



OUTIL | LES QUATRE « M » DE LA COMMUNICATION EFFICACE

La quatrième condition de l'impact collectif réside dans la communication continue. Cette dernière nécessite la mise en place de mécanismes formels et informels pour garder les gens informés des progrès réalisés dans le cadre d'une initiative d'impact collectif.

Une fois que les modes de communication appropriés sont déterminés, la communication continue permet de faire connaître le travail accompli dans le cadre d'une initiative d'impact collectif à divers types de publics. Il est donc essentiel de faire appel à différents types de communications.

DESCRIPTION DE L'OUTIL :

Cet outil a été conçu pour vous aider à déterminer l'approche la plus efficace pour garder les gens constamment informés de l'évolution de votre initiative d'impact collectif, des résultats et des apprentissages. Les quatre « M » de la communication efficace sont :

1. **Le message** Quelles informations souhaitons-nous transmettre ?
Quelles actions voulons-nous que ces personnes entreprennent?
2. **Les membres** À qui s'adresse ce message?
3. **La méthode** Quels outils de communication fonctionneront le mieux?
4. **Le moment** Quel est le meilleur moment pour diffuser ce message?

UTILISATION DE L'OUTIL :

Individuellement ou avec les partenaires de votre initiative d'impact collectif, remplissez le tableau des quatre « M » de la communication efficace.

Messages	Membres	Méthodes	Moments
Que voulons-nous que les membres sachent? Quelles actions voulons-nous que ces personnes entreprennent?	À qui s'adresse ce message?	Quels outils de communication fonctionneront le mieux?	Quel est le meilleur moment pour diffuser ce message?
Les enfants atteindront l'objectif de manger sept fruits et légumes par jour	Écoles et parents des enfants d'âge scolaire	Rencontres du conseil de parents	Début de l'année scolaire et rentrée en janvier

DÉBREFFAGE :

Voici quelques exemples de questions de débriefage :

- Comment saurons-nous que nos messages génèrent l'impact attendu?
- Voulons-nous inclure des « appels à l'action » particuliers dans nos communications?