



Aide-mémoire

Réseau des ayants droit Pour des outils et stratégies de recrutement efficaces

La recension et les analyses effectués par l'AFPNB et le Réseau des ayants droit (RAD) ont permis de dégager certains apprentissages et d'identifier des ingrédients qui peuvent faire la différence dans la réussite d'une stratégie de recrutement des parents ayants droit.

- 1 S'assurer de bien connaître les besoins, les réalités de même que les critères qui influencent les parents ayants droit dans le choix d'une école.**
 - ▶ *Comment on s'y prend pour mettre à jour régulièrement nos informations sur les besoins et les critères de choix des parents?*
- 2 Impliquer les publics cibles dans l'élaboration de votre stratégie de recrutement des parents ayants droit.**
 - ▶ *Comment on s'y prend pour impliquer les parents et les jeunes dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation de nos stratégies de recrutement?*
- 3 Évaluer l'efficacité de notre stratégie de recrutement et l'adapter au besoin (moyens, contenu, publics cibles).**
 - ▶ *Comment on s'y prend pour identifier ce qui fonctionne et ce qui doit être adapté dans notre stratégie de recrutement?*
- 4 Intégrer notre approche en matière d'accueil et d'accompagnement du parent en milieu minoritaire à nos efforts pour mettre en valeur l'éducation de langue française.**
 - ▶ *Comment voulons-nous parler aux parents de notre façon de les accueillir et de les accompagner?*
- 5 Sensibiliser les parents ayants droit dès la période de la petite enfance.**
 - ▶ *Comment on s'y prend pour promouvoir l'éducation de langue française au sein des services éducatifs à la petite enfance?*

<p>De façon générale, pour qu'une communication ou un « message » soit de qualité...¹</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le message doit être efficacement communiqué (simple, direct et clair). 2. Le message doit être pertinent et utile pour la personne qui le reçoit : la bonne information, à la bonne personne et au bon moment. 3. Le message doit utiliser un langage adapté à la personne à qui on l'envoie. 4. Le message doit tenir compte du contexte de celui qui le reçoit. 5. La personne qui reçoit le message doit pouvoir donner une rétroaction, réagir ou communiquer en retour.
---	--

¹ Inspiré du matériel de formation de microprogramme sur le Leadership Qualité développé par l'association Soins et éducation à la petite enfance Nouveau-Brunswick pour les directions des services de garde éducatifs francophones.