

012345

COMPILATION D'APPRENTISSAGE POUR LA COMMUNICATION SOCIALE ET DE COMPORTEMENT

GUIDE DU FACILITATEUR

Les C-Modules : Documents d'Apprentissage pour la Communication pour le Changement social et comportemental (CCSC)

Projet de Communication pour le Changement (C-Change)
Version 3

Mai 2012



Cette publication est rendue possible grâce au soutien généreux du peuple américain par l'entremise de l'Agence américaine pour le Développement international (USAID) aux termes de l'accord n° GPO-A-00-07-00004-00. Son contenu est la responsabilité du projet C-Change, géré par FHI 360, et ne reflète pas nécessairement les opinions d'USAID ou du gouvernement américain.

Les six modules peuvent être librement adaptés et utilisés à condition que tout le crédit en revienne à C-Change. Citation recommandée : C-Change. 2012. *C-Modules: A Learning Package for Social and Behavior Change Communication*. Washington, DC : C-Change/FHI 360.

C-Change est mis en œuvre par FHI 360 et ses partenaires : CARE, Internews, Université de l'Ohio, IDEO, Center for Media Studies, Inde, New Concept, Inde, Soul City, Afrique du Sud, Social Surveys, Afrique du Sud, et Straight Talk, Ouganda.

Contact :

C-Change

FHI 360

1825 Connecticut Ave., NW, Ste. 800

Washington DC 20009

Tél. États-Unis : +1 202 884 8000 Télécopie : +1 202 464 3799

Courriel : cchangeCS@fhi360.org

Site Internet : www.c-changeproject.org

Sommaire

Présentation générale.....	1
Module 3, Session 1 : Prêt à créer.....	4
Module 3, Session 2 : Exposés créatifs.....	5
Module 3, Session 3 : Messages efficaces	6
Module 3, Session 4 : Ébaucher des activités et des matériels	7
Module 3, Session 5 : Essai de concept, examen, et essai préalable	8
Module 3, Session 6 : Finaliser la conception et se préparer à la production	10
Module 3, Mission de partage en équipe	11

Présentation générale

Calendrier d'atelier proposé

Jour 7

Présentation générale de l'Étape 3

3-1 Prêt à créer

3-2 Exposé créatif

3-3 Messages porteurs

Jour 8

Revue de l'Apprentissage de la Journée précédente

3-4 Ébaucher des activités et des matériels

3-5 Essais de concept, examens et essais préalables

3-6 Finaliser la conception et se préparer à la production

Clôture de l'Étape 3/Aperçu de l'Étape 4



Pour l'**option en 3 parties**, les participants reviennent pour les Étapes 3 et 4. Merci de passer un peu de temps à la revue de leurs missions d'application sur le site, de l'Introduction et des Étapes 1 et 2.

Objectifs

À la fin de ce module d'un jour et demi, vous aurez :

- choisi un matériel ou une activité nécessaire pour accomplir l'un de vos objectifs de communication auprès de l'un de vos segments de public cible
- rédigé un exposé créatif pour ce matériel ou activité, comprenant un résumé de message (promesse et énoncé de soutien), la tonalité, un contenu clé, et autres considérations créatives
- utilisé une technique de scénarimage pour rédiger des matériels de style narratif
- ébauché un plan d'examen et d'essai préalable pour votre matériel

Graphiques, feuilles de travail, liste de vérification, et modèles recommandés pour ce module

Graphiques	Feuilles de travail, listes de vérification et modèles		
<ul style="list-style-type: none"> • La troisième étape du processus de planification pour la CCSC – Création • Lien entre configuration de la stratégie et exposé créatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Feuille de travail : Recherche des lacunes en théorie CCSC • Feuille de travail : Inventaire des matériels existants • Feuille de travail : Analyse des exemples de matériels CCSC 	<ul style="list-style-type: none"> • Feuille de travail : Exposé créatif pour les activités/matériels • Feuille de travail : Messages efficaces • Liste de vérification : Principes de base du développement de messages 	<ul style="list-style-type: none"> • Feuille de travail : Configuration du scénarimage • Liste de vérification : Rédaction des projets de matériels • Liste de vérification : Qualité des messages et des matériels • Feuille de travail : Calendrier de production des projets

