

COMMUNITIES BUILDING YOUTH FUTURES

# COMMUNICATING IMPACT

Lisa Attygalle

COMMUNAUTÉS BÂTISSANT L'AVENIR DES JEUNES

# LA COMMUNICATION DE L'IMPACT

Lisa Attygalle

## THE PLAN FOR TODAY

- 1. Why:** Get clear on why
- 2. What:** Three frameworks for understanding impact
- 3. How:** Your plan for communicating impact

## LE PLAN D'AUJOURD'HUI

- 1. Comprendre le pourquoi**
- 2. Trois cadres pour comprendre l'impact**
- 3. Votre plan de communication de l'impact**

## WHY DO WE NEED TO UNDERSTAND IMPACT?

### TO 'PROVE'

**You are establishing the value of your work**

- accountability,
- effectiveness
- return on investment

### TO 'IMPROVE'

**You are generating learnings and strengthening the infrastructure of your organization or community**

- practice
- program planning and design
- management
- strategic planning and decision-making

## POURQUOI DEVONS-NOUS COMPRENDRE L'IMPACT ?

### LA « PREUVE »

**Vous établissez la valeur de votre travail**

- responsabilisation
- Efficacité
- le retour sur l'investissement

### L'AMÉLIORATION

**Vous générez des apprentissages et renforcez l'infrastructure de votre organisation ou de votre communauté**

- pratique
- planification et conception des programmes
- gestion
- planification stratégique et prise de décision



