



Dimension : Gestion de l'établissement

Domaine : Communication

Thématique : Communication externe

OBJECTIF

Améliorer la communication externe en développant une stratégie de communication / des actions de communication, en s'interrogeant sur les moyens mis en œuvre pour la favoriser, en identifiant les groupes cibles, en tenant compte de l'identité de l'établissement, des sujets à aborder et de leurs moyens de diffusion.

Le but ultime de la communication externe est d'augmenter la visibilité du profil de l'école, ainsi que des offres et projets scolaires. Elle permet également à l'école d'avoir une influence sur l'image qu'elle souhaite véhiculer auprès du public.

QUESTIONNEMENT

- > Quelle image l'école souhaite-t-elle présenter au monde extérieur ? L'image transmise est-elle cohérente et en accord avec les valeurs de l'école ?
- > Quelles mesures ont déjà été mises en place ? Qu'est-ce qui fonctionne ou ne fonctionne pas et pour quelles raisons ?
- > Les objectifs de la communication externe de l'école ont-ils été définis ? Quels sont-ils ?
- > Les groupes-cibles visés ont-ils été identifiés ? Quels sont-ils ? Quelles sont leurs caractéristiques ?
- > Quels sont les outils de communication à disposition de l'école ? Quels autres outils de communication peuvent être envisagés ? Quelles sont leurs caractéristiques ?
- > Quelles mesures sont prévues pour évaluer l'efficacité des actions de communication ? Des indicateurs (quantitatifs et/ou qualitatifs) ont-ils été définis pour appuyer les démarches de suivi et d'évaluation ?
- > Quelles ressources (humaines et financières) ont été attribuées à la mise en œuvre de la stratégie de communication ?

OUTILS ET ÉVALUATIONS POSSIBLES

- > Réaliser un état des lieux de la situation actuelle de l'école et de la communication externe existante.
- > Identifier des personnes ressources / créer des groupes de travail en charge de la communication externe qui vise à définir l'image voulue de l'école, les objectifs et les raisons de la communication externe, les publics cibles et les outils clés.
- > Prévoir, si besoin, des formations en communication pour les personnes ressources.
- > Établir un plan de communication annuel qui détermine les actions à engager, les messages à transmettre, le calendrier, les rôles et responsabilités et qui sert d'instrument de pilotage pour l'implémentation de la stratégie.
- > Définir des indicateurs qui permettent d'évaluer l'efficacité des actions de communication. Si besoin, reconsidérer les choix qui ont été pris (p.ex. l'outil choisi est-il adapté au public cible visé, à la nature du message, aux objectifs définis ?).
- > Réaliser des questionnaires, des entretiens pour effectuer l'état des lieux et /ou mesurer l'impact des indicateurs.

LIENS ET RESSOURCES

- > Catherine Straus (2017) : La communication externe des lycées à l'exemple de l'École de la deuxième chance (Travail de candidature).
- > Philippe Gérard et Bernadette Jézéquel. (2019) : La boîte à outils de la Communication – 4e Edition. Dunod, Malakoff.
- > Andreas Kuschnerit / Yvonne Vockerodt (2013) : Öffentlichkeitsarbeit: Konzepte und Ideen für Schulen: <https://www.hamburg.de/contentblob/1903036/18f6586b136d7d65d49e56378e89bca6/data/handout.pdf;jsessionid=E2D3E9B57860038959246409BA3A6E0D.liveWorker2>
- > Editions CLAE services (2017) : La communication associative https://www.clae.lu/wp-content/uploads/2017/05/fp_la_communication_associative.pdf