

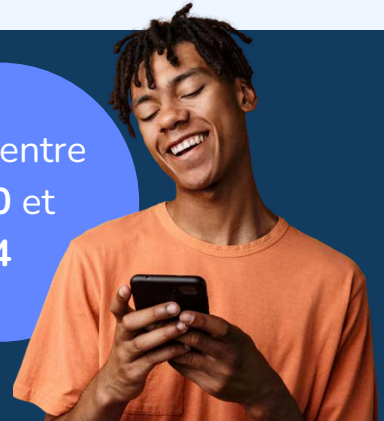
Génération A :

Ce que les établissements d'enseignement supérieur doivent savoir

Qui est la Génération Alpha?

- Natif du digital, version 2.0
- Capacité d'attention réduite
- Privilégient l'authenticité
- Pragmatiques et conscients des risques
- Influence importante des parents

Née entre
2010 et
2024



Que recherche la Gen Alpha?

Preuves du retour sur investissement (ROI)

N'hésitez pas à utiliser votre réseau alumni ou d'étudiants satisfaits pour des **témoignages authentiques**. Plutôt que de longues interviews très travaillées, préférez des **formats vidéo courts, bruts**, avec des **éléments concrets** et des **mots-clés** qui captent l'attention. Par exemple :

J'ai pu obtenir xxxxxxxx poste grâce à :

XXXX évènement organisé par mon institution

XXXX connaissance/compétence acquises durant mon cursus

« Pour des institutions qui n'apparaissent pas dans divers classements internationaux, le retour sur expérience prime [...] Les étudiants veulent voir un échantillon de leur future expérience. » **Emeric Abrignani, Directeur de FIGS Education**



Des réponses à leurs questions instantanées et personnalisées

Votre CRM est un outil puissant pour gérer de grands volumes de demandes, n'oubliez pas de l'optimiser :

- **Rapidité:** Vérifiez que vos e-mails de confirmation des demandes soient envoyés dans les 5 minutes.
- **Personnalisation:** Allez au-delà d'un simple « Bonjour [Prénom] » : faites référence à leurs centres d'intérêt ou à leurs questions.
- **Humain:** Assurez-vous que vos réponses automatisées ne sont pas trop formelles, qu'elles sont rédigées par un humain et qu'elles fournissent des informations réellement utiles.

Si votre institution en a les moyens, un **Chatbot IA** peut être une aide précieuse pour répondre instantanément aux questions les plus fréquentes.

« Il faut répondre instantanément, partout, tout le temps...
C'est une génération qui ne tolère plus du tout le silence. »
Alejandra Otero, Fondatrice et CEO de geNEOUS





La vidéo comme outil clé

La checklist pour vos vidéos :

- Visez une durée maximale de **10 à 60 secondes**.
- Captez l'attention des spectateurs dès les **3 premières secondes**.
- Présentez les informations **les plus importantes dès le début**.
- Pour les contenus plus longs (visites de campus, présentation des programmes), **divisez-les en une série de courts extraits** plutôt qu'en une seule longue vidéo.
- Évitez **les contenus trop travaillés** ou à l'aspect publicitaire.

*« La langue maternelle de cette génération, c'est la vidéo. »
Emeric Abrignani, Directeur de FIGS Education*



L'authenticité avant tout !

Le meilleur moyen d'obtenir du contenu authentique est de laisser vos étudiants s'exprimer.

Comment développer un programme d'ambassadeurs pour la création de contenu?

- Recrutez une dizaine d'étudiants **issus de programmes, de milieux et d'horizons variés**.
- **Fournissez du matériel** (téléphones, accès à Capcut..) et une formation de base.
- Laissez-les filmer tout **ce qu'ils pensent que les futurs étudiants souhaitent voir**.
- **Rémunérez les étudiants** pour leur travail (allocation/crédits universitaires/récompenses..).
- Vérifiez que le contenu est conforme aux règles de votre institution mais **laissez leur libre arbitre sur le style**.

*« La Gen A attend de l'authenticité. Ils veulent voir comment la vie [sur le campus] se passe vraiment, des retours et des témoignages d'étudiants non scriptés qui montrent les coulisses du quotidien, les galères, les succès, la réalité de l'expérience étudiante. »
Alejandra Otero, Fondatrice et CEO de geNEOUS*



Une stratégie multi-audience

Les parents de la Gen A sont plus que jamais impliqués dans les décisions d'études de leurs enfants, ne les négligez pas !

	Canaux	Idées de sujet à traiter
Étudiants	Instagram(Reels / Live / Q&As), TikTok, YouTube(Shorts/live/vidéos longues), Reddit, Chatbots, IA.	Tour du campus, contenu par des étudiants montrant leur journée type, vie dans le pays d'accueil (coût/langue/experiences), opportunités académiques et pro, témoignages d'alumni.
Parents	Site web de l'université, e-mails, brochures, LinkedIn, webinaire/événements virtuel spécifiquement pour les parents.	Sécurité, retour sur investissement, services d'accompagnement, possibilités de participation à des stages, perspectives d'avenir.

Vous voulez en savoir plus? Retrouvez l'enregistrement du webinaire: [Cliquez ici](#)