

Donner les clés du campus aux utilisateurs

Votre guide pour créer une experience mobile personnalisée adaptée a chaque utilisateur

Que votre université possède déjà sa propre plateforme mobile ou qu'elle cherche à développer une stratégie mobile, les étudiants, chercheurs, anciens étudiants et personnel souhaitent accéder à des services personnalisés rapidement et facilement sur leurs appareils mobiles.

Dans ce guide, nous examinons les défis à relever et proposons quelques idées sur la manière dont les applications de deuxième génération peuvent transformer les services de campus en expériences mobiles personnalisées, à la différence des applications de première génération.

Ex Libris
campusM

Les défis

De nos jours, les départements des universités admettent l'efficacité et la commodité de pouvoir communiquer avec les étudiants, les enseignants, le personnel et les anciens étudiants via leurs appareils mobiles. Dans de nombreuses institutions, il existe plusieurs applications au service de ces différentes catégories. Toutefois, nos plus de 30 années d'expérience dans les solutions destinées à l'enseignement supérieur nous ont appris que la multitude crée des problèmes. En effet, nous voyons des applications qui, bien que souvent téléchargées, n'arrivent pas pour différentes raisons à maintenir un degré élevé d'engagement et finissent par tomber en désuétude.

EN MOYENNE, IL EXISTE ONZE APPLICATIONS MOBILES PAR UNIVERSITÉ. IL EN RÉSULTE TROIS PRINCIPAUX PROBLÈMES:

1. Le premier concerne la duplication des efforts, des ressources et de l'argent dépensé à créer et maintenir ces applications. Lorsqu'un nombre important de départements développent ou achètent, et surtout maintiennent des applications dédiées, ils dupliquent la plupart du temps plateformes, ressources et investissements.

2. Ensuite, cette approche est source d'incohérences dans l'expérience utilisateur des applications de campus, en raison de l'image qu'elle donne de l'université et dans les messages perçus par les utilisateurs.

3. Enfin, plusieurs applications, conçues différemment mais dans le même but, entrainent une certaine confusion dans l'esprit de l'utilisateur, et transforment des expériences qui auraient dû être simples en activités contentieuses.

L'approche de première génération qui consiste à disposer de nombreuses applications pour offrir des services mobiles tient compte du fait qu'il existe de nombreux groupes différents à l'université qui ont chacun leurs propres exigences. Les étudiants, les membres du corps enseignant et du personnel, les anciens étudiants et les visiteurs, comme ceux qui assistent à une journée portes ouvertes, ont tous des besoins, des objectifs et des attentes spécifiques quant à leur expérience mobile.

Toutefois, ces utilisateurs ne veulent plus ou ne s'attendent pas à trouver une reproduction complète du site Web de l'université sur leurs appareils mobiles. De plus les utilisateurs s'attendent à avoir un accès personnalisé à des données pertinentes et opportunes.

Rien n'est plus personnel qu'un smartphone. Alors que les PC sont souvent une ressource commune et que les tablettes passent parfois d'une main à l'autre, il n'en est pas de même des smartphones qui sont très rarement partagés. Les smartphones sont personnalisés avec des fonds d'écran, des couleurs et des sons, ainsi que des applications personnelles comme nul autre appareil. Même la disposition des icônes d'application sur les différents écrans témoigne de l'implication de l'utilisateur avec son téléphone et de la manière dont il interface avec le monde extérieur. La nature très personnelle de l'appareil s'étend à la manière dont les utilisateurs s'attendent à recevoir l'information : elle doit leur être pertinente, personnelle et être reçue uniquement lorsqu'ils en ont besoin ou la désirent.

L'impossibilité de communiquer d'une manière pertinente, personnelle et en temps voulu nuit à l'expérience, augmente les chances de désengagement et crée la possibilité d'une occasion manquée ou d'un malentendu. La possibilité d'affiner les communications en fonction du public et de les porter à l'attention des utilisateurs en dépit des activités environnantes constitue un aspect important de l'expérience mobile pour les utilisateurs.