Ouverture

1. Ce matin, comme tous les matins, démarrez par une session menée par l'équipe de rapport sur l'**Apprentissage de la Journée précédente**. Assurez-vous d'utiliser ce temps pour clarifier ce qui est confus ou « laissé en suspens » au sujet de la journée précédente. Nous estimons une durée 30 minutes par jour pour cet exercice.
2. Situez l'Étape Trois sur le graphique de la C-Planification et clarifiez le but de cette étape dans le processus.
3. Revoyez les objectifs affichés pour le Module Trois et la manière dont le calendrier prévoit de réaliser ces objectifs.
4. Rappelez à chacun le rôle qu'il a choisi d'assumer ce jour-là (c.-à-d. chronométrateur, équipe de rapport et équipe de soutien logistique).

Cette Étape fonctionne mieux si l'animateur est venu avec ses propres exemples de matériels de communication de tout type ET s'il a réuni des exemples apportés par les participants.

Utiliser des matériels réels de participants pour enseigner de nouveaux concepts peut être épineux. Il est délicat de préserver la confiance en soi des participants dans le groupe et d'affirmer leur travail tout en utilisant simultanément leur travail en tant qu'exemples d'apprentissage pour le groupe entier. Voici trois astuces pour y parvenir correctement :

- 1) La veille du jour où vous commencerez cette étape, dites aux participants que la meilleure manière d'apprendre à développer du matériel et des messages est de s'atteler à de vrais exemples. Invitez des volontaires à vous proposer leurs exemples la veille au soir. Assurez-les que la rétroaction sera convaincante et positive.
- 2) Si vous voyez qu'un matériel pourrait bien fonctionner, en privé, demandez aux personnes ou à l'équipe la permission de l'utiliser dans le groupe. Expliquez pourquoi vous aimeriez choisir leur exemple.
- 3) Si un exemple a été fourni, assurez-vous qu'il est préalablement examiné de façon à ce vous puissiez l'utiliser pour illustrer quelque chose de positif (c.-à-d. un public précis) et quelque chose de nouveau (c.-à-d. un appel à l'action).

Module 3, Session 1 : Prêt à créer

1. En plénière, étudiez la description de **Prêt à créer** et sa place dans la C-Planification. Demandez aux participants de citer un produit de communication de tout type (par ex. : un poster, un manuel de formation, etc.) avec lequel ils ont travaillé dans le passé et qui couvre un quelconque sujet de santé actuellement abordé par ce groupe.

Notez combien, même dans cette salle, de temps et de ressources ont été consacrés à la production de matériels de communication.

2. Présentez « la feuille de travail : Sur quoi se base le nouveau matériel/la nouvelle activité ? » et formez de petits groupes. Demandez-leur de revoir leur travail précédent, réalisé aux Étapes 1 et 2, avant de passer à la création de matériels (Étape 3).

3.  Formez des équipes de projet et complétez « la feuille de travail : Inventaire des activités et matériels existants. » Rappelez aux participants d'axer leur inventaire sur des matériels qui existent peut-être déjà pour le thème que vous abordez ou qui en couvrent un autre. Ils peuvent réfléchir aux questions suivantes pour orienter leur travail :
 - Quelles sont les activités et quels sont les outils et matériels encore en usage et pourquoi ?
 - Que pouvons-nous utiliser ou adapter à nos fins avant de réinventer la roue ?
 - Que pouvons-nous apprendre des autres, qui travaillent dans le même domaine ?

