



# P=RC\*



## √ Contexte

Depuis quelques années déjà, les écoles secondaires au Québec sont aux prises avec une décroissance démographique qui affecte le recrutement de la clientèle. Avec les programmes optionnels développés par le réseau public à l'instar des écoles privées, les élèves du primaire sont de plus en plus courtisés. Or, dès la cinquième année, certaines commissions scolaires font la tournée de leurs écoles primaires pour présenter aux enfants les « avantages » de fréquenter leurs établissements. **Ces trois facteurs réunis, et d'autres spécifiques à votre établissement, font du recrutement un enjeu déterminant dans la pérennité de votre projet éducatif.**

L'école privée a été l'instigatrice de plusieurs initiatives en ce qui a trait à l'administration scolaire : portes ouvertes, publicités, campagnes de financement et mise sur pied de fondations, imputabilité et multidisciplinarité des cadres, etc. En 2011, d'autres initiatives doivent voir le jour afin d'agir sur le recrutement de la clientèle de manière éthique, efficace et pour satisfaire les besoins des parents et des enfants. Mais quels sont ces besoins? Appelée à se pencher sur la question, la firme Cible recherche a développé **un cadre d'analyse qui fournit aux établissements privés d'enseignement secondaire les informations nécessaires pour agir maintenant sur les contraintes de recrutement de la clientèle d'aujourd'hui et de demain.**

## π Étapes

Le cadre d'analyse comprend quatre étapes distinctives et interreliées. Afin d'avoir un portrait global et des stratégies propres à votre institution et à vos enjeux, chacune des étapes est nécessaire et est développée en fonction de vos besoins, de votre environnement et de vos problématiques.

### 1 Effectuer un profilage exhaustif de votre clientèle actuelle et future.

- Recherche de données secondaires (documentation électronique).
- Répertoire à partir des bases de données des informations personnelles sur vos clientèles (par exemple leur lieu de résidence, la scolarité des parents, la situation financière des parents, le lien avec des frères ou sœurs, le lien générationnel, etc.).

### 2 Dégager un portrait démographique de vos clientèles potentielles.

- Identifier le profil de vos clientèles potentielles.
- Recherche de données secondaires (documentation écrite et électronique).
- Projections démographiques détaillées pour les prochaines années.

### 3 Procéder à l'évaluation exhaustive des déterminants qui influencent la fréquentation des institutions d'enseignement dans votre secteur géographique.

- Évaluer le positionnement de votre institution.
- Évaluer la perception de vos aspects pédagogiques, de vos compétiteurs, de votre localisation géographique, de votre image générale, de vos outils de communication, de vos forces et de vos faiblesses, du sentiment d'appartenance et de l'attachement à votre institution, etc.
- Organiser et réaliser des groupes de discussion, sondages téléphoniques, sondages Internet selon les différents échantillonnages : vos élèves; les membres de votre personnel; les parents de vos élèves; les parents d'élèves qui fréquentent d'autres institutions; la population.

### 4 Développer des outils stratégiques.

- Proposer, en fonction des étapes précédentes, un plan de communication regroupant contexte, publics ciblés, objectifs, stratégies et moyens.
- Produire un plan stratégique destiné à maximiser vos efforts de recrutement.

Ces données sont autant d'informations qui vous permettent de prendre les décisions qui s'imposent en connaissance de cause et de passer à l'action !

\* **Pérennité = Recrutement de clientèle**

[www.ciblerecherche.com/education](http://www.ciblerecherche.com/education)

# P=RC\*

## Objectif

L'objectif du cadre développé par Cible recherche est de fournir un ensemble d'informations et d'outils qui permettent de **maximiser vos efforts de recrutement afin d'assurer la pérennité de votre projet éducatif** et, ainsi, améliorer la santé financière de votre institution.

## L'importance d'agir rapidement et maintenant !

Cible recherche, par souci d'éthique, s'engage à offrir son cadre de recherche et d'analyse à une seule institution par territoire de recrutement, afin que cette dernière détienne des informations privilégiées et compétitives. Il faut donc agir maintenant, avant qu'un de vos concurrents ne le fasse!

À cet égard, Cible recherche constate que les journées "Portes ouvertes" se déroulent de plus en plus tôt chaque automne. Il importe donc que ses observations, ses enquêtes, ses sondages et ses analyses se déroulent entre mai et octobre afin de mieux saisir et comprendre le comportement des parents et des enfants dans le choix d'une école secondaire. Effectuant ses recherches documentaires en juin et en juillet, l'équipe de Cible recherche est en mesure de mieux vous conseiller à votre retour en août pour compléter vos stratégies de recrutement.

Confier un mandat à Cible recherche durant cette période a de nombreux avantages :

- Planifier l'étude de vos stratégies de recrutement avant qu'elles ne se tiennent et les évaluer en situation plutôt qu'a posteriori.
- Identifier des répondants qui ont visité votre école et qui ne s'y sont pas inscrits et en comprendre les raisons.
- Vous pouvez également amortir les honoraires sur deux exercices financiers.

## Qui sommes-nous ?

Cible recherche est une entreprise fondée il y a près de dix ans qui se spécialise dans la recherche marketing. Elle propose à ses clients des services intégrés en recherche et analyse. Située à Trois-Rivières, la firme compte sur une équipe de professionnels dont les membres de la direction sont issus du secteur de l'éducation. Elle offre un éventail de services à ses clients, que ce soit par le sondage d'opinion, la mesure de la qualité du service à la clientèle et de la satisfaction, l'étude de marché, le suivi de patients, le développement et la conception d'outils pour analyse, les appels et les messages automatisés.

Cible recherche est toujours soucieuse d'offrir le meilleur service à ses clients. C'est pourquoi, dans le cadre de ce projet, elle s'est associée avec le conseiller senior Réjean Lemay. Ce dernier détient une solide expérience dans le milieu éducatif et a, entre autres, effectué plusieurs analyses du réseau privé secondaire à travers le Québec. Il est donc responsable des enquêtes et analyses auprès des établissements privés d'enseignement secondaire.

Vous pourrez donc, dans le cadre de cette étude, connaître parfaitement votre clientèle, son comportement et la manière dont elle procède à ses choix. Vous aurez également l'opportunité de connaître les perceptions de votre personnel et de la population de votre région à l'égard de votre institution et vos concurrents.

## Et beaucoup plus !

Cible recherche a également développé une expertise dans le sondage web. Elle peut donc, à la suite de l'étude complète, instaurer un processus de sondage web annuel qui vous permet de valider la variation de la perception de vos publics. Un outil utile et complet pour mesurer l'efficacité et l'efficience de vos stratégies et de vos campagnes!

**JEAN LAROCHE**

Président

**Cible recherche**

819 377-5757

jean.laroche@ciblerecherche.com

**www.ciblerecherche.com**

\* Pérennité = Recrutement de clientèle

www.ciblerecherche.com/education