La personnalisation a une valeur encore plus essentielle. Le téléphone ne dispose pas de suffisamment d'espace pour que l'application de l'université puisse être tout pour tous. Tenter de le faire crée une certaine confusion et aboutit en fin de compte à une mauvaise expérience. Les utilisateurs veulent uniquement voir ce qui leur importe et accéder aux seules informations qu'ils souhaitent ou dont ils ont besoin. En d'autres termes, l'application doit être aussi personnelle que le téléphone.

Applications de première et deuxième génération

Enfin, il existe le problème de délais. Même si les utilisateurs apprécient la rapidité d'utilisation de l'application, ils attachent une plus grande importance encore à la réception des informations en temps voulu. Un utilisateur qui reçoit une notification push pour l'informer qu'un cours a été reporté apprécie davantage qu'un utilisateur qui découvre que le cours a été annulé lors de son arrivée dans un amphithéâtre sans lumière.

Le défi consiste à consolider les (trop) nombreuses applications de l'université, sa vaste panoplie de ressources et ses communications variées en une expérience unique adaptée à chaque acteur. Neuf applications sur dix utilisées en université sont des applications de première génération. Ces applications sont souvent claires et conviviales, mais ne fournissent pas les informations pertinentes d'une manière personnalisée et en temps voulu.

Les applications de première génération étaient conçues de telle façon que l'utilisateur devait choisir sur son écran d'accueil le public ou le sujet : étudiants, alumni, admissions, personnel ou journées portes ouvertes. Il s'affichait ensuite toute une série de vignettes relatives à toutes les informations que l'utilisateur pouvait souhaiter.

Les applications de deuxième génération sont conçues sur le prémisse qu'une application destinée à tout le monde finit par être utilisée par personne. Par conséquent, les applications de deuxième génération veillent à ce que l'utilisateur voit uniquement l'information qui s'applique à lui. Un potentiel étudiant préférera avoir un aperçu de tous les cours adéquats et des échéances, tandis qu'un étudiant qui va recevoir son diplôme dans deux semaines sera plus intéressé par la réservation d'une place de stationnement pour la cérémonie de remise des diplômes. Il peut être important pour un lecteur de savoir si certains des livres qu'il a empruntés sont en retard. En revanche, un responsable de la scolarité sera plus intéressé par la réception d'une notification l'avisant qu'un étudiant risque de ne pas valider ses cours. En d'autres termes, les applications de deuxième génération s'assurent que l'utilisateur voit l'information qui lui importe et qui correspond à ce qu'il fait.

Les applications de première génération, quant à elles, s'efforcent d'être pertinentes en regroupant les utilisateurs d'une manière très superficielle, en général par faculté, département ou toute autre affiliation. Même si autrefois le regroupement basé sur une affiliation ou un profil était à la pointe du progrès, il ne correspond plus aux attentes des différents publics universitaires très au fait des questions numériques et qui souhaitent que l'information apparaissent automatiquement. Partager des informations avec l'utilisateur est très différent de l'approche des applications de première génération qui limitaient le nombre de boutons que l'utilisateur pouvait utiliser pour arriver à l'information désirée.l'approche des applications de première génération qui limitaient le nombre de boutons que l'utilisateur pouvait utiliser pour arriver à l'information désirée.

Les applications de deuxième génération se servent de toute une gamme de facteurs comme le profil de l'utilisateur, le lieu et le rôle pour assurer l'actualité, la pertinence et la personnalisation du contenu affiché ainsi que l'accès de l'utilisateur aux applications du campus. Alors que les applications de première génération peuvent comporter une vignette sur l'application de messagerie standard du téléphone, les applications mobiles de deuxième génération vérifient que les messages soient envoyés directement vers les seuls étudiants, enseignants et membres du personnel concernés.



ExLibris campusM

Donner les clés du campus aux utilisateurs

Finalement, une université se préoccupe des personnes et de leurs succès dans les domaines de l'apprentissage, de l'enseignement et de la recherche. Le succès escompté est fonction de la mission et des objectifs de l'institution, de même que des aspirations des personnes qui y travaillent et étudient. Pour réussir, certaines universités peuvent avoir besoin d'accroître les inscriptions, tandis que d'autres ont suffisamment de candidats mais ont un problème de succès ou de fidélisation. Les applications mobiles de deuxième génération ont un rôle à jouer auprès des étudiants potentiels et de la population universitaire toute entière en les incitant à utiliser les ressources susceptibles de les aider à réussir.