1/2

Si vous réalisez ce cours avec l'option en 2 parties, vous aurez commencé le Jour 1 par le marché où les participants échangent sur les points importants d'un travail sur lequel ils ont travaillé récemment. Au cours de ce partage, ils se sont peut-être aussi échangé des échantillons de matériel. Leur inventaire peut servir de rappel pour des projets et matériels déjà partagés.

1/2/3

Toutefois, si vous réalisez l'option en 3 parties de ce cours ou si vous dispensez ce module de manière autonome, nous vous recommandons fortement d'investir du temps dans le marché et ses échanges avec, à l'esprit, les buts suivants :

- Rappelez à chacun dans la salle la richesse de l'expérience.
- Donnez aux gens des idées concrètes pour des matériels qu'ils pourraient utiliser ou adapter.
- « Nourrissez » les animateurs par des exemples concrets de matériels auxquels ils pourront se référer tout au long de ce module.



Module 3, Session 2 : Exposés créatifs

1. En plénière, revoyez la définition et le but d'un exposé créatif, tel qu'il est décrit dans le *Manuel*. Montrez le **graphique : Lien entre votre stratégie et votre exposé créatif** qui montre l'étroite relation qui existe entre la configuration stratégique et l'exposé créatif.
2. En petits groupes, étudiez la **présentation générale du modèle de l'exposé créatif** et parlez de ce qui suit :
 - Quelle partie de l'exposé créatif vous semble-t-elle la plus délicate ? Pourquoi ?
3. Avec les mêmes petits groupes, revoyez l'**exemple éthiopien : Exposé créatif pour des matériels d'auto-prise en charge par le client**. Demandez aux groupes d'imaginer qu'ils ont reçu la mission de rédiger les messages et matériels décrits dans l'exemple d'exposé créatif. Il leur faudra réfléchir à :
 - Quelles sont les parties de l'exposé créatif qui vous semble particulièrement utiles ? Pourquoi ?

Revenez en plénière et échangez des idées sur ce que vous trouvez particulièrement utile dans l'exemple d'exposé créatif.

4. Dites aux participants qu'ils vont réaliser un exercice de « travail à rebours ». Ils étudieront du matériel existant et devront deviner ce qui appartient à son exposé créatif. Réunissez les participants autour du tableau à feuilles, avec les catégories d'exposé créatif, et affichez le matériel sélectionné pour servir d'exemple (la page d'un tableau à feuilles ou un poster, par ex.). Demandez aux participants de dire ce qui, selon eux, entre dans chaque catégorie de la **feuille de travail : Analyse des exemples de matériels de CCSC**. Tandis que les participants donnent leurs réponses, notez-les en sténo dans les encadrés qui conviennent, en déplaçant les participants au fur et à mesure de façon à ce qu'ils ne restent pas trop longtemps sur une seule catégorie.
5. À la fin, résumez l'exposé créatif et demandez aux participants si l'exposé créatif qu'ils ont développé reflète le matériel de l'exemple. Demandez aux participants s'ils voient comment un exposé créatif peut les aider à évaluer un matériel existant.
6.  En équipes de projet, sélectionnez un matériel ou une activité de la stratégie réalisée à l'Étape 2. Dès que les équipes sont bien sûres du public correspondant au matériel/produit, ainsi que de l'objectif et des obstacles qu'il aborde, elles sont prêtes à créer. Les équipes de projet peuvent utiliser la **feuille de travail : Exposé créatif pour les activités/matériels**.

