



Université
de Lomé

REPUBLIQUE TOGOLAISE
Travail - Liberté - Patrie

CABINET DU PRESIDENT

DIRECTION DE LA COMMUNICATION
ET DU PROTOCOLE

**Atelier de formation de l'équipe de la Direction de
la Communication et du Protocole (DCP) de
l'Université de Lomé sur la communication
institutionnelle universitaire à l'ère du numérique
et du digital**

Date : 15, 16 et 17 mars 2023

Lieu : WASCLAL / Université de Lomé

RAPPORT

Introduction

Les institutions universitaires sont en prise avec un environnement compétitif et concurrentiel qui requiert l'innovation et l'originalité dans leur manière de communiquer pour marquer leur différence et raconter leur histoire de façon unique. Face à ce défi, l'Université de Lomé s'est engagée dans une dynamique d'« institutional branding » en vue d'améliorer la perception de son image à travers la sous-région. Elle a donc opté pour le renforcement du marketing et de la communication institutionnelle auprès des membres de la communauté universitaire et du grand public extérieur (anciens étudiants, étudiants étrangers, partenaires sectoriels, investisseurs, etc.) qui peuvent bénéficier des fruits de la recherche universitaire et en faire rejallir l'effet sur l'économie nationale. C'est dans ce contexte que l'Université de Lomé a organisé à l'endroit de la Direction de la communication et du Protocole (DCP), un atelier de formation sur la communication digitale. La formation s'est déroulée les 15, 16 et 17 mars 2023 à la salle de conférence de West African Science Service Center on Climate Change and Adapted Land Use (WASCAL) de l'Université de Lomé. Elle a été animée par ASSOGBAGUE Kodjo Messanvi, consultant en stratégie digitale, formateur dans les métiers du digital et TOUGNON Jean-Marie, stratégeste digital, Social Media Manager.

I- Objectifs de la formation

Durant les trois (3) jours, l'équipe de la DCP a été formée sur « Les enjeux, les axes prioritaires et les stratégies de la communication institutionnelle universitaire, de la communication numérique et de l'animation des réseaux sociaux ». De façon spécifique, il s'était agi:

- ✓ de former l'équipe de la DCP sur les enjeux, les priorités et les stratégies du marketing et de la communication institutionnelle, notamment en période de crise ;
- ✓ d'outiller l'équipe de la DCP dans la rédaction institutionnelle et web, la conception, la réalisation et le montage de vidéos dédiées aux différentes pages et au compte YouTube de l'UL ;

- ✓ de former l'équipe de la DCP sur le renforcement de la présence de l'UL sur les réseaux sociaux ;
- ✓ de renforcer les capacités de l'équipe de la DCP sur la rédaction des stratégies et plan de communication institutionnelle de l'UL ;
- ✓ de former l'équipe de la DCP sur les stratégies, les aptitudes et les composantes du branding institutionnel.

II-Déroulement de l'atelier

Ainsi, le premier jour des travaux a été consacré à trois (3) thématiques :

- ✓ l'état des lieux ; audit de la communication institutionnelle à l'Université de Lomé.

L'état des lieux montre l'existence de certains aspects à améliorer au niveau de la communication institutionnelle. Sur Facebook, on note par exemple des "post and run", c'est à dire des publications qui ne demandent pas les feedback du groupe cible. Des commentaires inappropriés apparaissent parfois sous les publications sans qu'ils ne soient masqués par l'administrateur. Les meilleures images d'événements organisés à l'Université de Lomé, ne proviennent pas toujours de la direction de la communication et du protocole. La charte graphique n'est pas respectée au niveau des documents officiels et sur les différents supports de communication, notamment les enseignes des établissements et des services centraux. Les images de l'institution ne sont pas "brandées", les conceptions graphiques ne sont pas toujours attrayantes,

Sur Twitter, il n'existe pas de Hashtags spécifiques à l'Université de Lomé. Parfois on note trop de tags dans un tweet avec des personnes qui n'ont pas forcément un domaine d'intérêt avec l'Université de Lomé. Les images sont parfois privilégiées au detriment des textes. Sur Wikipedia, les informations concernant l'Université de Lomé ne sont pas à jour. Sur Google Map, les premières images visibles de l'Université de Lomé ne sont pas les images postées par l'institution...

