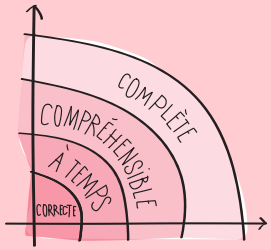
Le modèle de l'oignon

— L'exactitude, plus importante que le plaisir

Comment cerner correctement les priorités d'un projet ? La question est tout aussi importante dans la phase de mise en œuvre qu'au cours de la longue planification. Il est évident que vous souhaitez de chouettes actions facilement médiatisables mais il faut également organiser la base. Deux aspects qui semblent s'entrechoquer. Avec ce modèle, vous partez du cœur et construisez votre communication couche par couche. Pas uniquement pour un groupe cible mais pour l'ensemble des groupes cibles afin d'être certain de ne rien oublier.

Étape 1 Les quatre fondamentaux de l'information : correcte, rapide, compréhensible et complète

Le degré de satisfaction d'un riverain ou d'un commerçant concernant votre communication projet est déterminé par quatre concepts-clés, qui reposent les uns sur les autres comme les couches d'un oignon.



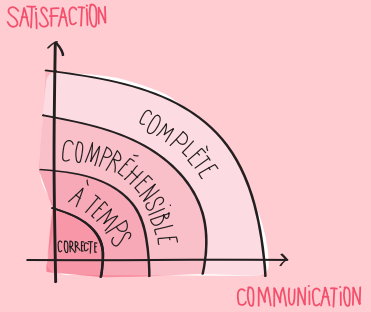
- **L'information que je reçois est-elle correcte ?** C'est essentiel. Vous aurez beau réaliser un joli dépliant, si l'information qui y figure est fausse vous sapez la pierre angulaire de votre communication. C'est ici que vous signez le contrat de confiance reliant votre projet et le groupe cible.
- **L'information est-elle délivrée dans les temps ?** En deuxième lieu, vous devez délivrer l'information de manière ponctuelle. C'est de cette ponctualité dont a besoin votre groupe cible pour entreprendre des actions. Si vous avez besoin des emplacements de parking d'un commerçant dans le cadre de travaux, le prévenir une semaine à l'avance est un délai beaucoup trop tardif. Alors qu'annoncer des nuisances sonores trois jours au préalable constitue un bon timing.
- **L'information est-elle compréhensible ?** En d'autres termes, est-elle adaptée au niveau de connaissance de votre groupe cible ? Pas de jargon, plutôt des phrases courtes et accessibles. Éliminez tout ce qui est compliqué ou ce qui nécessite des prérequis. Bref, est-ce que votre information sera accessible à « Tante Annie » ?
- **L'information est-elle complète ?** Pouvez-vous totalement assouvir la soif d'information ou certaines personnes ont-elles encore des questions sans réponse ? Assurez-vous de n'oublier aucune information essentielle. Ceux qui sont plus intéressés que la moyenne doivent pouvoir trouver leur bonheur sur votre site Internet ou en se rendant dans un centre d'information.



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

Étape 2 Une information satisfaisante est un jeu entre organisation et communication

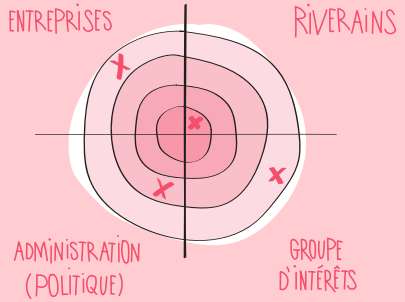
Ces quatre fondamentaux doivent être corrects et vous devez régler certains détails à cette fin. Vous remarquerez dans un premier temps que cela nécessite une intervention au niveau de l'organisation et, ensuite, des techniques de communication. Afin de communiquer des informations correctes, scellez dès le début des accords clairs avec l'équipe du projet, les chefs de chantier et l'entrepreneur. Dans le même ordre d'idée, clarifiez également le processus d'approbation et le cycle de réunions. Cela vaut également pour la ponctualité de la communication. Afin de communiquer de manière compréhensible et complète, accordez plus d'importance aux aspects communicatifs : la capacité à lire votre information du point de vue de votre groupe cible et l'utilisation de croquis didactiques et d'une langue claire.



