

Fournir un nouveau contenu dynamique



La Rhode Island School of Design (RISD SD) est reconnue comme le premier collège d'art et de design des États-Unis. À l'heure actuelle, l'école compte environ 2 000 étudiants du premier cycle et 400 du second cycle, originaires d'une cinquantaine de pays. Les programmes du second cycle de la RISD, avec des disciplines telles que le verre, la création graphique, la céramique, l'art de l'imprimerie et le dessin industriel, occupaient la première place du classement 2008 de l'U.S. News and World Report des meilleures écoles américaines pour les études de second cycle d'art et de design. Afin de continuer à attirer et recruter des étudiants talentueux du monde entier, la RISD a récemment renforcé ses activités en matière d'inscription en créant un Prospectus en ligne, qui contient une vidéo intégrée et un contenu riche pour un plus grand engagement.

La rupture avec les contenus statiques

Souvent, les sites Web universitaires traditionnels étaient remplis de contenu statique, rarement mis à jour. Désormais, les universités tirent parti des outils des médias sociaux pour créer un dialogue riche avec leurs étudiants, qu'ils soient présents, passés ou potentiels, et les enseignants.

Avec le soutien de son nouveau président, John Maeda, la RISD s'est lancée récemment dans un grand programme visant à accroître sa présence numérique et à attirer l'attention de la génération du 21^{ème} siècle. Pour une école d'art et de design telle que la RISD, le moyen le plus important pour les étudiants présents et potentiels d'entrer en relation avec l'école est par une interaction visuelle entre personnes. Le message le plus puissant qu'un étudiant puisse recevoir est l'histoire que raconte un autre étudiant.

Par conséquent, la RISD a créé un Prospectus en ligne, comportant des profils vidéo d'anciens élèves, enseignants et étudiants actuellement inscrits aux divers programmes de l'école, ainsi que des vidéos des « Espaces et lieux de la RISD » (RISD's Spaces + Places) qui présentent les travaux intéressants que les étudiants ont réalisés avec des organisations comme la NASA, des expositions qu'ils ont montées et des ressources d'intérêt comme le Musée des arts de la RISD et le Laboratoire naturel Edna W. Lawrence.

La solution Brightcove

La RISD, sous la direction de sa vice-présidente des Médias et partenaires, Becky Bermont, a choisi la plate-forme vidéo en ligne Brightcove pour prendre en charge le nouveau Prospectus en ligne. La plate-forme Brightcove permet à l'équipe de Conception interactive de la RISD de télécharger et d'organiser en toute facilité les vidéos, puis de les diffuser et les partager avec les étudiants potentiels du monde entier, grâce à une solution intégrée unique.

D'après Bermont, Brightcove a été choisie en raison de plusieurs critères uniques :

- **La place de leader** : l'évolutivité et l'innovation de Brightcove sont inégalées dans le secteur. Par conséquent, la RISD avait la certitude de collaborer avec un leader qui avait fait ses preuves.
- **L'engagement des utilisateurs** : la RISD estimait qu'un site basé sur la plate-forme Brightcove, avec un contenu multimédia riche plutôt que des images et textes statiques favoriserait un plus grand taux de clics, augmentant ainsi le trafic et le temps passé sur le site. Cela pouvait permettre de créer une expérience plus engagée des utilisateurs en établissant des relations grâce à des vidéos, plutôt que de laisser les visiteurs du site se renseigner par des textes.
- **La personnalisation** : grâce à Brightcove, la RISD peut créer une expérience de visionnage et une navigation parfaitement personnalisées, qui sont particulièrement

attrayantes pour son public amateur de bon design.

- **La diffusion** : grâce aux fonctions uniques de partage et de diffusion de Brightcove, les utilisateurs peuvent partager des vidéos avec leurs amis et leur famille en un seul clic.

« Brightcove a joué un rôle fondamental dans le lancement de notre nouveau Prospectus en ligne, » dit Vermont. « Grâce à Brightcove, nous pouvons mieux exposer le point de vue individuel de nos étudiants, nos anciens élèves et des enseignants, ainsi que la communauté et l'environnement universitaire que nous proposons. À la RISD, ce qui importe pour nous est de pouvoir présenter les étudiants et les idées qui sont à l'origine du fabuleux travail artistique. Nous sommes excessivement fiers du nouveau prospectus et des informations beaucoup plus utiles qu'il fournit à propos de RISD grâce à Brightcove. »

Des lauriers récoltés de tous

« Depuis son lancement fin 2008, le Prospectus en ligne a reçu des critiques enthousiastes de la part des étudiants, enseignants, anciens étudiants et étudiants potentiels, qui cherchent des renseignements complémentaires sur la réelle expérience RISD, » dit Bermont. « Nous sommes ras-

surés de constater que les grands experts de la commercialisation en ligne et du multimédia se sont intéressés à notre initiative. »

Depuis son lancement, le nombre de visiteurs du Prospectus en ligne a augmenté de 33 % et le trafic global du site risd.edu de la RISD a augmenté de 20 %. En outre, l'année dernière la RISD a pu réduire son budget d'inscription de 20 % grâce au succès et à l'efficacité du Prospectus en ligne.

De plus, le Prospectus en ligne enrichit et complète les documents d'inscription en format papier de la RISD. Elle a pu réduire de moitié la taille de son Prospectus traditionnel, parce que les articles et les photos du livret imprimé encouragent les lecteurs à visiter le site pour un complément d'information. Grâce à cette approche, la procédure d'inscription de la RISD est également devenue plus respectueuse de l'environnement.

Bermont a ajouté en conclusion : « La RISD est fière d'ouvrir la voie et de déterminer la norme pour les établissements d'études supérieures dans le domaine des relations numériques utiles avec des étudiants potentiels, grâce à son Prospectus en ligne. Nous avons particulièrement apprécié d'avoir Brightcove comme partenaire dans cette démarche et nous avons hâte d'élargir nos travaux de vidéo en ligne à l'avenir. »



« Nous sommes particulièrement heureux d'avoir Brightcove comme partenaire dans cette démarche et nous avons hâte d'élargir nos travaux de vidéo en ligne à l'avenir. »

Becky Bermont Vice présidente de Médias et partenaire