

CAILLY LÉANE
CROZEMARIE THOMAS

2025-2026

INSTITUT UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

LES BORNES INTERACTIVES



IUT LE CREUSOT



SOMMAIRE



**PRÉSENTATION PROJET
ET PROBLÉMATIQUE**

**CONTEXTE ET
PROBLÈMES ACTUELS**

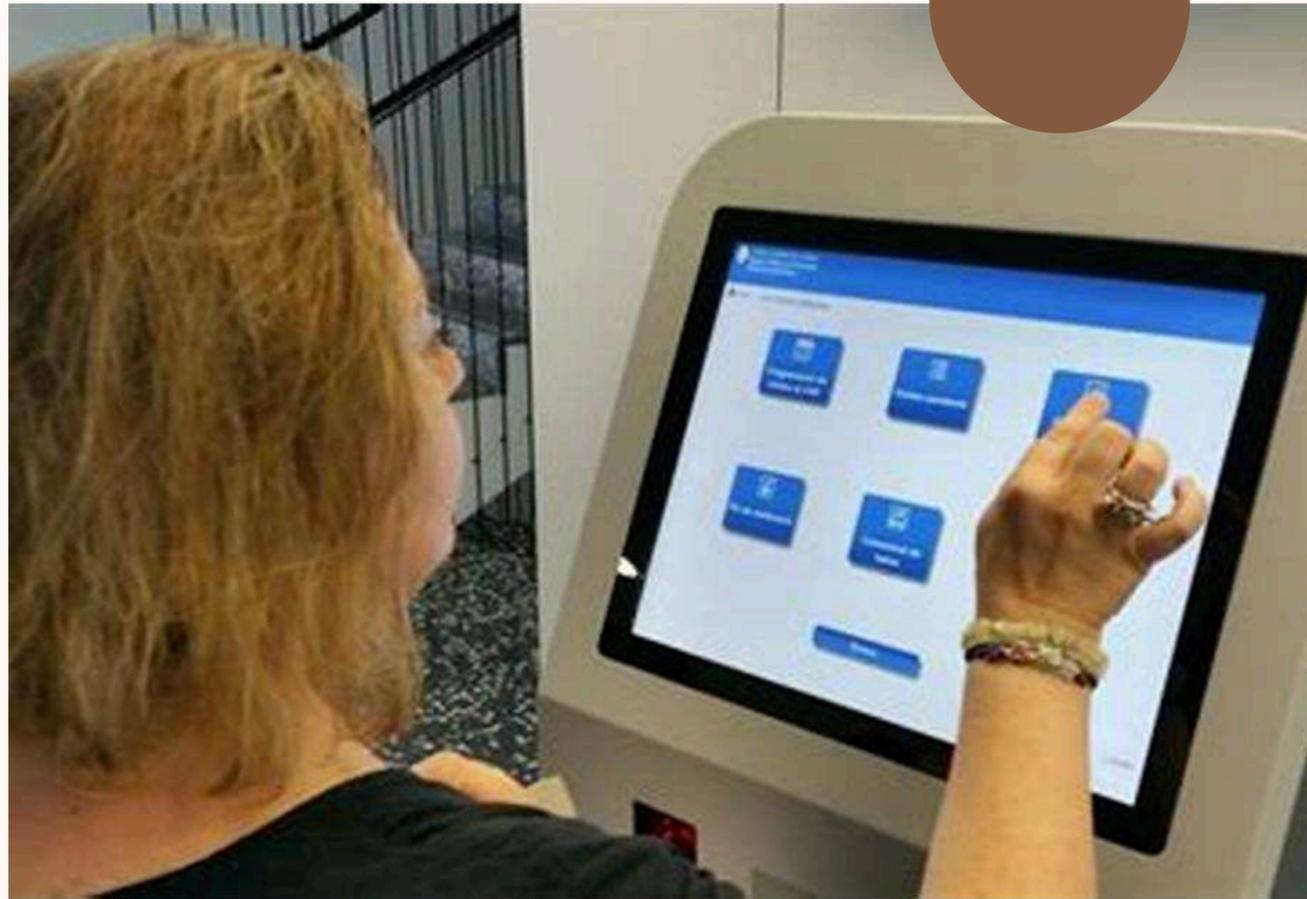
**NOUVELLES
FONCTIONNALITÉS**

**PLAN DE
COMMUNICATION**

**PLAN
MARKETING**

CONCLUSION

PRÉSENTATION PROJET ET PROBLÉMATIQUE



- ✓ Offrir un accès rapide aux informations utiles pour les étudiants, les enseignants et le personnel du site universitaire.
- ✗ Manque d'utilisation, ce qui limite leur impact et leur efficacité.

Comment amener la réutilisation des bornes interactives en créant du contenu intéressant ?

CONTEXTE ET PROBLÈMES ACTUELS

1 HALL GM, TC, MP

2 BIBLIOTHÈQUE UNIVERSITAIRE

3 CONDORCET

4 ?



CONTEXTE ET PROBLÈMES ACTUELS

1 UN CONTENU PEU ATTRACTIF

2 INFORMATIONS PERSONNELLES

3 UNE INTERFACE RIGIDE

4 UNE FAIBLE VISIBILITÉ

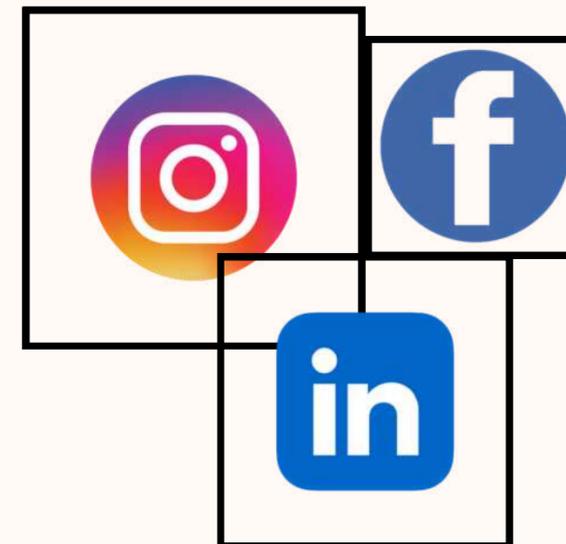


NOS FONCTIONNALITÉS

01

Enrichir le contenu avec :

- *Des actualités et événements du campus.*
- *Des informations académiques et administratives centralisées.*
- *Un accès aux réseaux sociaux de l'université par des liens directs.*
