

Guide de communication pour les responsables d'éducation

Impliquez votre communauté pour faire avancer vos projets.

Les meilleures communications racontent des histoires pour encourager les gens à s'en souvenir et à les partager.

Vous avez investi dans la technologie Apple pour votre établissement afin de soutenir et développer votre vision de l'éducation. Après les phases de réflexion, de recherche et de planification avec votre équipe de direction, il est temps de partager cette vision avec votre communauté.

Communiquer efficacement est l'une des principales missions des responsables d'éducation. C'est tout aussi vital pour la réussite de votre établissement que les programmes que vous mettez en œuvre et les changements que vous apportez. Avec une bonne communication, vous pouvez rendre votre communauté aussi enthousiaste et engagée que vous dans votre projet. Mais la communication ne se limite pas à partager des informations dans des lettres d'information ou sur un site web bien conçu. Les meilleures communications racontent des histoires pour encourager les gens à s'en souvenir et à les partager. Elles suscitent la confiance, l'enthousiasme et un sentiment d'appartenance.

Ce guide vous offre une structure pour écrire l'histoire de votre projet et la communiquer avec détermination à chaque étape du processus. Vous trouverez également une liste de ressources comprenant des idées, des messages et des modèles que vous pouvez utiliser pour communiquer votre vision pour l'établissement.



*Les bonnes
histoires
racontent la réalité
et ouvrent le monde
des possibles.*

Vous réalisez quelque chose de nouveau.

Chez Apple, la nouveauté est notre quotidien. Et nous racontons des histoires à nos clientes et clients pour leur donner envie d'enrichir leur vie avec nos produits. Lors du tout premier lancement de l'iPhone, l'idée qu'un téléphone, un lecteur MP3 et un navigateur internet ne fassent qu'un était quasi inconcevable. Nous avons donc dû le concevoir et, pour que nos clientes et clients y croient, nous avons aussi dû stimuler leur imagination en leur racontant une belle histoire.

De la même façon, certaines des choses que vous faites maintenant ou que vous prévoyez de faire sont difficiles à imaginer pour le corps enseignant, les élèves et les familles. Raconter des histoires vraies et exaltantes peut aider votre communauté à les comprendre et à y croire.

La puissance des histoires

Les bonnes histoires racontent la réalité et ouvrent le monde des possibles. Elles vous interpellent et vous permettent de vous projeter dans le récit. Elles vous encouragent à passer à l'action. Elles vous rassemblent autour d'expériences communes, elles donnent le ton et elles instaurent un climat de confiance dans votre communauté.

Par exemple, lorsque les élèves peuvent utiliser un iPad pour leurs études, ils ou elles disposent en réalité d'un outil puissant qui leur sert de cahier, de traitement de texte, d'appareil photo ou encore de studio de production. L'iPad joue également un rôle important dans le monde professionnel. Lorsque vous racontez une histoire à propos de l'iPad, demandez-vous comment donner vie à ces expériences et opportunités d'apprentissage pour les familles et le corps enseignant, mais aussi comment l'iPad peut préparer les élèves au monde professionnel qui les attend.

Si vous ne racontez pas votre histoire, quelqu'un d'autre le fera à votre place

Depuis toujours, les gens racontent des histoires pour donner sens au monde. Si vous ne proposez pas d'histoires à votre communauté, celle-ci en inventera de son côté pour expliquer les choses.

C'est pour cette raison qu'il est tout aussi important d'avoir un plan pour *communiquer* au sujet d'une nouveauté que d'avoir un plan pour la *mettre en œuvre*. La section suivante vous donne une stratégie qui vous aidera à planifier des communications efficaces et à créer des histoires que votre communauté sera ravie de partager encore et encore.

Lorsque vos communications fonctionnent

- Vos demandes sont généralement suivies d'une action ; les personnes s'inscrivent ou se présentent à un évènement.
- Vous recevez de bons retours.
- Vos histoires sont partagées.
- On vous demande davantage d'informations.
- On s'enthousiasme pour des choses auxquelles vous ne vous attendiez pas.
- Les retours reposent sur des faits.

Racontez votre histoire à tout moment, avec conviction.