Si le temps le permet, vous aurez peut-être envie d'approfondir sur la grande variété de matériels et de produits possibles. Encouragez-les à être créatifs dans la sélection d'un type de matériel et à ne pas toujours « tomber par défaut » dans les plus communs (affiches, prospectus...). Ci-dessous quelques questions d'orientation :

- *Qu'est-ce que votre public lira, regardera ou écoutera vraiment ?*
- *Où votre public le lira-t-il, le regardera-t-il ou l'écoutera-t-il ?*
- *Utilisation ponctuelle ou à long terme ?*
- *Comment sera-t-il distribué ?*

Nous avons constaté que les participants s'impliquent vraiment dans l'activité du « travail à rebours ». Nous vous recommandons **FORTEMENT** de réaliser cette activité par phases, de manière à ce que vous commenciez par ne travailler que sur les premières parties de l'exposé créatif. Revenez ensuite au même exemple pour étudier des aspects plus « subtils » du matériel tels que « la promesse, l'appel à l'action ou l'impression durable ». Il est préférable, si possible, d'obtenir une variété d'exemples (les vôtres ou ceux de vos participants) afin de ne pas avoir que des affiches ou d'autres matériels de communication unidirectionnels à étudier.

Module 3, Session 3 : Messages efficaces

1. En plénière, étudiez la section centrale de l'exposé créatif : la promesse, l'énoncé de soutien, et l'appel à l'action. On peut faire référence à cette partie comme étant le résumé du message dans la mesure où elle donne naissance au message qui ressort du matériel, et il peut souvent apparaître dans un certain nombre de matériels conçus pour un public et un objectif spécifiques.
2. Présentez la session et le contenu sur les **messages efficaces**.
3. En plénière, demandez aux participants de repenser à leur semaine précédente et demandez :
 - Quels sont les matériels que vous avez vu ou entendu et qui ont retenu votre attention ? Pourquoi ?
4. En groupes de trois, demandez aux participants de travailler sur « la feuille de travail : Messages efficaces, » en parlant des 7 C pour une communication avec impact, tels qu'ils sont énoncés dans *Manuel du Praticien*. Les groupes devront réfléchir aux exemples cités auparavant et envisager :
 - Quels sont les 7 C qui semblent être à l'honneur dans l'exemple de communication que vous avez cité ?
 - L'exemple contenait-il un appel à l'action ? Si oui, comment se fait-il que vous vous en souveniez autant ?
5. En plénière, étudiez la **liste de vérification : principes de base du développement de messages**. Demandez aux participants de reformer les mêmes petits groupes de trois et de se consulter pour savoir si l'exemple en question adhère aux principes énoncés dans la liste de vérification.
6.  En équipes de projet, faites travailler les groupes sur le développement d'une ébauche de message pour leur projet ou sur l'affinage d'un message existant pour le matériel de leur exposé créatif. Rappelez aux participants que leur message est sous sa forme brute dans l'exposé créatif, et qu'en travaillant sur cette base, ils pourront affiner le message. Donnez 10 minutes à chaque équipe de projet pour présenter son message ébauché, pour donner un contexte sur ce que fait son projet, et pour dire qui sont les publics visés et l'essence du message qu'il veut communiquer à ses publics visés. Les participants doivent fournir une rétroaction à l'aide de la **liste de vérification : Principes de base du développement de messages**.

Si les participants ont besoin de plus de temps pour se familiariser avec le résumé de message, nous vous suggérons l'activité suivante : avant l'atelier, recueillez quelques exemples de matériels qui abritent des composantes du résumé de message (par ex. : affiches, tableaux à feuilles, etc.). Les matériels ne doivent pas nécessairement être parfaits. D'ailleurs, s'ils ne le sont pas, ils généreront peut-être plus de participation chez vos participants. Pour réaliser cette activité :

- Projetez un PowerPoint ou demandez aux participants de se regrouper devant les matériels.
- Posez aux participants une série de questions sur le développement du résumé de message (par ex. : quelle est la promesse clé, selon vous ?). Faites en sorte que les participants crient leurs réponses.
- Dès que vous aurez passé un petit moment sur un matériel, passez rapidement à un autre et répétez l'opération.

Si les participants désirent plus d'informations sur les Messages efficaces et porteurs, vous pouvez leur fournir les références suivantes : Goodman, Andy. « *Why bad ads happen to good causes: And how to ensure they won't happen to yours* ». (2002) Disponible sur la page :

http://www.agoodmanonline.com/bad_ads_good_causes/index.html

Si vous souhaitez approfondir l'utilisation de la théorie et des concepts dans cette session, veuillez vous référer au **guide supplémentaire de l'animateur relatif à l'application des théories et des concepts de la CCSC** pour des idées d'utilisation du coin théorie.