- *Une stimulation de l'interaction via des fonctionnalités comme :*
 - *Des jeux interactifs*
 - *Des sondages anonymes*
 - *Un espace de discussions anonymes*
 - *Des enquêtes*
 - *Des réservations*
 - *Une fonctionnalité « idées »*



NOS FONCTIONNALITÉS

02

Améliorer l'expérience utilisateur avec :

- *Une interface plus ergonomique et intuitive, permettant une navigation simplifiée.*



03

Optimiser la visibilité des services du campus en intégrant :

- *Une carte interactive en 3D pour mieux se repérer.*
- *Des plans détaillés des bâtiments et services universitaires (RU, BU, CROUS, associations étudiantes, etc.).*



NOS FONCTIONNALITÉS



04

Encourager l'utilisation des bornes avec :

- *Des défis et récompenses : Les gagnants (ex : les 10 premiers) reçoivent un cadeau de l'IUT (stylos, tote bag...).*
- *Une signalétique renforcée avec des indications visuelles pour guider les utilisateurs vers les bornes et favoriser l'adoption de celles-ci par une campagne de communication efficace.*

BORNE



Nos nouvelles fonctionnalités permettent :

1



D'augmenter le taux d'utilisation des bornes en les rendant plus attrayantes.

2



De renforcer l'engagement des étudiants à travers des interactions ludiques et informatives.

