vous à cibler les employeurs locaux ?

Trouver et suivre des utilisateurs et des comptes similaires est un excellent moyen de commencer à développer votre communauté en ligne et votre portée. Nombreux sont ceux qui vous suivront en retour et vous pourrez commencer à vous engager et à partager vos publications respectives, élargissant ainsi votre public potentiel.

Il est important de s'assurer que vous atteignez les bonnes personnes afin que tous les efforts que vous avez déployés pour créer un contenu intéressant et pertinent ne

soient pas gâchés.



Choisir les bonnes plateformes de médias sociaux

Afin de choisir la bonne plateforme à utiliser, vous devez d'abord vous demander qui est votre public cible (ou vos publics cibles) et comment ils accèdent à l'internet. Voici les principaux canaux que nous pensons être les plus utiles et les plus efficaces pour les projets et les participants Erasmus+ :

Facebook

Plus de 75 % des utilisateurs passent au moins 20 minutes par jour sur Facebook, qui peut être un moyen efficace d'atteindre des **individus** via leurs comptes personnels, souvent sur la base d'une véritable connexion personnelle. Facebook est le plus susceptible d'afficher des photos et des vidéos de leurs amis et de leur famille sur les fils d'actualité des utilisateurs. Pensez donc à la manière dont vous pouvez toucher les gens par le biais de la vidéo et de l'imagerie lorsque vous publiez des messages. Facebook peut être un excellent moyen d'atteindre les personnes qui connaissent déjà votre projet et de communiquer des nouvelles et des mises à jour telles que des astuces et des conseils pour les participants, contrairement à Twitter, qui peut aider à élargir la portée de votre organisation.

Facebook est généralement l'endroit où les jeunes passent le plus de temps en ligne. Toutefois, sa démographie évolue, avec un nombre croissant d'utilisateurs plus âgés. Facebook est donc une bonne plateforme pour atteindre un large public.

Les contenus publiés sur Facebook ont une durée de vie plus longue, c'est-à-dire qu'ils apparaissent plus longtemps dans le fil d'actualité des internautes que ceux publiés sur d'autres plateformes telles que Twitter. Par conséquent, vous n'avez pas besoin de publier aussi fréquemment pour partager vos informations.

Twitter

Twitter est un centre de réseautage et de promotion qui donne aux utilisateurs la possibilité de partager leurs moments, leurs citations, leurs photos et leurs vidéos. C'est un outil formidable pour les bénéficiaires et les participants d'Erasmus+, qui peuvent ainsi partager des informations sur leurs activités et leurs réalisations.



Il s'agit d'une plateforme interactive qui évolue très rapidement et, avec le bon contenu, vous pouvez diffuser vos histoires et vos nouvelles auprès d'un large public. Cependant, il s'agit également du canal social le plus saturé. Vous devrez donc travailler dur pour que vos tweets sortent du lot.

L'utilisation de hashtags est un excellent moyen de diffuser votre contenu auprès d'un public plus large sur Twitter. Parmi les exemples utiles liés à Erasmus+ et couramment utilisés, citons #ErasmusPlus, #erasmuslife, #ErasmusPlusEffect et #repluspeople. Les sujets généraux et tendances liés à vos projets et activités peuvent également avoir des hashtags, alors gardez l'œil ouvert. et utilisez-les pour participer à la conversation. Les "journées" ou "semaines" nationales, européennes et internationales, telles que la "Semaine nationale de l'apprentissage", sont utiles à cet égard. Pourquoi ne pas établir un calendrier des journées et thèmes utiles et planifier votre contenu en fonction de ceux-ci à l'avance ?

Twitter fonctionne mieux lorsque vous le consultez régulièrement. Vous n'avez pas besoin d'être collé à votre téléphone, mais quelques minutes par jour pour consulter vos messages et répondre à toute question ou demande de renseignements peuvent vous aider.

