

# RÉUNION DU GROUPE DE TRAVAIL THÉMATIQUE "COMMUNIQUER AVEC SES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX"

## TREFFEN DER THEMATISCHEN ARBEITSGRUPPE "MIT INSTITUTIONELLEN PARTNERN UND IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN KOMMUNIZIEREN"

---

**LE 13 JUIN À HAMBURG** AM 13. JUNI 2019 IN HAMBURG

**SOYEZ LES BIENVENUS !** HERZLICH WILLKOMMEN!

- ▶ Präsentation der Aktivitäten **der DFH** in diesem Bereich:  
Wie gehen wir vor? (Zielgruppen, Instrumente, Ziele, Aufwand, Ergebnisse)
- ▶ Wie gehen **Sie** vor? Erfahrungsberichte
- ▶ Austausch: Wie können **wir** - DFH & Netzwerk - noch enger zusammenarbeiten und Synergien schaffen?

### **DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND AUßENBEZIEHUNGEN DER DFH – HIERZU GEHÖREN:**

- ▶ Studierendenakquise
- ▶ Studierendenbindung, Alumniarbeit und Förderung des Berufseinstiegs
- ▶ Kooperationsprojekte mit Partnerinstitutionen & Multiplikatoren
- ▶ Kooperationsprojekte mit der Wirtschaft
- ▶ Austausch mit dem Netzwerk
- ▶ Pressearbeit
- ▶ Erstellung von Publikationen
- ▶ Durchführung von Veranstaltungen

## KOOPERATIONSPROJEKTE MIT DER WIRTSCHAFT

- ▶ Organisation von **Netzwerkveranstaltungen** der DFH: Business Dinner, Dialog mit der Wirtschaft, Podiumsdiskussionen,...
- ▶ Vergabe von **Stipendien**: z.B. die DFH-Michelin-Stipendien, die DFH-SaarLB-Stipendien und die BNP-Parisbas-DFH-Stipendien
- ▶ Jährliche Förderung von **Exzellenz- und Dissertationspreisen** in allen Fachbereichen in Kooperation mit Förderern wie Arte, Mazars, dem Club des Affaires Saar-Lorraine, der Deutsch-Französischen Juristenvereinigung, der Apec, Rotary Clubs,...
- ▶ Rekrutierung von Absolventen der DFH: kostenlose Weiterleitung von **Praktikums- und Stellenanzeigen** an das Alumni-Netzwerk

## KOOPERATIONSPROJEKTE MIT PARTNERINSTITUTIONEN, SCHULEN, ...

- ▶ Beteiligung an **Informationskampagnen** und **Veröffentlichungen** von Partnerinstitutionen und Multiplikatoren
- ▶ Versand von **Informationsmaterial** und Werbegeschenken an Schulen, Partnereinrichtungen und Multiplikatoren
- ▶ Teilnahme an **Veranstaltungen von Partnerinstitutionen, HS, Schulen**
- ▶ **Empfang von Schulklassen** an der Villa Europa
- ▶ **Gemeinschaftsstände auf Hochschulmessen** in beiden Ländern
- ▶ „DFH-Botschafter-Projekt“

## KOOPERATIONSMÖGLICHKEITEN MIT ALUMNIVEREINEN DER DFH

- ▶ Finanzielle Unterstützung der Vereine bis zu 2.500 Euro pro Jahr
- ▶ Jährliches Treffen der Alumnivereine
- ▶ Teilnahme der DFH an Veranstaltungen der Alumnivereine
- ▶ Veröffentlichung von Informationen über Veranstaltungen und Möglichkeiten des Erfahrungsaustauschs
- ▶ Weiterleitung von Praktikums- und Stellenausschreibungen
- ▶ Zusammenarbeit mit den Studierendenvertretern
- ▶ Unterstützung bei der Vernetzung mit anderen Vereinigungen wie z.B. den Deutsch-Französischen Gesellschaften usw.

## PRESSEARBEIT

- ▶ Ausbau von Kooperationen, um in **spezialisierter Presse** präsenter zu sein
  - ▶ Beispiele:
    - ▶ Wirtschaftsmagazin „Acteurs du franco-allemand“
    - ▶ Newsletter „Quoi de neuf“
    - ▶ Revue AbiBac, „Französisch heute“
- ▶ Zusammenarbeit mit den **Pressestellen in unserem Netzwerk** (anlässlich der Preis- oder Stipendienverleihungen usw.)

## À VOS AGENDAS :

- ▶ Business Dinner am 26. Oktober in Paris
- ▶ Deutsch-Französisches Forum am 8./9. November in Straßburg
- ▶ „Dialog mit der Wirtschaft“ Ende November in Frankfurt
- ▶ Verleihung der Exzellenz- und Dissertationspreise Ende Januar 2020 in Paris



Entraînement Interculturel  
à la Candidature  
Interkulturelles Bewerbertraining



Diplômés  
Alumni



Ambassadeurs de l'UFA  
DFH-Botschafter



Relations entreprises  
Wirtschaftskontakte



Prix d'Excellence  
Exzellenzpreis



Prix de la Meilleure Thèse  
Dissertationspreis

**# NIVEAU 1 : INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX**

**# NIVEAU 2 : AMÉLIORER SES ACTIONS DE COMMUNICATION**

**# NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE**

# # NIVEAU 1 : INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX

- ▶ Définir son objectif
- ▶ Choisir la ou les plateformes adaptées
- ▶ Définir sa stratégie de contenus (messages, cible, formats)
- ▶ Gérer les différents comptes (pages, groupes, rôles)
- ▶ Gérer ses ressources (RH, temps, budget)

