

Outil : Evaluation de votre projet de communication



Que puis-je faire avec cet outil ?

L'évaluation de vos interventions de communication vous aide à savoir si vous avez atteint vos buts. Cela vous aide également à savoir ce qui a marché, ce qui pourrait être amélioré et ce que vous devez faire différemment la prochaine fois. L'évaluation vous fournit des informations sur le temps et le coût de certaines interventions.. Cela vous aide à élaborer des budgets plus réalistes à l'avenir. Enfin, une évaluation vous donne les différentes composantes pour garantir le succès de votre projet.

A qui est destiné cet outil ?

Cet outil est conçu pour les professionnels qui aident à mettre en œuvre les accords internationaux sur la biodiversité, les changements climatiques et le développement durable.

Quelles sont les connaissances qu'il faut avoir pour utiliser cet outil ?

Pour utiliser efficacement cet outil, il faut comprendre les sujet Clés 1, 2, 3, 4 et 5 du [cours sur la communication Stratégique](#) sur [Frogleaps.org](#).

Quand puis-je l'utiliser ?

L'évaluation doit être faite après chaque phase et en relation étroite avec la planification et l'organisation des prochaines phases. Dans tous les cas, elle doit être faite à la fin du projet et il est souhaitable de s'assurer au début du projet que vous avez le temps et un budget pour faire l'évaluation.

Comment puis-je évaluer mon projet de communication ?

La meilleure manière d'évaluer votre stratégie de communication, c'est de le faire avec vos collègues, vos partenaires et si possible les représentants du public cible. Pour vous aider, nous vous proposons d'accomplir les étapes suivantes.

- Etape 1** Préparer un processus d'évaluation (conjointe).
- Etape 2** Penser aux buts que vous voulez atteindre et sélectionner les méthodes d'évaluation.
- Etape 3** Mesurer les résultats et l'impact : avez-vous réalisé ce que vous vouliez ?
- Etape 4** Identifier l'apprentissage : que feriez-vous différemment la prochaine fois ?

Faites le bond de la grenouille !

Vos partenaires et vous avez appris et renforcé votre équipe afin de mieux réussir dans votre prochain projet de Communication !

Etape 1. Préparer un processus d'évaluation conjointe

La première Etape consiste à planifier un processus d'évaluation conjointe: avez-vous besoin de tenir une seule ou plusieurs réunions ? Ex : une réunion pour choisir les outils et répartir les tâches. Et une autre réunion pour discuter des résultats de l'évaluation et réfléchir sur les leçons tirées.

Dans cette première étape, vous collectez aussi tous les matériels qui vont vous aider dans l'évaluation. Plus vous vous investissez dans les réflexions sur l'évaluation pendant les phases de compréhension, de conception et d'exécution, plus l'évaluation sera facile.

Vous avez les matériels de base avec des définitions SMART (spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et limitées dans le Temps) de ce que vous voulez réaliser. Ces matériels de base comprennent:

- La planification, l'organisation, les notes de briefing, les rapports de réunion etc.
- Le budget: les prévisions et les coûts réels
- Un aperçu de la stratégie de communication
- Tous les produits de communication qui ont été élaborés
- Tous les exemples de publicité gratuite liés à votre projet
- Les questions que vous aviez identifiées dans les phases précédentes et qui doivent avoir des réponses dans une évaluation.

Etape 2. Penser aux buts que vous voulez atteindre et sélectionner des méthodes d'évaluation

Quand vous évaluez avec des collègues et des partenaires, il est préférable d'aller dans une salle calme. Collez les produits et les supports visuels de votre projet de Communication aux murs. Vous fournissez aux participants à l'évaluation un aperçu de la stratégie de Communication sur un flip chart.

Le **canevas à la page suivante** vous aide à réfléchir sur les résultats de votre projet de communication. Il vous donne un résumé de la stratégie de Communication. Essayez d'utiliser les mots clés seulement. Laissez de côté tous les détails. Vous pouvez également imprimer le canevas et le remettre aux participants.