Au fur et à mesure de votre progression dans les quatre fondamentaux, la satisfaction de votre groupe cible concernant votre information grandira. Mais gardez bien à l'esprit que chaque couche doit reposer sur de solides couches sous-jacentes. Une information compréhensible mais incorrecte, ou en retard, générera une grande insatisfaction.

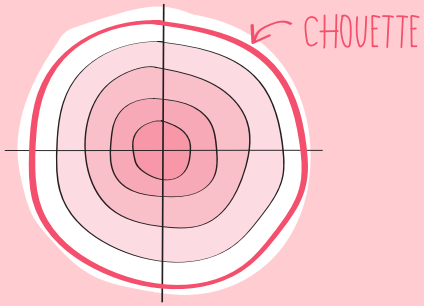
Étape 3 Énumérez vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

Il est maintenant très facile de définir vos différents groupes cibles. Supposez que vous prévoyez de communiquer aux quatre groupes cibles principaux, vous pourrez alors réfléchir couche par couche à ce que vous devez organiser pour que les quatre fondamentaux soient respectés. Parfois, vous verrez qu'une seule action couvrira tous les groupes cibles tandis que pour une couche, vous en aurez besoin de plusieurs pour atteindre les différents groupes cibles. Cet exercice est idéal à faire en équipe.



Étape 4 Et puis vient la cinquième couche : une information sympa !

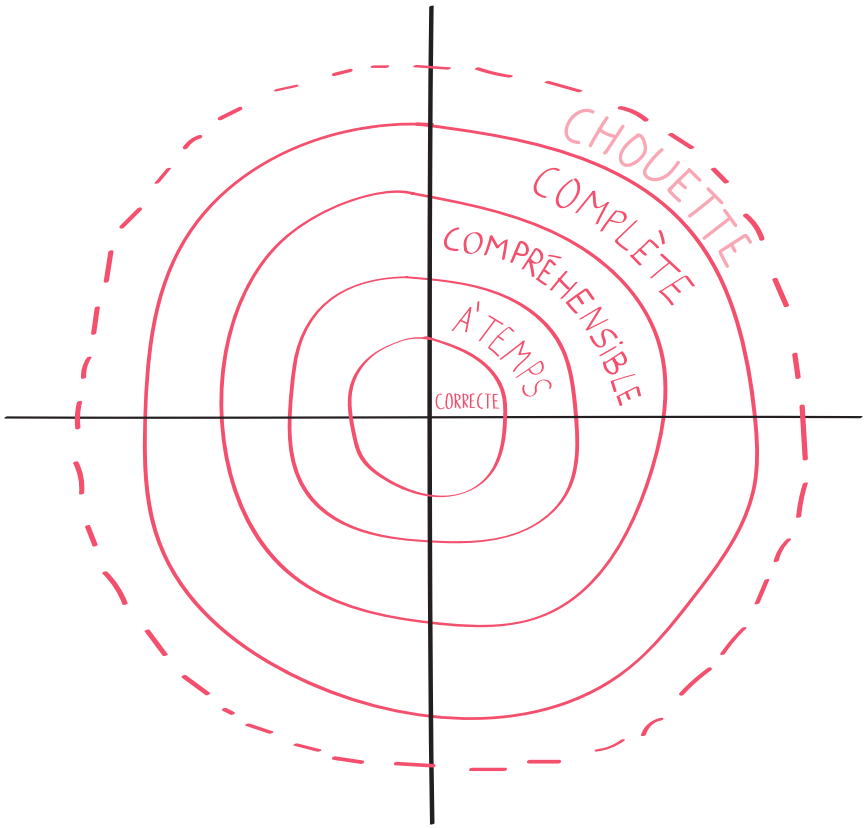
La communication n'est pas qu'une affaire de crise et de critiques. Il existe suffisamment d'occasions pour penser à de chouettes actions qui pourront améliorer la perception de votre projet. Mais ce n'est pas la cinquième couche pour rien. Le caractère sympa d'une action ne peut exister que si vous avez respecté les quatre fondamentaux.



Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

GROUPE CIBLE:



GROUPE CIBLE:

GROUPE CIBLE:

ACTIONS

EXEMPLE

EXEMPLE DE SITUATION FICTIVE

Le système d'égouttage actuel de la rue du Village doit être remplacé. En tant que professionnel de la communication, vous devez communiquer avec différents groupes cibles. Il n'y a en effet pas seulement beaucoup de biens résidentiels le long de la rue du Village, c'est également la voie d'accès la plus importante à une grande zone industrielle (> 100 entreprises) située plus bas. Par ailleurs, l'administration communale souhaite être tenue informée durant les travaux. Le modèle de l'oignon vous permet de fixer les bonnes priorités dans votre communication à l'attention de vos groupes cibles.

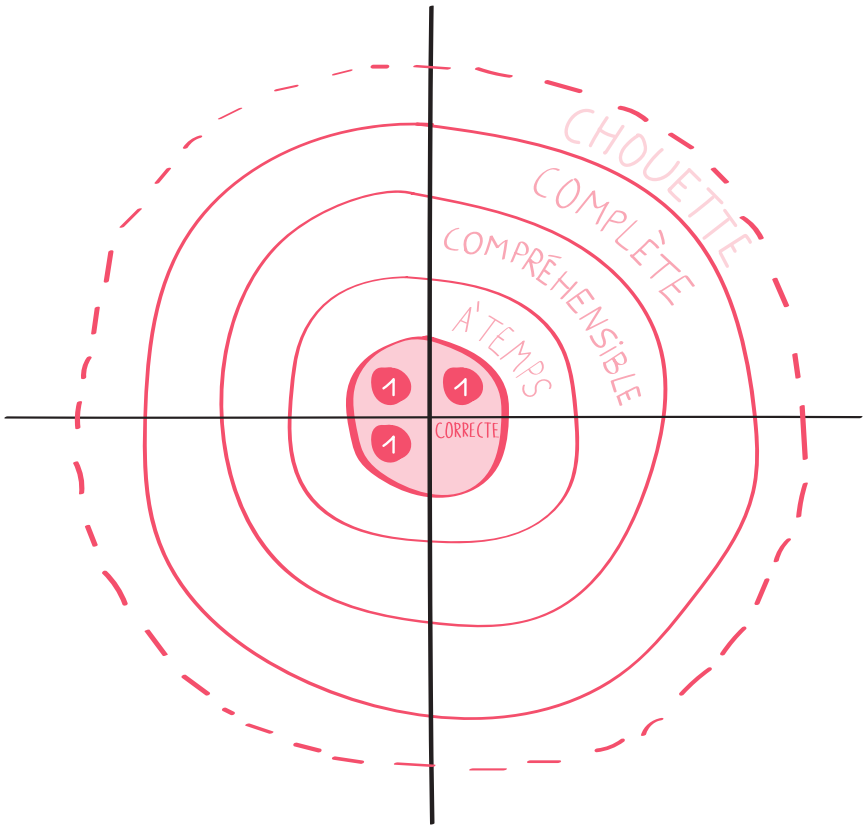
Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

riverains

GROUPE CIBLE:

commerçants de la rue du Village



GROUPE CIBLE:

zone industrielle

GROUPE CIBLE:

administration communale

ACTIONS

1 Vous veillez à ce que la communication figure chaque semaine à l'ordre du jour du groupe de travail du projet où siège également l'entrepreneur. Vous vous arrangez pour avoir une personne de contact en permanence sur le chantier pour vérifier toutes vos informations.