## # NIVEAU 2 : AMÉLIORER SES ACTIONS DE COMMUNICATION

- ▶ Evaluer son action digitale : les statistiques
- ▶ Elaborer un planning rédactionnel
- ▶ Gérer la création de contenus (charte, formats, etc.)
- ▶ Effectuer une veille stratégique
- ▶ Publier, liker, partager, commenter

## TENDANCES & CHIFFRES

- ▶ « Si Telegram était un pays, il aurait été le sixième pays du monde », Pavel Durov, le PDG de l'application de messagerie Telegram, en mars 2018, après avoir les 200 millions d'utilisateurs actifs par mois

### NICOLA MENDELSON, VP EMEA FACEBOOK (FACEBOOK MARKETING SUMMIT, 22.5.2019, BERLIN): BIG SHIFTS IN 4 MAJOR AREAS

- ▶ #curation : l'importance de la création, de la mise en forme et du partage de contenus
- ▶ #community : „Paying attention to the communities that exist”
- ▶ #conversation : augmentation notamment du direct messaging (WhatsApp, Messenger, chatbots)
- ▶ #commerce : créer des expériences clients/utilisateurs fluides « create a seamless experience and injecting an element of fun »

### **JOHANNES STEEGMANN, GESCHÄFTSFÜHRER MARKETING, STRATEGIE, VENTURES, REWE DIGITAL (FACEBOOK MARKETING SUMMIT, BERLIN, 22.5.2019)**

- ▶ „Es ist natürlich so, dass die Facebook-Technologie sagenhaft und genial ist...allerdings allein das reicht nicht. Was man zusätzlich noch braucht ist eine Story, die den Kunden berührt, mitnimmt und begeistert - in einer Machart, die ihn auch vernünftig abholt”
- ▶ „Ohne die Story bringt uns Facebook nichts. Aber mit der Story haben wir bei Facebook und mit Facebook einen deutlichen Umsatz-Uplift geschafft.”

## NICOLA MENDELSON, VP EMEA FACEBOOK (FACEBOOK MARKETING SUMMIT, 22.5.2019, BERLIN)

- ▶ What next? The future is private.
- ▶ Where do we go from here?
- ▶ What are the areas we need to be building on?
- ▶ How do we adapt to these changes?
- ▶ And how do we get ahead of the game?
- ▶ All of us need to move quickly and to make sure we're adapting.

## # NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE

- ▶ Campagnes payantes sur Facebook
- ▶ Plateformes de gestion des réseaux sociaux
- ▶ Cas pratiques

## # NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE

- ▶ Campagnes payantes sur Facebook
  - ▶ définir sa cible et son objectif
  - ▶ les formats publicitaires
  - ▶ gestionnaire de publicités
  - ▶ budget quotidien ou budget global
  - ▶ plafond des dépenses du compte

## # NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE

- ▶ Plateformes de gestion des réseaux sociaux
  - ▶ HootSuite, Buffer, SproutSocial, [falcon.io](https://falcon.io)
  - ▶ Buzzsumo
  - ▶ Pluragraph
  - ▶ TweetDeck

# # NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE

- ▶ Campagnes payantes sur Facebook
- ▶ Plateformes de gestion des réseaux sociaux
- ▶ Cas pratiques
  - ▶ Prof. em. Dr. Dr. h.c. Bernhard Fleischmann, Augsburg-Rennes, site, vidéo, campagnes Facebook/YouTube, « DIPLONVIZ »
  - ▶ Prof. Dr. Matthias Broszka, Essen-Tours, « Du bruit pour la musicologie »
  - ▶ Dr. Ramona Schröpf, Dortmund-La Rochelle, vidéo, « Zwei Kulturen - ein gemeinsames Ziel »
  - ▶ Mme Laurence Gendron-Ulber, Serious game, « Unterwegs im DFH-Netzwerk »
  - ▶ Mme Claudia Heß, vidéo « AMASE »

# # NIVEAU 3 : DÉVELOPPER SON EXPERTISE

### ▶ Cas pratiques

- ▶ Prof. em. Dr. Dr. h.c. Bernhard Fleischmann, Augsburg-Rennes, site, vidéo, campagnes Facebook/YouTube, « DIPLONVIZ »
  - ▶ Création d'un site web commun : <https://dfm-augsburg.univ-rennes.eu/fr>
  - ▶ Création de vidéos
    - ▶ Une vidéo de présentation : <https://dfm-augsburg.univ-rennes.eu/fr/les-doubles-diplomes>
    - ▶ Plusieurs courtes vidéos de témoignages d'étudiants actuels et d'enseignants : <https://dfm-augsburg.univ-rennes.eu/fr/temoignages-0>
  - ▶ Campagne de référencement Google - AdWords
  - ▶ Campagne Facebook : posts + Facebook ads

- ▶ Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Wir sind gespannt auf Ihre Berichte und freuen uns auf den Erfahrungsaustausch und neue Kooperationsideen!



© Iris Maurer / DFH-UFA

- ▶ Sie haben Fragen an uns? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung! ([elisee@dfh-ufa.org](mailto:elisee@dfh-ufa.org), [rohland@dfh-ufa.org](mailto:rohland@dfh-ufa.org))