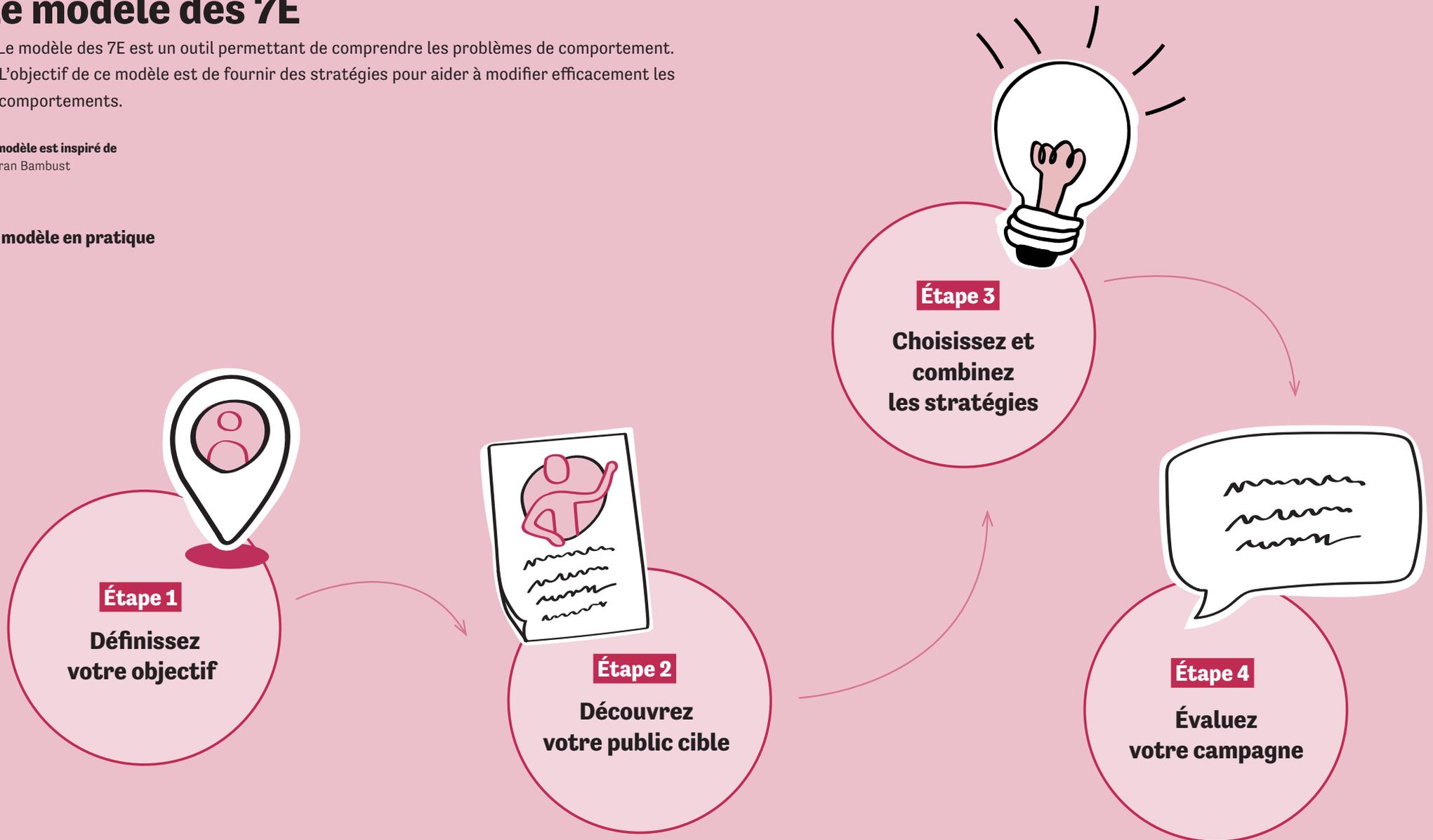


Le modèle des 7E

— Le modèle des 7E est un outil permettant de comprendre les problèmes de comportement.
L'objectif de ce modèle est de fournir des stratégies pour aider à modifier efficacement les comportements.

