



Marketing des réseaux sociaux

Scénario d'escape room pertinent & ressource de projet	Pour aborder ce sujet, les activités de l'Escape Game doivent être basées sur des énigmes d'analyse de données, de création de contenu engageant et de compréhension du fonctionnement des médias sociaux (règles, algorithme de visibilité ...). Le scénario met l'accent sur la créativité, l'analyse critique et l'adaptation aux tendances. Ressources liées: • Social Media Challenge project (Google Digital Workshops) – Escape games sur le marketing digital. • Meta Blueprint Kit – Ressources éducatives sur les stratégies publicitaires. • Influencers in Danger scenario (Pixees) – Aborder l'éthique et la désinformation
Groupe cible & besoins	Âge: 16–30 ans (lycéens, étudiants universitaires, jeunes entrepreneurs, créateurs de contenu). Taille du groupe: 4–6 participants (idéal pour simuler une équipe marketing). Prérequis: • Connaissance de base des réseaux sociaux (Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter). • Intérêt pour la narration, le design ou l'analyse de données.



	• Pas de prérequis technique poussés nécessaires.
Durée	1 heure (briefing and débriefing inclus)
Zones de compétences ciblées	EntreComp (European Framework for Entrepreneurship): 1.3 Évaluer les idées (par l'analyse des données). 2.2 Organiser les ressources (budget, temps, outils). 3.2 Communiquer et négocier (création de contenu persuasif). DigComp (European Digital Competence Framework): 2.1 Traiter les données (analyse approfondie). 3.1 Développer du contenu numérique (visuels, vidéos). 4.1 Protéger les données personnelles (RGPD, éthique).
Objectifs	Stratégie de marketing numérique: • Analyser un public cible et adapter le contenu en conséquence. • Comprendre les algorithmes des médias sociaux (engagement, hashtags, temps de publication). • Utiliser des outils d'analyse (par exemple, Meta Business Suite, Google Analytics). Création de contenu: • Concevoir des visuels et des messages accrocheurs (en utilisant Canva, CapCut). • Écrire des sous-titres et des scripts pour de courtes vidéos Entrepreneuriat numérique: • Gérer un budget publicitaire limité.



	• Mesurer le RSI (retour sur investissement) d'une campagne. Compétences transversales: • Travail d'équipe, gestion du temps, adaptabilité.
Matériel & équipement	• 1 ordinateur ou tablette avec accès à Internet et réseaux sociaux. • 1 feuilles de puzzle imprimées • Certains outils numériques, tels que Canva (conception), CapCut (montage vidéo), Meta Business Suite (analyse). • Un tableau blanc pour faire des idées. • 2 à 3 cadenas de combinaison pour les puzzles physiques (par exemple, 'budget' sûr).
Ressources utiles	Ressources éducatives: • Meta Blueprint – Formation gratuite sur le marketing de Facebook/Instagram. • Google Digital Workshops – Modules sur le marketing numérique. • HubSpot Academy – Formations sur les stratégies d'approche. Outils pratiques: • Canva – Modèles pour les visuels. • CapCut – Editage vidéo gratuit. • AnswerThePublic – Recherche de mots clés. Inspiration: • TikTok Business – Etude de cas. • Later – Planification de contenu.



Mise en place	Physique: • Organisez la salle en une « agence de communication » (bureaux disposés en groupes). • Afficher des exemples de campagnes virales (par exemple, impressions de publications Instagram). • Masquer les indices dans les boîtes à outils (par exemple, un code QR menant à une vidéo tutorielle). Numérique: • Créer des comptes fictifs sur les réseaux sociaux (par exemple, @EcoFashionStart pour Instagram). • Préparez un dossier Drive avec des données d'audience (par exemple, des informations fictives). • Simuler une « crise » (par exemple, un commentaire négatif à gérer).
Instructions étape par étape	Introduction (10 min): Présentez le scénario : « Votre start-up perd des abonnés, vous avez 1 heure pour inverser la tendance ! » Distribuez le premier puzzle (par exemple « Analysez les idées de ce post et trouvez l'erreur »). Puzzle 1 – Analyse de l'audience (15 mins): Utilisez des données fictives pour identifier le groupe d'âge le plus engagé. Puzzle 2 – Création de contenu (20 mins): Concevoir un visuel et une légende pour un post (en utilisant Canva) ; Filmer une vidéo TikTok de 15 secondes (en utilisant CapCut).



	Puzzle 3 – Gestion de crise (10 mins): Répondez à un commentaire négatif de manière professionnelle. Puzzle 4 – Optimisation du budget (10 mins): Allouez un budget fictif de 50£ entre les pubs Instagram et les influenceurs. Final puzzle – Discours de campagne (10 mins): Présentez la stratégie globale au groupe (format Elevator Pitch). Dénouement (5 mins): Révélez que la clé était la cohérence entre le message et le public.
Questions de débriefing	• Quels outils ou stratégies vous ont surpris par leur efficacité ? • Comment gérez-vous les retours négatifs sur les réseaux sociaux ? • Pourquoi l'analyse des données est-elle cruciale pour une campagne ? • Comment adapteriez-vous cette stratégie à un projet réel ?
Evaluation & Appréciation	Grille d'observation: • Pertinence des hashtags et du ciblage. • Originalité et qualité des visuels/vidéos créés. • Réactivité et professionnalisme dans la gestion de crise.



	Auto-évaluation: Quiz interactif (via Kahoot) sur les concepts clés (ex: "Quel est le meilleur moment pour poster sur Instagram?")
Variations & adaptation	Pour les débutants: Fournir des modèles Canva et une liste de hashtags populaires. Pour les utilisateurs habitués: Ajoutez un puzzle sur l'analyse des concurrents (par exemple « Comparez deux comptes Instagram »). Accessibilité: Fournir des transcriptions pour les vidéos. Utiliser des outils de synthèse vocale pour les participants malvoyants.
Conseils du formateur	Anticiper les défis: • Certains participants peuvent hésiter à créer du contenu : encouragez-les avec des exemples de marques inspirantes (par exemple, Glossier, Duolingo). • Prévoyez du temps pour brainstormer des idées pour les publications. Conseils: • Intégrer des outils d'IA (par exemple, Copy.ai pour générer des sous-titres, ou DALL E pour les visuels). • Reliez le scénario à des cas réels (par exemple « Comment la marque X a-t-elle utilisé TikTok pour décoller ? »).
Références et lectures supplémentaires	• Livre : « Contagious: Why Things Catch On » (Jonah Berger) – sur les tendances.



- **Podcast** : « [Skill Up Episode 1: How to Create a Social Media Strategy](#) » (HubSpot).
- **Outil** : « [Hootsuite](#) » (Pour la planification multi-réseaux).



Cofinancé par
l'Union européenne



Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

Code du projet: 2023-2-LT02-KA220-YOU-000183156