Instagram

Instagram est une plateforme de partage de **photos** et de **vidéos accompagnées** d'une brève description ou légende. Les utilisateurs peuvent appliquer divers filtres numériques à leurs images et ajouter des lieux à l'aide de géotags. Vous pouvez également ajouter des hashtags, comme sur Twitter, pour relier vos photos à d'autres contenus sur Instagram portant sur le même sujet ou sur un thème général, par exemple #erasmusplus, #ErasmusPlusEffect, #erasmuslife. Les utilisateurs peuvent également connecter leur compte Instagram à d'autres profils de médias sociaux, ce qui leur permet de partager des photos sur ces profils également.

LinkedIn

Si vous cherchez à atteindre des **professionnels**, en particulier des adultes de plus de 30 ans, LinkedIn est particulièrement efficace. Contrairement à d'autres canaux numériques, la plateforme compte davantage d'utilisateurs masculins que féminins.

Snapchat

Un canal plus jeune et en pleine expansion pour les **jeunes**. De plus en plus d'utilisateurs rejoignent Snapchat et apprécient les filtres interactifs et les autres moyens de s'engager sur la plateforme. Bien que Snapchat ne fournisse pas de données démographiques complètes sur les sexes, on estime qu'au moins 70 % des

utilisateurs actifs sont des jeunes femmes, ce qui vaut la peine d'être pris en compte si votre groupe cible est composé de jeunes femmes.



Créer un contenu attrayant

Réfléchissez à la manière dont vous souhaitez utiliser vos canaux de médias sociaux. Allez-vous diffuser des nouvelles et des informations sur le projet, des récits de participants, des opinions ? Que pensez-vous que votre public voudra ? Votre contenu n'a pas besoin d'être compliqué - notre conseil est de rester simple, authentique et positif.

Photos et vidéos : Sur tous les canaux de médias sociaux, les statistiques montrent que les posts comprenant des photos et des graphiques sont beaucoup plus performants que ceux qui n'en contiennent pas, et que ceux qui comportent un contenu vidéo sont encore plus populaires. En effet, certains canaux, tels qu'Instagram et Pinterest, sont conçus spécifiquement pour les contenus à base d'images. Créer des posts avec un contenu visuel attrayant est donc un moyen beaucoup plus efficace d'atteindre et d'engager votre public. Il peut s'agir de photos ou de vidéos de participants à un projet Erasmus+ pendant leurs activités ou d'infographies contenant des statistiques percutantes sur le projet ou des citations inspirantes de vos participants.

La qualité plutôt que la quantité : Le contenu sur Facebook a une durée de vie plus longue, ce qui signifie qu'il apparaîtra dans le fil d'actualité des internautes plus longtemps que sur d'autres plateformes, telles que Twitter. Par conséquent, vous n'avez pas besoin de publier aussi fréquemment pour partager vos informations ; visez un maximum de trois publications par jour.

Soyez en direct : Le contenu en direct est un nouveau phénomène dans le monde des médias sociaux. Des outils tels que Facebook Live vous permettent de publier des vidéos en direct qui informent automatiquement toutes les personnes qui ont aimé votre page que vous êtes en train de diffuser. Vous pouvez utiliser la diffusion en direct pour obtenir des informations en coulisses, lors d'événements, pour une séance de questions-réponses - les possibilités sont infinies. La diffusion en direct se prête à l'implication du public et contribue à donner une "personnalité" à votre organisation.

Engagez-vous auprès de votre public : La création d'un contenu attrayant est importante pour développer votre audience sociale, mais vous devez également réfléchir à la manière de maintenir cette audience.

N'oubliez pas que les médias sociaux sont une conversation à double sens. En aimant, partageant, commentant et répondant aux messages et aux personnes qui vous suivent,

vous pouvez établir une relation avec votre public.

Participer à des conversations peut vous aider à atteindre de nouveaux publics.

Vous pouvez également entamer une conversation. Poser une question à votre public peut être un excellent moyen de l'inciter à s'intéresser à votre contenu.