- ✓ la communication institutionnelle : les priorités, rédaction d'une stratégie de communication.

Ce module a permis d'aborder les principes de base de la communication institutionnelle, ses enjeux et les stratégies appropriées pour une communication institutionnelle efficace et inclusive.

- ✓ rédaction web et institutionnelle.

La deuxième journée de l'atelier s'est déroulée autour des axes suivants :

- ✓ infographie mobile : charte graphique, design : étude de canva, outil de conception graphique sur mobile ;
- ✓ vidéo : script, réalisation, montage, réalisation et montage vidéo sur mobile avec VN, outil de montage vidéo sur mobile ; atelier pratique avec toute l'équipe sur la production de vidéo reportage sur la formation ;
- ✓ photographie : cadrage, lumière, réglages caméra, étalonnage, traitement de photo avec LIHTROOM, un outil de traitement de photo sur mobile et PC ; atelier de prise de vue et de traitement de photos.

Au troisième jour, la formation a porté sur « community management et analyse data » autour des composantes suivantes:

- ✓ FACEBOOK, TWITTER : Paramétrages, Calendrier éditorial, Analyses KPI, Facebook Ads ;
- ✓ YOUTUBE, LINKEDIN : création, paramétrage et mise en ligne de vidéo ;
- ✓ fiche google, site web, marketing d'influence, suite Google ;
- ✓ récupération et paramétrage de la Chaîne YouTube de L'université de Lomé.

III- Recommandations

Une visite approfondie des différentes plateformes de publication de l'Université de Lomé, et une évaluation des ressources matérielles dont dispose la direction de la communication et du protocole ont été effectuées. A l'issue de l'atelier, les recommandations suivantes ont été formulées :

- ✓ Masquer les commentaires inappropriés sous les publications sur Facebook ;
- ✓ Prendre contact avec les correspondants locaux de Wikipédia pour procéder à la mise à jour des informations concernant l'Université de Lomé ;

- ✓ Sur le site web de l'Université de Lomé, diriger le bouton « **voir plus** » vers la chaîne YouTube officielle de l'Université de Lomé ; (Actuellement ce bouton renvoie vers un compte YouTube externe. Avec un contenu qui ne cadre pas forcément avec les valeurs de l'Université de Lomé. Ce serait mieux dans un premier temps, mettre la vidéo en question sur la chaîne YouTube de l'Université de Lomé et ensuite rediriger le bouton vers la vidéo publiée sur la Chaîne YouTube de l'Université de Lomé. Ceci permettra d'attirer du trafic vers la Chaîne YouTube de l'Université de Lomé et d'augmenter le nombre d'abonnés).



- ✓ Doter la cellule de communication d'une carte visa prépayée : cette carte visa permettra d'effectuer des achats en ligne et de faire les sponsorings des différentes pages sur les réseaux sociaux ;
- ✓ Doter l'institution d'un Chatbot pour automatiser les réponses aux requêtes

Un Chatbot est un programme informatique conçu pour simuler une conversation humaine en utilisant des règles prédéfinies ou une intelligence artificielle. Il est généralement utilisé pour automatiser des tâches simples ou fournir une assistance en ligne. Doter l'université d'un Chatbot lui permettra de gérer efficacement sa messagerie.

- ✓ Créer et publier sur Play Store une version application du site internet

Avec la prolifération des appareils mobiles, la majorité du trafic d'un site vient de ces terminaux mobiles. Avoir une version application du site de l'université permettra au monde universitaire de visiter beaucoup facilement le site.

- ✓ Prendre contrôle des groupes Facebook en contactant les différents administrateurs

Afin d'augmenter la notoriété sur Facebook, il faut que la Page Facebook de l'Université ait la primeur de l'information. Il faudra donc contacter les administrateurs de différents groupes Facebook créés et portant le nom de l'Université de Lomé, afin de discuter sur la possibilité de prendre contrôle de ces groupes et de les utiliser pour toucher beaucoup plus d'étudiants. Vu le nombre d'abonnés que compte ces groupes, leur récupération sera toujours plus bénéfique à l'Université de Lomé que la demande de leur suppression.