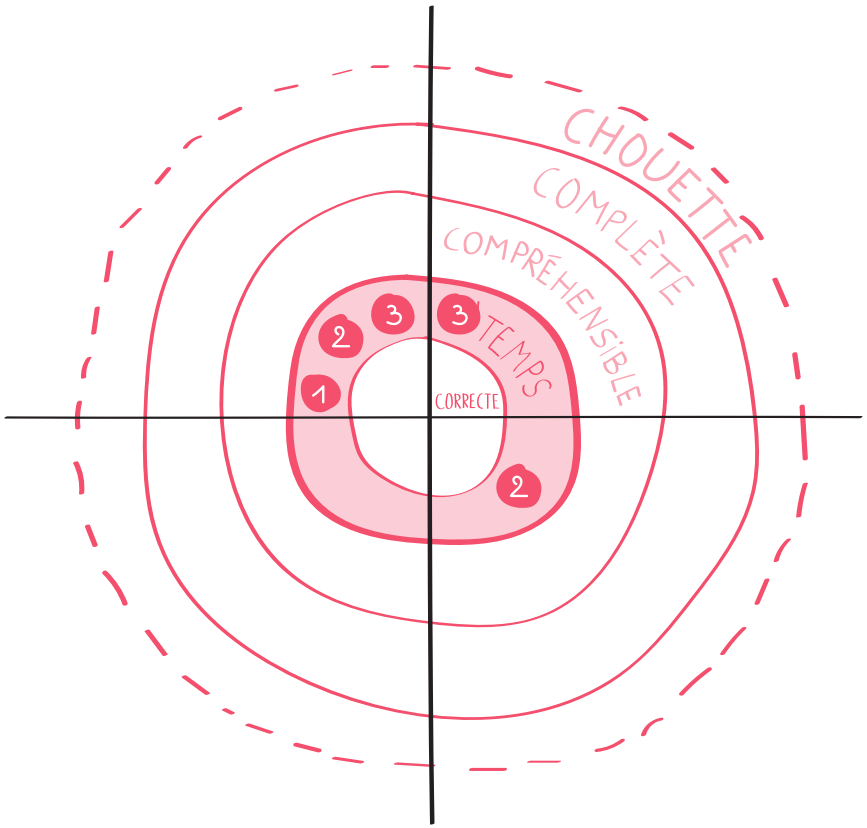
Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

riverains

GROUPE CIBLE:

commerçants de la rue du Village



GROUPE CIBLE:

zone industrielle

GROUPE CIBLE:

administration communale

ACTIONS

1. Lors de la réunion de projet, vous établissez la règle de communication selon laquelle, en cas de changements de phase ou d'interventions, il y a toujours une marge de 10 jours pour les communiquer correctement.
2. Assurez-vous, à l'avance, que vous pouvez faire appel à un certain nombre d'étudiants de la commune pour distribuer rapidement les courriers dans les boîtes aux lettres.
3. Vous créez un groupe WhatsApp pour pouvoir informer les riverains et les commerçants locaux le plus rapidement possible au cas où leur propriété ne serait pas accessible pendant plusieurs heures.