# Who is it for and what is it for?

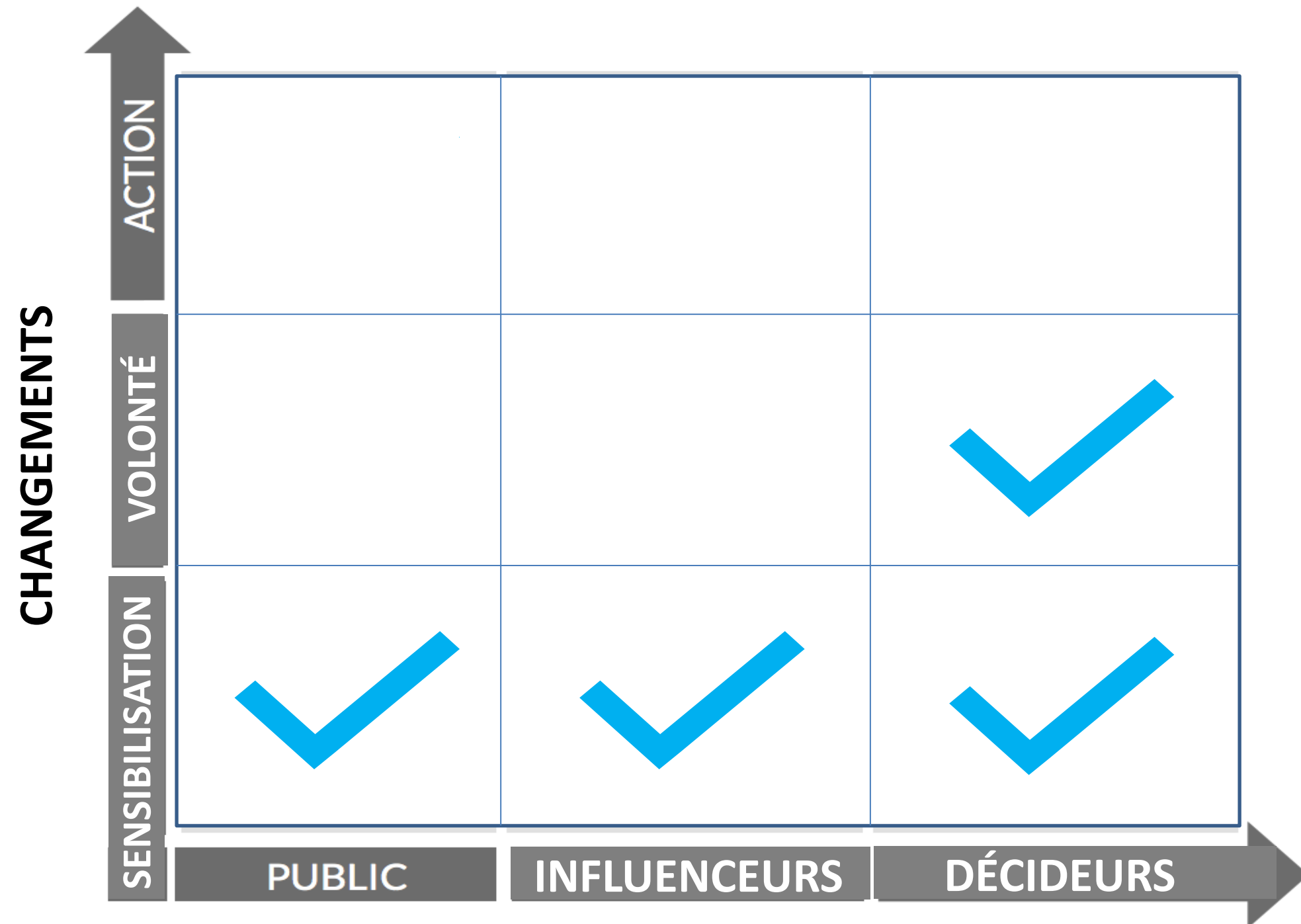
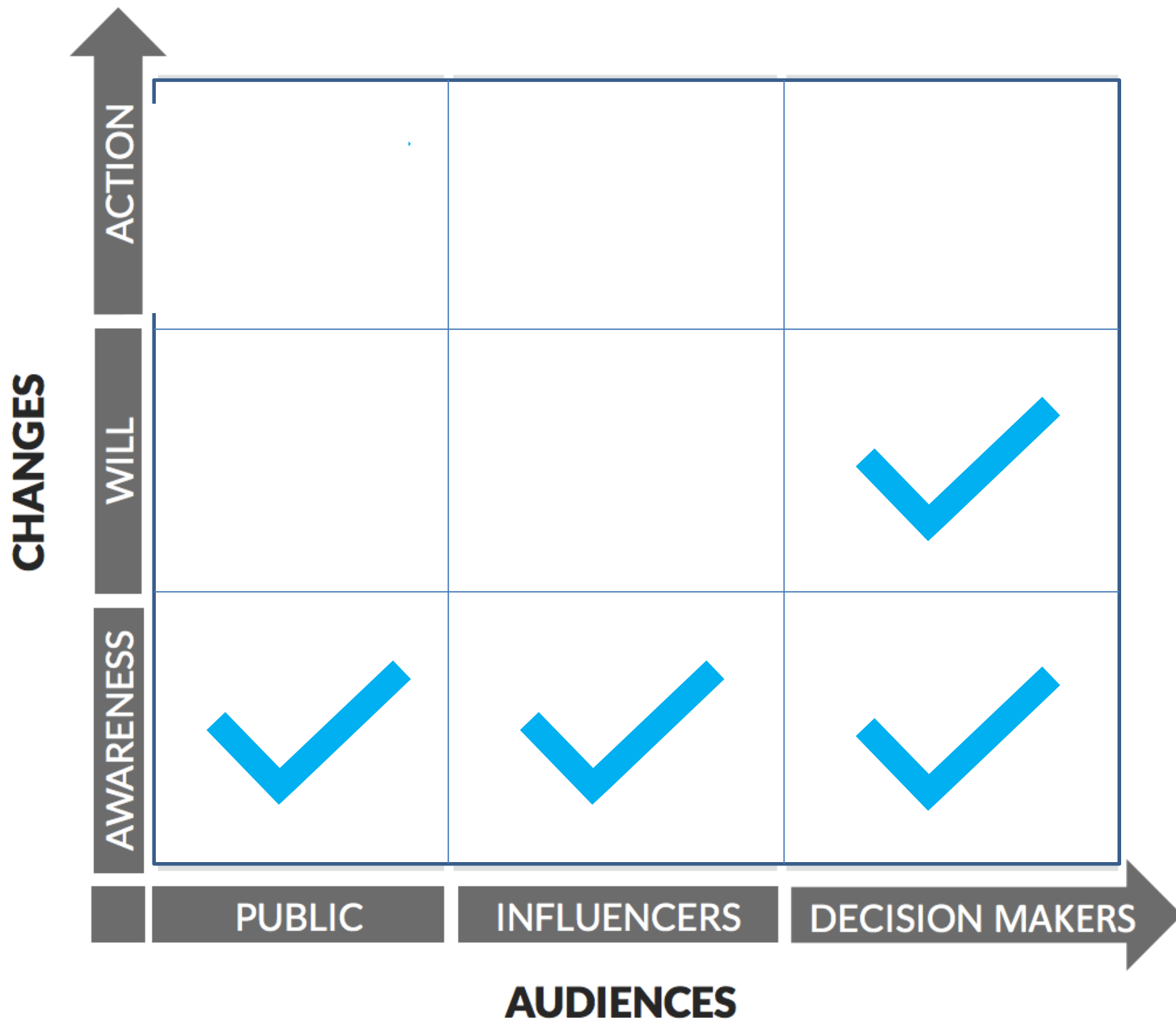
- Celebrate success
- Communicate progress
- Reinforce the capacities of a person, org, or group
- Sustain momentum
- To increase public will
- To inspire action
- To raise more funds
- Keep issue top of mind
- Share what you're learning
- Create new knowledge
- Strengthen networks or relationships