Ce modèle est inspiré de
© Fran Bambust

Le modèle en pratique



Au travail ! Soyez votre propre sparring partner

Étape 1 Définissez votre objectif

— Premièrement, déterminez quel est votre objectif. Qui fait quoi lorsque votre objectif est atteint ? Réfléchissez également au problème sous-jacent du comportement actuel de votre public cible. En d'autres termes, pourquoi attendez-vous le changement d'un certain comportement.

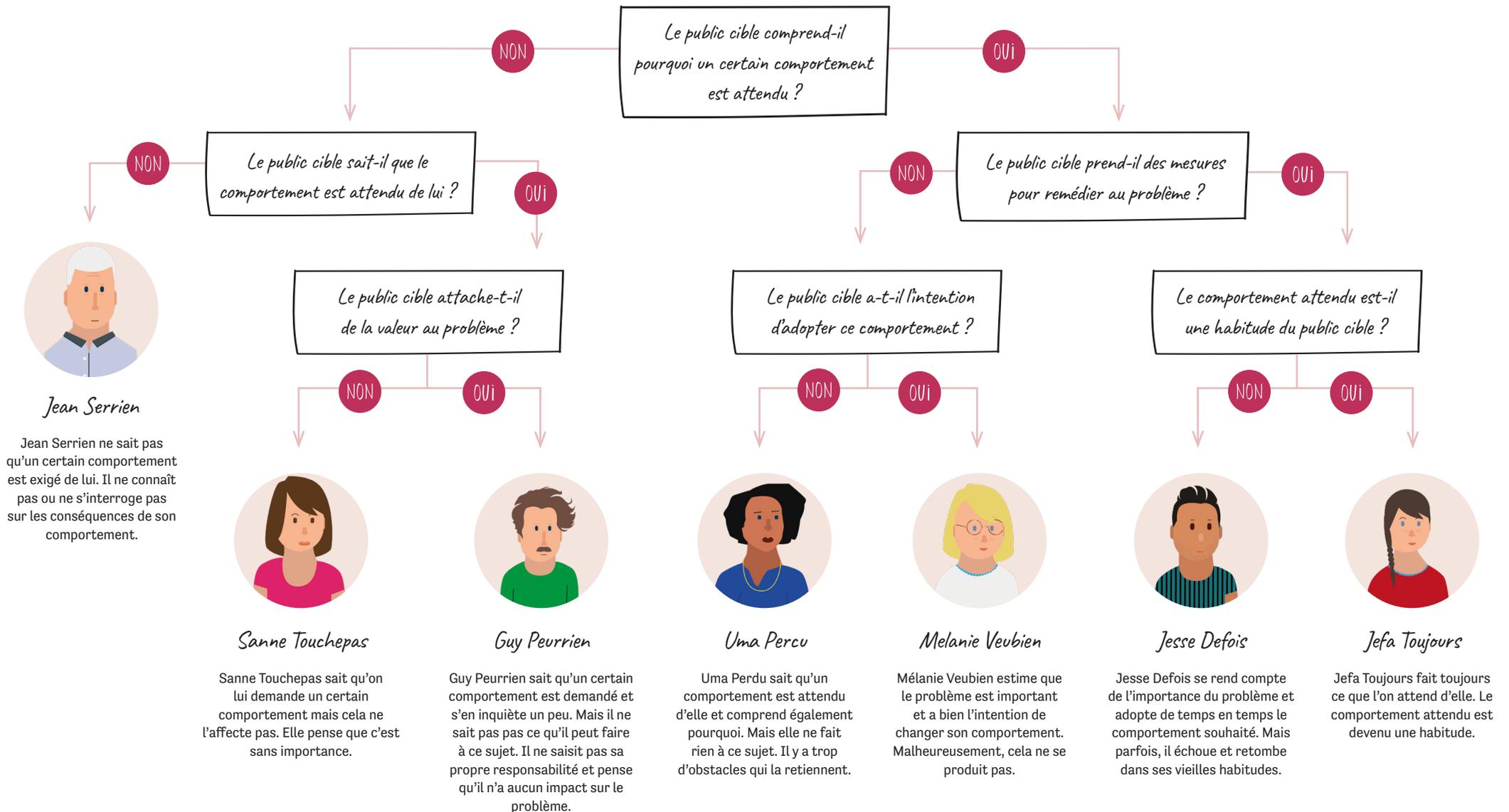
- *Exemple : Nous voulons inciter les Limbourgeois à réutiliser les vieux matériaux au lieu de les jeter.*

