

## Communication, avez-vous dit : « Communication » ?

### 50 % des étudiants et étudiantes ne lisent pas leurs courriels institutionnels, que peut-on y faire ?

Dr. Amelia Parnell de NASPA<sup>1</sup> a ouvert le *National Symposium on Student Retention* de 2020 en abordant les clés de la réussite étudiante<sup>2</sup>. Parmi celles-ci se trouve l'importance d'utiliser les différents canaux de communication de manière réfléchie. Un article du *EAB Daily Briefing* mentionne que 50 % des étudiant.e.s ne lisent pas toujours les courriels de leur établissement et de leur département. Des informations importantes se perdront assurément!

Mais plaçons nous du côté de l'étudiant.e un instant. Des boîtes de courriel pleines dès les premières semaines, ça s'est déjà vu et se voit encore. On a tous quelque chose d'important à communiquer (bureau du registraire, activités de la rentrée, installations sportives, association étudiante, sondages, etc.) et le destinataire peut vite se sentir envahi et finir par banaliser les messages entrants.

Comme plusieurs services, groupes et directions de l'établissement ont à partager de l'information avec les étudiant.e.s, une certaine restructuration des communications pourrait être considérée pour assurer la cohésion et éviter la désinformation. Cinq choses importantes sont à garder en tête quand vient le temps de communiquer par courriel :

**Une stratégie de communication efficace est une clé importante de la réussite étudiante**

1. **CONCERTATION** : Sans qu'il y ait nécessairement une façon unique de faire les choses, une certaine concertation entre les intervenants sur la procédure à suivre, par le biais de lignes directrices de l'établissement, permet un meilleur alignement des ressources
2. **SENSIBILISATION** : Sensibiliser le personnel sur la nature des informations à communiquer par courriel (Qu'est-ce qui doit vraiment être envoyé par courriel ? Qu'est-ce qui pourrait plutôt faire l'objet d'une publication sur les réseaux sociaux ?). Il existe plusieurs canaux de communication, et il faut apprendre à en tirer profit.

3. **ÉVALUATION** : Évaluer l'efficacité de différentes stratégies de courriel : bien choisir le titre du message et son format (Sur quel type d'appareil les messages seront-ils lus ?), déterminer le contenu et surtout, le bon « timing » (envoyer la bonne information au bon moment).
4. **FUSION** : Regarder la possibilité de combiner certains envois (ex. : si un service doit écrire aux étudiant.e.s le lundi et un autre le mardi, voir la possibilité de fusionner les deux).
5. **TECHNOLOGIE** : Ne pas oublier de s'intéresser à l'aspect technologique, et ce, particulièrement en temps de pandémie. Il faut s'assurer de la fonctionnalité de nos plateformes technologiques, sachant que tous ne disposent pas des mêmes outils et accès.

### Devrions-nous revoir nos canaux de communication ?

De plus en plus d'étudiant.e.s universitaires possèdent un téléphone intelligent (près de 100 % chez les jeunes de moins de 25 ans<sup>3</sup>). Une corrélation négative est observée dans la littérature entre la réussite scolaire et l'utilisation globale du téléphone intelligent, ce dernier constituant une source de distraction en classe. Malgré tout, plusieurs étudiant.e.s sont convaincu.e.s que leur téléphone contribue significativement à leurs apprentissages. *Nevada University (NU)* a réalisé une étude<sup>4</sup> auprès de leur population étudiante en première année de baccalauréat sur l'usage de ce type d'appareil. Les réponses au sondage suggèrent que le téléphone intelligent sert davantage aux interactions sociales qu'à compléter le contenu des cours ou communiquer avec le personnel enseignant. Les quatre applications les plus utilisées à l'automne 2020 sur les téléphones des étudiant.e.s sont dans l'ordre : Instagram, Snapchat, YouTube et TikTok. Aussi, un texto entraîne généralement une réponse plus rapide qu'un courriel. Devrions-nous envisager le recours à certaines de ces applications pour rencontrer notre population étudiante là où elle se trouve couramment, plutôt que de se limiter à l'envoi de courriel<sup>5</sup> ou de lui demander de s'adapter à des plateformes ou médias avec lesquels elle n'est pas familière ? NU prévoit un complément à cette étude pour connaître les applications que privilégieraient les étudiant.e.s pour les communications et les informations relatives aux cours.

<sup>1</sup> Anciennement *National Association of Student Personnel*, maintenant *Student Affairs Administrators in Higher Education*.

<sup>2</sup> Conférence d'ouverture : « Data is the Key : Using Analytics to Retain Students in Unprecedented Times ».

<sup>3</sup> <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-631-x/11-631-x2018001-fra.htm>

<sup>4</sup> Gianoutsos, D., Hartley, K. et E. Shreve. « Smartphone Appetite : Analyzing Freshmen's Smartphone App Usage at a Large, Diverse, Research University », Poster Session, *National Symposium on Student Retention*, 2020.

<sup>5</sup> Sachant qu'un.e étudiant.e sur deux ne lit pas toujours les courriels de son établissement.

Le réseau de l'Université du Québec

UQAM

UQTR

UQAC

UQAR

UQO

UQAT

INRS

ENAP

ÉTS

TÉLUQ