Discutez avec le groupe sur les méthodes d'évaluation que vous allez utiliser pour évaluer les effets. Pour ce faire, vous pouvez utiliser la matrice des méthodes à la page 4. Vous pouvez l'imprimer et la distribuer aux membres de votre équipe. Planifiez ensuite ensemble les méthodes d'évaluation.

Etape 3. Mesurer les résultats et l'impact : avez-vous réalisé ce que vous vouliez faire ?

Dans cette Etape, vous appliquez les diverses méthodes sélectionnées et rassemblez des informations pour une prochaine réunion pour tirer les conclusions de l'évaluation.

Etape 4. Identifier les leçons tirées : que feriez-vous différemment la prochaine fois ?

Lors d'une prochaine réunion -que vous pouvez organiser sous forme de table ronde avec vos collègues, partenaires et parties prenantes- les informations rassemblées à travers les différentes méthodes d'évaluation peuvent être présentées. Assurez-vous que les exposés sont concis et vont droit au but. Les détails peuvent être fournis en ligne ou sur des documents écrits. Les présentations peuvent être suivies de discussions en pairs et en plénière sur les divers aspects de la stratégie de communication. Un des éléments importants consiste à identifier les leçons apprises: qu'est-ce qui a bien marché et que devons-nous faire différemment la prochaine fois. Les résultats de l'évaluation peuvent souvent être utilisés pour préparer des rapports pour le supérieur hiérarchique et les donateurs. Il fournit aussi des éléments utiles pour des relations publiques du projet pour partager vos succès et vos leçons dans une communauté plus élargie.

Faites le bond de la grenouille !

Vos partenaires et vous avez maintenant appris et renforcé votre équipe. Vous allez donc mieux réussir dans votre prochain projet de Communication !

Canevas d'évaluation pour l'Etape 2 : Votre stratégie de communication en résumé

Votre Grand But et premier sous-but faisable :

Vos publics cibles :

Connaissance actuelle :	Connaissance souhaitée :	Eléments du message : mots :	Supports visuels :
Attitude actuel :	Attitude souhaitée :	Eléments de message :	Supports visuels :
Comportement actuel :	Comportement souhaitée :	Eléments de message :	Supports visuels :

Message :

Moyens de communication :

Planification

Jalons initiaux :

Jalons réalisés :

Budget

Coûts prévus :

Coûts réels :

Organisation :

Autres questions :

Matrice pour aider à choisir les méthodes d'évaluation

Méthodes	Avantages	Inconvénients
Analyse	Bonne méthode pour évaluer le budget, planifier, etc. Relativement facile et rapide	Ce n'est pas un outil pour évaluer tous les aspects de la stratégie de communication
Observation	Bonne pour évaluer le changement de comportement. Importante pour documenter les changements en prenant des photos pendant les différentes phases.	Ce n'est pas un outil pour évaluer tous les aspects de la stratégie de communication.
Interview	Bonne pour évaluer les changements dans les connaissances, les attitudes et ce qui a bien marché dans l'organisation et la planification	Fastidieuse, vous devez investir dans de bonnes questions et dans les compétences pour des interviews semi-structurées
Enquête	Moyen facile pour obtenir une retro-information d'un grand groupe sur les changements dans les connaissances, les attitudes et les comportements	Il est difficile de concevoir de bons questionnaires et d'interpréter les résultats. Vous avez souvent besoin d'une expertise externe
Récit	Les histoires sur les changements positifs sont un puissant outil d'évaluation de la manière dont votre projet a contribué à l'atteinte de votre grand but	Intervention fastidieuse qui nécessite une planification minutieuse et une facilitation.
Groupes témoins	Bon outil pour 'écouter' les publics cibles et les parties prenantes afin d'identifier leurs expériences et leurs conseils pour améliorer la planification, la conception et le suivi	Vous avez essentiellement besoin d'une expertise externe pour animer le groupe témoin
Mesurer l'attention des médias	Outil pour identifier la fréquence et la tonalité vocale	Cela vous donne seulement des informations quantitatives, aucune information qualitative