

## FICHE DE TRAVAIL N° 11 : CHOISIR DES CANAUX DE COMMUNICATION

### *l'Exemple de Zanbe*

Cet exemple est basé sur le programme « Parlons-en ! » de Zanbe, présenté dans la Partie 1 de ce Manuel, pour montrer comment les gestionnaires de programme ont utilisé des informations (à la fois quantitative et qualitative) pour hiérarchiser les canaux de communication à utiliser pour les femmes âgées de 15 à 19 ans, déscolarisées et vivant en milieu urbain. Des indications supplémentaires sont fournies dans les bulles de texte.

**Cible :** *Les femmes urbaines, âgées de 15 à 19 ans, déscolarisées*

**Objectif comportemental :** *Augmenter la proportion d'utilisation d'une méthode moderne de contraception de 35 pour cent à 45 pour cent, parmi les jeunes femmes sexuellement actives de Zanbe âgées de 15 à 19 ans et déscolarisées, entre janvier 2009 et décembre 2011.*

- Présentation sommaire des canaux de communication. Pour chaque colonne, extrayez des informations à partir de fiches de travail précédentes.
  - Colonne 1 : listez toutes les façons possibles de transmettre des messages à votre cible, en utilisant la **Fiche de travail n° 9**, en supprimant les doublons de la liste.
  - Colonne 2 : listez les canaux de communication que votre cible utilise régulièrement, à partir de la **Fiche de travail n° 10**.
  - Colonne 3 : listez les canaux que votre cible écoute s'agissant des questions de SSR et du comportement souhaité, en vous référant à la **Fiche de travail n° 10**.

Pour certains canaux, comme la radio, la télévision et les journaux, il peut y avoir plusieurs options que votre cible peut utiliser. Par exemple, bien souvent, plusieurs chaînes de radio et de télévision, ou différents journaux sont disponibles. Lorsque cela est possible, soyez précis quant à la chaîne de radio/télévision ou journal que votre cible préfère.

Colonne 1 : Canaux identifiés dans « Une journée type »	Colonne 2 : Canaux utilisés	Colonne 3 : Canaux écoutés pour les questions de SSR
<i>Affiches murales et panneaux d'affichage le long de la route, dans les petits commerces et à proximité des cafés et du marché</i>	<i>Radio</i>	<i>Prestataires de santé/ cliniques</i>
<i>Église : message dans le sermon, catéchisme</i>	<i>Les amis et la famille</i>	<i>Les membres de la famille (par exemple, les mères, les tantes)</i>
<i>Théâtre participatif, CIP en grands groupes</i>	<i>Autres personnes au sein la communauté</i>	<i>Radio</i>
<i>CIP avec les pairs éducateurs</i>	<i>Télévision</i>	
<i>SMS sur les téléphones portables</i>	<i>Journal</i>	
<i>Boîte de nuit : affiches, CIP</i>	<i>Téléphones portables</i>	
<i>Sensibilisation des parents</i>		
<i>Annonces de service public à la radio, talk-show, programme avec des appels d'auditeurs ou feuilleton – et notamment Capital Radio 95.5 FM</i>		

## FICHE DE TRAVAIL N° 11 : CHOISIR DES CANAUX DE COMMUNICATION (SUITE)

### *l'Exemple de Zanbe*

2. Chevauchement des canaux. Consultez les canaux inscrits dans les colonnes 1, 2 et 3, et dressez la liste des canaux qui sont mentionnés dans toutes les colonnes.

- *Conversation face-à-face*
- *Radio*
- *Téléphones portables*

3. Considérez les complications potentielles qu'impliquent l'utilisation de ces canaux, ainsi que d'autres canaux ou combinaison de canaux qui pourraient être utilisés, même si la portée ou l'efficacité pourrait être réduite. Dressez la liste des canaux et expliquez votre décision.

- *Radio (feuilleton, talk-shows et groupes de discussion) : Dans la recherche sur les médias, nous avons appris que les jeunes femmes n'aimaient pas la radio parce que c'était de la communication à sens unique et qu'elles voulaient être en mesure d'interagir plus. L'ajout de talk-show avec des appels d'auditeurs et de groupes de discussion viendrait compléter le feuilleton radiophonique. Les jeunes femmes déscolarisées peuvent être difficiles à trouver pour les activités de CIP ; la radio a donc le potentiel pour toucher ces femmes, où qu'elles se trouvent.*
- *Envoi de messages sur le téléphone portable. Disposer d'une ligne verte, où quelqu'un répond aux appels et s'entretient avec l'appelant serait formidable ; toutefois, si les ressources ne le permettent pas, les SMS peuvent être utilisés pour envoyer des messages, ainsi que pour permettre un échange de questions et réponses par textos.*
- *Panneaux d'affichage extérieur et publicités mobiles : Cela peut inciter les jeunes femmes à écouter le feuilleton radiophonique, à appeler pendant le talk-show pour poser des questions, ou encore cela peut permettre de promouvoir les Cliniques Étoile de la ville.*