3



D'optimiser la communication sur le campus en facilitant l'accès à l'information.

Plan de communication

Nos cibles :

- Les étudiants du campus
- Les enseignants et le personnel administratif
- Les services universitaires (BU, RU, CROUS)
- Les associations étudiantes

INFORMER

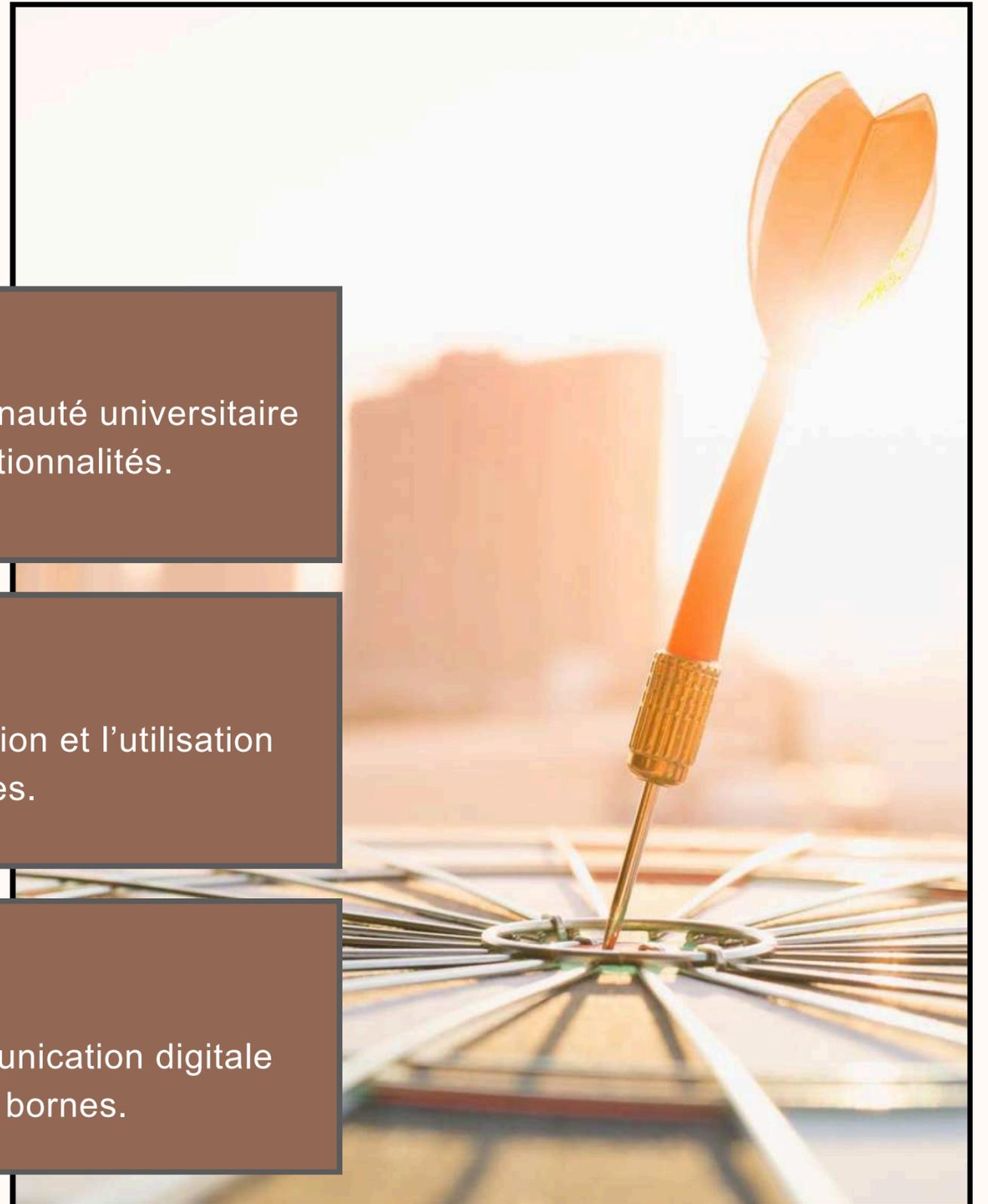
Informer la communauté universitaire des nouvelles fonctionnalités.

