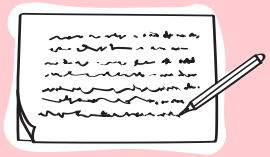
La technique “Big Story”

— Comment passer de plans stratégiques abstraits à une communication claire ?

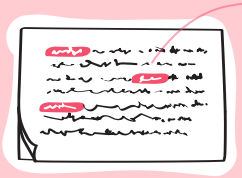
Il faut parfois beaucoup de temps pour trouver des perles dans les plans stratégiques. Qu’il s’agisse d’un plan de mobilité, d’un plan directeur ou d’une vision spatiale, vous avez souvent affaire à une compilation de politiques et de jargon administratif que vous devez être capable de traduire correctement pour vos riverains. Tel est le devoir démocratique de toute administration, et cela permet généralement de mieux comprendre ce que vous faites sur le plan administratif.

Par souci de transparence, veillez à afficher les politiques stratégiques en un bloc sur le site Internet. Mais pour obtenir de réels résultats en matière de communication, vous devez en faire davantage. Grâce aux cinq étapes qui suivent, vous réduisez les textes de politique à leur essence la plus profonde et vous leur associez les actions de communication adaptées.



Étape 1 Raconter : dites-le en dix lignes

La première étape consiste à réduire le texte général en un texte principal de dix lignes. Voici votre Big Story, l’histoire principale derrière le texte administratif. Ce n’est évidemment pas si simple. Imaginez un riverain assis en face de vous : que lui diriez-vous au sujet du plan administratif en dix petites phrases ? Si votre texte est bon, vous supprimez beaucoup d’étapes en interne, de l’organisation au planning. Vous vous retrouverez avec le « Pourquoi » et le « Quoi ». Assurez-vous d’obtenir un large consensus interne sur la Big Story avant d’aller plus loin.

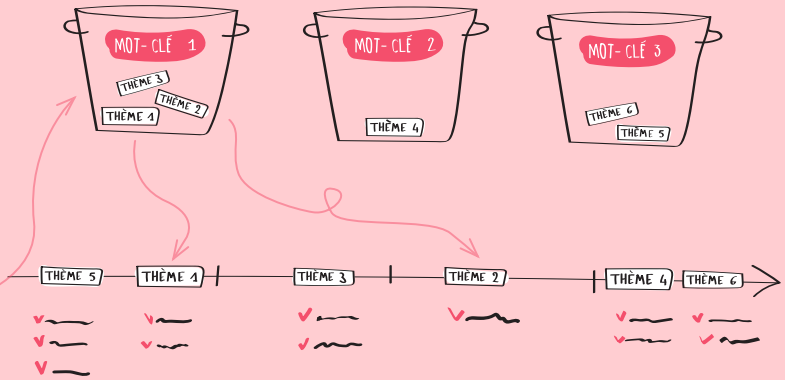


Étape 2 Concentrer : quels sont les mots-clés de la Big Story ?

L’exercice le plus difficile a beau être passé, tout ce qui figure sur ces dix lignes n’a pas la même importance. Concentrez-vous sur les trois, quatre ou six pierres angulaires de votre histoire. Que doit absolument retenir le citoyen de notre plan ? Ici aussi, procédez en groupe et n’oubliez surtout pas les auteurs du plan stratégique. Assurez-vous également qu’ils se sentent à leur aise et que cet exercice ne devienne pas le club des passionnés de la communication. Le résultat est composé d’un certain nombre de mots-clés ou de combinaisons de mots-clés, qui forment ensemble la base. Vous n’avez naturellement pas fini et il s’agit, à la prochaine étape, de concrétiser les mots-clés du texte stratégique auprès du monde extérieur.



Ce modèle stratégique est tiré du livre **‘Laat ons zeggen dat het (opnieuw) shit wordt’** de Bart Derison.



Étape 3 Concrétiser : cherchez des thèmes de communication qui clarifient les mots-clés

Vous en êtes maintenant au stade où vous savez quel doit être votre objectif en tant que commune. Supposons que l’une de vos combinaisons de mots-clés soit « terrain d’essai pour des solutions de mobilité intelligente ». Vous devez du coup rendre ce concept concret d’un point de vue de la communication. En fait, vos mots-clés constituent les fondements de vos grands paniers de communication que vous remplirez au moyen d’actions ou d’interventions concrètes. Ces paniers contiennent le matériel de communication. C’est à cet instant qu’un mot-clé est traduit en action de communication : « Une visite de chantier avec nos administrateurs dans une commune étrangère menant déjà un projet pilote sur les nouvelles formes de mobilité. » Vous ne faites pas cela pour une combinaison de mots-clés, mais pour les différents mots-clés. Et, une fois encore, vous n’agissez pas seul mais en groupe.