# À qui et à quoi cela sert-il ?

- Célébrer les succès
- Communiquer les progrès
- Renforcer les capacités d'une personne, d'une organisation ou d'un groupe
- Soutenir l'élan
- Accroître la volonté du public
- Inspirer l'action
- Recevoir davantage de fonds
- Garder la question à l'esprit
- Partager ce que vous apprenez
- Créer de nouvelles connaissances
- Renforcer les réseaux ou les relations

# Who is it for and what is it for?

## À qui et à quoi cela sert-il ?



**PUBLICS**

## THE PLAN FOR TODAY

### 1. Why communicate impact?

### 2. Three frameworks for understanding impact

- Process, Outputs, Outcomes, Impacts
- Multi-Level Framework
- Emergent Learning Table

### 3. Tips for communicating impact

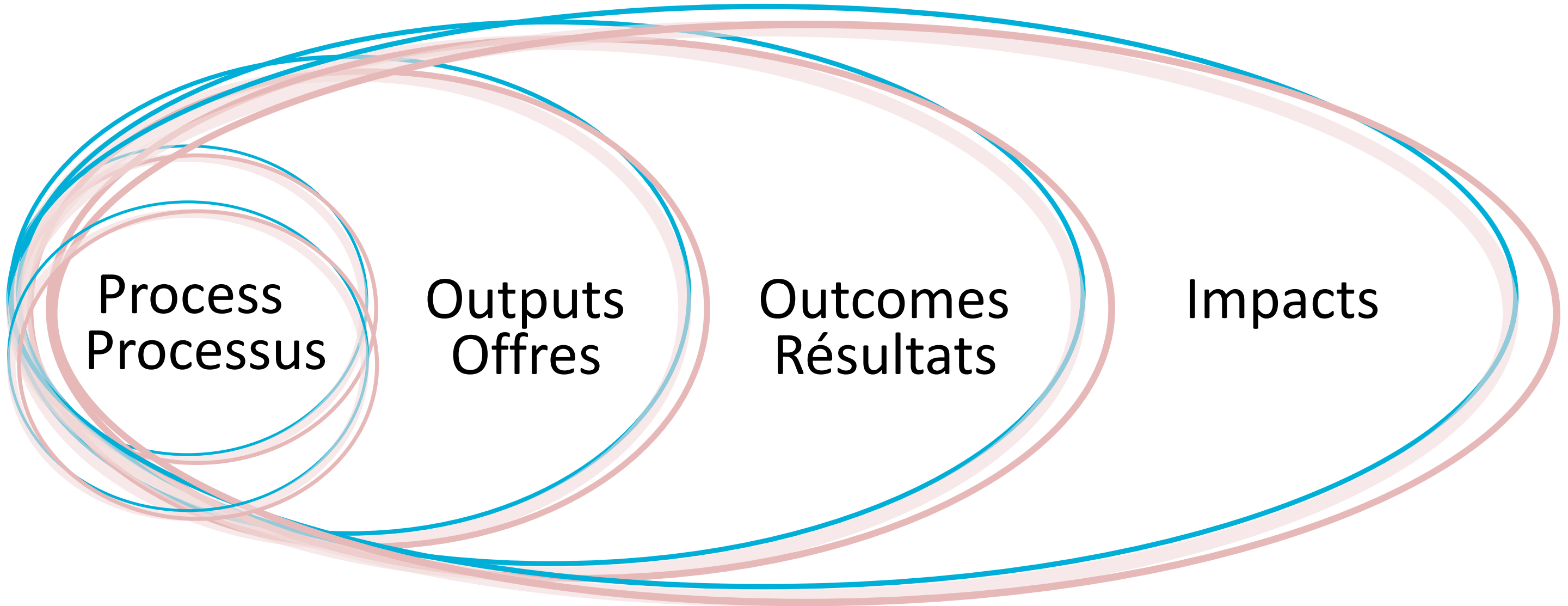
## LE PLAN D'AUJOURD'HUI

### 1. Pourquoi communiquer sur l'impact ?

### 2. Trois cadres pour comprendre l'impact

- Processus, Offres, Résultats, Impacts
- Cadre à plusieurs niveaux
- Tableau d'apprentissage émergent

### • Conseils pour communiquer l'impact



# IMPACT NARRATIVE (EXAMPLE)

## Process

By engaging a multi-disciplinary team of 5 volunteers in the design and the construction of a new multi-purpose collective kitchen, the Community Food Center is now able to offer a new Collective Kitchen Service

## Outputs

Each week, 5 collective kitchen groups with 43 single mothers cook for 170 people (children and other family members). Recipes that are then posted on Instagram by the organization.

## Outcomes

In addition to a cumulative savings of \$5,000 per month for these families, 73% of the participants reported an increase in their cooking skills after only one month. 60% of the moms report an increase in their confidence and self-esteem and 90% report an increase in their support network.

## Impacts

The building of the kitchen has improved food security of neighbourhood residents.

# LE DÉROULEMENT DE L'IMPACT (EXEMPLE)

## Processus

En engageant une équipe multidisciplinaire de cinq bénévoles dans la conception et la construction d'une nouvelle cuisine collective polyvalente, le centre d'alimentation communautaire est maintenant en mesure d'offrir un nouveau service de cuisine collective.

## Offres

Cinq groupes de cuisine collective par semaine avec 43 mères célibataires cuisinent pour 170 personnes (enfants et autres membres de la famille) des recettes qui sont ensuite postées sur Instagram par l'organisation.