ENCOURAGER

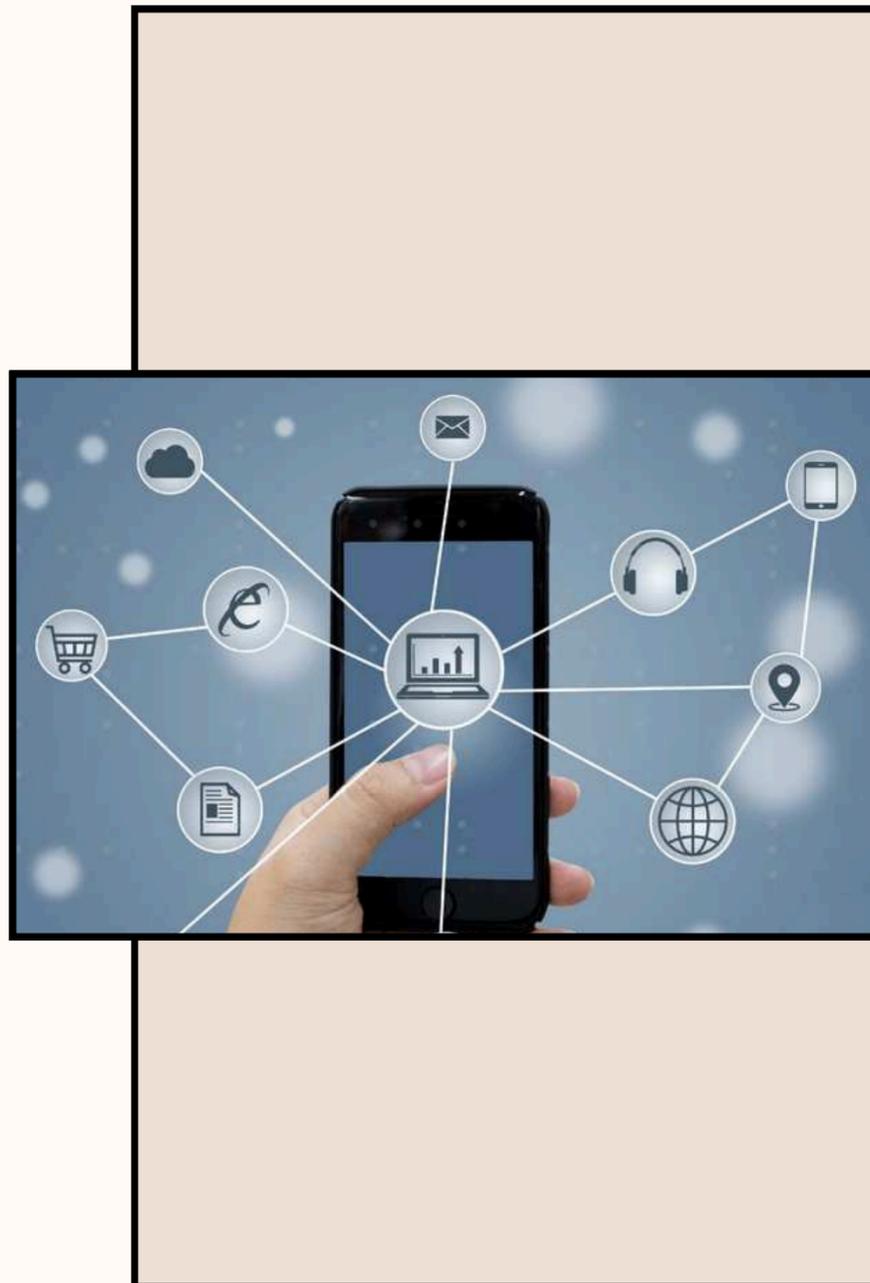
Encourager l'adoption et l'utilisation régulière des bornes.