Les récits des participants Erasmus+ sont toujours populaires et peuvent avoir un impact réel sur les médias sociaux. Pourquoi ne pas utiliser des photos, des citations et des vidéos de participants pour donner vie à votre projet et permettre à ceux qui en bénéficient de raconter leur propre histoire ? Veillez **toujours** à obtenir leur autorisation avant d'utiliser des images ou des citations (ou l'autorisation de leur tuteur s'ils ont moins de 18 ans). Nous vous recommandons de suivre autant de projets Erasmus+ que possible sur les différentes plateformes - ils vous donneront d'excellentes idées sur la manière de diffuser vos informations, sur le type de contenu que vous pouvez produire et sur la manière de dialoguer avec votre public. Vous pouvez également poser des questions, partager l'actualité de votre projet et rejoindre la communauté active des projets #erasmusplusUK.

Pour les projets Erasmus+, il peut être utile de s'associer aux campagnes et initiatives de la Commission européenne afin d'atteindre un public plus européen. Suivez le compte Twitter Erasmus+ de la Commission à l'adresse @EUErasmusPlus et participez à leurs conversations pour accroître votre portée. N'oubliez pas de rechercher d'autres organisations et associations européennes qui pourraient être intéressées par votre domaine de travail afin de faciliter votre diffusion au niveau européen.

Enfin, n'oubliez pas que ce qui est publié sur les médias sociaux est là pour être vu par le monde entier : N'oubliez pas que ce qui est publié sur les médias sociaux est visible par le monde entier et qu'il reflète votre image et/ou celle de votre organisation. Vérifiez toujours le contenu avant de le publier pour vous assurer de son exactitude, du ton employé, etc. Et réfléchissez toujours avant de publier - cela pourrait vous éviter des problèmes plus tard !

Il existe de nombreuses ressources gratuites sur l'internet pour vous aider à tirer le meilleur parti des médias sociaux. Voir la section "Liens utiles".





Les meilleurs conseils

Utiliser un hashtag : Créer un hashtag avec lequel les participants peuvent facilement s'engager.

de partager eux-mêmes des mises à jour et des témoignages, ainsi que des photos et des vidéos pour raconter leur histoire, est un moyen efficace d'accroître la portée et l'engagement de l'action.

Pour être efficaces, les médias sociaux doivent être sociaux : N'oubliez pas de marquer les organisations ou les personnes concernées pour élargir la portée de vos messages (par exemple, les participants figurant sur une photo ou les organisations impliquées dans le projet) et d'engager le dialogue avec les personnes qui vous suivent.

Planifiez vos posts à l'avance : Il existe de nombreux outils gratuits pour vous aider à planifier vos médias sociaux lorsque vous avez le temps de le faire. Hootsuite est considéré comme l'un des outils les plus complets pour l'ensemble des canaux. Facebook et Twitter disposent également de leurs propres services de planification sous la forme de "posts programmés" pour Facebook et de Tweetdeck pour Twitter.

Promotion, promotion, promotion : En ajoutant des liens à vos publications sur les médias sociaux, vous pouvez rapidement augmenter le nombre de visites à vos articles de blog et à vos sites web. Cela vous permet également d'attirer l'attention sur des priorités de projet spécifiques, qu'il s'agisse d'un appel à participation ou d'encourager votre public à partager les résultats du projet.

Mesurer le succès

L'analyse de vos statistiques sur les médias sociaux est le meilleur moyen de vérifier si vous êtes sur la bonne voie. Vous pouvez examiner des données simples telles que le nombre de personnes qui suivent votre compte, mais il est également utile d'étudier la façon dont vous suscitez l'intérêt des gens. Les gens interagissent-ils avec le contenu que vous produisez, c'est-à-dire qu'ils l'aiment, le partagent ou y répondent ?

d'une autre manière ? Chaque plateforme dispose de son propre ensemble d'analyses que vous pouvez utiliser. Il est utile de les consulter de temps à autre pour faire le point sur votre activité. Les analyses vous aideront à évaluer le type de contenu qui est le plus efficace et vous devriez chercher à le reproduire autant que

possible. De nombreux projets Erasmus+ utilisent les médias sociaux comme moyen d'établir un lien entre les projets Erasmus+ et les médias sociaux. les gens se rendent sur leur site web pour accéder à de plus amples informations. Des photos, de courtes vidéos et des témoignages de participants peuvent être très utiles à cette fin.

