

Le rôle clé joué par le personnel de l'école et de la commission scolaire

Divers moyens externes connus contribuent à valoriser l'image de l'école publique et d'en faire la promotion. Le placement publicitaire dans les journaux et à la télévision, les entrevues avec des journalistes, les portes ouvertes des écoles, les salons d'exposition en sont quelques exemples. Mais il existe aussi une forme relativement peu exploitée : celle de la promotion de l'école publique par le personnel.

En fait, il s'agit de toutes les personnes qui sont de près ou de loin en contact direct avec la clientèle scolaire, élèves, parents, public en général. Ces membres du personnel, secrétaires, enseignants, directions d'établissement, directeurs des différents services à la commission scolaire, exercent un grand pouvoir d'influence. Comment faire en sorte qu'ils deviennent des partenaires efficaces et convaincants dans la promotion de l'école publique ?

On a commencé à privilégier les relations publiques à l'interne aussi bien dans les organismes à but lucratif que non lucratif au tournant des années 80. Cette forme de promotion met l'accent sur l'importance stratégique de la communication entre le personnel et le client, l'élève ou le parent. Différentes études ont d'ailleurs démontré, comme celles de Langlois et Tocquer, que les employés jouaient un rôle capital à cet effet. Tout se joue en effet dès les premiers instants d'une rencontre, la qualité d'un échange et d'un service comme celui offert par le personnel des commissions scolaires et des écoles. Cette relation privilégie la confiance dans le milieu; un élément fort important lorsque vient le temps d'élaborer une stratégie de promotion.

Pour être efficace, cette forme de marketing doit être le reflet de celui projeté à l'extérieur de l'école et de la commission scolaire. On ne peut toutefois l'atteindre sans bien connaître son personnel. Pour ce faire, l'interroger sur sa satisfaction au travail, être à l'écoute de ses besoins, recueillir ses opinions, l'informer régulièrement sur les projets de l'école sont des éléments de base qui l'amèneront à contribuer à la promotion de l'école publique.

Le pouvoir d'influence du personnel sur la réputation de l'école publique

Chaque personne du milieu scolaire joue un rôle majeur à cet effet. Un accueil courtois et chaleureux, une communication franche et directe, une attitude d'esprit ouverte et disponible sont autant d'éléments qui mettent en confiance le parent et lui donnent une bonne impression de la qualité des services offerts à l'école. Selon certaines recherches, l'empathie représente la qualité la plus importante en termes de pouvoir d'influence, davantage même que les arguments utilisés dans un échange. Inconsciemment, les personnes qui travaillent à l'école ou à la commission scolaire jouent un rôle promotionnel puisque c'est sur elles que repose en partie la bonne réputation de l'école publique. Elles sont les représentantes de l'école. Elles ont donc à composer avec les intérêts de l'école et ceux des parents. En fait, au-delà de leurs compétences, leurs comportements contribuent à promouvoir l'excellente qualité des services offerts par l'école publique.

Comment susciter la collaboration du personnel

Il faut d'abord être un bon communicateur, avoir confiance en soi et avoir une bonne connaissance de son milieu scolaire pour être convaincant et crédible lorsque vient le temps d'échanger avec les parents d'élèves. Les suggestions suivantes contribueront à assurer le succès de ses opérations de promotion à l'interne.

- Attirer et garder les bons employés.
- Connaître son personnel, ses attentes et sa satisfaction au travail.
- Sensibiliser le personnel à l'importance des échanges entre les parents et les élèves.
- Informer régulièrement le personnel des développements et changements à l'école et à la commission scolaire.
- Le motiver à s'engager dans la promotion de son milieu par un comportement professionnel et courtois.

L'ambiance

Outre la qualité de la relation à établir entre le personnel de l'école et les parents, l'ambiance est également un élément important. Un aménagement attrayant et dynamique, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des murs de l'école, crée une bonne impression et la confiance du public. Une attention particulière portée à ces aspects permet d'améliorer la qualité de vie des élèves et d'influencer positivement l'image de l'école publique. Du personnel fier de travailler au sein de l'école et heureux de transmettre leurs connaissances aux enfants constitue un atout supplémentaire. N'oublions jamais que la meilleure image que l'école puisse projeter est celle de la qualité. Il est donc important de mettre en relief l'excellente qualité des services rendus par du personnel compétent, qualifié et engagé dans la cause de l'éducation et la diversité des services offerts.

Si le personnel et les élèves sont heureux à l'école, cette ambiance positive rejaillira à l'extérieur de ses murs par le bouche à oreille. Le sondage que la Fédération a mené en 2002 sur la perception des Québécois à l'égard de l'école publique confirme le pouvoir d'influence de cette forme de communication. Le sondage montrait que 23 % des gens étaient influencés dans leur choix d'école par ce qu'ils entendaient dire à son propos dans leur entourage. C'est donc un élément de persuasion fort convaincant qu'il ne faut pas négliger.

Toute personne qui travaille dans une commission scolaire et dans une école a intérêt à promouvoir et à soutenir notre système public d'éducation et à renforcer son pouvoir d'attraction auprès des parents en faveur de l'école publique.

Autres informations sur le sujet : guide pratique *Pour rendre les communications des commissions scolaires plus efficaces*, disponible sur le site Internet de la FCSQ.

Marie Blouin
Conseillère en communications
à la FCSQ,
mblouin@fcsq.qc.ca