OPTIMISER

Optimiser la communication digitale du campus via ces bornes.



Canaux



MÉDIA

Création de flyers et stickers directionnels disposés aux endroits stratégiques du campus pour informer des nouvelles fonctionnalités et guider les étudiants vers les bornes.

MÉDIA NUMÉRIQUE

Publication sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook) pour sensibiliser les étudiants et créer de l'engagement.

HORS MÉDIA

Envoi d'e-mails ciblés aux étudiants et enseignants pour les informer également.

« Accédez en un clic à toutes les infos utiles ! »

Stratégie

Période	Action	Détails
Semaine 1	Lancement de la campagne de communication	Annonce officielle sur la messagerie du site de l'IUT
Semaine 2	Affichage et signalétique	Installation de flyers et de stickers directionnels vers les bornes
Semaine 3	Mise en avant des nouvelles fonctionnalités sur les réseaux sociaux	Publication sur Instagram et Facebook
Semaine 4	Évaluation et ajustement	Analyse des retours utilisateurs, ajustements de la stratégie

KPI

Indicateur	Objectif
Taux d'utilisation des bornes	Augmenter de 50% en 3 mois
Nombre d'interactions sur les réseaux sociaux	Atteindre 500 interactions par mois
Taux de satisfaction des étudiants	80% d'avis positifs sur les améliorations apportées

Bornes Interactives

Venez découvrir les nouvelles fonctionnalités des bornes !

Situées sur le campus du Creusot, elles vous attendent nombreux !

RDV :

- Hall GM, TC, MP
- Bibliothèque Universitaire
- Condorcet

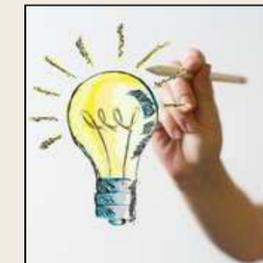


Coordonnées Services :

- Service Pédagogique :
.....
- Service Administratif :
.....
- Service Communication :
.....
- La BU :
.....



Accédez R eU, n'éuvné c hleicm àe tnotus, t edsi
slceus sisnifoonss uatinleosn :y mmeesn..u.s



Fonction "idées"
Permettre aux étudiants de proposer des améliorations pour le campus.



Espace de Discussions Anonymes
Permettre aux étudiants d'échanger des conseils académiques.



Menu du Restaurant Universitaire
Informez les étudiants des repas disponibles au RU.



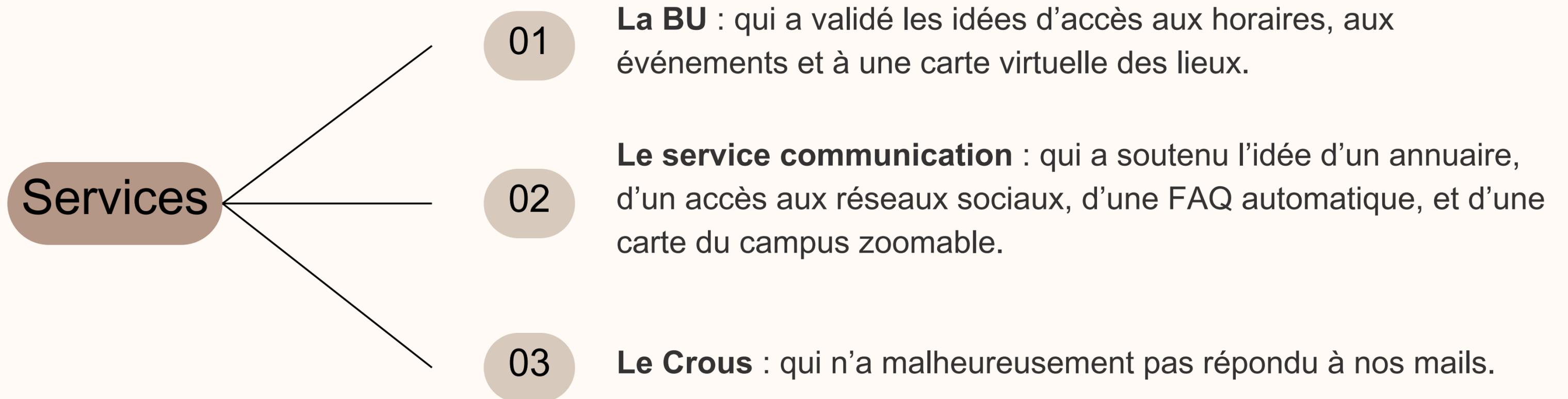
Informations Académiques et Administratives
Centraliser les informations sur les bourses, le logement, etc.