Module 3, Session 4 : Ébaucher des activités et des matériels

1. En plénière, présentez la session et les idées d'utilisation des histoires et récits telles que le souligne le *Manuel du Praticien*. Après avoir présenté les astuces pour la première ébauche, demandez aux participants s'ils en ont d'autres qu'ils aimeraient rajouter pour le développement d'activité et de matériel.
2. Formez de petits groupes de trois. Les groupes peuvent brièvement partager des exemples auxquels ils pensent et qui décrivent la manière dont ils se sont servis d'histoires pour créer ou structurer un matériel de communication. Faites en sorte que quelques groupes partagent ce qu'ils ont dit avec les autres.
3. En plénière, revoyez l'exemple d'un scénarimage, tel qu'il est décrit dans « la feuille de travail : Configuration du scénarimage. » Dites aux participants qu'ils vont maintenant s'appliquer à la création d'un scénarimage. Toujours en même groupe de trois, ils vont décider :
 - de la personne qui racontera une histoire *vraie, personnelle*, sur un événement par le biais duquel il/elle est devenu(e) un(e) bon(ne) communicateur/rice ;
 - de la personne qui écrira les mots qui sauront saisir les moments phares de l'histoire en trois parties : un début, un milieu (le point culminant) et une fin ;
 - de la personne qui illustrera l'histoire au fil de son récit, en demandant des précisions au narrateur, le cas échéant.

Ce travail doit être fait rapidement, la perfection N'est PAS ce que nous recherchons. Demandez aux participants de saisir en trois images l'essence de l'histoire et de la mettre en valeur, s'ils le souhaitent, par des mots. Après 10 minutes au plus tard, invitez tous les groupes à afficher leur scénarimage. Le groupe, dans son ensemble, écoute ensuite chaque histoire racontée par le narrateur.

Si le temps le permet, montrez certains exemples de matériels de type narratif aux participants (par ex. : des tableaux à feuilles, des guides d'enseignement par les pairs, des bandes dessinées). Les animateurs devront recueillir ces matériels avant l'atelier. Après avoir présenté des matériels de type narratif, expliquez aux participants comment ces matériels sont utilisés.

Si le temps le permet, échangez des astuces supplémentaires sur le développement de matériel. Vous pouvez utiliser la technique du bocal à poissons, dans laquelle la moitié du groupe fait face à l'autre moitié, en deux cercles concentriques. Le cercle extérieur effectue une rotation, une personne à la fois, pour glaner des idées auprès des collègues et partager leurs propres expériences. Faites en sorte que les cercles effectuent leur rotation dans une direction opposée jusqu'à ce que chaque participant ait eu l'opportunité d'échanger des astuces et des expériences sur le développement de matériels avec au moins quatre autres participants.

Après avoir revu la technique du scénarimage, vous pourrez mettre l'accent sur quelques principes narratifs à utiliser dans le développement de matériels de communication. Par exemple, vous pouvez suggérer aux participants :

- d'établir des relations avec des membres du public
- de recueillir des histoires vraies (non inventées)
- de s'assurer que les histoires sont représentatives (auxquelles les autres peuvent s'identifier)
- d'explorer toute la gamme d'utilisation des histoires sur une combinaison de matériels/activités

Si possible, donnez un exemple de la manière dont les histoires ont été utilisées dans l'application de la CCSC réelle.