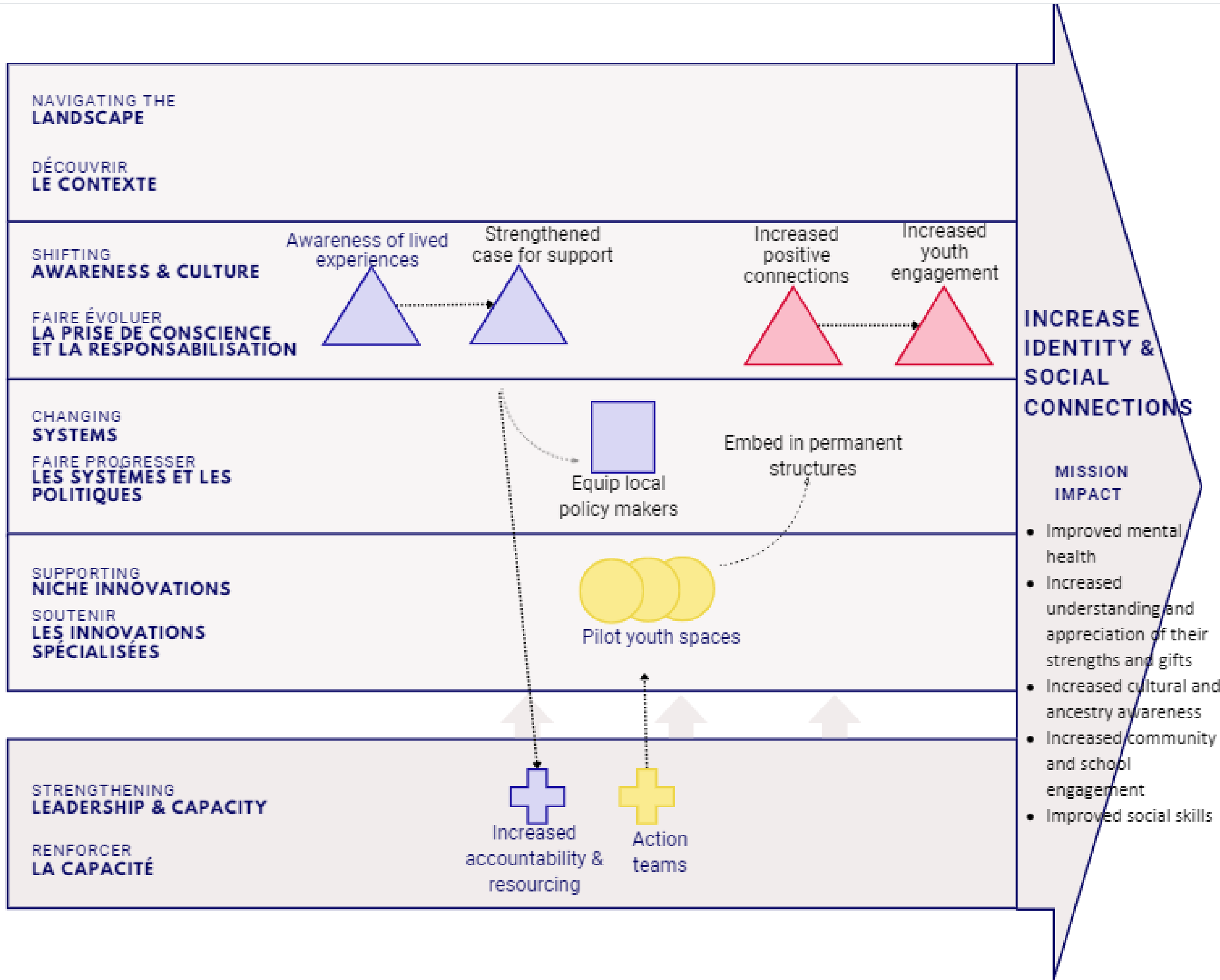
## Résultats

En plus d'une économie cumulée de 5 000 dollars par mois pour ces familles, 73 % des participantes ont signalé une amélioration de leurs compétences culinaires après seulement un mois. 60 % des mères déclarent avoir gagné en confiance et en estime de soi, et 90 % ont vu leur réseau de soutien s'étoffer.

