

Planifiez vos communications pour l'année scolaire



Fédération des établissements
d'enseignement privés

Savoir réussir

Juin 2019

1. Confirmez votre mission et vos objectifs

- Que voulez-vous que les gens disent à votre sujet ? La réponse à cette question sera la base de vos activités de communication.
- Une bonne communication commence par l'établissement d'une **mission claire et d'objectifs réalisables**, bénéficiant du soutien de la direction de l'école et partagés avec toutes les personnes qui forment votre communauté.
- Une bonne planification des communications ne se limite pas à refaire ce qui a été fait les années précédentes. Revoir sa planification des communications chaque année et établir des objectifs clairs et réalisables permet de s'assurer que les activités de communication prévues font valoir ce pour quoi vous voulez être connus et reconnus.
- **Vos ressources sont limitées. Il faut donc prioriser vos activités de communication et vous assurer qu'elles mettent en valeur votre mission et vos objectifs.**



2. Rejoignez tous vos publics

- Pour entretenir la réputation de votre école, il faut **communiquer régulièrement avec vos différents publics**. Il y a bien sûr le personnel, les parents et les élèves, mais il ne faut pas négliger les anciens, les voisins, les partenaires, les décideurs et influenceurs (maire, députés, chambres de commerce...) ainsi que les médias.
- Veillez à prendre en compte toutes les audiences lors de la création de votre plan de communication. Une segmentation de vos audiences permettra de déterminer des objectifs réalistes qui correspondent à chacun de ces grands groupes ainsi que les actions à entreprendre.
- Parlez aux élus et aux personnes clés de votre communauté. Vous avez besoin de leur appui pour assurer le développement et la pérennité de votre école!



3. Identifiez et sondez les groupes cibles

- Un plan de communication efficace se conçoit à partir de données.
- Les sondages sont une excellente méthode pour rassembler des données. Prenez le pouls des parents, de votre personnel et de vos élèves pour mieux cerner leurs besoins en matière de communication. Pas le temps de faire un sondage ? Interrogez quelques personnes clés (membres du personnel, association de parents, conseil étudiant). Leurs réponses vous aideront à faire les bons choix.
- **Recueillez des données sur l'utilisation de votre site Internet et les pages les plus consultées, sur le nombre de lecteurs de votre infolettre et les articles les plus lus, afin de mieux cibler vos actions et mettre votre énergie à la bonne place.**



4. Regardez ce que font les autres

- **Pour être efficace, il est intéressant de regarder ce que les autres écoles font de leurs communications.**
- Commencez par les écoles près de chez vous. Consultez leurs sites Web et explorez leurs médias sociaux pour voir ce qu'ils font bien et moins bien.
- Regardez aussi ce qui se fait dans d'autres régions et, pourquoi pas, dans d'autres pays. Les écoles privées britanniques sont de loin les plus impressionnantes en matière d'outils de communication. On trouve aussi des exemples inspirants du côté des écoles privées ailleurs en Amérique du Nord.



5. Portez attention aux contenus

- Créer du contenu est une lourde tâche. Pour vous simplifier la vie, **priorisez ce qui est en lien direct avec votre mission et ce qui vous distingue.**
- Votre école est beaucoup plus que des événements de calendrier. Personnalisez vos communications avec des sujets d'intérêt humain et des réalisations du personnel et des élèves.
- Le sondage CROP auquel plus de 18 000 parents ont répondu l'hiver dernier a révélé que **la qualité de l'enseignement et de l'encadrement sont les éléments de satisfaction à l'égard de l'école les plus importants.** Mettez en valeur le travail de vos enseignants et du personnel qui accompagne les élèves au quotidien !



6. Soignez votre site Internet

- Votre site est-il adapté aux appareils mobiles ? Si ce n'est pas le cas, votre référencement est compromis.
- Lorsqu'on tape « école primaire » ou « école secondaire » suivi du nom de votre municipalité dans un moteur de recherche, votre école s'affiche-t-elle parmi les premières ? Si ce n'est pas le cas, mettez le référencement en tête de liste de vos priorités.
- Changez-vous régulièrement les images et les informations sur les pages les plus fréquemment consultées ?
- Lorsqu'on visite le site d'une école en plein été et qu'on y voit sur la page d'accueil des nouvelles de la Fête de Noël, cela donne une impression de négligence. Votre site doit démontrer votre dynamisme et votre rigueur. Les parents à la recherche d'une école doivent rapidement savoir comment votre écoles se démarque des autres.
- Est-ce que votre site reflète bien votre mission et vos valeurs ?
- Peut-on identifier rapidement ce qui vous distingue des autres écoles de votre municipalité?
- Est-il facile pour les parents à la recherche d'une école de trouver l'information sur les admissions, les portes ouvertes, les programmes ou l'aide financière disponible ?
- Qui va s'occuper de mon enfant ? C'est là une grande préoccupation des parents. Mettez votre personnel en vedette sur votre site !