Tableau récapitulatif des groupes Facebook portant le nom de l'Université de Lomé

Nom du Groupe	Nbr d'abonnés	Administrateurs
Université de Lomé	13 070	- Komi Missodé
Université de Lomé - Infos	45 155	- Entreprendre et investir au Togo - Ayewutse Kokou Yovodevi - Friedmann Fried - Ayek Ayek
Amis de Université de Lomé	24400	- Pierro Lil-Jay
#Université de Lomé#Infos	9 460	- Ligue Togolaise Des Droits Des Élèves et Étudiants - LTDE - Foly Satchivi - Anselmo Possible Kagbla - Raphael Aziamadji - Sodate Issifou
Université de Lomé et de Kara	104600	- Marthe Abigaïl - Amourleboss Alli - Bienvenue Alli - Lid Esso

- ✓ Créer le lien LINKTREE pour diriger les visiteurs vers les différentes pages réseaux sociaux.

- ✓ Générer un code QR avec ce lien

Un code QR (Quick Response) est un type de code-barres en deux dimensions qui peut stocker une grande quantité d'informations, telles que des URL, des adresses e-mail et des numéros de téléphone, pouvant être facilement scannées à l'aide d'un smartphone ou d'un lecteur de code-barres. Ce code QR permettra au monde universitaire de visiter les canaux officiels de l'Université de Lomé. Ce qui augmentera le nombre d'abonnés.

- ✓ Créer une nouvelle fiche Google

Une fiche Google est une fiche d'entreprise en ligne qui fournit des informations sur une entreprise, telles que l'adresse, les horaires d'ouverture, les avis des clients, les photos et les informations de contact. Elle apparaît dans les résultats de recherche Google et Google Maps.

La fiche actuelle n'est pas actualisée et comporte des données qui ne reflètent pas la réalité actuelle de l'Université. La DCP n'a pas aussi la main sur la fiche vue qu'elle a été créée par un compte personnel introuvable. Il est donc important d'en créer une nouvelle afin de profiter des avantages de la fiche.

- ✓ Confier à la Direction de la Communication et du Protocole, la charte graphique de l'institution ;
- ✓ Doter la DCP d'un infographiste ;
- ✓ Trouver les mots clés qui définissent l'Université de Lomé ;
- ✓ Formaliser le Hashtag (signature numérique) de l'Université de Lomé ;
- ✓ Doter la DCP d'un budget pour son fonctionnement et pour déployer son plan de communication ;
- ✓ Renforcer le personnel de la DCP par la présence d'un infographiste ;
- ✓ Doter la DCP des matériels suivants :
 - Micro sans fils avec 2 transmetteurs ;
 - Micro conférence ;
 - Caméras professionnelles ;

- Abonnement payant OBS et formation en gestion de live professionnel ;
- Abonnement Canva Pro.

Conclusion

L'atelier de formation des 15, 16 et 17 mars 2023 a été un cadre pertinent qui a permis de faire un état des lieux de la communication institutionnelle de l'Université de Lomé, d'évaluer le travail effectué par la Direction de la Communication et du Protocole, et d'identifier les défis qui restent encore à relever. Il a permis à l'équipe de la DCP d'acquérir de nouvelles compétences en matière d'animation de réseaux sociaux, rédaction de plan de communication, de création de contenus ainsi que des stratégies pour communiquer efficacement avec les parties prenantes internes et externes. La mise en œuvre des recommandations contenues dans ce rapport contribuera sans aucun doute à relever le niveau de la communication institutionnelle de l'Université de Lomé et à améliorer la perception de la communauté universitaire et à renforcer son image auprès de ses différents partenaires.

La Direction de la Communication et du Protocole remercie les formateurs pour la qualité des modules et le caractère pratique de la formation et leur disponibilité à accompagner l'équipe pour une meilleure assimilation des compétences acquises au cours de l'atelier. Elle exprime sa gratitude au Président de l'Université de Lomé, Professeur Dodzi Komla Kokoroko, pour son appui à l'organisation de l'atelier, et son engagement à instaurer à l'Université de Lomé, une communication institutionnelle à même de répondre aux exigences du monde universitaire d'aujourd'hui.

Lomé, le 20 mars 2023

Le Directeur de la Communication et du Protocole



Komi KALIPE

GALERIE PHOTO