4. Dressez la liste des canaux de communication que vous jugez appropriés pour votre cible et que vous désirez explorer plus avant (c'est-à-dire en demandant à la cible si le canal est attrayant, en s'informant des coûts auprès des chaînes de médias et des fournisseurs de téléphonie mobile).

- *Sessions de CIP avec les pairs éducateurs, les parents ou d'autres adultes qui influencent les jeunes femmes*
- *Activités de sensibilisation par les pairs (par exemple, du théâtre participatif dans les boîtes de nuit et au marché)*
- *Radio : feuilleton dramatique, talk-shows et groupes de discussion*
- *Envoi de messages sur le téléphone portable*
- *Panneaux d'affichage extérieurs et publicités mobiles*

## FICHE DE TRAVAIL N° 11 : CHOISIR DES CANAUX DE COMMUNICATION (SUITE)

### l'Exemple de Zanbe

5. Canal principal et canaux secondaires. Dans la liste de la question n° 4, y a-t-il un canal qui serait le plus efficace pour toucher votre cible ? Si c'est le cas, ce serait votre « canal principal ». Inscrivez votre canal principal et ajoutez une explication quant à la raison pour laquelle vous l'avez choisi.

Mon canal de communication principal est :	Je l'ai choisi parce que :
<i>Radio</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>La radio est le canal le plus accessible à Zanbe et la jeunesse l'écoute.</i></li> <li>• <i>Un feuilleton radiophonique peut être ludique et pédagogique et inclure une variété de personnages qui font face à des défis similaires à ceux d'Awa, et incarner le comportement désiré.</i></li> <li>• <i>Comme il n'y a pas d'autres feuilletons dramatiques qui ciblent les jeunes, cela devrait attirer leur attention.</i></li> </ul>

D'après la liste en question n° 4, quels autres canaux pourraient fournir un soutien supplémentaire au canal principal afin de toucher votre cible ? Ce sont vos « canaux secondaires ». Inscrivez vos canaux secondaires et ajoutez une explication quant à la raison pour laquelle vous les avez choisis. Énumérez au moins deux à trois canaux secondaires à envisager.

Mes canaux de communication secondaires sont :	Je les ai choisi parce que :
<i>Téléphone portable</i>	<i>Une plateforme de SMS pourrait être utilisée pour inviter la cible à répondre par SMS aux questions posées dans le feuilleton. En outre, des informations de SSR peuvent être envoyées à des abonnés.</i>
<i>Panneaux d'affichage extérieurs et publicités mobiles</i>	<i>Les annonces sur les panneaux d'affichage extérieurs et sur les taxis et les bus peuvent être utilisées pour rappeler aux jeunes d'écouter le feuilleton radio et d'appeler l'émission pour en discuter.</i>
<i>CIP</i>	<i>Les pairs éducateurs peuvent s'adresser aux jeunes et développer les thèmes abordés dans le feuilleton</i>
<i>Approches communautaires</i>	<i>Des groupes de théâtre peuvent jouer des scènes tirées du feuilleton dramatique dans les endroits où les jeunes se réunissent (par exemple, la place du marché, les bars) et engager des discussions avec les jeunes sur les sujets abordés.</i>

## FICHE DE TRAVAIL N° 11 : CHOISIR DES CANAUX DE COMMUNICATION (SUITE)

### *l'Exemple de Zanbe*

#### UN TEMPS DE RÉFLEXION

Avant de passer à la suite, prenez un moment pour réfléchir à votre expérience avec cette fiche de travail.

Quels sont les trois principaux éléments d'information que vous avez appris en remplissant cette fiche de travail ?

- 1. Nous devons nous assurer que notre canal principal (la radio) est accompagné d'outils de communication interactifs, tels que les réseaux sociaux ou des possibilités d'appels d'auditeurs pour le feuilleton.*
- 2. Il faut s'assurer que les membres de notre cible participent au développement du scénario pour le feuilleton radiophonique.*
- 3. Il faut vérifier les niveaux d'instruction de notre cible – penser à des alternatives aux SMS si les niveaux d'instruction sont faibles (par exemple, les messages vocaux).*