Lorsque vous lancez quelque chose de nouveau, ou lorsque vous essayez d'obtenir l'adhésion pour quelque chose que vous avez déjà lancé, la narration est votre outil de communication le plus puissant pour impliquer votre communauté à chaque étape du processus. C'est une fenêtre ouverte sur le travail que vous faites.

La clé d'une bonne narration, c'est de définir un objectif clair. Quelle est la vision qui sous-tend votre projet avec Apple ? Pourquoi est-elle importante ? Et que voulez-vous que votre public comprenne ou fasse une fois que vous lui aurez raconté votre histoire ?



Obtenir l'adhésion, informer, puis célébrer

Avec toute nouvelle idée ou tout nouveau projet, vous cherchez à obtenir l'adhésion de votre communauté, l'informer pour qu'elle puisse en comprendre les détails et cerner les opportunités, puis célébrer ensemble les premiers résultats.

Obtenir l'adhésion. Les histoires qui obtiennent l'adhésion sont celles qui touchent votre public. Vous ferez connaître votre projet, à venir ou en cours, vous partagerez la vision qui sous-tend ce projet et vous brosserez un tableau de la promesse pour faire appel à l'imagination de votre communauté.

Informer votre communauté. Les histoires qui informent sollicitent votre communauté et décrivent ce qu'elle a besoin de savoir.

Célébrer la réussite. Les histoires qui célèbrent montrent que ce que vous avez inspiré à votre communauté est réel et l'aident à mieux comprendre ce que vous faites.



Prenez un moment pour réfléchir à un projet sur lequel vous aimeriez vous concentrer et qui exploite la puissance des produits et des programmes d'Apple. Il peut s'agir de la récente mise en œuvre du projet 1 iPad par élève, l'adoption du programme La créativité pour tous ou l'exploitation de toutes les fonctionnalités d'accessibilité sur iPad et Mac.

Vous allez maintenant explorer chaque type d'histoire et découvrir ce que vous pouvez dire à chaque étape de vos communications.



- Sensibiliser votre communauté
- Partager votre vision
- Brosser un tableau de l'impact

Obtenir l'adhésion.

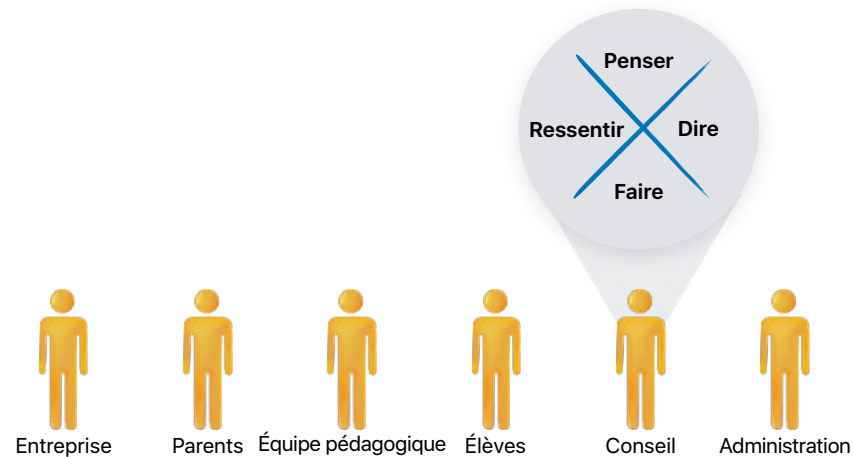
Obtenir l'adhésion de votre communauté est essentiel pour le lancement de votre projet. À ce stade, les histoires que vous racontez doivent gagner le cœur de votre communauté afin qu'elle puisse croire en votre projet et soutenir les changements à venir. Réfléchissez à ce que vous voulez faire ressentir à votre communauté.

Donnez toujours aux parties prenantes une histoire à transmettre. Ces histoires abordent certaines préoccupations, mais restent positives. Il peut s'agir de simples expressions ou de phrases faciles à retenir et à partager.

Cerner votre public

Dans toutes vos communications, il est important de savoir qui est votre public et ce qui lui tient à cœur. Une fois que vous avez cerné votre public, vous pouvez personnaliser une histoire pour chacune des personnes qui le composent afin de mieux adapter votre objectif à leurs priorités.

de HubSpot



Dressez la liste de certains des groupes de parties prenantes avec qui vous souhaitez communiquer. Quels sont leurs centres d'intérêts et de motivation ?