Blogging

Un blog peut vous aider à enregistrer les activités de votre projet, les meilleures pratiques et les expériences des participants. Il s'agit d'un moyen efficace de permettre à vos collègues, amis, organisations partenaires et parties prenantes de suivre votre parcours Erasmus+.

Plus important encore, un blog peut également vous permettre d'enregistrer vos activités. Ils sont un peu comme un journal intime et vous permettent de vous y référer et de réfléchir à ce que vous avez accompli.

En consignant au fur et à mesure les faits marquants, les enseignements tirés et vos pensées et sentiments, vous développerez également un catalogue de matériel qui vous aidera à préparer votre rapport final - une exigence importante pour la plupart des activités dans le cadre du programme Erasmus+. Les blogs vous permettent non seulement de produire un compte rendu écrit, mais aussi de télécharger des photos et des clips à partager avec votre réseau.

Si vous avez un site web existant, vous pouvez simplement ajouter une page de blog.

Il existe également un certain nombre de plateformes de blogs auxquelles vous pouvez vous inscrire pour créer votre propre espace de blog. **Blogger** est un outil de publication de blog gratuit proposé par Google.

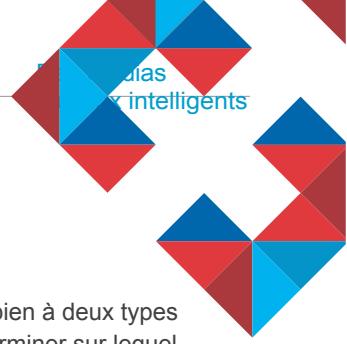
pour le partage de textes, de photos et de vidéos, avec de superbes modèles pour commencer. **Wordpress** est un autre service gratuit qui vous permet de créer votre propre blog personnel ou votre site professionnel. Les deux plateformes s'intègrent également à Twitter, Facebook et d'autres canaux de médias sociaux, ce qui vous permet d'avertir vos followers chaque fois que vous publiez un article.

Tumblr, un "service de microblogging", constitue une alternative intéressante aux espaces de blog plus traditionnels. Il s'agit essentiellement d'un hybride entre les mises à jour rapides de type Twitter et un blog conventionnel. Les messages ont tendance à être plus courts, ce qui est une bonne option si les contributeurs du blog sont susceptibles d'être pressés par le temps.

Voici quelques idées de contenu de blog pour votre projet :

- histoires d'anciens participants - où sont-ils maintenant ?
- les histoires des participants actuels - que font-ils ?

- Mise à jour des parties prenantes - Qu'est-ce qui est important en ce moment pour votre secteur ?
- informations sur les nouveaux arrivants - que peuvent-ils faire avec votre organisation ?
- des ressources utiles pour vos lecteurs.



Les options sont infinies, mais en général, les gens réagissent bien à deux types d'informations : les faits et les émotions. Il est important de déterminer sur lequel de ces deux types d'informations vous souhaitez mettre l'accent.

Les meilleures conseils

Le moment opportun : Les blogs les plus populaires sont opportuns et pertinents. Ainsi, si vous avez réalisé un projet de mobilité, écrivez à son sujet peu de temps après, et non pas des mois plus tard. Vous pouvez également essayer d'écrire sur des sujets d'actualité en rapport avec votre projet, par exemple à l'occasion de la Journée internationale de la femme ou de la Journée européenne des langues.

Cohérence : Si vous disposez d'un site web, d'une charte de marque ou d'un guide de style, pensez à l'étendre à votre blog afin de maintenir la cohérence de votre style et de votre ton.

Invitez des personnes : Créez un modèle de blog qui vous permette d'inviter un certain nombre de personnes à contribuer, telles que des participants, des membres du personnel ou des parties prenantes.