Les ressources auxquelles les utilisateurs accéderont et le contenu qu'ils souhaiteront parcourir changeront au cours de leur parcours universitaire. Les applications de deuxième génération modifient le contenu en fonction des besoins de l'utilisateur à un moment donné. Un étudiant potentiel a besoin d'un accès très différent des anciens étudiants. Le corps enseignant à besoin d'accéder à d'autres systèmes d'information et requiert une aide d'un autre type de la part des administrateurs.à un ex studente.

Prenons comme illustration le parcours d'un étudiant au cours d'une période donnée.



Les étudiants potentiels ont un seul but : sélectionner leur future université. Les personnes en charge du marketing, du développement des activités et du recrutement ont également un objectif : persuader l'étudiant de sélectionner l'université. L'expérience mobile initiale conditionnera la manière dont l'étudiant potentiel perçoit l'institution. Google désigne par Zero Moment of Truth (ZMOT - moment de vérité zéro) la recherche que l'étudiant effectue avant de contacter l'université. Le marketing en ligne et le site Web ont pour but de guider avec succès les étudiants potentiels, leurs familles et les enseignants. Cependant, une fois que l'étudiant a décidé d'ajouter l'université à sa présélection, ses besoins changent.

Il interagit avec votre université dans un environnement de communication où presque chaque application de son smartphone lui envoie des notifications à tout instant de la journée. Il est probablement peu intéressé à ce moment par les vignettes de connexion aux systèmes de gestion de la bibliothèque ou par les dossiers de suivi d'étudiants. Son attention se porte davantage vers les notifications de rappel des échéances prochaines, du processus d'avancement de sa candidature, de la disponibilité d'aides financières et de la réception d'invitations aux journées portes ouvertes et aux entretiens.

Journées portes ouvertes

La journée portes ouvertes arrive et les besoins des utilisateurs changent. Ils vont passer toute la journée à se déplacer, donc la portabilité du smartphone en fait l'outil idéal pour ce genre d'événement. Les applications de première génération envoient un e-mail avec les indications pour s'y rendre, tandis que les applications de deuxième génération connectent l'utilisateur aux services de circulation, de transports ferroviaires et de bus.

Les applications de première génération affichent une carte du campus au format PDF. En revanche, les applications de deuxième génération utilisent la carte interactive du téléphone pour créer une navigation personnalisée. Les applications de première génération donnent aux utilisateurs la liste des réunions. Les applications de deuxième génération exploitent les entrées du calendrier qu'elles lient aux profils des enseignants chargés des entretiens, des étudiants hôtes et sans doute des autres étudiants potentiels participant à la visite guidée. Les applications de première génération laissent l'étudiant potentiel errer. Les applications de deuxième génération guident celui-ci de manière à ce qu'il puisse tout visiter, des logements à la bibliothèque en passant par la cafétéria, la salle de sports et les laboratoires de recherche en fonction des besoins exprimés sur le formulaire de candidature.

Une fois que l'étudiant a posé sa candidature, l'application doit changer. Les fonctions de la journée portes ouvertes doivent alors évoluer afin d'accompagner l'étudiant tout au long des processus d'admission et d'inscription. L'application ne doit pas se limiter au seul aspect universitaire, elle doit également les aider dans l'élément le plus important de l'expérience universitaire : la vie.