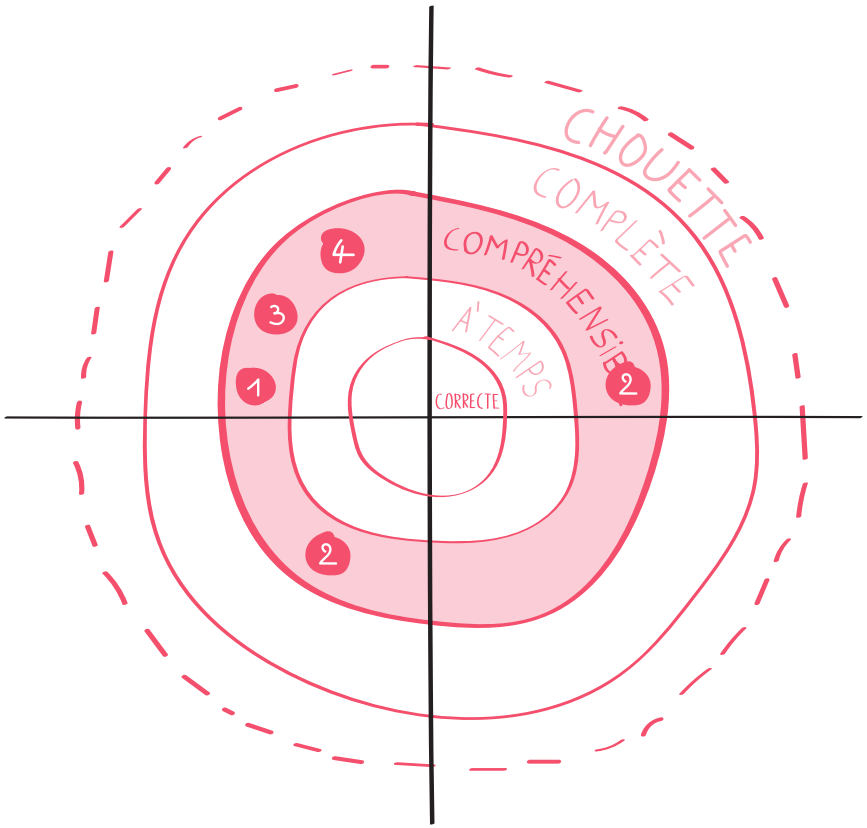
Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

riverains

GROUPE CIBLE:

commerçants de la rue du Village



GROUPE CIBLE:

zone industrielle

GROUPE CIBLE:

administration communale

ACTIONS

1. Vous vous assurez d'avoir toujours un œil sur les présentations du bureau d'études prévues pour une soirée d'information. Vous retirez les mots compliqués et vérifiez qu'il y a assez de plans.
2. Vous précisez à l'avance dans le cahier des charges que l'entrepreneur doit établir un plan pour chaque modification apportée à la circulation.
3. Vous mettez sur pied un groupe de lecture composé de 5 riverains pour relire régulièrement vos canaux d'information et contrôler l'intelligibilité des textes.
4. Vous réalisez de courtes vidéos des différents types de travaux qui ont lieu et les diffusez sur les canaux (réseaux sociaux) de la commune.

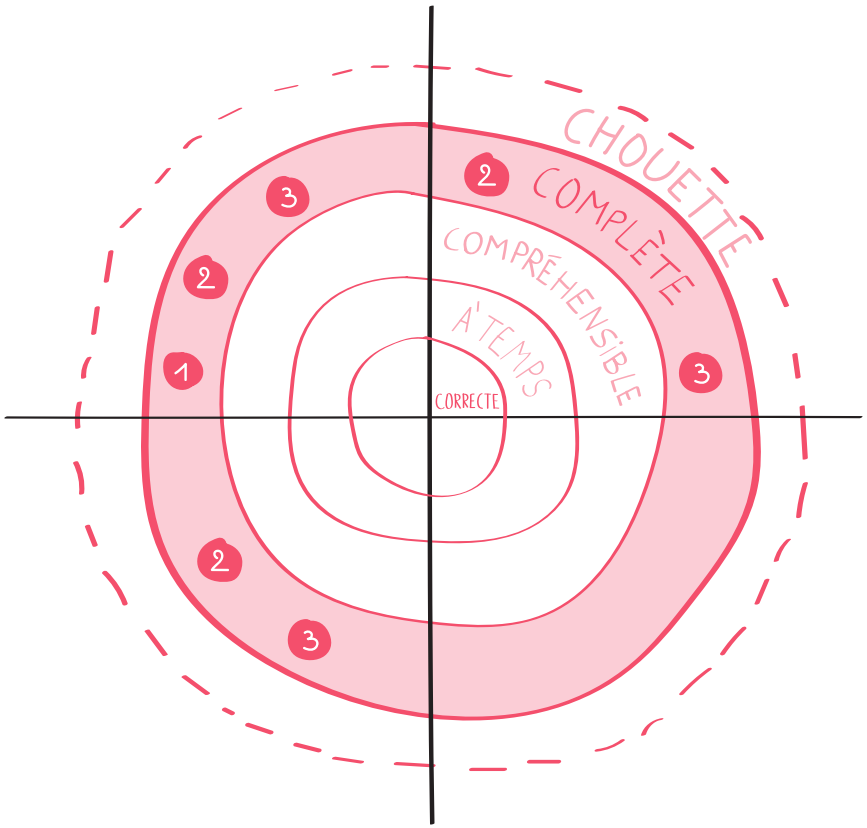
Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

