



## RAPPORT PORTES OUVERTES 2015

Les portes ouvertes du CSF se sont tenues le 21 janvier dernier. L'événement a attiré un grand nombre de visiteurs à travers la province et a permis de faire l'inscription de plusieurs nouveaux élèves. Un des principaux objectifs de ces portes ouvertes était de faire une présentation complète des programmes offerts au CSF afin de promouvoir la qualité et la rigueur de l'enseignement qui est donné dans les écoles. L'ensemble des écoles a été satisfait de la documentation offerte, mais aurait aimé recevoir davantage d'outils de promotion pour le primaire. Somme toute, les changements apportés au fonctionnement des portes ouvertes ont été bien reçus par les directions d'école et ont permis de comprendre les différentes réalités et enjeux des régions plus éloignées.

### **OBJECTIFS**

- Faire la présentation des programmes du CSF
  - Détailler les programmes offerts au secondaire
  - Présenter les particularités du CSF
- Promouvoir la qualité des services offerts
- Stimuler les inscriptions dans les écoles

### **NOUVELLES ORIENTATIONS**

Les portes ouvertes de 2015 étaient davantage orientées sur un désir de présenter la qualité de l'enseignement offert dans les écoles du CSF. Il a été entendu que la priorité et les efforts de communication devaient être alignés sur des aspects pédagogiques plutôt que ludiques. L'objectif principal derrière cette stratégie était de démontrer aux parents que les écoles du CSF sont un lieu d'apprentissage sérieux et que l'éducation des élèves demeure la priorité de toute personne travaillant pour l'organisation.

### **MOYENS DE COMMUNICATION**

Différents moyens de communication ont été développés afin de faire la promotion de l'événement. Cette année, moins de publicités ont été achetées dans les médias traditionnels et aucune publicité radio n'a été faite. Le budget a davantage été investi dans la création de documentation pour présenter les programmes ainsi que dans de la publicité sur le web.

### **OUTILS DE COMMUNICATION**

- Trousse de présentation des programmes
- Affiches
- Lettres
- Création d'une page Facebook
- Nouvelle page d'accueil du site web du CSF



## **PUBLICITÉ**

- Publicité Facebook
- Bannière web sur le site des écoles
- Publicité Google
- Relais de l'information via les partenaires
- Publicité dans les journaux (budgets des écoles)

## **RÉSULTATS**

Une portion du budget a été investi dans des publicités web ce qui a permis d'attirer environ 1 000 visiteurs sur le site web du CSF. Cette initiative était une première dans le processus des portes ouvertes et elle a contribué à l'atteinte de résultats satisfaisants.

### **Campagne Google**

- La création de publicités Google a permis de générer 783 visiteurs sur le site web et 742 ont visité la page des portes ouvertes.
- Le coût total de la campagne Google est de 5 000 \$.

### **Campagne Facebook**

- La campagne a généré 205 visiteurs vers le site web ainsi que 31 nouveaux adeptes sur la page.
- Les publications ont été vues par près de 150 000 personnes.
- Le coût total de cette campagne est de 573 \$.

## **RÉTROACTION DES ÉCOLES**

- Changement de date des portes ouvertes bien accueilli
- Développer plus de documentation pour présenter les programmes au primaire
- Créer un modèle de dépliant promotionnel pour les écoles
- Mettre davantage de l'avant les services spécialisés offerts au CSF
- Augmenter le bilinguisme dans nos communications, principalement pour l'affiche

## **RECOMMANDATIONS 2016**

- Conserver la date des portes ouvertes à la mi-janvier
- Consulter l'ensemble des directions d'école pour évaluer les différentes réalités (région VS grand centre)
- Renchérir sur l'importance de l'identité visuelle du CSF (publicité)
- Obtenir davantage d'information concernant la provenance des visiteurs
  - Où ont-ils entendu parler du CSF ?
  - Pourquoi veulent-ils inscrire leur enfant au CSF ?
  - Connaissent-ils d'autres familles potentiellement admissibles ?
- Développer une stratégie globale pour les médias sociaux et le web (vidéo, site web, Facebook, publicité Google, etc.)