Étape 4 Planifier : placez vos thèmes de communication sur une ligne du temps

Si tout va bien, vos paniers de communication sont remplis d’actions. Chacun de ces paniers contient des fragments de votre Big Story, et par conséquent de l’histoire stratégique beaucoup plus vaste. Sans avoir à en parler littéralement, les actions de communication concrétisent la politique. Maintenant, vous planifiez les actions en vérifiant évidemment quand chaque action aura lieu. De cette façon, vous vous assurez également de maintenir un équilibre suffisant entre les différents mots-clés de votre Big Story. Vous remarquerez que cette technique vous oblige à chercher des actions de communication concrètes pour les aspects importants du plan. Et ce afin d’éviter un monopole des mots-clés pour lesquels il est facile de communiquer.

Étape 5 Choisir : cherchez les moyens de communication adéquats

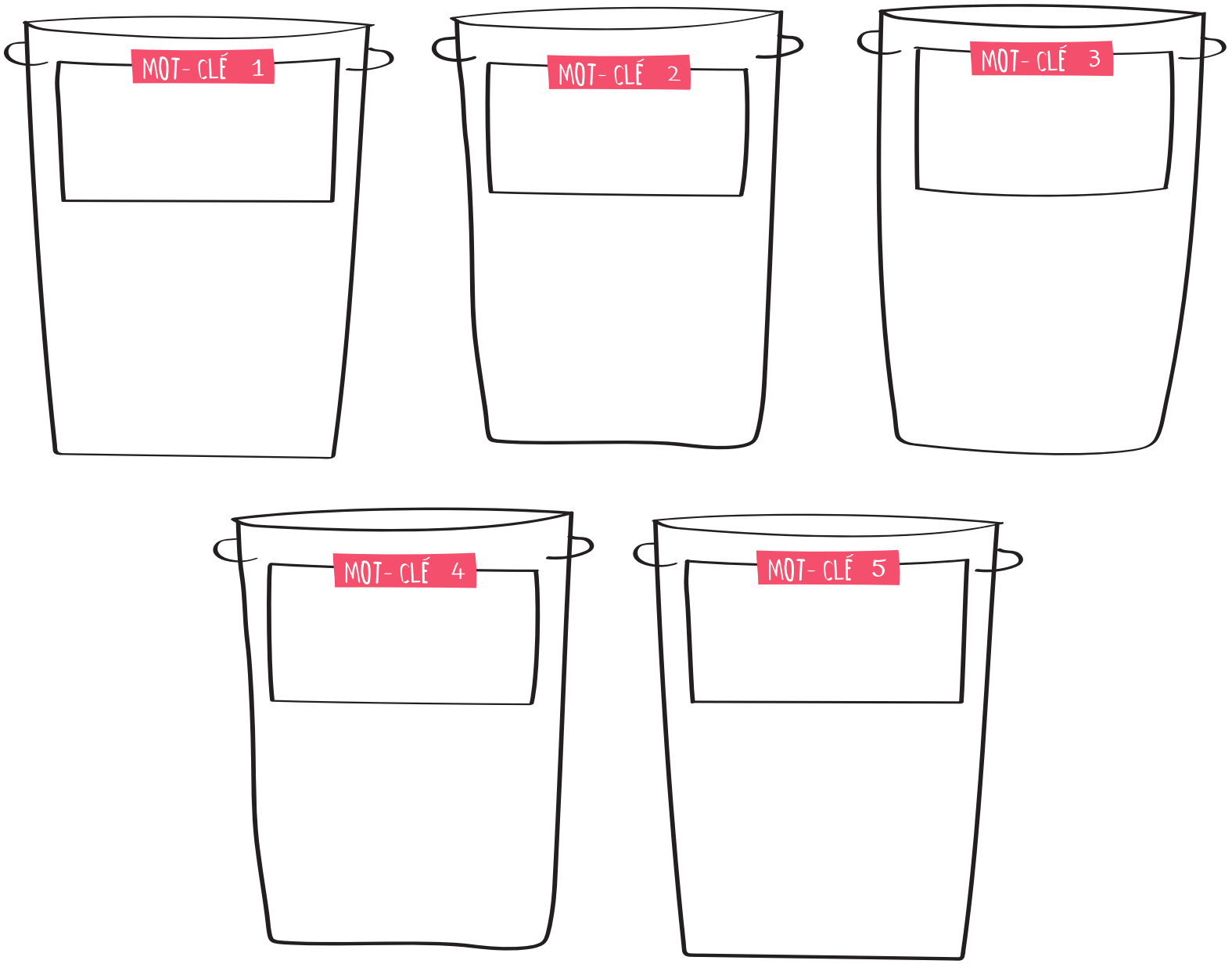
La manière de communiquer constitue la dernière étape importante pour ne pas tomber rapidement dans la médiocrité. Maintenant que vous disposez d’un panier rempli de thèmes de communication pour chaque combinaison de mots-clés, et que vous les avez également esquissés sur une ligne du temps, vous pouvez choisir quel moyen de communication est le plus adapté pour chaque thème. Réalisons-nous une vidéo à publier sur Facebook pour la visite de chantier, invitons-nous les journalistes ou rédigeons-nous simplement un article sur notre site Internet? À moins de combiner les trois ? Vous remarquerez tout d’un coup que c’est une tâche aisée car vous avez déjà traversé brillamment la partie plus difficile. Et voilà comment vous avez transformé un plan stratégique abstrait en actions de communication concrètes.