4. En plénière, demandez :
 - Qu'avez-vous trouvé d'utile dans l'approche du scénarimage ? Qu'est-ce qui a été difficile ?
 - Comment vous envisagez-vous, vous-même, dans l'utilisation de cette approche, de quelque façon que ce soit, dans le développement de matériels de communication ?
5. Procédez à la **liste de vérification : Ébauche des matériels** en plénière.
6. Formez trois groupes. Chaque groupe choisira un matériel (soit le sien, soit des exemples utilisés dans l'atelier). Dès que le choix est fait, les groupes devront étudier la liste de vérification pour voir quels éléments semblent avoir été respectés dans le développement de ce matériel.

Module 3, Session 5 : Essai de concept, examen, et essai préalable

1. En plénière, présentez l'essai de concept, l'examen et l'essai préalable. Faites une présentation générale de chacun en soulignant le pourquoi des essais, les définitions, les types et le but des essais, enfin quand et avec qui y procéder.
2. En petits groupes, demandez aux participants d'étudier un exposé créatif (soit un exemple fourni par l'animateur, soit un exposé provenant des équipes de projet). Les participants devront examiner l'exposé créatif et répondre à ces questions :
 - Avec qui pourriez-vous procéder à un essai de concept ? Quand, et comment ?
 - Qui incluriez-vous dans un examen des intervenants ? Quand ? Comment ?
 - Avec qui pourriez-vous procéder à l'essai préalable de vos ébauches de matériels ? Comment ?
3. Présentez les directives et les astuces pour les essais. Demandez aux participants si, parmi eux, certains ont déjà de l'expérience dans les essais, et si oui, de partager cette expérience. Faites en sorte que les autres participants leur posent des questions sur cela ou sur tout autre chose qu'ils aimeraient savoir sur l'essai de matériels.
4. Revoyez les **directives** et les **astuces pour les essais** en plénière. Demandez aux participants :
 - En quoi votre expérience a-t-elle suivi ou non ces directives et ces astuces ?
 - Y a-t-il quelque chose ici qui peut être utile à de futurs essais ?
5. Présentez le contenu (astuces et exemple de guide) de l'essai de concept, des examens des intervenants (astuces), et de l'essai préalable (astuces et exemple de guide).

Comme cette session est longue, nous vous suggérons de la diviser en 4 parties :

1. Présentation générale
2. Essai de concept
3. Examens
4. Essai préalable



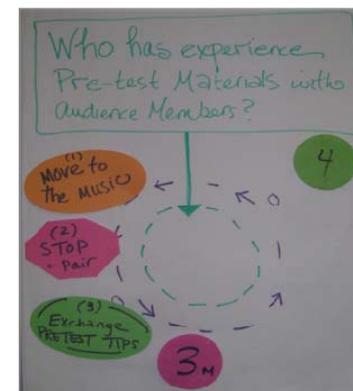
Après avoir présenté chaque section, invitez la participation du public et la réflexion. Par exemple, après avoir présenté l'information sur chaque type d'essai, demandez aux participants de consulter les exemples de guides d'essai puis de discuter de ce qui suit :

- Quels sont les domaines qui sont nouveaux pour vous ?
- Où se sont situés les défis ?

6.  En équipes de projet, attribuez à chacune un type d'essai (si vous avez plus de trois groupes, attribuez à des groupes multiples l'essai de concept et l'essai préalable). Chaque groupe devra développer un plan et un guide d'essai pour son propre essai ou pour l'examen des intervenants pour un matériel énoncé dans l'exposé créatif.
7. Après avoir développé le guide, chaque groupe fera un jeu de rôle avec les participants sur l'essai ou sur l'examen. Par ex., un groupe, qui aura développé un guide d'essai de concept, réalisera un essai de concept sur les matériels d'autres participants. Une fois que tous les groupes auront fait leur présentation, faites en sorte que les groupes s'expriment sur :
- Ce qui a bien fonctionné
 - Les suggestions qu'ils voudraient faire au groupe
 - Ce qu'ils ont appris de ce groupe

Nous avons constaté que l'expérience concrète des participants dans l'essai préalable, ainsi que dans l'essai de concept, est moins répandue que ce à quoi l'on pourrait s'attendre. Par conséquent, nous invitons les volontaires à partager leurs expériences concrètes avec les autres.