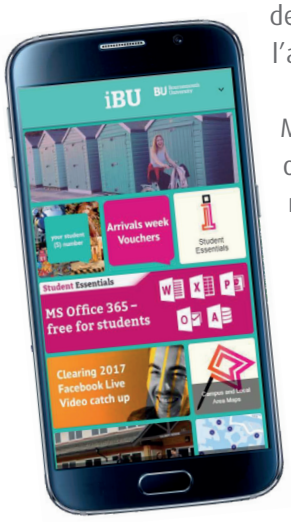


ExLibris
campusM

S'inscrire aux bons cours

et sélectionner les modules adéquats revêtent une grande importance, c'est entendu. Mais, il est bien connu qu'une université peut être confrontée à des problèmes de rétention lorsque les étudiants ne s'intègrent pas à la vie universitaire ou ne rencontrent pas des gens qui leur ressemblent. Une application de deuxième génération assure que lors de la journée d'admission, les étudiants aient l'occasion de rencontrer leurs nouveaux camarades de cours, de trouver de nouvelles associations et groupes à rejoindre et puissent commencer à générer le réseau d'entraide qui leur permettra de s'épanouir.

Le fait de savoir où il se situe dans sa vie universitaire, ses notes, les ajouts ou les changements de cours et les dates de remise d'un travail, aide l'étudiant à réussir et à gérer les aspects routiniers de son quotidien. La possibilité de pouvoir traiter un problème de logement rapidement et facilement donne à l'étudiant plus de temps pour se concentrer sur l'apprentissage.

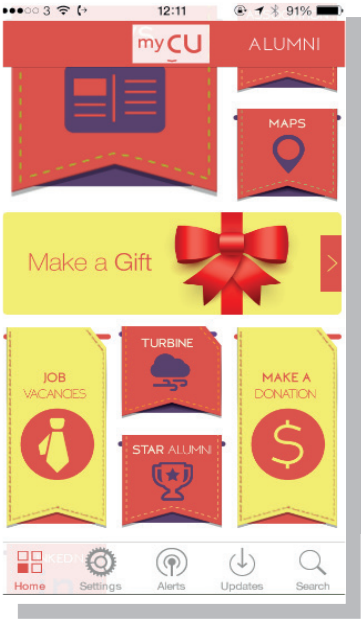


Même un détail apparemment anodin comme le fait de savoir si une machine à laver est gratuite permet de réduire les frictions qui ralentissent la progression de l'étudiant vers sa réussite. Les applications de deuxième génération peuvent aider les étudiants à trouver leur chemin sur le campus lorsque, par exemple, des travaux dirigés sont déplacés ou reportés, en tirant parti des applications cartographiques ou de transport pour leur permettre d'arriver à l'heure en suggérant, par exemple, un itinéraire de bus.



Des études réussies et un soutien adéquat aboutissent à l'obtention du diplôme par l'étudiant et à la poursuite éventuelle d'études de troisième cycle. Les étudiants de premier cycle, digital natives d'aujourd'hui, sont les étudiants de dernier cycle de demain qui auront tous des aspirations différentes. Les plateformes d'applications de deuxième génération tiennent compte de cette évolution au fur et à mesure que les étudiants s'approchent de la fin de leur parcours pour devenir enfin alumnis.

Il s'agit d'un autre changement dans la relation avec l'université et bien que la personne soit la même, les informations dont elle aura besoin pour soutenir son université à l'aide de dons, défendre ses intérêts et publier des offres d'emploi changent également. Même si le besoin d'accéder à leur profil et au dossier d'étudiant au sein du système CRM de l'institution évolue, la nécessité de bâtir un engagement personnalisé et opportun demeure si l'ancien étudiant et l'université doivent tous deux établir et entretenir une relation fructueuse à long terme.