Étape 1 Écrivez-la en dix lignes



Étape 2 Indiquez les mots-clés dans le texte ci-dessus

Étape 3 Cherchez des thèmes de communication par mot-clé



Étape 4 Placez les thèmes de communication sur une ligne du temps



Étape 5 Pour chaque thème sur la ligne du temps ci-dessus, ajoutez le moyen de communication approprié

EXEMPLE

EXEMPLE DE SITUATION FICTIVE

Le plan pluriannuel de la commune est constitué d'un épais et volumineux document de 120 pages. Aussi intéressant soit-il, il n'est pas évident de le communiquer aux habitants de la commune. Grâce à la technique de la Big Story, vous pouvez faire de ce récit abstrait un texte abordable.

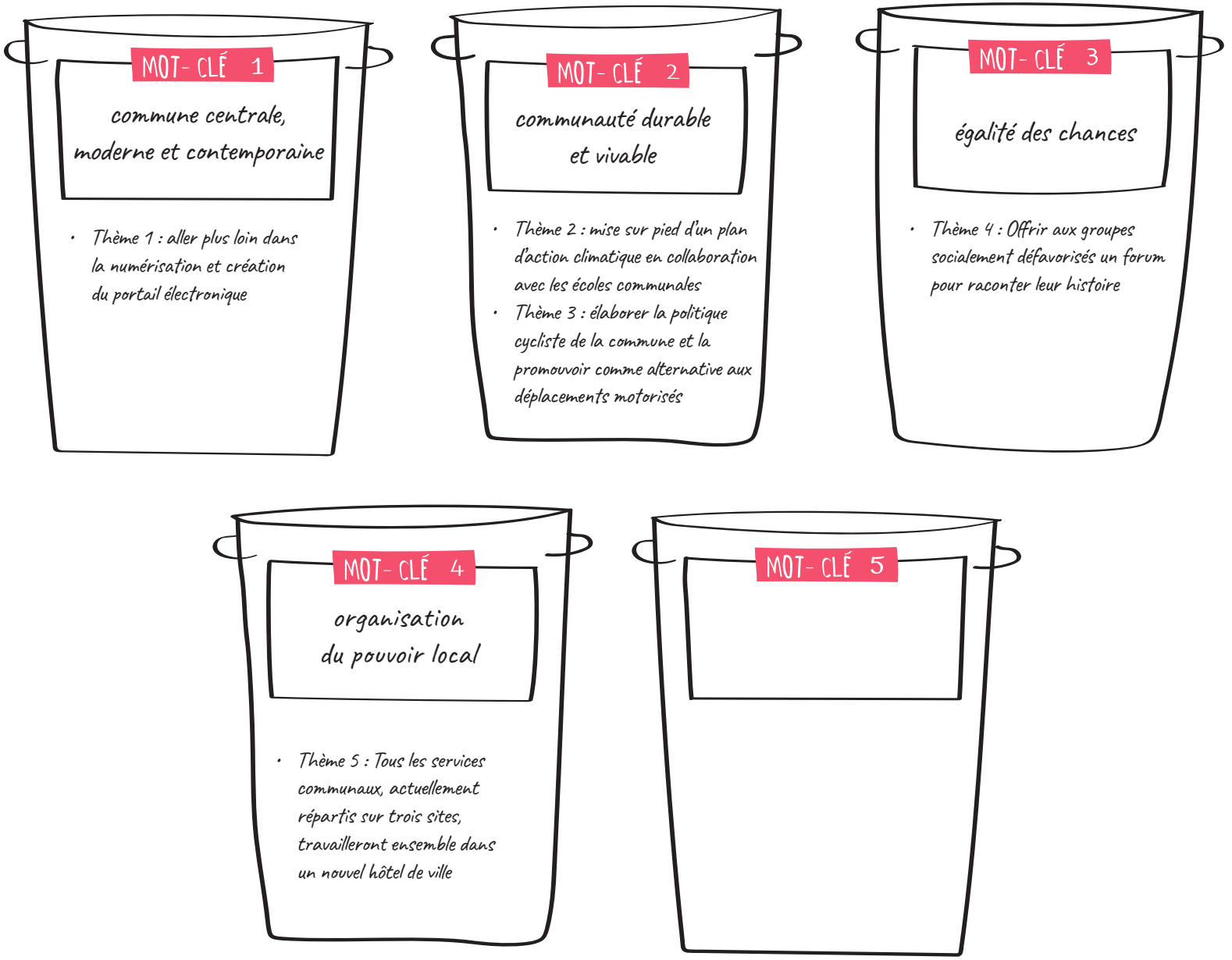
Étape 1 Écrivez-la en dix lignes

BiG STORY

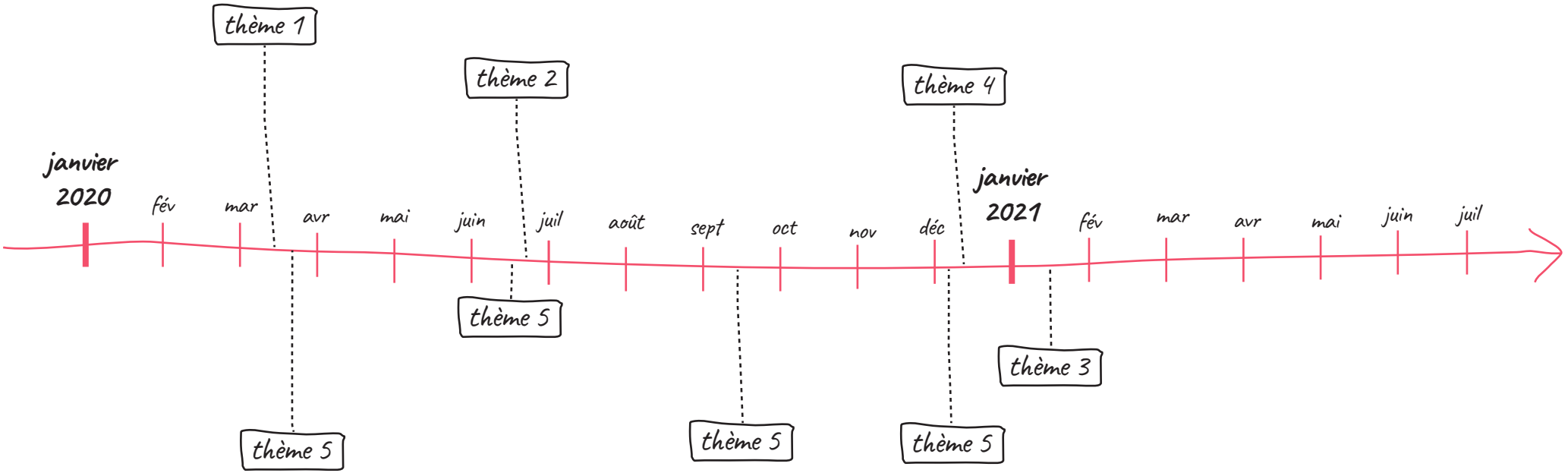
Avec son plan à long terme, le conseil communal entend mettre davantage en valeur nos caractéristiques rurales pour nous permettre de nous développer en tant que commune et de devenir une entité centrale, moderne et contemporaine. Nous voulons que notre société locale, composée d'une mosaïque de sous-entités, devienne une communauté durable et vivable caractérisée par son dynamisme et atteigne ainsi un haut degré d'attractivité, non seulement pour ses propres résidents mais aussi pour tous les visiteurs. Tous les habitants de notre commune doivent bénéficier de l'égalité des chances. En tant qu'autorité, nous voulons gérer l'organisation des pouvoirs locaux de manière efficace et rationnelle, et communiquer à ce sujet de manière transparente, sur base d'une vision à long terme.

Étape 2 Indiquez les mots-clés dans le texte ci-dessus

Étape 3 Cherchez des thèmes de communication par mot-clé



Étape 4 Placez les thèmes de communication sur une ligne du temps



Étape 5 Pour chaque thème sur la ligne du temps ci-dessus, ajoutez le moyen de communication approprié