Explorez maintenant ce que chaque groupe de parties prenantes pourrait penser, ressentir, dire et faire concernant le projet mis en œuvre.



Idées d'histoires

Obtenir l'adhésion de votre communauté consiste à toucher le cœur des personnes qui la composent. Vous voulez que votre public se sente autant concerné par votre projet que vous l'êtes. Assurez-vous de bien expliquer en quoi il est important pour l'établissement et en quoi il peut l'être pour votre public. Décrivez à quoi ressemble votre projet en action. Montrez l'impact potentiel du projet sur les élèves. N'oubliez pas de raconter votre histoire de façon passionnante, pour que votre public ait envie de la partager.



Raconter votre histoire

Lorsque vous racontez une histoire pour obtenir l'adhésion de votre public, réfléchissez à son format, autrement dit à la façon dont vous allez raconter votre histoire aux parties prenantes. Utilisez des formats différents pour toucher des publics divers. Par exemple :

- Utilisez les réseaux sociaux pour éveiller l'intérêt de votre communauté.
- Créez une présentation à donner en réunion.
- Filmez et partagez de brèves vidéos montrant des élèves débordant d'imagination.
- Préparez un flyer d'une page qui capte l'essence même de votre projet.



Maintenant, pensez au projet sur lequel vous travaillez. Quelles histoires vont émouvoir votre public ? Quels mots ou quelles images pouvez-vous utiliser ?



- Partager les informations et les ressources
- Leur proposer des moyens de s'impliquer davantage
- Les aider à comprendre leur rôle

Informier.

Soulignez les détails importants grâce à des histoires et proposez à votre public des actions simples à effectuer. Une fois que vous avez obtenu l'adhésion de votre public, vous avez besoin qu'il comprenne les détails de votre projet et la manière dont il peut le soutenir. Vous pouvez alors vous servir de vos histoires pour l'informer.



Idées d'histoires

À ce stade, les histoires doivent être davantage axées sur l'information et l'action. Elles doivent permettre à votre public de mieux comprendre votre projet et comment le soutenir. Donnez-lui tous les détails qu'il a besoin de connaître : qui, quoi, où et quand. Expliquez-lui comment il peut contribuer aux changements nécessaires, donner son avis et soutenir l'établissement et les élèves.



Raconter votre histoire

Certaines plateformes, comme votre site web, sont très utiles aux familles actuelles, mais pourraient aussi permettre d'informer celles qui envisagent de s'inscrire dans votre établissement. Par exemple :

- Créez une page web présentant les détails clés du projet et listant les ressources et les contacts associés.
- Vous pouvez tweeter une anecdote ou un appel à l'action.
- Lors d'une réunion du corps enseignant, demandez à l'une des personnes présentes de parler de ce qu'elle fait.
- Dans votre lettre d'information, mettez en avant une histoire racontant ce qui se passe.

Pensez à la nature éphémère d'une plateforme comme Twitter et à la manière dont elle diffuse le contenu : vous pouvez tweeter la même chose plusieurs fois ou vous coordonner avec d'autres personnes pour retweeter votre publication.



Maintenant, pensez au projet sur lequel vous travaillez. Choisissez un détail que votre communauté doit connaître. Quelle action peut-elle entreprendre ?



- Partager les petites et les grandes victoires
- Présenter des résultats
- Partager de véritables histoires que les gens pourront raconter

Célébrer.

Lorsque vous commencez à créer une dynamique, cherchez à savoir ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas et comment vous pouvez vous améliorer. Partagez des histoires qui attestent de la réussite de votre projet et créez ainsi une source d'inspiration pour votre communauté. Pour garder la dynamique, racontez des histoires qu'elle peut partager.



Idées d'histoires

Les histoires de réussite, vous en trouverez partout. Demandez à vos élèves, aux parents et au corps enseignant de raconter les histoires de leur point de vue, et amplifiez-les en utilisant vos propres canaux de communication. Parfois, les histoires sont mieux racontées directement par les personnes qui les ont vécues. Vous pouvez raconter des histoires de réussite réelles et inspirantes, qui ont eu lieu dans la salle de classe. Demandez aux parents ou au corps enseignant de raconter leurs histoires. Présentez la comparaison avant/après : elle a souvent un véritable impact.