7. Misez sur les médias sociaux

L'avènement des médias sociaux est un phénomène qui a transformé la façon dont les écoles communiquent ou «devraient» communiquer. Les médias sociaux doivent être une priorité dans la planification de vos communications.

La communauté scolaire est de plus en plus mobile et s'appuie sur des canaux tels que YouTube, Facebook et Instagram pour discuter des sujets qui comptent le plus. C'est ainsi que les gens obtiennent nouvelles, informations et divertissement.

Rappelez-vous : les gens aiment les vidéos!

Misez sur la production de courtes vidéos ou d'images que vous pouvez diffuser rapidement sur différents canaux.



8. Faites la promotion de votre plan de communication à l'interne

La réalisation d'un plan de communication nécessite l'apport de tout le personnel.

Retard dans le transfert d'information et de photos pour l'infolettre et les médias sociaux, textes mal écrits ou trop longs, absence de collaboration des différents acteurs pour la cueillette de nouvelles, voilà autant d'obstacles qui rendent difficile le travail des responsables des communications dans les écoles.

- Le plan de communication doit être présenté à l'ensemble du personnel au début de l'année et des rappels réguliers doivent être faits en cours d'année.
- Il est important que la direction explique clairement les priorités en matière de communication : faire rayonner la mission et la marque de l'école. Les écoles privées québécoises dédient très peu de ressources humaines aux communications. Il faut donc prioriser et travailler tous ensemble, dans la même direction.
- La direction doit donner des directives claires et précises pour s'assurer que chacun contribue de façon diligente et efficace aux efforts de communication.

Par exemple, transmettre à telle personne un texte d'un maximum de 200 mots et une photo en haute résolution dans les 3 jours suivant l'activité.



9. Misez sur une bonne première impression

Les parents qui appellent ou envoient un message à votre école pour obtenir de l'information en vue d'y inscrire leur enfant se feront rapidement une idée, selon la façon dont leur appel est traité. Il importe donc de se poser les questions suivantes :

- Est-ce que le message d'accueil de votre boîte téléphonique reflète le dynamisme et le climat bienveillant de votre école?
- Est-ce qu'il est facile pour le parent d'avoir rapidement accès à la bonne personne pour répondre à ses questions concernant l'admission ?
- Quel est le délai de réponse ? Aujourd'hui, un délai de plus de 48 heures est mal toléré. Si vous n'êtes pas en mesure de retourner rapidement les messages ou les appels, prévoyez un message chaleureux indiquant le délai de réponse auquel on peut s'attendre... et respectez ce délai.

Votre école est reconnue pour son accompagnement personnalisé des élèves ? Cela doit se sentir dès le premier contact.



10. Profitez des occasions de rayonner sans frais

- Les membres de la Fédération ont tous une fiche sur le site ecolespriveesquebec.ca. Ce site reçoit plus de 110 000 visites par année.
Votre fiche est-elle à jour ?
- La Fédération et le site AMEQ en ligne diffusent gratuitement des nouvelles des écoles. **Leur transmettez-vous régulièrement vos nouvelles ?**
 - Pour la Fédération, envoyez vos nouvelles à lamothen@feep.qc.ca
 - Pour AMEQ en ligne, envoyez vos nouvelles presse@ameqenligne.com



11. Prenez soin des vos parents

Les parents sont des acteurs clés de votre communauté. Ce sont les principaux responsables du bouche-à-oreille, il faut donc en prendre soin.

Réfléchissez à des **moyens de communiquer qui permettent de regrouper les informations**, plutôt que laisser plusieurs personnes leur envoyer des courriels à tout moment.

Certains parents souhaiteraient aller à l'école pour échanger dans une ambiance décontractée. Créez des moments de rencontre, comme un café avec la DG tous les premiers mardis matins du mois pendant l'année scolaire ou encore une rencontre informelle d'échange avec les futurs parents en mai. L'école de leur enfant, c'est aussi leur école, ils doivent s'y sentir chez eux.



Modèle de plan de communication

OBJECTIFS DE COMMUNICATION	DATE	PUBLICS CIBLES	MOYENS	RESPONSABLES
			<ul style="list-style-type: none">• Communiqué• Infolettre• Nouvelle sur le site	

