

Il est important, d'autant plus dans la période de crise sanitaire mondiale, de communiquer en valorisant le positif et en montrant les bonnes pratiques qui fonctionnent malgré une situation complexe.

Concernant l'enseignement à distance, quelques éléments de langage : l'enseignement à distance ce n'est pas moins d'enseignement, c'est une autre façon d'enseigner, c'est aussi une occasion de se réinventer et d'innover. Concernant l'impossibilité de faire visiter les locaux, ce qui pourrait être un frein aux inscriptions, sachez qu'une petite vidéo sous forme de visite virtuelle fonctionne très bien. Voir la fiche «Produire une vidéo».

Vous trouverez ci-dessous une démarche marketing afin d'élaborer une stratégie de communication pour votre établissement.

### 1. Réfléchir au contexte dans lequel se trouve l'établissement

- Compréhension des besoins des futurs parents d'élèves
- Analyse de notre offre
- Analyse du marché
- Analyse concurrentielle
- Politique de communication
- Analyse des indicateurs

### 2. Réfléchir aux attentes des cibles (parents d'élèves / élèves)

- Qualité de l'enseignement
- Qualité de l'accueil en maternelle
- Plurilinguisme
- Innovation pédagogique

### 3. Notre offre / Nos atouts

- Plurilinguisme
- 315 millions de francophones dans le monde
- Bac reconnu internationalement
- Poursuite d'études post-bac
- Excellents résultats
- Formation des enseignants
- Projets pédagogiques innovants
- Certification en langues
- Programme d'échanges internationaux
- Appartenance à un réseau mondial unique au monde
- Continuité pédagogique numérique de grande qualité
- Partenariats forts et nombreux
- Éducation citoyenne diversifiée (développement durable, médias et informations, philosophie...)
- Continuité et respect du programme d'enseignement dans tout le réseau
- Des établissements à sections internationales
- Appartenance à un réseau mondial de 522 établissements répartis dans 139 pays soutenu par l'État français

#### 4. Analyse de marché concurrentielle

- Contexte économique difficile avec la crise sanitaire du Covid-19
- Concurrence forte – britannique et américaine ou autre
- Baisse des effectifs en maternelle
- Évolution de la population française dans le pays
- Augmentation de la scolarité en établissement public

#### 5. Les enjeux

- Conquêtes des inscriptions et des réinscriptions
- Rassurer sur les conditions d'apprentissage

#### 6. Exemple de tableau d'actions de communication dans ce contexte

Les objectifs de communication	Cibles	Actions de communication	Calendrier	Outils/pilotage	Résultats
<b>Notoriété</b>	Parents d'élèves / nouveaux parents d'élèves	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vidéo de présentation de l'établissement</li> <li>- Témoignages d'enseignants, de parents d'élèves, d'élèves</li> </ul>		Fiche « Produire une vidéo »	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombres de réinscriptions</li> <li>- Nombre d'inscriptions</li> </ul>