

Programme de la formation à distance

« Mener une campagne de plaidoyer en utilisant la communication d'influence »

Dates : **3 sessions de 3,5 heures réparties comme suit :**

Session 1	1 ^{er} octobre 2020	14h00 – 17h30
Session 2	8 octobre 2020	14h00 – 17h30
Session 3	15 octobre	14h00 – 17h30

Intervenants : **Jean-Denis Crola et Nicolas Guihard du Cabinet 6pm**

Objectif général de la formation :

- Donner les compétences nécessaires à la mise en place d'une campagne de plaidoyer en intégrant les outils de la communication d'influence.

Les apprentissages transmis directement en classes virtuelles seront complétés par un travail à distance à réaliser individuellement par les participant-e-s.

Ce temps d'e-learning proposera un travail d'analyse à partir de campagnes existantes et permettra aux participant-e-s de mieux appréhender les principales composantes d'une campagne et des outils de communication d'influence qui peuvent y être associés.

Répartition des temps :

- Temps en classe virtuelle : 10h30
- Estimation du temps de travail individuel :
 - A réaliser en amont de la 1^{ère} session (1^{er} octobre) : 1h30
 - A réaliser en amont de la 2nd session (8 octobre) : 1h30

Les personnes participantes devront obligatoirement être équipées d'un ordinateur avec micro et caméra (facultatif) et d'une connexion à distance.

Votre contact pour toute assistance technique et pédagogique : Myriam Coulibaly, chargée Formation, formation@coordinationsud.org

Session 1	
<p>Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueil des participant·e·s et présentation du déroulé des sessions • Tour de table sur les attentes des participant·e·s 	
<p>Retour sur quelques fondamentaux du plaidoyer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rappels autour de la définition du plaidoyer, des étapes clefs d'une stratégie de plaidoyer et des principaux modes d'action 	
<p>Module 1. Construire et porter ses messages</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter ses messages de plaidoyer en fonction des audiences • Données chocs et chiffres clés : savoir élaborer un « killer fact » 	
<p>Module 2. La campagne de mobilisation citoyenne - définition & objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les éléments constitutifs d'une campagne de plaidoyer • Les différentes approches et métiers impliqués • Déterminer les objectifs et les demandes d'une campagne 	<p>Apports méthodologiques Partage d'expérience</p>
<p>Clôture 1ère demi-journée - Récapitulatif des enseignements</p>	

Session 2	
<p>Module 3. Le narratif de campagne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter le message à l'audience : <ul style="list-style-type: none"> ○ Conseils et techniques pour transformer des objectifs politiques en messages « grand public » 	<p>Apports méthodologiques Travaux de groupe</p>
<p>Module 4. Outils de communication d'influence et relais de diffusion</p> <ul style="list-style-type: none"> • La palette des activités possibles : communication digitale, supports et médias traditionnels (communiqué de presse, tribune, article de presse...), mobilisation « offline », « digital campaigning »... • Faire connaître sa campagne auprès du plus grand nombre : quels relais activer ? <ul style="list-style-type: none"> ○ Les alliances et partenariats ○ Le soutien de personnalités (médiatiques, scientifiques et politiques) ○ La communication et mobilisation digitale 	<p>Apports méthodologiques Partage d'expérience</p>
<p>Clôture 2ème demi-journée - Récapitulatif des enseignements</p>	

Session 3

Module 4. Passer à l'action ! S'exercer à l'élaboration d'une campagne

- A partir d'une étude de cas fictive proposée par les formateurs :
 - Travail sur l'identification des audiences
 - Formulation de slogan et messages clés
 - Détermination des activités de campagne et de mobilisation citoyenne

Cas pratique

Fin de la formation

Evaluation de la formation en ligne