Raconter votre histoire

Raconter des histoires de réussite peut être très amusant. De plus, votre iPad et votre Mac sont les outils parfaits pour créer rapidement des films, des animations, des pistes vocales ou autres productions. Par exemple :

- Une brève vidéo réalisée avec Clips peut capturer parfaitement l'enthousiasme suscité par un événement ayant eu lieu dans l'établissement.
- Une soirée avec les familles est le moment idéal pour les élèves de parler de leurs nouvelles expériences et connaissances.
- Partagez le travail des élèves avec les entreprises et les élus locaux.

En tant que responsable d'établissement, le fait de raconter régulièrement des histoires aux membres du personnel, aux familles et aux élèves donnera un aspect plus humain à votre travail et montrera votre attachement et votre engagement.



Maintenant, en pensant au projet sur lequel vous travaillez, choisissez une histoire inspirante que vous voulez partager. En quoi est-elle liée à votre promesse initiale, autrement dit votre vision ?

Étapes suivantes.

Vous disposez maintenant d'une structure pour utiliser l'histoire afin de vous aider à élaborer une stratégie et un plan de communication solides. Voici ce que vous pouvez faire pour faciliter votre planification.

Rédigez un briefing créatif.

De nombreuses organisations élaborent un briefing créatif pour définir les grandes lignes d'un projet. Il permet de saisir l'objectif et les idées que vous souhaitez inclure dans une communication. Le briefing doit couvrir votre objectif et votre motivation, l'histoire que vous racontez et son contexte, mais aussi en quoi cette histoire est importante pour vous. Indiquez également qui est votre public et les messages clés : les sentiments que vous voulez faire naître et ce que vous voulez qu'on retire du projet.

Chaque fois que vous vous préparez à raconter une histoire, réfléchissez à chacun de ces éléments pour vous assurer que votre objectif est clair et qu'il touche le public cible comme vous le souhaitez.

Développez la voix de votre établissement.

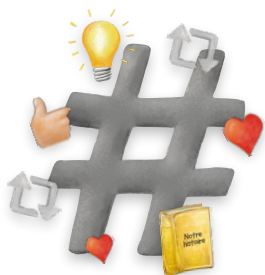
Lorsque vous développez votre histoire et la « voix » de votre établissement, gardez les principes suivants à l'esprit :

- **Soyez sincère.** Votre contenu doit être à l'image de votre établissement.
- **Soyez catégorique et faites preuve de persuasion.** Exprimez franchement ce que vous voulez que les gens fassent et faites valoir vos arguments.
- **Faites preuve de concision et de clarté.** Faites en sorte que les points essentiels puissent être compris rapidement.
- **Faites preuve de cohérence et de précision.** Si vous diffusez des informations de différentes manières, assurez vous que tout reste cohérent.
- **Montrez-vous proche et accessible.** Les gens se sont habitués à un ton personnel dans les messages des entreprises et des institutions. Des communications chaleureuses permettent d'instaurer la confiance.



Trouvez votre audience.

Avant de développer votre contenu, vous devez déterminer le meilleur endroit pour toucher un public en particulier. Dressez la liste de tous les canaux de communication que vous avez à disposition. Réfléchissez à quel public vous atteindrez en utilisant des e-mails, des lettres d'information, les réseaux sociaux ou même les appels téléphoniques.



Donnez de l'ampleur à vos communications grâce aux réseaux sociaux.

Vous utilisez probablement déjà les médias sociaux. Si ça n'est pas le cas, les médias sociaux vous permettront de rester en contact avec votre public de façon ludique et captivante. C'est un excellent moyen de construire et de renforcer la communauté de votre établissement. Les parents, le corps enseignant et les élèves consultent les réseaux sociaux plusieurs fois par jour : vous avez alors la possibilité de les rencontrer là où ils se trouvent. Voici quelques bonnes pratiques :