Une technique qui fonctionne bien est celle du « bocal à poissons », dans laquelle tout membre du groupe est invité à placer sa chaise au centre du cercle et à converser de manière informelle avec ses collègues au sujet de son expérience personnelle dans l'essai préalable ou l'essai de concept. Les autres, dans le cercle, écoutent et peuvent librement déplacer leur cercle vers le centre si un commentaire leur évoque une expérience propre qu'ils aimeraient partager. Nous avons également constaté que quelques histoires vraies sur la valeur de l'essai préalable valent mieux que des centaines de pages de théorie.



Module 3, Session 6 : Finaliser la conception et se préparer à la production

1. Rappelez aux participants ce qu'ils ont réalisé pour parvenir jusqu'à ce point de l'Étape 3. Ils ont travaillé sur un exposé créatif, aligné leur stratégie de communication, développé un résumé de message et du contenu de matériels, réalisé des scénarimages, et élaboré des plans et des guides d'essais. Présentez maintenant l'étape finale de la création de matériels - **Finaliser la conception et se préparer à la production.**
2.  Formez des équipes de projet pour travailler sur la **liste de vérification : Qualité des messages et des matériels.** Les groupes devront vérifier s'ils ont suivi toutes les étapes qui leur permettront de développer des messages et des matériels de qualité.
3. Il est demandé à chaque équipe de projet de terminer la dernière mission du Module Trois, telle qu'elle est décrite dans le *Manuel du Praticien*. Les animateurs dirigent les équipes pour achever leur exposé créatif et pour l'ébauche d'un matériel/produit, si le temps le permet.
4. Nous recommandons une galerie ambulatoire dans laquelle toutes les équipes peuvent apprécier le travail des autres, suivie d'une rétroaction plus concentrée, entre les équipes de projet, à l'aide de la technique des panneaux de signalisation telle qu'elle est décrite à la fin de l'Étape 1.



Dans la version en 3 parties de ce cours, il est possible que vous ayez aussi le temps de faire travailler vos équipes de projet sur un calendrier de production et de les faire réfléchir aussi à la distribution.

En équipes de projet, choisissez un matériel que vous projetez de créer, de mettre à l'épreuve, de réviser et de produire. Esquissez un calendrier estimatif à l'aide de notre modèle de calendrier, pour référence. Prévoyez large, attendez-vous à des retards.



Dans la version en 2 parties de ce cours, renvoyez simplement les participants au *Manuel du Praticien* et soulignez le besoin de travailler à des calendriers de production et de distribution précis et détaillés avant de finaliser un plan de mise en œuvre. Invitez la discussion sur ce qui suit :

- Quelles sont vos questions sur le processus ou l'élément temps ?

Module 3, Mission de partage en équipe

Vous trouverez ci-dessous la mission d'équipe de projet pour la clôture du Module Trois. Examinez-la en plénière pour que tout soit clair et laissez assez de temps aux groupes pour qu'ils puissent préparer une aide visuelle qu'ils présenteront à leurs collègues.

Dernier partage en équipe pour l'Étape 3 :
Création

Votre équipe développera un Exposé créatif pour un matériel ou un ensemble de matériels. L'Exposé créatif s'appuiera sur la stratégie de communication que vous avez déjà élaborée.

L'Exposé créatif ébauché véhiculera :

- le but et le public cible pour le matériel et/ou l'activité concerné(e)
- les changements désirés, obstacles et objectifs de communication
- le résumé du message : la promesse clé, l'énoncé de soutien, et l'appel à l'action.
- le contenu et la tonalité clés
- la manière dont ce matériel ou cette activité est en adéquation avec la combinaison et les autres considérations créatives

Vous pouvez aussi échanger :

- Des plans pour essayer votre concept avant de rédiger votre matériel
- Un éventuel scénarimage pour le matériel