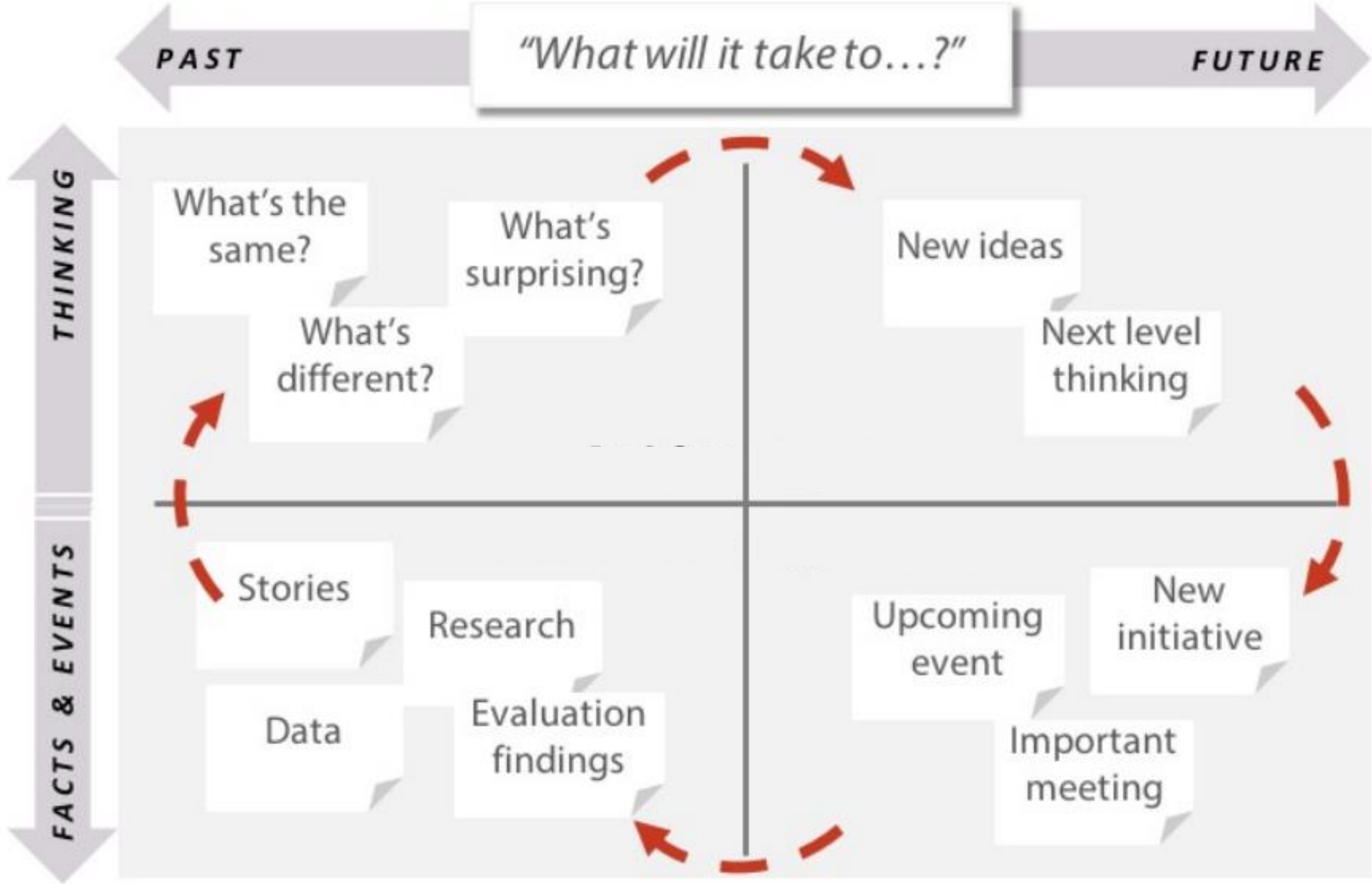
## Impacts

La construction d'une cuisine a permis d'améliorer la sécurité alimentaire des résidents et résidentes du quartier.