De cette façon, nous pouvons réduire la montagne de déchets.



Étape 2 Découvrez votre public cible

— Quelles sont les attitudes de votre public cible à l'égard du comportement souhaité ? Répartissez votre public cible en fonction de ses attitudes et de ses limites à l'aide du schéma ci-dessous. Nous diviserons le public cible en différentes personas, chacune nécessitant une approche spécifique. Mais faites attention ! Votre public cible se compose probablement d'une combinaison de plusieurs personas. Parcourez plusieurs fois le schéma ci-dessous pour dresser la carte de l'ensemble de votre public cible.



Étape 3 Choisissez et combinez les stratégies

Attention ! Le modèle des 7E est un modèle étape par étape. Avec une seule campagne, le Jean Serrien de votre public cible ne deviendra pas un Jefa Toujours.



1

“Je ne sais rien du tout”

Des actions pour informer et clarifier.

Jean Serrien



3

“Je ne peux pas y faire grand-chose”

Des actions qui montrent que le comportement est soutenu par les autres et qui génèrent de la confiance en ce comportement.

Guy Peurrien



5

“Je veux bien aider mais je ne sais pas comment”

Des actions visant à supprimer les obstacles et à faciliter le comportement. Soutenez et facilitez le comportement souhaité.

Melanie Veubien



6

“Voir d’abord, croire ensuite”

Des actions visant à instaurer la confiance en montrant vous-même le bon exemple et en appliquant des politiques cohérentes.

Jesse Defois

Absolument pas
au courant

Enlighten

Enthuse

Engage

Encourage

Enable

Exemplify

Experience

Complètement
au courant



4

“Je veux bien aider mais je n’ai pas le temps”

Des actions visant à faire sortir les gens de leurs schémas fixes grâce à la récompense et la valorisation. Montrez le chemin pour gagner mais aussi pour perdre.

Uma Percu



2

“Désolé mais j’ai mes propres préoccupations”

Des actions pour inspirer, enthousiasmer et étonner. Rendez-les personnelles grâce à la narration et aux émotions.

Sanne Touchepas



7

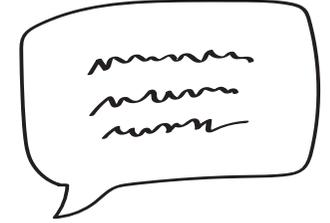
“Si ce n’est que cela”

Des actions visant à donner une expérience positive.

Jefa Toujours

Étape 4 Évaluez votre campagne

— Obtenir un changement de comportement peut prendre des années. Par conséquent, vous vous concentrez principalement sur l'évaluation du changement d'attitude. Comment se situe votre public cible à la fin de la campagne par rapport au comportement souhaité ? Déterminez à nouveau à quelles personas correspondent vos groupes cibles à la fin de la campagne. Constatez-vous des changements par rapport au début de la campagne ?



Personas au début de la campagne :

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Personas à la fin de la campagne :

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Quelles stratégies ont eu le plus d'effet sur votre public cible ?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Quelles stratégies ont eu le moins d'effet ?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Conseil : utilisez cette évaluation comme base pour votre prochaine campagne.