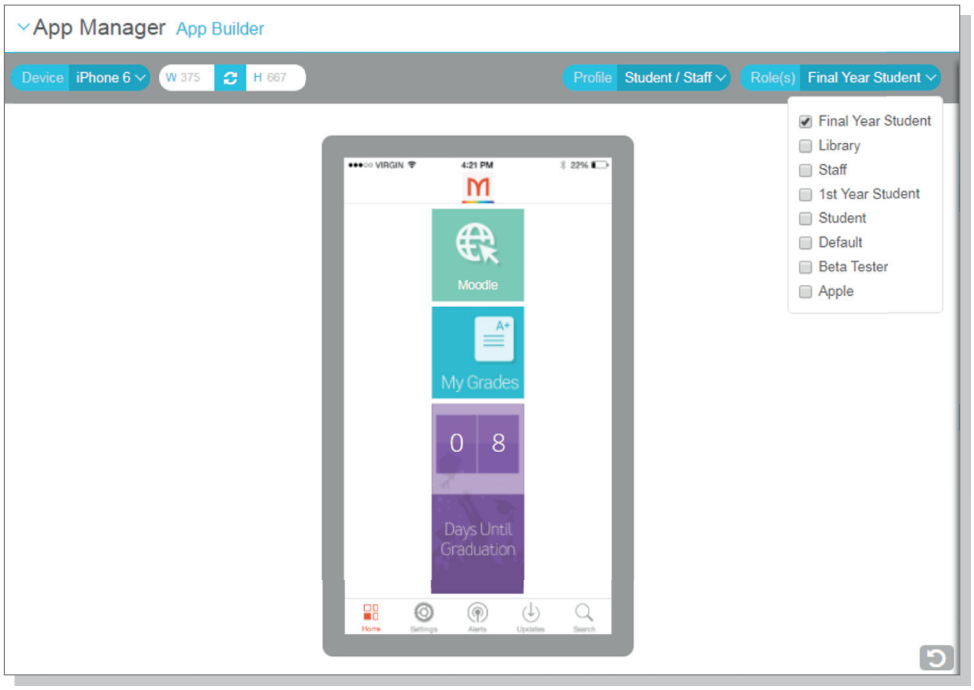
Naturellement, il existe de nombreux profils et personnes qui auront besoin d'utiliser une application de deuxième génération. Les enseignants, les chercheurs, les administrateurs et le personnel auront tous des attentes et des exigences différentes de l'application. La diversité des publics, combinée à la masse d'informations que les universités gèrent chaque jour, rend indispensable le filtrage par l'application de ce que l'utilisateur peut considérer comme des interférences pour ne conserver que les informations et le contenu qui lui importe.

Les systèmes de campus à la portée de l'utilisateur

Les applications de deuxième génération utilisent les inscriptions et les données poussées ainsi que le contenu basé sur les profils d'utilisateur pour réduire les interférences. Pour l'utilisateur, il s'agit essentiellement d'une consolidation du contenu, des données et des applications. Il est donc nécessaire de disposer d'une communauté variée de fournisseurs de contenu, allant des applications de campus backend aux personnes qui doivent communiquer d'une manière pertinente, personnelle et opportune avec des micro ou macro publics comprenant entre dix et des milliers de personnes.

Ces applications de deuxième génération sont des candidats idéaux au déploiement dans le cloud à l'aide d'un modèle Software as a Service (SaaS - logiciel en tant que service). Leur ouverture leur permet de combiner des données en provenance de systèmes universitaires différents, tels que les plateformes d'apprentissage, de gestion de bibliothèque, de dossiers d'étudiants et de programmation des cours avec des outils de publication de contenu pour arriver à un mélange qui satisfait les besoins uniques de chaque utilisateur.

Créer simplement campusM avec l'App Manager



La solution campusM d'Ex Libris est conçue dès le départ comme une plateforme applicative cloud qui comprend des fonctions pleinement intégrées prêtes à l'emploi et des outils permettant de la personnaliser en fonction des besoins de toute institution. Avec des centaines d'applications de deuxième génération utilisées en Europe, Amérique du Nord et Asie-Pacifique, elle est unanimement reconnue comme étant le principal outil de transformation des services de campus en expériences mobiles personnalisées.

Pour en savoir plus, appelez le numéro : +44 (0) 207 255 0699
ou envoyez un e-mail à l'adresse EMEAinfo@exlibrisgroup.com.

ExLibris
campusM



ExLibris®
a ProQuest Company

campusM and Ex Libris is a trademark of Ex Libris, all other trademarks are acknowledged as the property of their respective owners.
©2017 Ex Libris GmBH. campusM et Ex Libris sont des marques déposées d'Ex Libris,
toutes les autres marques sont reconnues comme la propriété de leurs propriétaires respectifs.