riverains

GROUPE CIBLE:

commerçants de la rue du Village



GROUPE CIBLE:

zone industrielle

GROUPE CIBLE:

administration communale

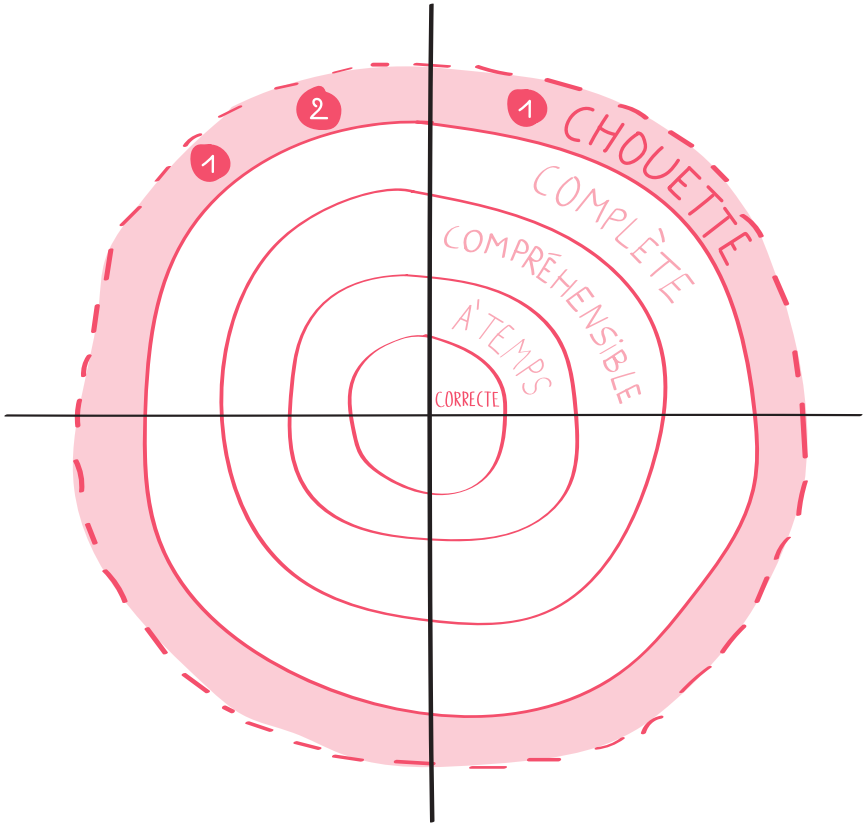
ACTIONS

1. Vous mettez en place un centre d'information temporaire dans un bâtiment vide de la rue du Village où les habitants peuvent se rendre pour obtenir plus d'informations.
2. Vous passez au crible votre site Internet, adaptez votre FAQ et vérifiez que tous les rapports et plans soient téléchargeables.
3. Vous disposez des bâches de chantier au début de la zone de chantier qui indiquent, entre autres, les déviations (également pour les cyclistes) ainsi que le phasage des travaux.

Étapes 1 - 4 Dressez la liste de vos groupes cibles et cherchez des actions par couche

GROUPE CIBLE:

riverains



GROUPE CIBLE:

commerçants de la rue du Village

GROUPE CIBLE:

zone industrielle

GROUPE CIBLE:

administration communale

ACTIONS

1 À la fin de la première phase des travaux, vous organisez un barbecue en rue avec les habitants et les commerçants de la rue du Village.

2 Pendant le week-end, une piste de BMX sera installée dans la zone de chantier de la rue du Village et les enfants seront invités à venir s'initier au BMX sur une piste hors du commun.