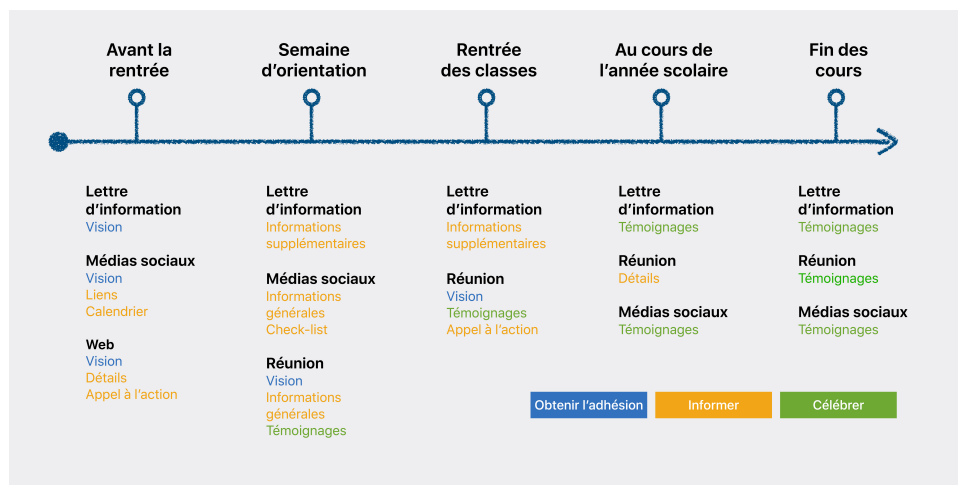
- Invitez votre communauté à vous suivre sur les médias sociaux.
- Créez un hashtag pour l'établissement afin de donner de l'ampleur aux conversations.
- Fixez des rendez-vous réguliers auxquels votre public pourra s'habituer (par exemple : Motivation du mardi, les mercredis découverte du corps enseignant, etc.). Commencez doucement.
- Partagez ou retweetez des publications pour faire entendre la voix de votre communauté.
- Ajoutez votre logo, votre mascotte et vos couleurs à vos pages de médias sociaux pour les faire ressortir.

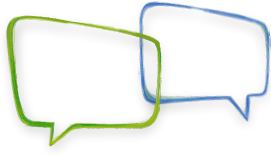
Assurez-vous de proposer à votre public un endroit où se retrouver, ou d'autres actions à entreprendre. Vous pouvez donner de l'ampleur à votre histoire grâce à des événements qui se déroulent également en dehors de votre établissement, par exemple la Journée mondiale des enseignant(e)s ou la Journée mondiale de la créativité. Utilisez ces hashtags partagés pour donner de la visibilité à votre publication.

Établissez un calendrier éditorial.

Élaborez votre plan de communication en créant un calendrier éditorial. Cela vous permet de planifier à l'avance vos publications, d'utiliser plusieurs canaux de communication et de suivre la dynamique que vous essayez de créer. À la fin de ce guide, vous trouverez un lien vers un modèle de calendrier éditorial plus détaillé.

Le calendrier éditorial ci-dessous propose une manière de communiquer votre plan concernant la formation professionnelle. N'oubliez pas à qui vous vous adressez. Le corps enseignant voudra savoir ce qui définit le plan de formation professionnelle. Les parents voudront savoir comment vous développez les compétences du personnel enseignant. Et votre communauté élargie voudra en savoir plus sur votre engagement à former votre personnel enseignant.





Vos histoires amorcent les conversations

N'oubliez pas que les histoires permettent d'ouvrir un dialogue entre la personne qui raconte l'histoire et celle qui l'écoute. Les histoires renforcent les relations et la confiance, et permettent de souder la communauté. Le temps que vous consacrez à réfléchir à une communication est un investissement dans votre établissement et dans les personnes qui le composent.

Nous avons également créé un ensemble de ressources afin de vous donner des idées et vous proposer un langage pour conforter vos histoires.

Ressources

Utilisez les liens ci-dessous pour profiter des guides et modèles de messages qui vous aideront à raconter votre histoire. Vous trouverez également d'autres ressources qui vous aideront, vous et votre équipe de direction, à tirer le meilleur parti des produits Apple pour soutenir un enseignement et un apprentissage innovants dans votre établissement.

Guide de messages

[Guide de messages Racontez votre expérience avec l'iPad](#)

Modèles

[Calendrier éditorial](#)

[Cartes de visite des médias sociaux](#)

[Flyer](#)

[Présentation Racontez votre histoire](#)

Supports pour les responsables

[Boîte à outils de communication](#)

[Éléments du leadership](#)

[L'innovation à l'école](#)

[Construire l'avenir de l'école](#)

[La vision d'Apple pour apprendre avec l'iPad](#)

[La créativité dans l'apprentissage](#)