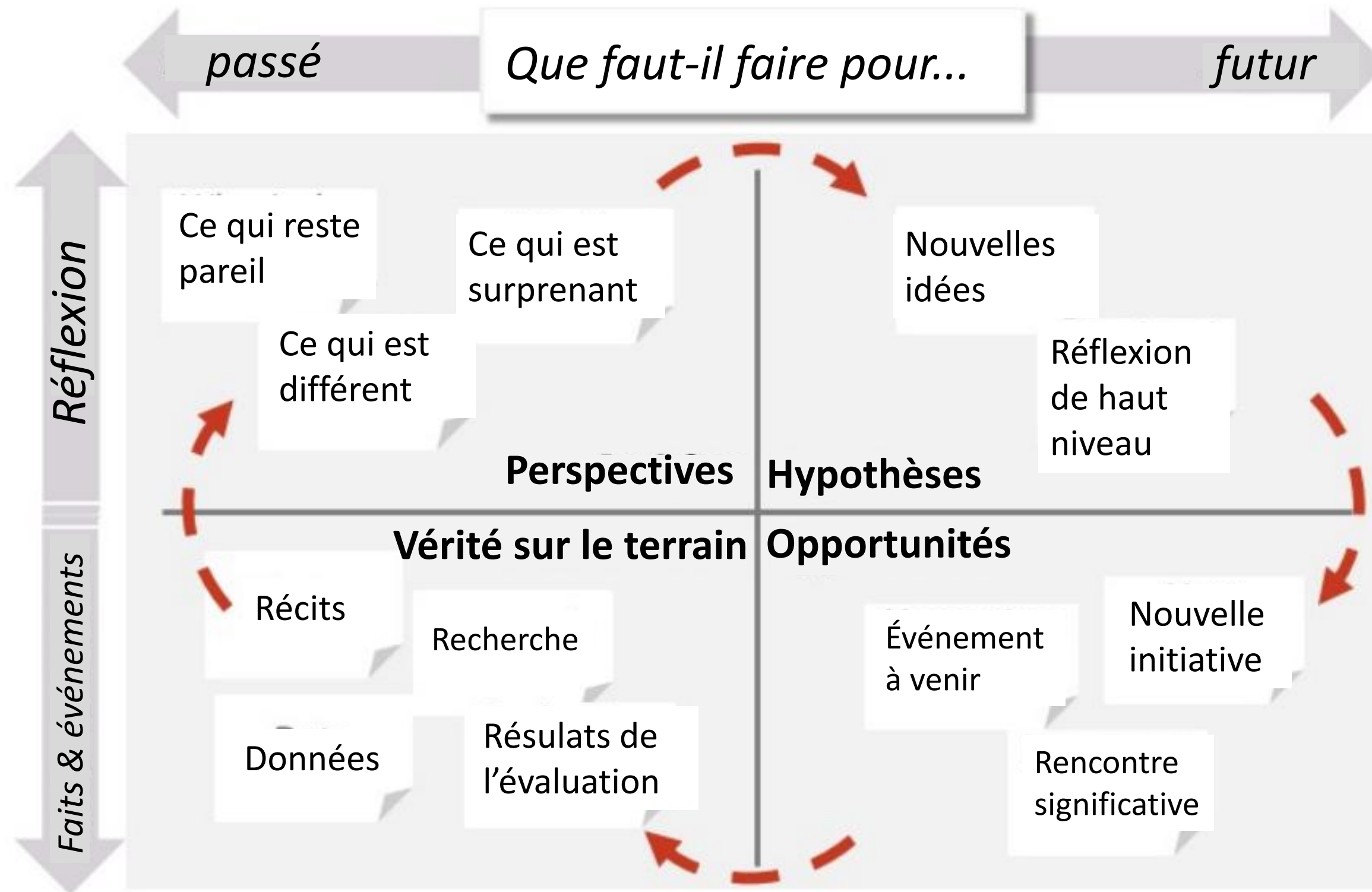
# EMERGENT LEARNING TABLE



## FOURTH QUADRANT PARTNERS

➤ [Introduction](#) to the Emergent Learning Table

# TABLEAU D'APPRENTISSAGE ÉMERGEANT



FOURTH QUADRANT PARTNERS

➤ Introduction au tableau d'apprentissage émergeant



# Outputs of using an EL Table

- **One of the key outputs are hypotheses – the theory for success.**
  - **Another is the ability to tell the story of the emergent plan in a clear way:**
    - The situation and challenge we faced was: [describe what led to the need to learn together]
    - Therefore, the Framing Question we asked was:
    - What we have learned so far is: [describe key insights from successes and failures]
    - Based on this, our current hypothesis about what it will take to succeed is:
    - Opportunities to apply and further test this hypothesis are: [describe situations to which this might apply]
    - Our own plan to continue to test this hypothesis includes: [describe the team’s action plan based on its own upcoming opportunities]
- 

# Résultats de l'utilisation d'un tableau AE

- **Les hypothèses - la théorie de la réussite - constituent l'un des principaux résultats.**
- **Un autre facteur est la capacité à raconter clairement le récit du plan émergent :**
  - La situation et le défi auxquels nous avons été confrontés étaient les suivants : [décrire ce qui a conduit à la nécessité d'apprendre ensemble]
  - Par conséquent, la question de cadrage que nous avons posée était la suivante :
  - Ce que nous avons appris jusqu'à présent est : [décrire les principaux enseignements tirés des succès et des échecs].
  - Sur cette base, notre hypothèse actuelle sur ce qu'il faut pour réussir est la suivante :
  - Les possibilités d'appliquer et de tester davantage cette hypothèse sont les suivantes : [décrire les situations auxquelles cela pourrait s'appliquer]
  - Notre propre plan pour continuer à tester cette hypothèse comprend : [décrire le plan d'action de l'équipe en fonction de ses propres opportunités à venir]