Incluez des images : Comme pour les autres médias sociaux, le contenu visuel de la page permet d'attirer l'attention de votre public et de retenir son attention plus longtemps.

Soyez bref et agréable : La surcharge d'informations est fréquente sur le web. En rédigeant des articles de blog d'environ 500 mots et en les signalant par des sous-titres et des mots clés en gras, vous pouvez maintenir l'intérêt de votre lecteur.

Laissez-nous vous aider : Si vous êtes une organisation ou un particulier qui souhaite faire part de l'état d'avancement de votre projet, mais que vous n'avez pas la capacité de créer un compte de blog, nous invitons les blogueurs invités à soumettre des articles de blog. Envoyez-nous un courriel à erasmuspluscomms@ecorys.com pour plus d'informations. Vous pouvez également consulter la page du blog d'Erasmus+ UK pour trouver des exemples, des nouvelles et des conseils, des informations sur d'autres projets et des astuces.

Faire travailler l'agence nationale britannique pour vous !

En travaillant avec nous à l'Agence nationale britannique et en interagissant avec nous sur les médias sociaux, nous pouvons vous aider à partager vos succès. Nous sommes ravis de partager et de diffuser le contenu de vos projets et de vous présenter dans notre bulletin d'information, notre blog et d'autres ressources.

Pour vous aider à planifier et à réaliser votre projet, nous avons une page web sur le thème de la promotion et de la diffusion. Elle contient des outils et des ressources pour vous aider à promouvoir votre projet tout au long de son cycle de vie et pour différentes activités de promotion, telles que :

- Guides sur la manière d'appliquer la marque Erasmus+ à votre matériel de projet, à vos événements et à vos publications.
- Informations sur la manière de partager les résultats de votre projet au stade du rapport final sur la plateforme des résultats de projets Erasmus+, qui est obligatoire pour tous les projets de partenariat stratégique.

L'Agence nationale peut également vous aider à travailler avec les médias pour promouvoir votre projet.

Si vous souhaitez travailler avec les médias, vous pouvez télécharger notre dossier de presse, qui comprend des modèles de communiqués de presse, une fiche d'information contenant des renseignements utiles sur la manière de contacter les médias - du moment choisi à la personne à approcher - et bien d'autres choses encore.



Liens utiles

Généralités :

erasmusplus.org.uk/promotion-et-dissemination
<https://mediatrust.org/communications-support/resources>
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/topic-library>

Facebook :

<https://en-gb.facebook.com/help>

Twitter :

<https://support.Twitter.com>
<http://resources.mediatriust.org/top-tips-for-Twitter>

Programmation des messages :

hootsuite.com
<https://education.hootsuite.com/collections/courses>
<https://blog.hootsuite.com/twitter-analytics-guide>
<https://tweetdeck.twitter.com>

Créez gratuitement des visuels et des graphiques de haute qualité :

canva.com
piktochart.com

Blogging :

blogger.com
wordpress.com
tumblr.com
hubspot.com/blog-topic-generator
<https://blog.hubspot.com/marketing/topic/blogging>
erasmusplus.org.uk/blog

Manuel de narration numérique - Jennifer Jones

https://issuu.com/dqmccgillivray/docs/digital_storytelling_handbook

N'oubliez pas de suivre nos canaux de médias sociaux afin que nous puissions voir ce que vous faites et vous aider à diffuser votre projet : @ErasmusPlusUK

facebook.com/uikerasmusplus
youtube.com/user/erasmusplusuk

Nous trouver en ligne



erasmusplus.org.uk



[@erasmusplusuk](https://twitter.com/erasmusplusuk)



[ukerasmusplus](https://www.facebook.com/ukerasmusplus)



Department
for Education



Erasmus+

Erasmus+ est le programme de l'Union européenne pour l'éducation, la formation, la jeunesse et le sport.
L'agence nationale britannique Erasmus+ est un partenariat entre le British Council et Ecorys UK.