



Quelques retours sur la conférence Euprio 2013

Cette conférence est l'occasion de voir par-dessus les frontières et de s'enrichir des expériences de nos collègues européens. Voici deux ateliers qui apportaient chacun un éclairage intéressant sur la manière d'améliorer l'image et la réputation d'une université

The art of making people feel welcome

Mauritz Danielsson has been working at Luleå University of Technology.

Il s'agissait pour cette institution située tout au nord de la Suède, à la limite du cercle arctique, de démontrer que l'accueil de qualité pouvait compenser un « handicap » géographique.

La présentation s'articule sur l'utilisation du concept de Hostmanship à l'Université de Luleå en Suède (<http://www.hostmanship.com/>) qui explique une vision de l'art de recevoir des gens et de les rendre heureux (accueil, réponse, suivi, etc.).

Ce concept a été adapté pour l'accueil des étudiantes et étudiants dans l'université. Des formations ont été dispensées aux personnels en contact avec les étudiants pour définir une façon de faire, une attitude, une ouverture, etc.

En appliquant le principe de Hostmanship, les objectifs fixés à atteindre sont :

- un meilleur accueil, un meilleur service et une plus grande accessibilité
- une vision unifiée des valeurs partagées sur les attitudes et la culture
- une motivation, une inspiration et une satisfaction dans le travail
- de bonnes relations internes et externes
- une meilleure attractivité des étudiants

L'atelier a traité de la façon dont l'université a travaillé avec les services de communication pour créer une culture et résultats de bienvenue au sein de l'établissement.

Branding the rebels : what communicators can learn from psychologists and judo

Paul Helbing is Director of Communications of the Amsterdam University of Applied Sciences.

L'atelier traite de la problématique liée au renforcement du branding d'une université. Grâce aux réseaux sociaux et médias, les étudiantes et étudiants peuvent communiquer et critiquer et parler 24 heures sur 24. Le dilemme des services de communication est de savoir comment faire pour les apprivoiser, les contenir pour unifier ou harmoniser voire de les contrôler.

Le principe adopté par cette université est de cesser « d'apprivoiser » les rebelles (étudiants, etc.). Pour ce faire, ils se sont appuyés sur le principe du judo qui est de ne pas repousser les attaques mais de les esquiver pour gagner la bataille de communication. A l'instar des psychologues qui préconisent de ne pas fuir ses démons et de ne pas s'éloigner de ses soucis, mais plutôt d'apprendre à connaître ses forces et de les exploiter. Le conférencier a donné des exemples de son quotidien pour expliquer comment il a choisi de ne pas fuir les rebelles (manifestations des étudiants, etc.) et comment il a pu finalement transformer leurs actions pour améliorer branding de son université.

HES-SO, 24 octobre 2013