Notre flyer informatif



Notre publication

Collaboration avec les parties prenantes



6e borne

Nous avons choisi le Restaurant Universitaire comme emplacement car :



- **C'est un lieu de fort passage**
- **Utilité accrue**
- **Lieu central**
- **Temps d'attente**

Marketing Stratégique

SEGMENTATION

Critères socio-économiques :

Pas d'aspect économique spécifique : bornes en libre-service.

Critères socio-démographiques :

- Etudiants du campus du Creusot.
- Services et personnels de ses établissements.

Critères psychographiques :

Style de vie et personnalité différente à chaque personne

POSITIONNEMENT

- Les bornes interactives se positionnent comme un outil d'information et d'interaction pour les étudiants.

CIBLAGE

Approche différenciée basée sur :

- L'interactivité
- Le marketing de contenu
- L'engagement communautaire



Marketing Opérationnel

PRODUIT

Le produit présente :

- Une interface avec une navigation
- Des fonctionnalités :
 - Espace interactif
 - Affichage des informations du campus
 - Carte interactive du campus

PRIX

GRATUIT

DISTRIBUTION

La distribution est exclusive.

Notre stratégie de distribution se concentre sur :

- Un déploiement progressif des nouvelles fonctionnalités.
- Une communication massive au lancement.
- Une maintenance et des mises à jour régulières.

COMMUNICATION

Une communication pull grâce à :

- Notre publication sur les réseaux sociaux.
- Nos stickers directionnels.
- Notre distribution de flyers.

Road Map

BORNES INTERACTIVES

IUT le Creusot
Croze Marie Thomas / Cailly Léane

DIAGRAMME DE GANTT SIMPLE par Vertex42.com
<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/simple-gantt-chart.html>

Début du projet :

Semaine d'affichage :

3 févr 2025	10 févr 2025	17 févr 2025	24 févr 2025	3 mars 2025	10 mars 2025	17 mars 2025	24 mars 2025																				
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

TÂCHE	ATTRIBUÉ	AVANCEMENT	DÉBUT	FIN
Lancement et analyse				
Problématique	Mr. Boutin	100%	5/2/25	5/2/25
Cahier des charges	Léane/Thomas	100%	5/2/25	5/2/25
Etat de fait	Léane/Thomas	100%	5/2/25	5/2/25
Brainstorming	Léane	100%	5/2/25	5/2/25
Conception et planification				
Définition du contenu/fonctionnalités	Léane/Thomas	100%	6/2/25	14/2/25
Plan de communication	Léane	50%	10/3/25	16/3/25
Validation des besoins avec les départements	Léane/Thomas	100%	10/3/25	16/3/25
Arborescence logiciel	Thomas	100%	10/3/25	24/3/25
Maquettes interface	Thomas	0%	17/3/25	24/3/25
Finalisation/Cloûture	Léane/Thomas	0%	24/3/25	30/3/25
Passage oral	Léane/Thomas	0%	10/4/25	10/4/25

CAILLY LÉANE
CROZEMARIE THOMAS

2025-2026

INSTITUT UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

MERCI



IUT LE CREUSOT