# What frameworks are you drawn to for understanding impact in your work?

- Process, Outputs, Outcomes, Impacts
- Multi-Level Framework
- Emergent Learning Table

# When would it make sense to use each approach?

# Quels sont les cadres dont vous vous inspirez pour comprendre l'impact de votre travail ?

- Processus, Offres, Résultats, Impacts
- Cadre multi-niveaux
- Tableau d'apprentissage émergent

# Quand serait-il judicieux d'utiliser chaque approche ?

## THE PLAN FOR TODAY

- 1. Get clear on why**
- 2. Three frameworks for understanding impact**
- 3. Your plan for communicating impact**

## LE PLAN D'AUJOURD'HUI

- 1. Clarifier le pourquoi**
- 2. Trois cadres pour comprendre l'impact**
- 3. Votre plan de communication de l'impact**

# Align communication plan with key audience(s)

## WHO?

- General public
- Local population
- Project partners
- Partners outside the project
- Local and regional media
- Elected officials
- Decision-makers

## WHAT?

- Data
- Synthetic assessments
- Activity descriptions
- Key learnings
- Impact stories
- Testimonials
- Observations of change

## HOW DO WE DO IT?

- Activity reports
- Impact Report
- Executive Summary
- Dashboard
- Infographics
- Videos
- Photos
- Conferences and presentations
- Neighborhood events
- Radio and TV media
- Social media

# Aligner le plan de communication sur le(s) public(s) cible(s)

## QUI ?

- Le grand public
- Population locale
- Partenaires du projet
- Partenaires extérieurs au projet
- Médias locaux et régionaux
- Élus
- Décideurs

## QUOI ?

- Données
- Évaluations synthétiques
- Description des activités
- Apprentissages clés
- Récits d'impact
- Témoignages
- Observations du changement

## COMMENT Y ARRIVER ?

- Rapports d'activité
- Rapport d'impact
- Résumé exécutif
- Tableau de bord
- Infographie
- Vidéos
- Photos
- Conférences et présentations
- Événements de quartier
- Médias radiophoniques et télévisuels
- Médias sociaux

# Communicating Impact Strategy

User	Use	What do they want to know about our results?	What are their preferences to receive the information?	What are the timeframe implications?
Ex. City Council	Policy change	Housing first pilot results <ul style="list-style-type: none"> <li>- # people housed (success rate)</li> <li>- Housing retention rate</li> <li>- Assets gained as a result of stable housing</li> <li>- Community/system implications</li> </ul>	Staff report with statistics and testimonials.  City council presentation – Salvation Army ED, Housing First Coordinator, Participant with lived experience	Staff report – July – September 2019  Council meeting – November 2019



# Communiquer la stratégie d'impact

Utilisateur	Utilité	Que veulent-ils savoir sur nos résultats ?	Quelles sont leurs préférences pour recevoir l'information ?	Quelles sont les implications en termes de calendrier ?
<b>Ex. Conseil municipal</b>	Modification d'une politique	Résultats du projet pilote Housing First # Nombre de personnes logées (taux de réussite) Taux de maintien dans le logement Actifs acquis grâce à un logement stable Implications pour la communauté/le système	Rapport du personnel avec statistiques et témoignages. Présentation au conseil municipal - DG de l'Armée du Salut, coordinateur du programme Housing First, Participant.e ayant une expérience vécue	Rapport du personnel - juillet - septembre 2019  Réunion du Conseil - novembre 2019

## TIPS FOR EFFECTIVE COMMUNICATIONS

- **Keep it simple**
- **Focus on contribution**
- **Numbers and narrative**
- **Amplifying voices of lived/living experience**
- **Create an ecosystem of communicators**

## CONSEILS POUR UNE COMMUNICATION EFFICACE

- **Viser la simplicité**
- **Se concentrer sur la contribution**
- **Inclure les chiffres et récits**
- **Amplifier les voix de l'expérience vécue**
- **Créer un écosystème de communicateurs**